



Hacettepe Üniversitesi

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Türk Halkbilimi Anabilim Dalı

Türk Halkbilimi Bilim Dalı

**EDEBİYAT VE EKONOMİ İLİŞKİSİ KAPSAMINDA KİTAP
FUARLARI**

Berivan Pervin AYBEK

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2021

EDEBİYAT VE EKONOMİ İLİŞKİSİ KAPSAMINDA KİTAP FUARLARI

Berivan Pervin Aybek

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Türk Halkbilimi AnaBilim Dalı

Türk Halkbilimi Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2021

KABUL VE ONAY

[Öğrencinin Adı Soyadı] tarafından hazırlanan "[Tezin Adı]" başlıklı bu çalışma, [Savunma Sınavı Tarihi] tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından [Tezin Türü] olarak kabul edilmiştir.

[Unvanı, Adı ve Soyadı] (Başkan)

[Unvanı, Adı ve Soyadı] (Danışman)

[Unvanı, Adı ve Soyadı] (Üye)

[Unvanı, Adı ve Soyadı] (Üye)

[Unvanı, Adı ve Soyadı] (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

Prof.Dr. Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN

Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

08/07/2021

Berivan Pervin AYBEK

¹“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulunun** gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, **tezin yapıldığı kurum** tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, **ilgili kurum ve kuruluşun önerisi** ile **enstitü** veya **fakültenin** uygun görüşü üzerine **üniversite yönetim kurulu** tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir. Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, **Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

Berivan Pervin Aybek

Çok kıymetli annem Vecide Aybek ve babam Ferhat Ferzedin Aybek için...

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam boyunca hakiki manada bir bilim insanı olabilmenin temsili hüviyetinde, öğrenciye samimiyetle değer verdiğini hissettiren eğitim ve bilim anlayışını ve daima mütevazı bir dille bilgisini, desteğini ve yol gösterici iletişimini esirgemeyen çok değerli danışmanım Prof Dr. Nebi ÖZDEMİR'e çok teşekkür ederim.

Bu yolda her umutsuzluğa düştüğümde bana “elbet bir gün bir kapı açılacağını” hayalci değil, bizzat yaşadıklarıyla ve şefkatle öğütleyen, en zor zamanlarda bile vakur bir tavırla sakin kalmayı ve çalışmanın kendisiyle vücut bulduğu, çalışmanın ne demek olduğunu her hali öğreten babam Ferhat Ferzedin AYBEK'e, bu yolda yaşadıklarımı gerçekçi bakmayı ve güçlü kalmamı öğreten, duası ve sabrıyla her koşulda yanımda olan ve daima olabileceğini hissettiren annem Vecide AYBEK'e, kendime olan inancımın daima diri kalmasını sağlayan, umudumun azalıp üzüntüye kapıldığım ve yavaşladığım zamanlarda devam etmem için beni teşvik eden ve desteğini esirgemeyen, nişanlım Abdulmutalip KORKUTATA'ya en içten duygularıyla teşekkür ederim.

ÖZET

AYBEK, Berivan Pervin. *Edebiyat ve Ekonomi İlişkisi Kapsamında Kitap Fuarları*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2021.

Bu çalışmanın amacı kültürel ekonomik bir alan olarak edebiyatın, kitap fuarları temelinde ekonomik niteliklerini tarihi ve güncel noktaları ile tespit etmektir. Çalışmada edebiyat sosyolojisi, edebiyat eleştirisi ve edebiyat felsefesi tabanlı yaklaşımlar ile kültürel ekonomik yaklaşımlar çerçevesinde edebiyata ekonomik bir işlev yüklenmiş, ‘kalıplaşmış’ ve geçerliliğini yitirmiş yöntemler ağında duran Türk edebiyat biliminin mevcut durumu çözümlenmeye çalışılmıştır. Yazarın, ekonomik beklentisinin olmadığına inanılan tarihsel ‘sanatçı’ konumunun yanına, ekonomik beklentisi olan ‘üretici/satıcı’ sıfatını nasıl bir süreç ile eklediğinin tahlilleri yapılmış, bu aşamada tüm gelişim evreleri ile verilmeye çalışılan fuar yapılanmalarının oynadığı rollerin etkileri gösterilmiştir. Felsefi düşünce ekolleri tabanında ‘değer’ kavramı ile sanatın ekonomik eleştirisi tabanında ‘emtia’ kavramı, yazarın yarattığı ekonomik potansiyeller çemberinde tartışılmış, edebiyatın bütüncül ve parçalı olarak yarattığı ekonomik ‘değer’ sanatsal ‘değer’ ile karşılaştırılmıştır. Hem edebiyatın hem edebiyattaki tüm eser sahiplerinin evrensel olarak dolaşımını başlattığı bilginin ekonomisi (enformasyon-medya ekonomisi ekseninde) gösterilmeye ve bunun gerek teknolojik, gerek geleneksel olarak katkı payları ayrıştırılmaya çalışılmıştır. Edebiyatın yalnızca estetik kaygılara hitap eden, kronolojik/birikimli bir eserler kataloğu ve bunların incelenmesi/yorumlanması ile ilgilenen bir bilim olmadığı, ekonomik/iktisadi işlevinin, nitelik ve içeriklerinin de olduğu belgelenmiştir. Kitap fuarları örnekleme ile edebiyatın yaratıcı ekonomi ve kültürel ekonomi kapsamında ülke ekonomisine sunduğu ciddi derecedeki katkılar istatistikî veriler ile haritalandırılmıştır. Dünya yayıncılık endüstrisi karşısında Türkiye yayıncılık endüstrisinin durumu farklı ülkeler ile karşılaştırılmalı olarak verilmiş, Türkiye yayıncılık/kitap endüstrisinin mevcut sorunları (vergi, telif, korsan, okuma oranları vd.) yayıncılık kurullarının önerileri ve Türkiye’de uygulanan kültürel politikalar çerçevesinde tartışılmıştır. Edebiyatın kültürel ekonomik etkinliğinin en belirgin olgusu olarak kitap fuarlarının eğitim, turizm, okuma yazma oranları, kent kültürü ve markalaşması, sesli (dijital/engelsiz) kitap yayıncılığı, reklamcılık, korsan kitap piyasası

gibi alanlara olan etkileri ve değişkenleri tespit edilmiş, teknolojik gelişmeler ile kitap endüstrisinin gelecekteki ihtimal dâhilinde alabileceği durumların eleştirisi yapılmıştır.

Anahtar Sözcükler

Edebiyat, ekonomi, fuar, kültür ekonomisi, kitap fuarı, yayıncılık, yazar.

ABSTRACT

AYBEK, Berivan Pervin. *Book Fairs in the Context of the Relationship Between Literature and Economics*, Master Thesis, Ankara, 2021.

The aim of this study is to determine the economic qualities of literature as a cultural economic field on the basis of book fairs with its historical and current points. In this study, it is tried to analyze the current situation of Turkish literature, which has an economic function in literature within the framework of cultural economic approaches with literary sociology, literary criticism and literary philosophy-based approaches, which remains in the network of ‘stereotyped’ and outdated methods. It was determined how the author added the title of ‘producer / seller’ to his historical “artist” position, which is believed to have no economic expectations, through a process, and at this stage, the effects of the roles played by the fair structures that we tried to give with all stages of development were shown. The concept of ‘value’ at the base of philosophical schools of thought and the concept of ‘commodity’ at the base of the economic criticism of art were discussed in the circle of economic potentials created by the author, and the economic ‘value’ created by literature in a holistic and fragmented manner was compared with the artistic value. It has been tried to show the economy of knowledge (in the axis of information-media economy), which has initiated the circulation of both literature and all the authors in literature, and to separate their contributions both technologically and traditionally. It has been documented that literature is not a science dealing with a chronological / cumulative catalog of works and their analysis / interpretation, addressing only aesthetic concerns, and that it has an economic / economic function, quality and content. With the sample of book fairs, the significant contributions of literature to the country's economy within the scope of creative economy and cultural economy were mapped with statistical data. The status of Turkey publishing industry across the world publishing industry given and compared with different countries, Turkey publishing / the book industry existing problems (taxes, royalties, piracy, reading rates, et al.) have been discussed within the framework of cultural policies implemented in the proposals and Turkey the publishing establishment. As the most prominent phenomenon of the cultural economic efficiency of literature, the effects and variables of book fairs on areas such as

education, tourism, literacy rates, urban culture and branding, audio (digital / unimpeded) book publishing, advertising, pirate book market have been determined, technological developments and book the possible future situations that the industry may take has been criticized.

Keywords

Literature, economy, fair, cultural economy, book fair, publishing, author

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|----------------------------------|
| KABUL VE ONAY | Hata! Yer işareti tanımlanmamış. |
| YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI | vii |
| ETİK BEYAN | Hata! Yer işareti tanımlanmamış. |
| TEŞEKKÜR | v |
| ÖZET | vi |
| ABSTRACT | viii |
| İÇİNDEKİLER | x |
| KISALTMALAR | xiii |
| ŞEKİLLER DİZİNİ | xvi |
| FOTOĞRAFLAR DİZİNİ | xvii |
| GİRİŞ | 1 |
| 1. BÖLÜM | 14 |
| TEMEL KAVRAMLAR VE YAKLAŞIMLAR | 14 |
| 1.1 TEMEL KAVRAMLAR | 14 |
| 1.1.1 Kültür Ekonomisi | 14 |
| 1.1.1.1 Türkiye’de Kültür Ekonomisi | 22 |
| 1.1.2 Edebiyat Ekonomisi | 29 |
| 1.1.2.1 Edebiyat Ekonomisi | 35 |
| 1.1.2.2 Enformasyon-Bilgi Ekonomisi | 44 |
| 1.1.2.3 Yazarlık Ekonomisi | 55 |
| 1.1.3 Kitap Fuarları | 63 |
| 1.1.3.1 Fuar | 63 |
| 1.1.3.2 Kitap Fuarları | 67 |
| 2. BÖLÜM | 73 |

| | |
|--|------------|
| DÜNYADAKİ ve TÜRKİYE'DEKİ KİTAP FUARLARI | 73 |
| 2.1 DÜNYADAKİ KİTAP FUARLARI | 73 |
| 2.1.1 Dünyadaki Kitap Fuarlarının Tarihi Gelişimi | 73 |
| 2.1.1.1 Frankfurt Kitap Fuarı | 79 |
| 2.1.1.2 Frankfurt Kitap Fuarı ve Alman Kitap Piyasası | 85 |
| 2.2 TÜRKİYE'DEKİ KİTAP FUARLARI | 91 |
| 2.2.1 Türkiye'deki Kitap Sektörü ve Kitap Fuarlarının Tarihi Gelişimi | 91 |
| 2.2.1.1 Yazma Kitap Piyasası | 94 |
| 2.2.1.2 Basma Kitap Piyasası..... | 98 |
| 2.2.2 Türkiye Cumhuriyet'inde Kitap Fuarları ve Kitap Piyasası..... | 112 |
| 2.2.2.1 Türk Matbaacılığının İki Yüzüncü Yıldönümü Sergisi | 114 |
| 2.2.2.2 Maarif Vekâletinin Açtırdığı Neşriyat Sergisi..... | 114 |
| 2.2.2.3 İstanbul Halkevi'nin Açtırdığı Kitap Panayırı..... | 116 |
| 2.2.2.4 Seyyar Terbiye Sergisi | 118 |
| 2.2.2.5 Birinci Tıbbî ve Sıhhî Kitaplar Sergisi | 120 |
| 2.2.2.6 Beyoğlu Halkevi Kitap Sergileri..... | 120 |
| 2.2.2.7 Türkiye'nin Yurt Dışında Düzenlediği İlk Kitap Sergisi..... | 122 |
| 2.2.2.8 On Yıllık Neşriyat Sergisi..... | 123 |
| 3. BÖLÜM | 127 |
| KÜLTÜREL EKONOMİK YAKLAŞIMLA KİTAP FUARLARININ | |
| İNCELENMESİ | 127 |
| 3.1 KİTAP FUARLARININ KÜLTÜR VE EDEBİYAT BOYUTU | 127 |
| 3.1.1 Kitap Fuarlarının Yayıncı ve Yazar Boyutu | 127 |
| 3.1.2 Kitap Fuarlarının Okur Boyutu | 134 |
| 3.1.3 Kitap Fuarlarının Eğitim Boyutu | 144 |
| 3.2 KİTAP FUARLARININ KÜLTÜREL EKONOMİK BOYUTU | 149 |

| | | |
|--------------|---|------------|
| 3.2.1 | Yayıncılık Sektörü | 149 |
| 3.2.2 | Fikri Mülkiyet Hakları ve Korsan Kitap Yayıncılığı | 154 |
| 3.2.3 | Kültürel Patronajlık ve Diğer Ortaklıklar | 159 |
| 3.2.4 | Dijital Kitap Yayıncılığı..... | 167 |
| 3.2.5 | Sesli Kitap Yayıncılığı..... | 177 |
| 3.3 | KİTAP FUARLARININ DİĞER BOYUTLARI..... | 180 |
| 3.3.1 | Kitap Fuarları Kent Kimliği, Markası ve Ekonomisi..... | 180 |
| 3.3.2 | Kitap Fuarları ve Kültür Turizmi | 189 |
| 3.3.3 | Kitap Fuarları ve Çevrecilik | 193 |
| | SONUÇ..... | 196 |
| | KAYNAKLAR | 204 |
| | EK-1 TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU | 223 |
| | EK-2 ETİK KURUL MUAFİYET RAPORU | 224 |

KISALTMALAR

AB. Avrupa Birliği

ABC. Uluslararası Erişilebilir Kitaplar Konsorsiyumu

AÇEV. Anne Çocuk Eğitim Vakfı

AR-GE. Araştırma-Geliştirme

BASYAYBİR. Basın Yayın Birliği

BESAM. Bilim ve Edebiyat Eseri Sahipleri Meslek Birliği

Bkz. Bakınız

CB. Cevdet Belediye

CERLALC. Latin Amerika ve Karayip Kitaplarının Tanıtımı Bölgesel Merkezi

CISAC. Uluslararası Yazarlar ve Besteciler Toplulukları Konfederasyonu

Cİ. Cevdet İktisat

Çev. Çeviren

DCMS. Birleşik Krallık Teknoloji, Kültür, Medya ve Spor Dairesi

DEKMEB. Ders ve Kültür Kitapları Yayıncıları Telif Hakları ve Lisanslama Meslek Birliği

EDİtEUR. Avrupa Kitap Sektörü Elektronik Veri Değişim Grubu

EUIPO. Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi

EUROSTAT. Avrupa İstatistik Ofisi

FSEK. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu

GESAC. Avrupa Yazar ve Besteci Dernekleri Grubu

GSYİH. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

IFFRO. Uluslararası Çoğaltım Hakları Kuruluşları Federasyonu

ILO. Uluslararası Çalışma Örgütü

IMF. Uluslararası Para Fonu

IPA. Uluslararası Yayıncılar Birliği

ISBN. Uluslararası Standart Kitap Numarası

KOBİ. Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler

MESAM. Türkiye Musiki Eseri Sahipleri Meslek Birliği

MSG. Müzik Eseri Sahipleri Grubu

OECD. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

OKUYAY. Okuma Kültürünü Yaygınlaştırma Platformu

PISA. Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı

SETEM. Sinema ve Televizyon Eseri Sahipleri Meslek Birliği

SGK. Sosyal Güvenlik Kurumu

SİNEBİR. Uluslararası Eser Sahipleri Birlikleri Konfederasyonu

TAVAK. Türkiye-Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı.

TBYMB. Türkiye Basım Yayın Meslek Birliği

TDK. Türk Dil Kurumu

TKD. Türk Kütüphanecileri Derneği

TOBB. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TUİK. Türkiye İstatistik Kurumu

TÜRKYAYBİR. Türkiye Yazarlar Birliği

UNCTAD. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı

UNESCO. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

UNSD. Birleşmiş Milletler İstatistik Bölümü.

UNWTO. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

VEKAM. Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi

WBU. Dünya Körler Birliği

WIPO. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü

WTO. Dünya Ticaret Örgütü

YATEDAM. Uluslararası Yayıncılık Telif ve Danışmanlık Merkezi

YAYBİR. Yayıncılar Telif Hakları ve Lisanslama Meslek Birliği

YAYFED. Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu.

YEKON. Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği

ŞEKİLLER DİZİNİ

| | |
|--|-----|
| Şekil 1: 1830 Uzuncaâbad-1 Hasköy Panayırında Gerçekleştiği Tespit Edilen Kâğıt Alışverişi | 94 |
| Şekil 2: 1830 Uzuncaâbad-1 Hasköy Panayırında Satışı Yapılan Kâğıt Cinsleri ve Sevk Edildiği Bölge Sayısı | 94 |
| Şekil 3: 2000'den 2018' e Türkiye-Almaya Okuma Oranları | 141 |
| Şekil 4: Fuarların İletişim Karması İçerisindeki Konumu..... | 163 |

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

| | |
|--|-----|
| Fotoğraf 1: 1400'lü yıllara ait süslü kitap baskısı örneği | 77 |
| Fotoğraf 2: 1745'te Frankfurt Meydanı..... | 80 |
| Fotoğraf 3: Cumhuriyet dönemi kitap sergisi için yapılan hazırlıklara dair bir görüntü | 116 |
| Fotoğraf 4: Cumhuriyet dönemi Beyoğlu Halkevi Dördüncü Kitap Sergisi'nden bir görüntü..... | 121 |
| Fotoğraf 5: Maarif Vekilliği'nin On Yıllık Neşriyat Sergisi ve Birinci Türk Neşriyat Kongresi İçin Düzenlendiği Bir Davetiye Örneği | 124 |

GİRİŞ

Küresel dünyanın ekonomik, psikolojik, kültürel, endüstriyel ve teknolojik alanda devam eden hatta kızışan rekabetinin her aşamasının artık bütün bilim dallarında hissedildiği bu çağda mevcut disiplinlerin bakış açılarının, çalışma metotlarının ve kapsamlarının değişmeye, bünyesine bir şeyler ekleyip veya çıkarmaya başladığı gerçeği ile karşı karşıyayız. Bu durumda sanat ile birlikte edebiyat da –her ne kadar pek dile getirilmese de- tümüyle yeni çözümlene ve değerlendirmelere ihtiyaç duyduğu bir değişim ve yeni bir ‘biçimlenme’ yaşamaktadır. Bu biçimlenme edebiyatta yeni çalışma alanlarının, yeni iş tanımlarının oluşmasına vesile olmakta, eski değerler ile yeni değerlerin harmanlandığı yaşayan bir unsur halinde kültürel çalışmalarda da, sürekli bir devinimin hissedilmesine sebep olmaktadır. Edebiyat biliminin yanı sıra, ısrarla eski sistemle çalışmaya devam ediyor olan diğer çalışma alanları ve bilim dalları da yeni üretilen uluslararası çalışmalarda eleştirilmeye, boşlukları gösterilip yontembilimsel olarak artık geçerliliklerini yitirmeye başladıklarının altı çizilmeye başlanmıştır. Oldukça yeni olan bu çalışmalar özellikle kültürlerin çeşitli halk grupları arasında oluşturduğu üretim şekillerine bağlı olarak uluslararası ekonomiler ölçütünde kendi ulusal ekonomilerine yoğunlaşmaktadır. Küreselleşme ulusların kıtalararası iletişimine destek veren dönüşümüne ve maddi olarak gelişimine katkı sağlamaya yarayacak stratejik adımların temelinde ‘ekonomi’yi yerleştirdiği için, sosyal bilimlerde üretilmeye başlanan çalışmalarda da izlenen araştırma yöntemleri ulusal üretime katkı sağlayabilecek bir yol arayışına girmeye başlamıştır. Özellikle kültürel çalışmalarda gözlemlenebilen bu durum sosyal ve yaratıcı alanların ekonomik girdilerini, katkılarını, hareketlilik oranlarını, yarattığı çalışma alanları, sınıfları, bu sınıfların tanımları ve sınırlılıklarını araştırmaya koyulmuş halde kendini göstermektedir. “Yaratıcı sınıf” olarak adlandırılan, “önemli mevkilere yükselabilen, gelirlerini zihinsel aktiviteleri ile elde eden, yükseköğrenimli, ortak kimlik ve çıkarlara sahip” uluslararası “duvarsız fabrikalarda” çalışan sınıfların özellikle konu olduğu bu çalışmalarda, bu kişilerin kimler olduğu, yarattıkları ekonominin istatistiksel verileri, yeni çalışma ortamları -bugün dünyada süratle değer kazanan bir nitelikte- sorgulanmakta ve çözümlenmeleri yapılmaktadır (Pratt ve Gill, 2008; Dura ve Atik 2002).

“Yaratıcı sınıf” içinde yer alan edebiyat üyelerinin meydana getirdiği ekonomiye (yazar, editör, şair, illüstratör, akademisyen vd.) ve edebiyatın yarattığı bütüncül potansiyel ekonomiye, dolayısıyla kültürün ekonomisine ılıman yaklaşım bunu anlaşılabilir zeminlerde çözümleyen Braudel (2017)’e göre iktisat; siyaset, kültür ve toplumun birleşiminden, kültür ise; ekonomi, siyaset ve toplumun birleşiminden meydana gelmektedir. Haliyle toplumun ve kültürün, dolayısıyla toplumların kültürlerinin en iyi haritasını önümüze seren edebiyatın tüm nüvelerinden ekonomiyi bağımsız düşünmek, bilimsel çalışma üslubuna ters bir izlenim yaratmaktadır. Dahası kültürün yorumlanmasında onun oluşumuna bizzat kaynaklık eden temel bir yapının görmezden gelinmesine sebep olmaktadır. Ekonominin kültürün doğumuna temel oluşturan yapı taşlarından biri olduğu fikrine destekleyici bir çözümleme olarak denilebilir ki; “kültürler insanların politik-ekonomik çıkarlarını ve dürtülerini ifade eden” dahası “iç ve dış maddi veya manevi beklentilerin, benliklerin, kişisel ve kolektif bireyselliklerin ifadesi” hükmündeki yapılanmalardır. “Kültür aynı anda toplum, siyaset ve ekonomik gelişmedir. Toplumun başaramadığına kültür ulaşmaktadır, ekonominin kendiliğinden yapabileceklerinin gerçekleşme olasılığını kültür sınırlandırmakta” ve topluma ait maddi ve manevi herhangi bir olgunun kendinden bağımsız hareket etmesini çoğunlukla olanaksızlaştırmaktadır ki bu kültür ve ekonominin bir arada uyumlu ve devinimli hareket ettiğini net bir şekilde göstermektedir. Braudel (2017); “kapitalizmin yalnızca bir ‘ekonomik sistem’ olduğunu savunma”nın da bu bağlamda hata oluşturacağını, onun “kültürün toplumsal yapının sağlamlığına getirdiği tüm desteklerden de yararlandığı”nı, ve kültürün bu bağlamda “aynı anda hem destek ve çelişki, hem de gelenek ve itiraz” oluşturduğunu, “insanlık tarihinin en eski kişisi olup” kültürün dolayısıyla edebiyatın sürekli değişen ve gelişen “ekonomik dünyalar” a rağmen ve yine onunla birlikte kendi yolunu izlemeye devam edeceğini dile getirmektedir (36-543).

Toplumsal kültürün temel taşlarından biri olarak ekonomi ile ekonominin sürekli bağlantı halinde kaldığı enformasyon/bilgi ekonomisi ve kültürel ekonomi arasındaki ciddi kanalları bu temelde dile getirmek gerekir. Bu temelde kültürün yarattığı ekonomi ile onun temel taşlarından biri olarak görülen enformasyon ekonomisi içinde edebiyatın hem kültürel hem enformasyonel ekonomiye bulunduğu katkının -hangi yöntem bilimsel metotla oluyorsa olsun- dile getirilmiyor oluşu gözden kaçmamalıdır. Medya

ekonomisine içerik endüstrileri temelinde ‘estetik’ katkılarda bulunan edebiyat biliminin yarattığı enformatik ve ekonomik değer nedir, enformasyon ekonomisi içindeki edebiyatın yarattığı ekonominin istatistiki verileri nasıl ölçülebilir, -edebiyat bilimi için yenilikçi bir bilim anlayışı endişesi oluşmaya başladıysa eğer- anlamakta fayda vardır. Edebiyatın yayıncılık ekonomisinde etkinlik sahibi olduğu kitap fuarları bağlamında yarattığı ekonomiyi göstermenin amaçlandığı bu çalışmanın yanında, ayrıca edebiyat bilimcilerin ilerleyen zamanlarda edebiyatın medya ekonomisinde yarattığı ekonomiyi de enformatik temelde ele alması çok büyük önem taşıyacaktır. Kültürel enformasyon ile birlikte kültürün yarattığı ekonomi hangi süreçten geçiyorsa kültürü yaratan ve onu bizzat yaşayan toplum bilimleri de aynı süreçlerden geçmektedir.

Kültür bilgiyi, bilgi (enformasyon) kültürü beslemekte her ikisinin var oluşuna ekonomi doğrudan/dolaylı etki etmektedir. Bilginin temel oluşturduğu şimdiki yeni ekonomi, kültürün işleyişini var olma biçimlerini dönüştürmektedir. Bilgiye ve onu üreten bilimlere dayalı (edebiyat, sosyoloji, felsefe vd.) enformasyonel kalkınma biçiminde kültür ve üretim güçleri, ruh ve madde arasında çok yakın bir bağ meydana gelmektedir (Castells, 2005:21). Bu durumda ekonomi ile toplum bilimleri, kültür ile medyayı, medya ile enformasyonu dolayısıyla enformasyonel yapılanmalara katkı sağlayan içerik oluşturucuları (edebiyat, müzik, tiyatro vb.) ve yarattıkları ekonomileri bağımsız düşünmek olanaksızlaşmaktadır.

Edebiyatın diğer bilimler ile ilişkileri üzerine yapılan tartışmalarda birçok yöntem bu ilişkiyi görünür kılmak için kullanılmıştır. Ekonomik, siyasi, psikolojik ve sosyal birçok olgu bu yöntemlerin çalıştırıcısı konumunda işlemiş ve “bazı bilimlerde çok yararlı şekilde kullanılan istatistik, kroki ve grafikçilik gibi niceleyici yöntemlerin” edebi çalışmalarda kullanıldığı görülmüştür. Diğer bilimlerle alakadar olarak işleyen edebiyat bilimi üzerine örneğin, I.A. Richard “bilgi ve biliş”i üreten kültürel bir kurum olarak edebiyatın tüm problemlerinin çözümünün nöroloji ile mümkün olabileceği kanısında bulunmuştur. Edebiyat “modern ekonomik bir hesaplama içinde payları belirlenmiş felsefe, tarih, müzik ve imajlar karşını olabileceği” gibi “medeniyet tarihi ile ilgili her şeyin edebiyatın ilgi alanı içine girdiği” düşünülmüştür. Edebiyat içine ekonomi, askerlik, diplomasi vb. birçok alanın dâhil edildiği bir harita oluşturabilmiştir. Bunun komşu bilimleri istila etmek demek olmadığı ancak yapılan incelemenin edebi olmaktan

uzaklaşıp “edebiyat bilimi dâhilinde” değerlendirilebilecek bir yöntem olduğu bilinmelidir (Wellek ve Warren, 2013:18-122).

Marksistlerin çoğu –ve hatta Marksist olmayanlar da- edebiyatı ekonomiden bağımsız düşünememiş, bu birliği özellikle yazarların eserlerini ortaya çıkarma potansiyelleri ile ilişkilendirmiştir. Bu düşünce ekseninde şu mantık geçerli olabilir: Yazarların yaşam şartları ne kadar iyi ise üretme kabiliyetleri de o kadar iyi beslenebilir veya yazarlar/sanatçılar o kadar iyi üretebilir. Örneğin John Maynard Keynes; Shakespeare’in manevi/maddi varlığını “hâkim sınıfın elde ettiği büyük kazançlarla oluşan canlı, keyifli ve ekonomik kaygılardan azade ortamlar” a bağlar ancak böyle düşündüğümüzde, “büyük kazançların, bir başka yerde -mesela 1950’lerde Amerika’daki ekonomik patlama sırasında- büyük şairler çıkaramadığını” görebiliriz (Wellek ve Warren, 2013: 18-122). Bu görüş tutarlı bir görüş olmasa da en azından ekonominin edebiyattaki maddi/manevi üretimi etkileyebileceği yönünde düşünce ortamlarının oluştuğu hakkında fikir sahibi olunmasını sağlar. Yani denilebilir ki “bir eserin ekonomik değerinin, kültürel değerinden bağımsız olduğunu düşünmek” olanaksız olduğu gibi, aksi durum manevi veya maddi ‘değer’ biçme sorunu veya boşluğunu da beraberinde getirecektir (Throsby, 2013: 80).

Ekonominin yalnızca edebiyat ile değil, tüm toplum bilimleri ile alakadar bir seviyede hareket ettiğine dair bilim dünyasında oldukça önemli tespitler öne sürülmüştür. Jose Gentil de Silva bu temelde “tarihte her şeyin birbirine bağlı olduğunu dolayısıyla iktisadi faaliyetin özellikle de ne siyasetten, ne de onu çevreleyen inanç ve inanışlardan” ayrı düşünülmemeyeceğini dahası “iktisadi belli bir yerde konumlandırılan” her türlü baskının yersiz ve faydasız olduğunu dile getirir (Braudel 2017). Sosyal bir bilim olan folklor ve edebiyat gibi bilimler her ne kadar kendi içinde çözümlenmeye zorlansa da, ekonomi; hayati/sosyal sürecin getirdiği doğal bağlılıkla, ister istemez yine de edebiyat başta olmak üzere, diğer sosyal bilimlere sirayet ederek doğal devinimine devam etmiş ve etmeye devam edecektir.

“Giörgy Lukacs; ekonominin konusunun diğer toplumsal ideolojik ve siyasal sorunlardan soyutlanabileceğini düşünmek gerçekten gülünçtür. Raymon Firth; insanların bütün eylemlerinin bir ekonomik çehresi, bir toplumsal çehresi, bir kültürel çehresi ve kesinlikle de bir siyasal çehresi vardır. Joseph Schumpeter; iktisat tarihi yalnızca iktisadi olamaz. Ve etnolog Jean Poirer; ekonomik olgu, iktisatçı

tarafından, ancak iktisat ötesine gidilmesi halinde, tamamen kavranabilir. Jean-Baptiste Say; nesnesi yalnızca maddi mallardan ibaret sanılan siyasal iktisat, kendini toplumsal sistemin tümünü kapsar bir durumda bulmuştur, iktisat toplumdaki her şeye bağlıdır (Braudel, 2017:11)” derken aynı düşünce ekseninde aynı noktalar üzerinde yoğunlaşmışlardır.

Hakikatte tüm bilimlerin birbirleri ile girift bir halde malzemelerini ürettiği doğal sirkülasyonu ısrarla bozma veya görmezden gelmenin bir ifadesi şeklinde beliren, her bilim dalını kendi sınırları belirlenmiş mekanik bir olgu gibi düşünme şeklinde vücut bulmuş çalışma adabı, doğru ve anlaşılabilir bir şey olarak görülmemektedir. Bu tıbbın alanını edebiyatın veya edebiyatın alanını psikolojinin işgal etmesi şeklinde ‘düz’ bir mantıkla yorumlanmamalıdır. Bunu birbirine bağlı zincirin halkaları ve birbirlerine bağlandıkları yer kadar söz sahibi olmak, ancak birbirinin yerine geçemeyecek kadar benzersiz ve biri olmadan da diğer parçaların tam bir kompozisyon oluşturamayacağı şeklinde tasarlanmış doğal bir düzen gibi düşünmekte fayda vardır. Edebiyatın sosyal bilimlerde sadece bir eserler tarihi ve bu tarihi inceleyen bir sanat tarihçiliği, güncel eserlerin de tarihsel bünyeye kavuşmasını bekleyen kronolojik eser cetveli hüviyetindeki gibi bir bilim olduğunu düşünmek, büyük bir yanlış olmakla birlikte, bilimsel tekrar tembelliğidir. Edebiyat gerek bilim gerek terim olarak, hiç değişmeyen, hep aynı kalan, mutlakçı tavırla algılanabilecek bir olgu değildir. Dahası edebiyat edebiyat tahlili hüviyetinde sadece okuma-yorumlama becerisine yardımcı demek de değildir. Şüphesiz edebiyatı böyle tanımlamak üstüne bu çalışma ahlakı ile onu yıllarca aynı döngüde evirip çevirmek (!), “düzenli bilgi-bilim idealini yanlış anlamak” anlamına gelmektedir.

Denilebilir ki edebiyatın artık günümüzde en çok ihtiyaç duyduğu şey “edebiyat teorisi, başka deyişle tutarlı ve uyumlu bir yöntemler mantığıdır.” Üretim tarzları ile ilişki içinde olan edebiyat, edebi üretimle bunun ekonomik temelleri arasındaki gerçek ilişkilere sahip, bu ilişkilerin ispatlanmış sonuçlarının ortaya konulması gereken çalışmalara ve incelemelere ciddi şekilde ihtiyaç duymaktadır. Aksi halde aynı yol, yöntem ve bağlantı kanalları üzerinde ısrarcı davranan mantık, bilimi özellikle de sosyal bilimlere bir ideolojiye dönüştürebilir. Sosyal bilimlerin bu tehlike ile karşı karşıya olması durumunu önlemenin “disiplinlerarası bir yaklaşımla, bilimsel ölçütler konusunda birbiriyle yarışan düşünceleri ve yaklaşımları tartmaktan” ve “bilim adına ortaya konulan savların saltlaştırılarak bir erk aracına dönüştürülmesinin engellemesi ve bunun için de sürekli

sınanmaları gerektiğini” bilmekten geçtiğini bilmekte fayda vardır. Bu bilimin “doğru düşünmeye sürekli yeniden başlama yönünde zahmetli bir çaba” sıfatına uyum göstermek olacağı gibi, “işlevsizleşmiş yöntem, yaklaşım ve klişeler”den uzak kalarak “yaratıcı ve çözümleyici aklın ürünü özgün kalıp dışlıklar” ve yeni bakış açılarıyla bilimin ‘birikimlilik’ özelliğine sağlıklı ve kaliteli bir katkı sunmak demektir (Kula, 2013:30; Moles, 2012:18-20; Özdemir, 2017:7; Wellek ve Warren, 2013:22-121).

Son zamanlarda dünyada bu çerçevede bazı gelişmeler yavaş yavaş kaydedilmeye başlanmıştır. Birçok tartışma, kültürel ve bilimsel işbirlikleri, yeni projeler, kavramsal keşifler, uluslararası ve yerli kurum-kuruluşların da yardımı ile eski düşünce kalıplarını sarsma yolunda adımlar atılmaya niyetlenilmiştir. Ancak özellikle edebiyat ve onun diğer bilimlerle olan ilişkisi ve verimliliğini ayrıştıracak, onu potansiyelleri dolayısıyla uygulamalı bilimlere ölçütüne çekebilecek/sorgulayabilecek minvalde yapılan çalışmaların Türkiye’de bir veya iki tane denecek kadar sayılı -doğrudan çalışmaların hiç olmadığını- olduğunu üzümlere söylemek gerekecektir. Burada ayrıca belirtmek de fayda vardır ki, bu temelde disiplinlerarası bakış adabı geliştirilirken -özellikle edebiyat ve ekonomi arasındaki ilişkilerde- “mevcut tahlillerle, iktisadi ve edebi/kültürel çalışmalar arasındaki çatlakları ve köprüleri keşfetmek ve disiplinler arasında faydalı eleştirel değişimler üretmek” temelli hareket edilmelidir. Ancak edebiyat ve ekonomi arasındaki ilişkilerin bir takım terminoloji odaklı itirazlar getirebileceği de unutulmamalıdır. Bu ‘ekonomi’ teriminin yalnızca “değer, para, işçi, kıtlık” gibi olgularla alakadar olduğunu düşünen ‘sığ’ düşünce tarzı ile ilişki olabilecektir. Oysa son zamanlarda ‘ekonomi’ teriminin yıllardır tekrarlanan anlamlarının tüm iktisadi sosyal fonksiyonlara karşılık gelmediğinin, günlük hayatta işleyen tüm ekonomik oluşumları açıklamadığının kabulü olarak ekonomistlerin kendi protokolleri ve uygulamalarını eleştirmeye koyulduğu -ki bu edebiyat bilimi için de yapılmalıdır- ve yeni, pratik uygulamalar ile farklı çalışma operasyonları geliştirmeye başladıkları bilinmelidir (Woodmansee ve Osteen, 1999:38-39). Bilim dalları ilerleyen yıllarda yeni bakış açıları, terminolojik çözümler ve tanımlamalar ile özellikle farklı bilimlerin bir aradalığını ispatlayacak veya ifade edecek bir şekle kavuşabilir demek, bu durumda -umutlanmak adına en azından- yanlış olmayacaktır.

Bu çözümler ışığında “Edebiyat nedir?” sorusunu sormak edebiyatın, bilim adamları, araştırmacılar, dil bilimci, halkbilimci ve edebiyat bilimciler tarafından nasıl algılandığı, nerede veya hangi konuma yerleştirildiği hakkında bilgi sahibi olmamıza yardım edecektir. Haliyle diğer bilimlerle ilişkilerinin ne ölçüde eser üretimine etki ettiği görünür kılınacak, akademik düzeyde üretilen edebiyat çalışmalarının yöntembilimsel olarak neden sürekli aynı kısır döngüyü takip ettiğinin cevapları onun nasıl algılandığı ile ilişkilendirilebilecektir. Türkiye’de birkaç çalışmanın dışında (Bu çalışmalar edebiyat ekonomisi başlığı altında belirtilecektir.) edebiyatın, yazarın ve yazarın ürettiği eserlerin ekonomik konumu ile değerlendirilmeye alındığı tarihi hiçbir kaynağın, çalışmanın veya belgenin herhangi bir Türkçe bilimsel kaynakta konu edilmemesi veya edebiyatın ekonomik değerinin bir iki çalışma dışında Türkiye’de çalışılmamış olması, bu çalışmada özellikle metodolojik değerlendirmelerin yapılması aşamasında hayli zorlanılmasına sebep olmuştur. Bu durum Türkiye’de edebiyata biçilen ‘standart’ ölçülerin ne yazık ki ne kadar ‘kalıplaştığını’ net bir şekilde göstermiştir. Ancak bu alandaki çalışmaların yokluğu, bu çalışmanın Türk bilim ailesine naçizane katkı sunabileceği düşüncesi ile motive edici olmuştur. Avrupa’da bu alanda yapılmış çalışmaların başlangıcının oldukça eskiye dayanması bilgisine rağmen, söz konusu yokluk geç de olsa yeni bir başlangıç adına çok daha titiz çalışılması bağlamında teşvik edici bir güç olarak görülmüştür.

Dile getirmekten dahası kıyaslamaktan özenle kaçınılmaya çalışıldığı ancak bu konudaki boşluğu görünür kılmak için mecbur olduğu haliyle edebiyatın ekonomi ile ilişkisini temel alan ilk atıfların ve fikir yapılanmalarının Avrupa’da 1800’lü yıllardan itibaren başladığı, 1900 ile 2000’li yıllarda da bu alandaki çalışmaların oldukça yükselişe geçtiği detayının altını çizmek gerekir. Batıda özellikle akademik yayıncılık ekonomisi, edebiyat eleştirmenlerini izlenmemiş yollar keşfetmeye, ekonomistlerin de bu alanlarda çalışmalar yapabilmesine ve yeni sorular üretebilmesine ortam hazırlamıştır. Avrupa edebiyat çalışmalarında özellikle kitapların fiyatları, basım teknik ve sanatları, telif hakları, korsan yayıncılık, fiyat evrimleri gibi konuların tarihi arka planından şimdiye uzanan derin ve deneysel araştırma projeleri, sempozyum ve kongreler düzenlenmeye başlamıştır. Bu temelde bizim de “Ekonomistler edebiyattan ve kültürel çalışmalardan ne toplayabilir? Ekonomik eleştiri nedir? Kültür eleştirmenleri ve edebiyat bilimciler ekonomistlerden ne öğrenebilir? Sanat eserlerinin ekonomik durumu nedir? Edebi eserler bireysel ekonomik davranışları ve tarihsel dönemin daha geniş ekonomik uygulamalarını nasıl yansıtır ve

şekillendirir? Edebi ve kültürel pazarlar nasıl çalışır ve bu pazarların dinamiklerini belirleyen nedir? Dilbilimsel sistemler ile ekonomik sistemler ne ölçüde karşılaştırılabilir? Paranın kaydileştirilmesi, diğer kültürel uygulamaları ve inançları nasıl yansıtır veya şekillendirir?” gibi soruların sorulması yeni bilimsel zeminlerin oluşmasını sağlayabilir (Woodmansee ve Osteen, 1999).

Bizde edebiyat ve ekonomi ilişkisi hakkında neredeyse hiçbir çalışmanın olmaması şimdiye kadar düzenlenmiş olan kitap fuarları ile ilgili bilgilerin de oldukça dağınık, herhangi bir düzene oturtulmamış olarak kalmasına sebep olmuştur. Bu durum kültürel mirasımızın ekonomik devamlılığının parçası hükmündeki kitap fuarlarının araştırma alanlarındaki eksikliği hususunun öneminin yanında, bağlantılı birçok kültürel ekonomik etkinlik sahasının tanınmaması, edebiyatın iktisadi haritasının görülememesi, kültürün endüstriyel alanlar temelinde en çok söz sahibi olduğu noktaların ihmal edilmesi dahası olası sorunlar veya mevcut sorulara karşı çözümleme yaklaşımlarının tespiti veya olmaması gibi önemli boşlukların doğmasına sebep olmuştur. Türkiye'nin kültürel ekonomik alanlarının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) içindeki payı düşünüldüğünde, kültürel ekonomik alanların kalbi denebilecek “kitap endüstrisi” ile ilgili ve ona bağlı alanlar dolayısıyla edebiyat ve ekonomi ilişkisi hakkında, neden şimdiye kadar çalışma yapılmamış olması da Türk bilimine ayrı konu olabilecek bir sorun hükmüne geçmiştir. Bu yüzden bu çalışmada Türkiye’de gerçekleştirilmiş kitap fuarlarının çözümleme yöntemleri ile Avrupa’da tarihi oldukça eskiye dayanan kitap fuarları ile kitap endüstrisinin çözümleme yöntemlerinde izlenen yol farklı olmuştur.

2007 yılından bu yana her yıl dünyanın en iyi 50 yayıncı grubunu seçmeye yönelik yapılan bir araştırma projesi olan “*Global 50 The World Ranking of the Publishing Industry 2019*” raporuna göre; Türkiye’den herhangi bir yayıncı grubu bu listeye henüz girememiştir. Edebi, iktisadi, siyasi, kültürel, ekonomik, lojistik, teknolojik ve daha birçok etmene bağlı olduğunun düşünüldüğü bu durum bu çalışmada birçok yönü ile tartışılacaktır. Bu temelde özellikle dünyada yayıncılık gruplarından kaydedilen kültürel gelirin yaklaşık % 60'ının profesyonel ve akademik yayıncılıktan ileri geldiğinin etki noktaları gösterilmeye çalışılacaktır. Avrupa’da birçok yayıncı birliği ve edebi kuruluşun uluslararası ticari fuar faaliyetlerinde birlikte çalışıp, ekip ruhu ile birbirlerini destekleyici şekilde ilerlemelerinin, yayıncılık ile ilgili ortak projeler, yasa düzenlemeleri, telif, korsan

vb. meselelerde olası sorunlara karşı ortak çözümlenme arayışlarında bulunmalarının önemi vurgulanacaktır. Vergi, satış, üretim ile ilgili düzenlemelerde karmaşıklıktan uzak sade ve her Avrupa ülkesinde uygulanabilir arayışlarda olmalarının kitap endüstrisinde söz sahibi olmalarına etkileri gösterilecektir. Bu vb. uygulamaların çeşitli Türk devletleri arasında kültürel ekonomik ve edebi ekonomik verimliliği dahası birliği sağlayacak şekilde düzenlenmesi oldukça faydalı olabilir. Kaydedilen tüm bu verilerden yola çıkılıp ölçüt alınan sınırlılıklara bağlı kalınarak bu çalışmada, edebiyat ve ekonomi ilişkisi kapsamında kitap fuarları özellikle kitap fuarlarının tarihi gelişim evrelerinin çözümlenebileceği ve bunun temel ölçüt olarak kabul edilebileceği bir çalışma evreni hedeflenmiştir. Bu yöntem, edebiyatın ekonomik performans göstermeye başladığı dönemlerin haritalandırılmasını, pazar, panayır ve fuar ilişkisi temelinde ilk fuar yapılanmalarının ne zaman başladığı dolayısıyla ilk kitap fuarı kültürünün nasıl yerleştiğinin tespit edilmesini ve bu gelişim seyrinde yazarın sanatçı sıfatının yanında ‘üretici’ sıfatına ne zaman sahip olmaya başladığının anlaşılması bağlamında rol oynayacaktır.

Fuarların tarihsel bakış açısı ile ele alınması bunların yanında edebiyatın ekonomik gelişme seyrinin gözlemlenmesine yardım ettiği gibi alanında kıdemli birçok ekonomi tarihçisi ve ekonomi felsefecisi/düşünürü tarafından fuarlara ekonomik folklorik nitelikler yüklendiğinin görülebilmeye aracı olacaktır.

Yapılan araştırmalardan gözlemlendiğine göre, örneğin “*kültürel ağaçsız alan*” olarak adlandırılan “pazar yeri/fuar/panayır yeri” ekonomik eylemler ve kültürel eylemlerin bir arada gözlemlendiği -tarihsel arka planı oldukça derin olan- “ekonomik dünyalar” olarak adlandırılmıştır. Halk nezdinde ise fuarlar yalnızca satış, tanıtım, takas vb. ticari eylemlerin geliştirildiği yerler olarak algılanmamış sosyal olarak halk gruplarının soy ağacını etkileyebilecek/değiştirebilecek ekonomik anlaşmalara, ayrılık veya birlikteliklere, dini, sosyal kutlamalara ve sembollendirilmelere aracı ticari alanlar olarak görülmüştür. Mesela Champenois Bölgesi’inde evlilikler bu fuar alanlarına göre yapılmış dahası Avrupa ekonomi ve kültür tarihçilerinin iddiasına göre fuar tarihlendirmeleri bile çoğunlukla önemli ailelerin sözleşme ve ahidlerine göre alınmıştır (Braudel, 2017: 241). Halkın genellikle önemli sınırlara veya büyük şehir merkezlerine kurduğu bu büyük ticari yapılanmalarda gözlemlenebilen folklorik unsurların (kıyafetler, konuşma biçimleri,

tüketim alışkanlıkları, satışta takip ettiği gelenek görenek ve inanışlar gibi) yeteri derecede sorgulanıp ayrıştırılması, mevcut ekonomik düzenin kritik temel noktalarının çok daha iyi kavranabilmesine yardım edecektir demek yanlış olmayacaktır.

Bu çalışmada bir başka açıdan değerlendirilmeye alındığı üzere, bütün işin standa sığdırıldığı bir iletişim sınavı olarak fuarlar; yayınevleri için oldukça önemli olan ve orada bulunmanın artık yalnızca fuar süresince değil, fuardan sonraki süreçte de hayati olduğu bütüncül mekânlar dizisi olarak görülmektedir. Yayıncılık üzerine yapılanmış bütün meslek birlikleri, dernek vb. kuruluşların yer aldığı kitap fuarları; yayıncılık sektörünün dünya çapındaki durumu, yaşadığı tehditler, fırsatlar, sorunlar, ülkelerin birbirleri hakkında ekonomik, sektörel, estetik edebiyat değerlendirmeleri, yayıncılık endüstrisinin temel sorunları hükmünde yer alan telif, korsan, vergi vb. meselelerin görüşmelerinin gerçekleştirildiği yerlerdir. Fuarcılık alanında kendini geliştirmek isteyen gençlerin eğitimi, kitabevlerinin yaşadığı zorluklar ve bunlara getirilen çözümlene yaklaşımı, eğitim sisteminde yaşanan okuma alışkanlığı sıkıntısı ve çözümlene yaklaşımı, Türkiye'nin genel okuma kültürü araştırmaları, diğer meslek grupları ile yapılan işbirlikleri, sergi, etkinlik, diğer endüstriyel ve sanatsal alanların edebi ilişkiler gündemi fuarlarda ele alınmaktadır. Teknolojik ve elektronik ilerlemenin geleneksel satış teknikleri ve yapısını değiştirdiği günümüzde kitap fuarları; yayınevleri, yazarlar, editörler, çevirmenler ve illüstratörler tarafından oldukça itibarlı, kurtarıcı, fırsatlar durağı, her türden okuyana hitap edebilecekleri kültürel ekonomik alanlar olarak görülmektedir. Kitap fuarlarının nitelikleri temelinde yayınevleri ile birlikte bağlantı içinde olduğu sektörler ve şirketler, edebiyatın doğrudan ya da dolaylı olarak endüstriyel ve ekonomik yapılanmalarla işbirliği içinde olmasına ve kitap fuarlarında kendisinin de bazen bir kurum gibi çalışmasına ortam hazırlamıştır.

Tüm bunlarla birlikte bu çalışmada ayrıca edebiyatın endüstriyel ve ekonomik işlevleri kitap fuarlarının kitap basım, yayın, dağıtım ve satış çerçevesinde takip edilecektir. Bu çalışmada genel olarak edebiyata -eserlerin estetiği ile ilgili meselelerinden farklı olarak- ekonomik bir işlev yüklenecektir. Kitap fuarları örneğinden hareketle edebiyat ve ekonomi ilişkisi kültürel ekonomik yaklaşımlar çerçevesinde çözümlenecek, psikolojik, sosyolojik, teknolojik ve daha birçok sebeple açıklanabilecek yazılı veya sözlü kültürel tercihlerin/eğilimlerin 'değer' kavramı temelinde tartışmaları yapılacak, herhangi bir

kitabın -sanat eseri/emtia- bir değerine göre ekonomik öndeliğinin nedenleri çeşitli ekonomik, psikolojik ve kültürel yaklaşımlar çerçevesinde anlaşılmaya çalışılacaktır. Edebiyatın yalnızca ‘estetik’ kaygılara hitap eden bir bilim olmayıp farklı işlevlerinin de olduğunun gösterileceği çalışma evreninde, kitap fuarları temelinde kültür endüstrisi, yaratıcı ekonomi ve kültür ekonomisine yaptığı katkılar GSYİH’deki payı ile ayrıştırılmaya, ülke ekonomisi içindeki yeri istatistiki verilerle somutlaştırılmaya çalışılacaktır. Ayrıca dünya yayıncılık endüstrisi karşısında Türkiye yayıncılık endüstrisinin konumu gösterilecek, Almanya ile karşılaştırmalı olarak Türkiye yayıncılık endüstrisinin mevcut sorunları (vergi, telif, korsan, okuma oranları vd.) yayıncılık kurulları tarafından önerilen çözümlere yaklaşımları temelinde tartışılacaktır. Türkiye yayıncılık endüstrisinin ihtimal dâhilinde gelecekte alacağı yeni konum ile yayıncılık ekonomisinin mevcut sorunlarının çözümü/çözumsuzlüğü koşulunda devletin kültür politikalarında ona ayrılan yer, her yönü ile gösterilmeye çalışılacaktır.

Yine, edebiyatın geçmişten bu yana bulunduğu konumun genel bir değerlendirilmesi yapılacak, kalıplaşmış edebiyat araştırma yöntemleri sorgulanacaktır. Edebiyatın farklı işlevlerinin olduğuna dair veriler sunularak bunlara dair uluslararası yaklaşım ve verilerin incelenmesi yoluna gidilecektir. Bu işlevlerden edebiyatın ekonomik işlevi üzerinde durulup kitap fuarlarının bu aşamada edebiyat ekonomi ilişkisi çerçevesinde nerede durduğu sorgulanacaktır. Kitap fuarlarının ülke ekonomisine katkıda bulunduğu noktalar gösterilerek ve edebiyatın kültürel ekonomik işlevi ve iş birliği içinde olduğu yaratıcı endüstriler bağlamında yorumlanacaktır. Türkiye’nin ekonomik, kültürel ve turistik tanıtımında yardımcı olarak görülebilecek faaliyetlerden olan kitap fuarlarının bu anlamda yaşanan uluslararası rekabetteki rol ve bağlantıları incelenecektir. Araştırma planı takibinde kitap fuarlarının işbirliği kurduğu meslek grupları, işveren ve işçi yapılanmaları gösterilecek ve bu kulvarda edebiyatın işlevsel, doğrudan ve dolaylı olarak üstlendiği roller, alanlar belirtilecektir.

Yayıncıların ortak hareket beyni olarak tanımlanabilecek ve edebiyatın ekonomik işlevinin uygulamalı olarak gözlemlendiği kitap fuarlarının değerlendirilmelerinin yapıldığı bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kitap fuarlarının net bir şekilde anlaşılması ve çözümlenmesinin hedeflendiği üzere genel olarak Türkiye’de geçmişten bugüne kitap fuarlarının nasıl yapılandığı hakkında bilgi verilecek, ‘fuar’

kelimesinin folklorik, sosyolojik ve ekonomik temelde panayırlar ve pazarlar ile olan ilişkileri gösterilecek, kavramsal olarak çözümlenmeleri yapılacaktır. “Edebiyat Ekonomisi” başlığı altında, metodolojik olarak edebiyat felsefesi, edebiyat sosyolojisi ve edebiyat eleştirisi temelinde edebiyatın ekonomik konumuna nasıl bakıldığı, bunun yıllar içinde çeşitli teorisyenler tarafından nasıl kabul edildiği veya reddedildiği, bu temelde geliştirilmiş ilk düşünce yapılanmalarının hangi koşullara bağlı olarak oluştuğu tartışılacaktır. Yazarın, ekonomik beklentisinin olmadığına inanılan hali ile ‘sanatçı’ konumunun yanına, ekonomik beklentisi olan ‘üretici/satıcı’ sıfatını ne zaman ve hangi - tarihi- olaylar ile eklediğinin tespiti yoluna gidilecektir.

Felsefi düşünce ekolleri tabanında ‘değer’ kavramı ile sanatın ekonomik eleştirisi tabanında ‘emtia’ kavramı yazarın yarattığı ekonomik potansiyeller çemberinde tartışılacak, edebiyatın bütüncül ve parçalı olarak yarattığı ekonomik ‘değer’ sanatsal ‘değer’ ile karşılaştırılacaktır. Yazarın yarattığı ekonomik değer edebiyatın bütüncül ekonomisi ile ilişkilendirilirken aynı zamanda hem edebiyatın hem edebiyattaki tüm eser sahiplerinin evrensel olarak dolaşımını başlattığı bilginin ekonomisi gösterilmeye ve bunun gerek teknolojik, gerek geleneksel olarak katkı payları ayrıştırılmaya çalışılacaktır. Kültürel ekonomik bir alan olarak değerlendirmeye aldığımız edebiyat ekonomisi yine bu bölümde Türkiye kültür ekonomisi istatistikleri ve Türkiye kültür ekonomisi içindeki edebi ekonomik temeller ışığında tartışılacak, öncesinde kültür ekonomisinin kültürel sektörler tabanında haritalandırmaları, teorik olarak çözümlenmeleri ve tanımlamaları yapılacaktır.

İkinci bölümde; matbaanın icadından önce dünyadaki ve Türkiye’deki kitap piyasasının nasıl olduğu, matbaanın icadı, gelişimi ve yayılması ile kültürel yayın şirketlerinin oluşumu, dolayısıyla edebiyat ekonomisinin tarihi gelişim seyri, -kitap fuarlarından bağımsız olarak- diğer ilk fuarların nasıl oluşmaya başladığı ve kitap satışının bu fuarlarda ilk olarak hangi yıllar ve koşullarda gerçekleştirildiği ve bağımsız olarak ilk kitap fuarlarının nasıl doğduğu, yayıldığı ve neler olduğu çeşitli belgeler ışığında gösterilecektir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; Türkiye’de şu an düzenleniyor olan kitap fuarlarının kültür/edebiyat boyutu temelinde yazar ve yayıncılara, okurlara, genel olarak eğitime etkilerinin detaylandırıldığı bir çözümlene yöntemi hedeflenecektir. Kültürel ekonomik

ticari alanlar olarak yine kitap fuarlarının korsan kitap yayıncılığı, reklamcılık, sesli (erişilebilir/engelsiz) kitap yayıncılığı gibi alanlar ile olan ilişkileri ve teknoloji ile birlikte dijital kitap yayıncılığının gelişmesi sürecinde kitap fuarlarının edebiyatın ekonomik gelişimi yolunda kaydettiği yolun değerlendirilmesi, bağlantı kanallarının tespiti ve çözümlenmesi yapılacaktır. Kitap fuarlarının diğer alanlar açısından çözümlenmelerinin de yer aldığı başlıklar çerçevesinde son olarak kitap fuarlarının kent kimliği ve ekonomisine etkileri, kültürel turizm ve çevrecilik konusunda bir değişken olduğu kabul edilerek edebi ekonomik tabanda yeri gösterilmeye ve çözümlenmeye çalışılacaktır.

1. BÖLÜM

TEMEL KAVRAMLAR VE YAKLAŞIMLAR

1.1 TEMEL KAVRAMLAR

1.1.1 Kültür Ekonomisi

Bu başlıkta kültürün yakın tarihteki “yeni ekonomi” ile bağlantı keşiflerinin ekseninde - kültürün sayısız tanımları üzerinde durmadan- edebiyatın da bir kültür ürünü olmasından hareket edilerek kültür ve ekonomi ilişkisi tartışılacaktır. Kültür, kavram olarak içine birçok olgunun dâhil edildiği, yıllardır farklı bilim dallarından, ait olduğu ulusun meydana getirdiği sanatın, sporun, tıbbın ve daha birçok farklı bilimin temellerini oluşturduğu şeklinde düşünülen bir yapı olması ile sayısız tanıma konu olmuştur. “Kültür, değişim ve dönüşümleri yaratan etkileşimler bütünü ve ürünü olarak” kendisi de sürekli hareket halinde “yaratım, aktarım, gösterim, deneyimleme, özümseme, benimsenme, geliştirilme, değiştirilme” gibi birçok sürecin başlatılması ve devam ettirilmesinde rol sahibi olgular ve yapılar bütünüdür (Özdemir, 2017:7).

Küreselleşmenin etkisi ile kültürler arası etkileşimin yoğun olduğu çağımızda bugün kültürün gelenek, görenek, örf ve adetlerine dahası tüm tarihi, sosyal, politik ve psikolojik geçmişine ne kadar bağlı kaldığının ölçüldüğü ve sorgulandığı bilimsel zeminler oluşmaya başlamıştır. Hem kültürlerin oldukça hızlı bir şekilde değişime uğradığı hem de birbirlerini enformasyon teknolojilerinin de etkisi ile etkileme olanaklarının hayli artması sebebi ile yerele ve kültürel kodlara sadık kalmanın takdiri hak ettiği bir süreçten geçilmektedir. Dolayısıyla endüstrileşmenin getirdiği iletişim, sanat, bilim, kurumsal işbirlikleri, spor vb. birçok alanda yaşanan değişim, yerele ait olanın, ona yeniden dönüşün kıymetli olduğu bir ortam meydana getirmiştir. Diğer kültürler tarafından yerele bağlı olan kültür merakı, haliyle “ziyarete konu olan kültür” manasında rağbete uğrayarak ait olduğu ekonomiyi canlandırmıştır. Kültürler arası hareket ile doğal bir

ekonomi sirkülasyonunun yaratıldığı bu durum ulusların kültürel manada zenginliklerini ifade etmenin paylaşıldığı bir kavram olarak “kültürel ekonomi” yi doğurmuştur.

Bu temelde yazılan ilkyazılar/eleştiriler sistematik olarak kültürün kapitalizmin bir parçası olduğuna ithafen ekonomi veya iktisat ile bir arada anılmasını ‘aşağılayıcı’ bir dille betimlemiş olan Frankfurt Okulu tarafından “Eleştirel Kuram” temelinde geliştirilmiştir. “Eleştirel Kuram”, Max Horkheimer ve Theodor W. Adorno tarafından Frankfurt Üniversitesi’nde 1923’te kurulan Sosyal Araştırmalar Enstitüsü kapsamında geliştirilen “Yeni Marksçı Diyalektik” olarak da nitelendirilen kuramın adıdır. Frankfurt Okulu’nun çekirdeği olan “Eleştirel Kuram” idealleştirilmiş düşüncelerin eleştirisinden yola çıkarak mevcut olan toplumsal ve sosyal yapıları, oluşumları yeniden gözden geçirir. “Eleştirel Kuram” adlandırması Max Horkheimer’in 1937’de “Eleştirel Kuram” adıyla yazdığı makalesine dayanmaktadır. Horkheimer ve Adorno’nun 1944-1947 yılları arasında birlikte yazdıkları “*Aydınlanmanın Diyalektiği*” adlı eser bu okulun en önemli eseri olarak addedilmiştir. Friedrich Pollock, Erich Fromm, Herbert Marcuse, Leo Löwenthal’in de içinde bulunduğu bu topluluk Walter Benjamin’ in de katkıları ile fikir dünyasını geliştirmiştir. “Görgül araştırmalarla desteklenen ‘kuramsal temel eleştiri’ kapsamında ‘dallar-arası’ bir yönelimi benimseyen enstitü” içerisinde Adorno ve Horkheimer’in “otoriter karakter/öz yapı konulu araştırmalar yaptığı okul” kültürü bütünüyle içine alan ve bu okulun kuruluşuna kadar yerleşmiş olan birçok toplumsal ve sosyal düşünce, akım, ideoloji, kurum ve bilimi ‘endüstriyalizm’i odağına alarak sorgulamıştır (Kula, 2013:333-340).

Douglas Kellner’in (1995; 2003) ifadelerine göre; Frankfurt Okulu’nun oluşumundan önce Adorno bu manadaki düşüncelerini daha 1932’de “*Zurgesellschaftlichen Lage der Musik*” (Müziğin Toplumsal Konumu Üzerine) adlı makalesinde ortaya koymuştur. Daha sonra ise ortaya çıkan ilk ekonomik eleştiri dalgası 1970’lerin sonu, 1980’lerin başında ekonomi, kültür ve edebiyat arasındaki ilişkileri araştıran bir bilimin gelgit dalgası halinde görülmeye başlamıştır. Frankfurt Okulu’nun “medya kültürü ve endüstrisi”ne karşı geliştirdikleri yenilikçi yaklaşıma benzer bir yaklaşım tarzına İngiliz kültür çalışmalarının ortaya çıkışına kadar pek rastlanmamıştır. 1960’larda, kültüre “eleştirel ve multidisipliner yaklaşma projesi” olarak İngiltere’de kurulan bir başka okul da,

kültürü; “sosyal üretim ve yeniden üretim teorisi” içinde konumlandırarak onun ekonomi ile olan ilişkilerine eğilmiştir (Kellner, 1995; Kellner, 2003).

Sacit Hadi Akdede (2011)’ye göre; kültürel ekonomi, kültürün çoğunluklu olarak sanat ve eğlence ile ilgili alanının, iktisat biliminin araçlarıyla incelenmesi olarak tanımlanabilir. Bu alanla ilgili biçimsel tanımlar henüz tam olarak yapılmamıştır. Throsby (1994)’den beri kapsamlı derleme yazıları da yazılmamıştır. Dolayısıyla “kültürel ekonomi” araştırmaları yapılırken nasıl bir yöntem oluşturulacağına dair akademik camia tarafından belirgin olarak tam bir yol belirlenememiştir ancak “*Journal of Cultural Economic*”in yöntemleri bu alan için kültür araştırmacıları tarafından başat konumda kabul edilmiştir. “*Journal of Cultural Economic*”den yola çıkılarak izlenen “kültürel ekonomi” yöntemi, “neo-klasik iktisadın araçlarını ve yöntemini kültürel olarak adlandırılan olayların analizinde kullanmak ve bu olayların doğasını, neden ve sonuçlarını ekonomik bir bakış açısından anlamaya çalışmaktır” şeklinde yorumlanabilir (Akdede, 2011:34-35).

Kültür ekonomisi; dünyada artık bir disiplin olmaya başlaması mahiyetiyle oldukça geniş, kültürün bir ‘değer’ halinde kapsamı içine giren birçok alan ile alakadar olup, artık “anlam üretimi üzerinde kurgulanmakta ve bu süreçte yerleşik sosyo-kültürel belleklerden etkili bir şekilde” faydalanmaktadır (Özdemir, 2015:127). “*Journal of Cultural Economics*” tarafından kültür ekonomisi; iktisat biliminin bir alt alanı olarak anılmakta ve “iktisadi analiz uygulamalarının, özel ya da kamusal olarak sahip olunan kültür sektörlerine, kültür mirası ve sanatsal uygulamalarının tümüne uygulanması” şeklinde tanımlanmaktadır (Güran ve Seçilmiş, 2012:6-7). Kültür ekonomisi; “bir bakıma seçkinci, seçici, donmuş, sanatsal kabullerin eleştirisi üzerine kurgulanmış” bir alan olarak şekillenmektedir (Özdemir, 2012:343-349). Dahası “bütün ifadelerinde ekonomik sistemin mantığını yeniden üretebilecek” bir konuma geçmektedir (Castells, 2005:611).

Kültür ekonomisi ile yakından ilişkili ‘yaratıcılık’ kavramı ve bu kavramın “sanat faaliyetlerine uygulanarak ekonomik özgünlüğe ulaşılma düşüncesi” Peters’in (2013f) belirttiğine göre; ilk olarak 1990’ların sonunda İngiliz bir medya girişimcisi olan John Howkins tarafından dile getirilmiştir. Howkins; para, IP ve yaratıcılık terimleri arasında bağlantılar kurmuş, öncü liberal-kapitalist ekonomilerde üretimin en önemli faktörleri olarak fikirlerin, insanların ve ‘şey’lerin; toprak, emek veya sermaye olgularından daha

önemli hale geldiğini dile getirmiştir. Aynı döngüde yine, “bilgi ekonomisi, kültürel ekonomi ve yaratıcı ekonomi” ile ilgili 1940 ve 1950’lerin başında Fritz Machlup ve Friedrich von Hayek, 1960’ların sonunda da Marc Porat “üretimde önem arz eden kavram ve olguların değişimi” ile ilgili ilk cümleleri kuranlardan olmuştur. Endüstri sonrası yaşanan toplumsal dönüşümle kültürün psikolojik ve sosyolojik olarak uyandırdığı etki temelinde inceleme yapan Alain Touraine ve Daniel Bell de özellikle 1980’lerden itibaren kültür ekonomisinin halk politikaları formülasyonlarında girişimcilik ve ulusal yenilik sistemleri ile uygulama alanı bulduğu noktalar üzerinde durmuştur (Peters, 2013f: 42-43).

Kültür-sanat ve ekonominin bir arada anılması ise William J. Baumol ve William J. Bowen tarafından yazılan "*Performing Arts: the Economic Dilemma*" (1966) adlı eser ile başlamıştır. Eserin yazılması “kültür ekonomisi” ve “kültürel ekonomi” tabirlerinin yaygınlaşmasında ve dünyada birçok üniversitede bu tabirin bir disiplin olarak yerleşmesinde itici bir güç olmuştur. Eserde özellikle sahne sanatları üzerine devam eden ekonomik çıkmazlardan bahsedilip bu vb. sanatların aslında ekonominin bir parçası olduğu, bu sanatları takip edenler tarafından henüz bu durumun fark edilmediği ya da dile getirilmediğinden yakınılmıştır. Sahne sanatlarının yaşadığı mali sıkıntılar tüm detayları ile belgelenirken ‘sanat’ın da ekonomik bir maliyetinin olduğu, buna vergilerin, sahne /oyuncular için temin edilen eşya, kıyafet, ses, görüntü sistemleri gibi her türlü harcamanın dâhil olduğu hatırlatılmıştır. Tüm ekonomik problemler bütün yönleri ile güncel haline de karşılık gelecek şekilde bilet fiyatları, maaşlar, elde kalan kazanım miktarları, bu giderlerin ekonomi içindeki genel eğilime uyumu vb. açılardan tartışılmıştır (Bain, 1969: 170). Yazar kültürel alanlardaki iktisadi sorunların diğer alanlara da yansıtılmasının ifadesi olarak bu durumu veya dengesizliği “maliyet hastalığı” olarak nitelendirmiştir. Belirtilen maliyet hastalığı argümanına göre; teknolojik gelişmelerle artan milli gelir, teknoloji yoğun sektörlerde verimliliği artırırken; sanat gibi emek yoğun üretimlerde verimliliği artırması mümkün değildir. Bu durumda, milli gelir ve refah artarken, sanat üretimleri için gerekli üretim faktörü ve sahneleme maliyetleri de artmakta, çıktı ise sabit kalmaktadır (Büyük yazıcı, 2016: 72).

William J. Baumol ve William J. Bowen’in eserlerinin oldukça etki uyandırdığı 1960’lı yıllarda, Avrupa ve Amerika’da sanatı desteklemeye başlayan kamu daireleri kurulmaya başlanır. Bu temelde Amerika’da 1965’te “*National Endowment for the Arts*”,

İngiltere’de “*Art Council*” kurulmuştur. Sanatın ekonomik eleştirisinde, sanatın ekonomik ve sosyal manada araştırılması ve desteklenmesi adına bu kamu yapılanmaları oldukça önemli kabul edilmiştir. Bu dönemde toplumun birçok organizması sanatın kamu kuruluşları tarafından desteklenmesi hususuna dikkat çekmeye başlamış, devlet ya da diğer kamu kuruluşlarının teknolojik ve ekonomik olarak durgun olan bu sektörlere yardım etmesi gerektiği nedenleri ile dile getirilmiştir (Akdede, 2011: 33-39).

Daha sonra Baumol ve Bowen’in eserine cevap niteliğinde değerlendirilebilecek Fransız kültür yönetimi üst düzeyinde bulunan Mr. Girard ve Fransız Kültür Bakanlığı ev sahipliğinde bir konferans düzenlenmiştir. “*The Impact of Television on the Live Arts*” adındaki bu konferans “sahne sanatları ve diğer sanatların finanse edilmesine ve daha çok yayılmasına TV ve diğer medya kanalları nasıl yardım edebilir?” sorusunu merkeze alıp medya ve sanat ekonomisinin birbirlerine katkı sağlayarak ilerleyebileceği bir araştırma düzleminin oluşmasına imkân sağlamıştır. Mr. Girard daha önce bahsettiğimiz “*Aydınlanmanın Diyalektiği*” adlı esere cevap niteliğinde Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) için 1972’de de bir yazı yazmış ve “kültürel politikalar”da uygulanan kültürel endüstrilerin içeriği hakkında oldukça pratik bir takım değerlendirmelerde bulunmuştur. “Kültür politikalarından sorumlu olanların şimdiye kadar bu endüstrilerin artan önemine karşı göz yumduklarını” ifade ederek hem bu meseleye karşı olanların hem de destekçi olanların gerekli önemi göstermediklerinden yakınmıştır. Mr. Girard çalışmasında -Fransa örneğinde- kültürel ekonomik alanların ilk listeleme denemesini yapma girişiminde bulunanlardan biri olarak, bugün de olduğu gibi listeye başta yayıncılık olmak üzere medya ile radyo ve TV, müzik ve film sektörlerini eklemiştir (Towse, 2000: 108; Girard, 1981).

Fransa’da atılan bu ilk adımlardan sonra 1980’lerde UNESCO tarafından kültürel endüstriyel hesaplamalar, istatistik koleksiyonları oluşturma girişimleri ve muhasebelerinin yapılması gibi uygulamaların hedeflendiği bir çalışma dizisi başlatılmıştır. Çalışma, Avrupa Konseyi ile Batı Avrupa’da desteklenmiş, ancak çalışmanın dili ile ilgili katılımcı/destekçi devletler arasında bir takım sorunlar yaşanmıştır. Fransa ve Hollanda gibi devletler, kültürel basım ve yayınların –gazete, kitap, radyo vb.- Fransızca veya Felemenkçe gibi dillerde de olabileceğini, yalnızca İngilizce’nin bir ölçüt olmaması gerektiğini ifade etmiş, herkese hitap edebilecek yeni

ölçüm modellerinin yapılmasının gerekli olduğunu dile getirmiştir. Bu sorunlardan sonra “Evresnel modelde kültürel hesaplamalar nasıl yapılmalı?” gibi belirli sorular yeni araştırma metotları geliştirilmesine ve uzun vadede çok iyi çıktılar elde edilmesine vesile olmuştur. Dahası bu alanda çeşitli önerilerin olduğu bilimsel modellemelerle örülü çalışma örnekleri doğmaya başlamıştır. Örneğin Towse (2000) kültürel ekonomik çalışmalarda; müzik, film ve sahne sanatları gibi alanlar hakkında çalışmaların yapıldığını, ancak bunun yayıncılık endüstrisi için hala geçerli olmayıp, en geniş kültürel ekonomik alanlardan biri olarak yayıncılık hakkında çalışma yapılmasına acil ihtiyaç duyulduğunu dile getirmiştir. İhmal edilen ve kapsamlı ekonomik bir döngünün izlendiği alan olarak yayıncılık endüstrisi odaklı çalışma yapılmasının özellikle kültürel ekonomik alanlar içinde sektörel büyüklükleri netleştirmek açısından önem arz edeceğini, dile getirmiştir (Towse, 2000: 107-127). Ayrıca Ruth Towse (2019), yeni sayılabilecek bir alan olmasından dolayı daha sonra yapılacak çalışmaların izlemesi gereken yöntemler üzerinde durmuş, kültür ekonomisinin genel hatlarını/sınırlılıklarını çizmeye özen göstermiştir. Bunu yaparken “*Journal of Cultural Economics*”e göre hareket etmiş ve bir disiplin olarak kültürel ekonomik alanları konu alan farklı yaklaşımların haritalandırılması veya metodolojik temelde incelenmesi gerektiği yönünde öneriler geliştirmiştir. Kültürel ekonomiye çeşitli teorik yaklaşımlar olduğuna da dikkat çekip, bu yaklaşım türlerini makroekonomik yaklaşım, neoklasikal ekonomik yaklaşımı, mikroekonomik yaklaşım, endüstriyel organizasyonlara bağlı yaklaşımlar ve varlık ekonomisine bağlı yaklaşımlar olarak sınıflandırmıştır (324-695).

Bu aşamada Mark Blaug kültürel ekonomi hakkında Batı ve Avrupa araştırmaları arasında oldukça ciddi araştırmalar yapmıştır. Kültürün ekonomik ve politik düzeydeki yeni oluşmaya başlayan teorilerine yeni teoriler eklemiş ve bu onun “kültür ekonomisi” nin bir disiplin olarak yerleşmesine yardım etmiş olanlardan biri olarak tanınmasına vesile olmuştur. Özellikle sanatın ülke ekonomisine katkılarının fark edilmesi ve ekonomik teorilerde sanat ekonomisinin de test edilmesi yönünde ısrarda bulunmuştur. Baumol ve Bowen’in sanatın ekonomisinin tartışıldığı ilk tarih olan 1966 yılındaki “*Performing Arts: The Economic Dilemma*” adlı eserinin yayımlanmasından yaklaşık sekiz yıl sonra çalışmalarını yürüten Mark Blaug, bu çalışmalarını kültürel bir bölge olarak seçtiği Avustralya üzerinde uygulamıştır. Mark Blaug’un oldukça kapsamlı olan bu çalışmalar grubu “*cost-effectiveness analysis*” olarak adlandırılmış ve sanatın gelir-gider

dengelerini tümüyle tartışan çalışmalar grubu olarak görülmüştür¹. Bunların yanında kültür ve sanatın ekonomisinin, ekonominin bütün temellerinde tartışılmasına olanak sağlayan ve bu konuda ilkeler, teoriler çalışma metodları geliştiren “*Journal of Cultural Economics (JCE)*” in 1981’de üyesi olmuştur (Handke ve Dekker, 2013: 225-244).

Bu alanda yapılan en önemli çalışmalardan bir diğeri ise ekonomist Tyler Cowen tarafından 1998 yılında yazılmış olan “*In Praise of Commercial Culture*” adlı eserdir. Kitap son elli yılın kültürel üretim ekonomisini incelemiş, bunu yaparken sanat ve kültür ekonomisinin yeterli düzeyde desteklenmediğine vurgular yaptığı bir çalışma düzlemi oluşturmuştur. Günümüzdeki toplumsal kültürün çekirdeğini edebiyat, müzik ve görsel sanatların oluşturduğunu, dolayısıyla bu alanlarla ilgili geliştirilen kültürel politikaların yetersiz olmasındaki çelişkinin anlaşılabilir olduğunu dile getirmiştir. Kitap, film ve müzik endüstrileri ile diğer birçok sanat/ sektör ekonomisini Floransa, Paris ve Amsterdam merkezinde ele alan Cowen, ekonomi ve kültür ilişkilerini kültürel karamsarlıkla ele alan düşünce sistemine karşı çıkmıştır. İncelemelerinde “market ekonomisinin kültürü kaçınılmaz bir şekilde çökertebileceği” fikrine bağlı kalan fikir sahiplerinin neden bu düşünceye bağlı kaldıklarını analiz etmiş, Sheakespeare, Mozart ve Bethoven gibi sanatçıların geldiği kültürü, ekonomik ve sanatsal üretimleri ile birlikte değerlendirip söz konusu kültür karamsarlığının yersiz olduğunu detaylandırmıştır. Ayrıca pek çok düşünürün kafasını kurcaladığı gibi o da, iyi sanat yaratımlarının yüksek eğitim veya ekonomi bağlantılı olup olmadığını tartışmıştır.

Bruno S.Frey’in (2000) “*Arts and Economics: Analysis and Cultural Policy*” adlı kitabı kültür ve ekonominin kesiştiği noktaları çözümlenmekte üzerine eğilmenin faydalı olacağı bir eserdir. Bu eserde festivaller, müzeler, sergiler ve sanatın kamu desteği ile dönüşüm yaşayabileceği diğer eylemler, sanat yatırımlarının ekonomik dönüşümleri ve kültürel ekonomi politiğinde izlenilmesi gereken yollar ile izleniyor olan yollar üzerinde durulmuştur. Bruno S. Frey bu eserinde “ekonomi ve sanatın kapsamlı bir incelemesini vermediğini” bu eserin bu alanda yapılacak çalışmalar için “tarihi verileri sunma noktasında” yardımcı olabileceğini dile getirmiştir. Bu alanda yazılmış diğer bir önemli

¹ Mark Blaug’un kültür ekonomisi, çalışma ekonomisi, hizmet ekonomisi, iktisat tarihi, ekonomik düşünce tarihi ve daha birçok ekonomik düşünme şekline hizmet etmiş çalışmalarının bir araya toplandığı bir eser olarak M. Baumans ve M. Klaes’in (2013) “*Mark Blaug: Rebel with Many Causes*” adlı derleme çalışmaları bu konuda daha fazla bilgi edinmek için incelenebilir.

eser ise aynı yıllarda Richard E. Caves tarafından yazılmış olan “*Creative Industries*” (2000) adlı eserdir. Eser yaratıcı endüstri teorisine idealist bir bakış açısıyla yaklaşmıştır.

Yine David Throsby bu alandaki en geniş çalışmalardan birini yapmıştır. “*The Economics of Cultural Policy*” (2010) adlı eseri ile kültür ekonomisi çatısı altında bulunan sektörleri, kültür ekonomisi olgusunun tarihi gelişimini, bu alanda uygulanan politikaları ve kültürel politikaların geçirdiği değişim evrelerini çözümlenmeye çalışmıştır. Kültürel ekonomi kapsamında değerlendirilebilecek tüketici davranışlarını, ürün tanıtımı, üretimi ve tüketim dengesini, devletlerin bu yönde izlemesi gereken veya izliyor olduğu politikaların şeklini incelemiştir. Bütün bunların yanında kültürel ekonominin turizme, bölgesel kalkınmaya etkisini tartışmış ve yaratıcı ekonomi odaklı yapılan çalışmaların kültürel çeşitliliklerin tanımlanması, sanat ekonomisi, tarihi ve eğitimi temelinde ekonomiye uyarlanması konusunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

Bu döngüde kültürel ekonominin metodolojik gelişim çizgisindeki durumu hakkında önemli tespitlerde bulunan David Ruffel, sanatlara “anıtsal ve savurgan” kamusal yatırımlar aracılığı ile doğan bir “*sensus communis*” (ortak duygu-sağduyunun zemini) yaratan 18. yüzyıl anlayışının yerini, “sanatçının toplumsal bir dokunun içine dâhil olmasını öncelik olarak kabul eden mikro politik yaklaşımların” aldığını savunur. Ruffel, bu dönüşümün üç sonuç doğurduğunu dile getirir; [1] Sanat pratikleri gitgide daha fazla “kültürel bir programa bağlıdır” bu da sanat için ekonomik çıktılar projelendiren politik bir rasyonalite olduğu neticelerini doğurmuştur. [2] Sanat; “toplumsal birlikteliğin taşıyıcısı” olarak anlaşılmalıdır. [3] Sanat; eğitsel, ticari ve toplumsal refah kurumları gibi yeni aktarma merkezlerinde kurumsallaşmıştır. Böylelikle, sanata doğrudan ekonomik, pedagojik ve toplumsal birleştirme işlevleri yüklenebilir. (aktaran Clavier ve Kauppinen 2018: 165).

Bu aynı şekilde sanatla içiçe ve sosyal bir olgu olan kültür ekonomisine de bütüncül olarak yüklenebilir. Bu düşünce yapısına göre; kültürün ekonomi ile buluşması, sanatın eski sanat usullerinden farklı hareket etmesi ile ilişkili olabilmektedir. Yani eski ‘anıtsal’, ‘devasa’ ve ‘halk’ın ulaşamayacağı şekilde formülize edilmiş yapılar ve kitabi sanat eserleri şimdi ‘halk’ ile buluşacak düzeye gelmiş, “toplumsal birliktelik”in bir simgesi konumuna geçmiştir. Dolayısıyla bu durum her türlü alanda ifade şekilleri bulabilen bir kültür yapısı oluşturmuş ve ekonomik kurumlarla doğal bir buluşma sirkülasyonunu

yaratmıştır. Bu döngüde Marx için sanat/edebiyat/kültür; alt yapıyı oluşturan üretim tarzı ve ilişkilerince belirlenen bir üst yapı ürünü olarak tarif edilir. Dolayısıyla, alt yapıda yani “üretim tarzları ve ilişkileri”nde gerçekleşen her türlü değişim, doğrudan sanata/edebiyata yansır. Alt-yapı, sanatın/edebiyatın içeriğini ve biçimini, yazınsal türlerin ortaya çıkması ve kalıcılaşmasını veya yok olup gitmesini de belirleyebilir (Kula, 2013: 9-110). Yani sanat ve kültür bir üst yapı olarak, alt yapı şeklinde düşünülebilecek ekonomik ve politik her türlü iniş veya çıkışlardan etkilenebilir.

Sonuç olarak yaşanılıyor olan gelişim-değişim sürecinde edebiyat ve kültürün ekonomi ile aynı cümlelerde olumlu veya olumsuz kullanılmaya başlamasının ardından, kültür ekonomisi kavramının yerel ve bilimsel zeminden uluslararası stratejik kültürel politika haritalandırmalarına dâhil edildiği bir süreç başlamıştır. Bu süreçte kültürel yatırım bütçeleri, izlenmesinin faydalı olacağı düşünülen yol haritaları kültürel tartışmalara dâhil edilmiştir ancak bu süreç her ülkede farklı bir seyirde hareket etmekle beraber farklı zamanlarda başlamıştır. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, kültürün ekonomik döngüde yarattığı kazanımları ölçme, analiz etme, tartışma, hükümet programlarına alma, değerlendirme, kurumsal zeminlere oturtma gibi çalışmalar yapılmış ve yapılmaktadır. Uluslararası kuruluşlar tarafından da çalışılmış, tanımlamaları, kapsamı, işlerliği, uygulama alanları ile ilgili proje ve programları yapılmış ve bu kuruluşlar tarafından dünyadaki kültürel ekonominin çerçevelerini saptamak için istatistiksel ölçümler elde edilerek veri bankaları oluşturulmuştur. Yapılan ölçümlerde genellikle, ülkelerin tüm ekonomik kazanımları toplamında -enerji, petrol vb. sanayiler ve sanayi üstü kazanımlar- en iyi gelir getiren sektörler ile kültürel ekonomik alanların neredeyse aynı zirve noktalara ulaştığı veya onlara yakın ilerlediği bir grafik çizdiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda tartışılacağı üzere aşağıda Türkiye kültür ekonomisinin mevcut durumu analiz edilecektir.

1.1.1.1 Türkiye’de Kültür Ekonomisi

Kültürel ekonomi; kültür sektörünün ekonomik organizasyonu ile ilgilenen ve bu sektördeki üreticilerin, tüketicilerin ve hükümetlerin davranışlarını araştırmalarına dâhil eden bir yapı, olarak bilinmektedir. Kültür endüstrileri ve ekonomilerini; WIPO;

“copyright endüstrileri”, İktisadi Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD); “içerik endüstrileri”, Avrupa Birliği (AB); “kültür endüstrileri (Fransız yaklaşımı), yaratıcı endüstriler (İngiliz yaklaşımı) ve denetim ekonomisi (İskandinav yaklaşımı)” şeklinde adlandırmaktadır (UNCTAD ve UNDP, 2010).

Birleşik Krallık Teknoloji, Kültür, Medya ve Spor Dairesi (DCMS), 1990’lı yılların sonlarında ülke ekonomisini kültürel/yaratıcı ve yenilikçi odaklı olarak örgütlemeyi hedeflemiş ve ilgili alanda bir sınıflandırma geliştirmiştir. Tasnif dâhilinde 13 alt alan tanımlanmıştır. Günümüzde hala geçerliliğini koruyan bu temel sınıflandırma içerisinde yer alan sektörler şunlardır: Reklamcılık, mimarlık, sanat ve antikalar, el sanatları, tasarım, moda, film ve video, müzik, gösteri sanatları, yayıncılık, yazılım, radyo-televizyon ve bilgisayar oyunları. Kültür ekonomisinin alt dalları şeklinde nitelendirilen “geleneksel kültür sektörleri” ve “modern kültür sektörleri” şeklinde bir ayrıma gidilmiştir. Elektronik yayıncılık ve kütüphanecilik gibi alanlar modern kültür sektörleri olarak değerlendirilmiştir. Yaratıcı endüstrileri açıklayan “Ortak Merkezli Daireler Modeli”nde ise; “edebiyat, müzik, gösteri sanatları ve görsel sanatlar” öz/çekirdek yaratıcı sanatlar, “film, müze ve kütüphaneler” diğer çekirdek endüstriler, “müze hizmetleri, yayıncılık, ses kaydı, televizyon, radyo, video ve bilgisayar oyunları” daha geniş kültürel endüstriler, “reklamcılık, mimari, tasarım ve moda” ilişkili endüstriler, şeklinde kümelenmektedir (Özdemir, 2012: 16-223).

Kültür ekonomisi ile ilgili araştırmalar yapılırken genellikle bu alanda araştırma modellerini geliştirmiş bir ülkenin uyguladığı metotlar denenmektedir. Ancak genel bir uyum ölçeği olarak “Birleşmiş Milletler İstatistik Bölümü (UNSD), Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (EUROSTAT), Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Uluslararası Para Fonu (IMF), OECD ve UNESCO gibi uluslararası kuruluşlar tarafından geliştirilen veri tabanlarına uyumlu ölçütlerin de saptanması” önem arz etmektedir (Şen, 2017: 23).

Türkiye’de ise bu temelde kapsamlı bir şekilde üç araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların tümü il bazındaki döküm raporları olarak bilinmektedir. Bunlar; İstanbul (Aksoy ve Enlil, 2011), Ankara (Güran ve Seçilmiş, 2012) ve İzmir şehirlerini merkeze alan döküm çalışmalarıdır. Bahsi geçen çalışmalarda DCMS ve Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) tarafından önerilen sınıflandırma ve kavramlar üzerine temellenen melez metodolojiler tercih edilmiştir. Literatürde sınıflandırma için tercih

edilen ortak bir metodoloji yoktur. Genelde yapılıyor olan çalışmalarda da DCMS, UNCTAD ve WIPO yöntemleri sıklıkla kullanılmaktadır. Ancak bunlar arasında DCMS sınıflandırması, yapılan çalışmalarda çok daha fazla tercih edilmektedir (Seçilmiş 2015).

Bunlarla birlikte ilk kez 2011 yılında Türkiye-Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK) tarafından yapılan kapsamlı araştırmalar ile ulusal ekonomi içindeki kültür ekonomisinin payı ölçülmüştür. 2011 yılında kültür ekonomisi 46,1 Milyar Dolar olarak hesaplanmış ve bu değer milli gelirdeki oranı da % 6 olarak elde edilmiştir. 2014 yılında kültür ekonomisi hesaplamalarına yeni sektörler de dâhil edilmiş 57,3 Milyar Dolar çıktısı olan bir grafik izlenmiştir. 2014 yılında 124,96 Milyar Liradan 125,07 Milyar Liraya yükselmiş olduğu kaydedilmiştir. Ancak 2014 yılında GSYİH'in %11,7 artması ve Türk Lirasının % 24 değer kaybı nedeniyle kültür ekonomisinin GSYİH'deki payı % 6,4 olmuştur. (Şen 2017: 21). TAVAK dışında şu an Türkiye'de kültür ekonomisi ile birlikte yaratıcı sosyal, kültürel ve sektörel birçok alanda araştırma yapan ve 2012'de kurulan Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği'ni (YEKON) unutmamak gerekir.

Bu ölçekte Türkiye'de hükümet planında yer aldığı hali ile kültür ekonomisi ve sektörlerinin ilgili uzmanlık kolları, tartışma masaları –meslek birlikleri, dernekler, vakıflar vb hariç- Türkiye'de ilki 1982'de, ikincisi 1989 yılı ve 2017 yılının Mart ayında uzun yıllardan sonra üçüncüsü gerçekleştirilmiş olan Milli Kültür Şûrası'nda oluşturulmuştur. III. Milli Kültür Şûrası Türkiye'deki tüm kültürel sektörleri yakından ilgilendiren, bu sektörleri inceleyen, mevcut sorunlarını, ihtiyaçlarını bilimsel zeminde raporlayan, tanımlayan ve araştıran disiplinlerin de üzerine eğildiği bir toplantı olarak bilinmektedir. Yeni kültür politikalarının oluşturulması hususunda bu toplantıda, Türkiye'de kültürel yapılanmalarda izlenecek olan yeni yollar belirlenmeye çalışılmıştır. Toplantıda ayrı ayrı komisyonlar oluşturulmak üzere toplam 17 komisyon bir araya gelmiştir ve komisyonlar içinde Kültür Politikaları Komisyonu, Kültür Diplomasisi Komisyonu, Kültür Ekonomisi Komisyonu gibi komisyonların yanı sıra Dil ve Edebiyat Komisyonu, Yayıncılık ve Kütüphanecilik Komisyonu, Medya ve Kültür Komisyonu da yer almıştır (“Şûra Komisyonları”, 2017). “Kültür Ekonomisi Komisyonu” Ali Saydam'ın başkanlık yaptığı toplam dokuz üye ile oluşturulmuştur. Komisyonda özellikle “milli kültür ve bilinci” ile sürdürülebilirliği yüksek hedefler doğrultusunda kararlar alınmaya çalışılmıştır. Komisyona göre; “ülkeleri farklılaştıran millî kültür, içinde

barındırdığı bütün unsurları ile iyi yönetilirse ülkeye rekabetçi avantaj sağlayabilir. Dil, edebiyat, görsel sanatlar, mimari, sinema, tiyatro, müzik, medya, arkeoloji, tarih gibi pek çok alanı içinde barındıran kültür dünyasının ekonomik dinamiklerini oluşturmak, ülkemizdeki marka varlıklarını yönetmek de bu rekabetçi avantajı edinmek için çok önemlidir.” Kültür Ekonomisi Komisyonunun yaptığı çalışmanın sonuç raporuna göre dokuz üye, kültürel ekonomi kapsamında toplam dokuz başlık altında gelecekte atılacak adımlar, mevcut durum ve yol haritasını içeren belirlemeler yapmıştır. Rapora göre elde edilen başlıklar aşağıdaki gibidir:

- “Millî Kültür Endüstrisi ve Envanteri
- Millî Kültür Endüstrisi Girişimciliği
- Millî Kültür Ekonomisi ve Sponsorluklar
- Millî Kültür Ekonomisinin Oluşturulması ve Kültürün Finansmanı
- Millî Kültür Ekonomisi ve Dış Ticaret
- Millî Kültür Ekonomisinin Dünya Kültür Ekonomisinden Aldığı Payın Artırılması
- Millî Kültür Ekonomisi ve Fikri Haklar
- Millî Kültür ve Marka Ekonomisi
- Millî Kültür ve Sanat Piyasası (“Sonuç Raporu”, 2017: 1-28)”.

Başlıkların her birinde bütün komisyon üyeleri, ayrı ayrı raporlama yaparak her bir alanda “Kültür Ekonomisi”nin dünyanın gelişmiş ülkelerinin uyguladığı yol haritaları ve elde ettikleri sonuçlara da uyacak şekilde toplumun birçok alandan üyesini ilgilendirecek mahiyette belirlemeler yapmışlardır. Özellikle TÜİK ile birlikte diğer kurumlar, enstitüler ve üniversiteleri ortak çalışmalara davet etme, öneriler oluşturma, çözüm yolları belirleme gibi hedefler belirlenmiştir. Önemli noktalardan biri olarak kültürün ekonomik etkilerinin ölçülmesi temelinde Türkiye’deki istatistiki verilerin eksikliği üzerinde durulmuş ve çözümlenmesi aciliyet gerektiren bir konu olarak kaydedilmiştir.

Türkiye dışındaki birçok toplum için önemli bir yerde olan kültür ekonomisi ile ilgili veriler düzenli bir şekilde ölçülmektedir. Türkiye’de ise kültür ekonomisi ile ilgili verilerin ulusal ekonomi içindeki payının ölçülmesi ve kültürel sektörlerin ülke ekonomisine neler kattığına dair tespitlerin yapılması ve gözlemlenebilir çıktılarının elde

edilmesi ancak 2010 yılına doğru kısmen de olsa oluşmaya başlamıştır. Özellikle Türkiye akademik sahasında kültürel ekonomi ile ilgili çalışmaların ne durumda olduğunu somutlaştırmak adına UNESCO Türkiye Milli Komisyonu “Kültür Yönetimi ve Kültür Politikası Akademik Alan Araştırması Raporu” adlı bir rapor hazırlamış, Türkiye’deki üniversitelerde son 30 yılda hazırlanan bu alanla ilişkili yüksek lisans, sanatta yeterlik ve doktora tezlerini tespit etmiştir. Yapılan araştırma neticesine göre; “tezlerin 886’sı (%83) yüksek lisans, 16’sı (%1) sanatta yeterlilik, 172’si de (%16) doktora tezidir. Tezler konularına göre incelendiğinde, 489 tezin kültür ve sanat politikası, 379 tezin kültür mirası ve müzecilik, 96 tezin kültür endüstrileri, 86 tezin sanat ekonomisi, 22 tezin ise sanat ve kültür yönetimi alt başlıklarında yer aldığı raporlanmıştır. Tezlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, 1985’ten bu yana yazılan tezlerin %42’sinin 2010-2015 yılları arasında yazıldığı tespit edilmiştir (UNESCO 2015).”

Birleşmiş Milletler, 2008 yılında kültürel ve yaratıcı ekonomiyi ilk defa raporlayan uluslararası kuruluş olarak, yaratıcı ve kültürel ekonominin, dünya ekonomisinin en dinamik sektörlerinden biri olduğunu ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde oldukça hızlı büyüme fırsatları sağladığını göstermiştir. Kültürel ve yaratıcı ekonomiye yönelik hazırlanan Birleşmiş Milletler ve Uluslararası Yazarlar ve Besteciler Toplulukları Konfederasyonu (CISAC) 2015 ortak raporuna göre 2 trilyon 250 Milyar Dolara ulaşan hacmi ve 30 milyonun üzerindeki istihdamı ile kültür endüstrisi ve ekonomileri, gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinin ana taşıyıcısı olarak tespit edilmiştir (“Sonuç Raporu” 2017: 1-28). Kültürel ve yaratıcı ekonomik alanlarda Türkiye’nin uluslararası camiadaki yerine baktığımızda ise durumunun iyi olduğu kaydedilmiştir. Türkiye’de 2008-2011 dönemi kültürel endüstrilerin devrim yaşadığı yıllar olarak görülmektedir. Bu yıllar arasındaki toplam büyümeye göre Türkiye dört yılda % 52 olarak -çalışan sayısında- artış kaydetmiştir. En iyi büyüme yazılım ve programlamada % 487 olarak saptanmış, daha sonra yayınlama % 465 ve radyo-TV’ de % 264, en düşük performans ise reklamcılıkta % -8 olarak belirlenmiştir. Kültürel ekonomik bir alan olarak yayınlama faaliyetleri Türkiye’de en çok gelir getiren ikinci alan olarak belirlenmiş olmasına rağmen, bu alanda Türkiye’de hala akademik/bilimsel çalışmaların yapılmamış olması oldukça üzücüdür (Lazzeretti, vd., 2014).

UNCTAD' ın hazırladığı rapora (2018) göre; yaratıcı endüstri pazarının büyüklüğü 2002'de 208 Milyar Dolar iken, 2015'de 509 Milyar Dolar gibi bir rakama ulaşmıştır. Küresel ölçekteki mal ticaretinde kriz dolayısıyla % 12'lik bir düşüş yaşanmış ancak başta Çin olmak üzere Hong Kong (Çin), Hindistan, Singapur, Çin'in Tayvan Eyaleti, Türkiye, Tayland, Malezya, Meksika ve Filipinler kültürel ekonomide gelişen ekonomiler olarak gösterilmiş ve kültürel sektörlerde gelişmeye devam eden ilk on Asya ülkesi olarak yer almıştır. Yaratıcı ekonomiyi teşvik etme ve yaratıcı ürün ihracatçısı gelişmiş ülkeler gurubunda ise Amerika Birleşik Devletleri, Fransa, İtalya, Birleşik Krallık, Almanya, İsviçre, Hollanda, Polonya, Belçika ve Japonya bulunmaktadır. Avrupa 2002'deki 85 Milyar Dolar yaratıcı ürün ihracatını, 2015'de 171 Milyar Dolara (% 5,5) çıkarmış, Asya ülkeleri ise 228 Milyar Dolarlık yaratıcı mal ihracatı yaparak Avrupa'nın iki katı bir rakama ulaşmış ve diğer tüm bölgeleri geride bırakmıştır. Asya ülkeleri içinde ise Çin dünyanın önde gelen yaratıcı ürün ihracatçısı olmaya devam etmiştir (UNCTAD, 2018)

Yaratıcı hizmetler, kültür ekonomisi ve endüstrileri ile ilgili veri toplamak oldukça zordur. Ancak uluslararası istatistik kuruluşlarına veri gönderen ülkelerin katkıları ile dünya genelinde kültür ekonomisi ile alakalı veri bankaları hızla oluşmaya başlamıştır. Geliştiriliyor olan bu veri bankalarında, yaratıcı hizmetlerin büyüme oranının tüm hizmetlerin iki katından fazla ve hızlı olarak istikrarlı bir şekilde büyüdüğü kaydedilmiştir. Bu da gelişmiş ekonomilerdeki gelişme payının büyük bir kısmının yaratıcı sektörün oluşturduğu ekonomiden meydana geldiğini göstermektedir.

İçinde yayıncılık, yayıncılığın alt dalları ve yeni medya faaliyetlerinin olduğu yaratıcı sektörlerdeki yaratıcı mal ihracatı 2005'ten 2015'e 3 Milyar Dolar ile yıllık % 7,87 oranında artışın izlendiği bir grafik çizmiştir. Uluslararası ticaret sektörleri arasında yaratıcı ürün ihracatında pastanın büyük dilimi % 62 ile tasarım ihracatına aittir. Daha sonra görsel-işitsel sanatlar % 11, yeni medya % 8, yayıncılık ve el sanatları ise % 7 ile dünya yaratıcı ürün ihracatında önemli bir rol üstlenmiştir. Dünyadaki yaratıcı mal ithalatında ise; 2002'de 227 Milyar Dolar, 2015'te 454 Milyar Dolar gibi bir hesaplama kaydedilmiştir. Türkiye 2015 yaratıcı ürün ticaretinde dünya sıralamasında ilk dört ülke arasında olup; Çin 154 Milyon Dolar ile birinci, İtalya 15 milyon dolar ile ikinci, Hindistan 12 Milyon Dolar ile üçüncü, Türkiye beş Milyon Dolar ile dördüncü sırada yer almıştır (UNCTAD, 2018: 22-25).

Yaratıcı ürün ticareti ile beraber, yaratıcı endüstrilerin dolayısıyla kültürel ekonominin en önemli gurubu olarak “yayıncılık ve basılı medya” dünya yaratıcı ürün ticaretinde sürekli pozitif bir role sahiptir. Gelişmekte olan ülkeler arasında “yaratıcı yazılı ve basılı medya” ihracatında en iyi ülkeler sırasıyla Çin, Çin (Hong Kong), Çin (Singapur), Meksika, Hindistan, Malezya, Tayvan, Çin (Peru) ve Filipinler’dir. Gelişmiş ekonomiler tabanında ise Almanya “yaratıcı yayıncılık/yazılı ve basılı medya” ihracatında 4 Milyar Dolarlık bir ivmeyle ilk sırada yer almaktadır. ABD ikinci sırada Birleşik Krallık ise ihracatta üçüncü sırada yer almıştır (UNCTAD, 2018: 1-33). Türkiye’nin, kültürel ekonomik alanlarda gelişmesine katkı sağlayacak ekonomik, politik iyileştirme çalışmaları ile araştırma-uygulama projeleri yapılırsa bu alanda çok daha ileriye gitmesi kaçınılmazdır. Bu temelde Ekonomi Bakanlığı tarafından “2023 Hizmet İhracatı Stratejisi” başlıklı toplantıların düzenlenmeye başlanması önemli adımlardan biri olarak kabul edilmelidir. Türkiye Yayıncılar Birliği (TÜRKYAYBİR) bilindiği üzere TOBB Türkiye Kreatif Endüstriler Meclisi’ne üye olarak bu toplantılara katılmakta ve Türkiye’nin yayıncılık endüstrisi ile ilgili oluşturduğu raporlamalarını TOBB Türkiye Kreatif Endüstriler Meclisi kanalıyla, Ekonomi Bakanlığı’na ulaştırmaktadır.

Kültür ekonomisi değişmeye, gelişmeye ve zenginleşmeye devam eden bir alan olarak dünya gündemindeki önemini arttırmaya devam edecektir. Veri bankalarının her gün biraz daha büyümesi, kültürel alanların ülkelerin toplam gelirleri içindeki pay genişliğinin çok daha net anlaşılmasına vesile olacak, bu da mevcut önemin katlanarak artmasına ortam yaratacaktır Bu konuda yapılacak çalışmalarda “yaratıcı yenilik sistemi” şeklinde bir çerçeve oluşturulması önemlidir. Hükümetin bu yenilik sistemine uyumlu yaratıcı işletme, yaratıcı iş vb. modelleriyle yaratıcı sektörler Ar-Ge desteği sağlaması veya vergi indirimi/yardımları gibi planlamalar yapması kültürel ekonomi alanlarındaki mevcut verimi arttıracaktır. Kaydedilmesinin ve uygulanmasının faydalı olacağı tüm bu teknik noktalarla bağlantılı olarak, aşağıda kültürel ekonomik bir alan olarak edebiyatın kültürel ekonomi ekseninde ekonomik potansiyellerinin olduğuna dair fikri düzlemde tartışma, tahlil ve tespitleri gösterilecektir. Sonrasında edebiyatın bütüncül olarak yarattığı ekonominin kendi dışında etki ettiği yazarlık mesleğinin ekonomisi ve medya-enformasyon-bilgi kanalı ile yarattığı ekonomi yine tarihi ve fikri arka planı ile incelenecektir.

1.1.2 Edebiyat Ekonomisi

Edebiyat, hem sanat hem bilim vasıtası olarak toplumun kullandığı dili kullanan farklı bilim dalları ve kurumlar ile iletişim içinde, kendisi de sosyal olan bir kurumdur. Bu kurum özelliği ile o yalnızca bir “eserler topluluğu” olmayıp aynı zamanda içinde birçok kültürel yapılanmayı ve diğer kurum/kuruluşları da barındırmaktadır. Son zamanlarda bu boşlukları fark eden araştırmacılarca bu konu çalışılmaya, bu çalışmalar içinde daha önce takip edilen yapı sökülme, göstergebilim ve diğer biçimci yaklaşımlar terkedilmeye çalışılıp, yerine tarihsel ve kültürel olarak biri ekonomi olan diğer alanların yöntem ve metinlerinden türetilen yeni yaklaşımlar aranmaya başlanmıştır. Dünyadaki özellikle akademik yayıncılık ekonomisi, edebiyat eleştirmenlerini izlenmemiş yollar keşfetmeye, karşılıklı olarak ekonomistlerin de bu alanlarda çalışmalar yapıp yeni sorular üretebilmesine ortam hazırlamıştır. “Ekonomistler edebiyattan ve kültürel çalışmalardan ne toplayabilir? Ekonomik eleştiri nedir? Bugünkü kültür politikaları, ekonomik planlamalar ve çalışmaların ekonomik eleştiri ile bağlantıları nelerdir? Kültür eleştirmenleri ve edebiyatçılar ekonomistlerden ne öğrenebilir?” gibi sorular yeni bilimsel zeminlerin oluşmasını sağlamıştır (Woodmansee ve Osteen, 1999, 3-51) Bunlara paralel olarak artık, basılı/işitsel/görsel medya da sorulan bu sorular, yapılan araştırmalar, uluslararası kültür buluşmaları, devletlerin kültürel kalkınma politikaları yolunda stratejik planları ve yaptığı toplantılar, edebiyatın katma değer üreten bir alan olarak kültürel ekonomik bir alan olduğunu, aslında her dönemde edebiyatın ekonomik bir boyuta sahip olup bunun geç de olsa fark edildiğini dile getirmeye başlamıştır.

Tarihi literatürümüzde bu meseleler her ne kadar yer yer dile getirilmiş olsa da uzun yıllar üzerinde pek durulmamıştır. Edebiyatın ekonomi ile ilişkisini Türkiye’de ilk dile getirenlerden biri olarak Özdemir’in (2015) tespit ettiği üzere, tarihi metin niteliğinde olan bugün halkbilimciler, edebiyatçılar ve kültür bilimciler tarafından çoğunlukla sosyal ve edebi yönleri ile incelenen Tasvir-i Efkâr gazetesi yakından incelendiğinde bile Türkiye’de yazılı medyada kültür ekonomisinin nasıl işlediği hakkında birtakım yönleri ile fikir sahibi olmak mümkündür. Özellikle gazetenin 1862-1869 yılları arasındaki nüshalarında “kitap ve diğer basılı eserlerin yayın ve satışı, yayınların denetimi, baskı ve matbaacılık, kütüphaneler vd.” hakkında çok sayıda yazılı bilginin (haber, ilan/reklam,

makale vb.) var olduğunu dile getirmiştir. Ayrıca gazetede “çeviri kurumu, eserlerin nerede basılacağı, basım şekli, basım dili, satış yerleri, satış zamanı, satış şekli, satış fiyatı, kitap bağı, bazı dükkânlardaki satılık kitapların listesi” gibi bilgileri de bulmanın mümkün olduğunu eklemiştir (135). Bu değerlendirme ve tespit biçimi bizi Türk edebiyat tarihinde yer alan eserlerin yalnızca edebi, sosyolojik veya fiziki boyutu ile incelenmemesi gerektiği, eserlerin okuyucuda, yazarda ve yayınevlerinde iktisadi/ekonomik etkileri veya ihtiyaç duyulan diğer yönleri ile incelenmesi gerektiği yönünde aydınlatmaktadır.

Edebiyatın ekonomik temelde incelenmesi kadar, ekonomi biliminin kültürel çalışmaları kendi yaklaşımlarıyla ele alması, ona göre yöntemler belirlemesi ve kültürel araştırma ve politikaları kapsayacak terimler üretebilmesi de bir o kadar zor kabul edilmiştir. Kültürel paradigmanın ekonomik yaklaşımlar ve ekonomik yaşam ile uyumu ve bu noktada elde edilebilecek bilimsel faydalı çıkarımlar görmezden gelinmiştir. Dolayısıyla son yıllarda dile getirildiği gibi bu durum Türk edebiyatı çalışmalarına dair birçok incelemenin eksik kalmasına sebebiyet vermiştir. Bir esere/çalışmaya biçilen ‘değer’ veya eserin ‘başarısı’ yalnızca fiziksel veya edebi olgular temel alınarak açıklanmış bu konuya farklı disiplinlerin getirdiği yaklaşımlar çoğunlukla dikkate alınmamıştır. “Araştırma alan ve konularıyla ilgili olarak oluşturulan kalıplaşmaların aşılammaması” gibi sorunlar oluşmuş dahası, sosyal bilimler alanında çok sayıda teori, yaklaşım ve yöntem bulunduğu ancak bunların da pek çoğunun “ardıllarının etkisiyle geçerliliği kalmadığı halde” bu yöntem ve yaklaşımlar kullanılmaya devam etmiştir (Özdemir, 2011a: 102).

“Tüketim nesnesi/emtia oluşturabilen edebiyat” veya “sanat nesnesi üreten edebiyat” olarak edebiyatın çözümlendiği düzlem edebiyatın ürettiği nesne, emtia veya sanat eserinin ekonomik veya içsel/öz ‘değer’i bağlamında çözümlenmesini mecburi kılacaktır. Edebiyat bilimi gibi ekonomi biliminde de kültürel değer ve değerlendirme problemi “açık bir şekilde ancak yeni yeni, o da çoğunluklu olarak tüketicinin seçimi söz konusu edildiğinde” ele alınmaya başlanmıştır. Ancak “kültürel değer” kavramı ve kültürel değerlendirme ile ilgili ekonomi teorilerinde bir takım eksikliklerin olduğu düşünülmektedir ve bu eksikliğin sebebinin ekonomide, malların kullanım ve değişim değerleri ya da ederleri arasındaki ilişkiyi çevreleyen belirsizlik ile ilgili olduğu tahmin edilmektedir. Kullanım değerleri, malların nesnel ve öznel özelliklerinin

ayrıştırılmayacak biçimde birbirleriyle etkileşime girmiş olduğuna işaret ettiğinden, bunların çözümlenmesi problemlidir ve bu durum ekonomi alanının dışında, psikoloji, sosyoloji ya da tıp dünyası gerçekliklerinde de sorgulanmaya başlanmıştır (Bianchi, 2013: 224-225).

Herhangi bir edebi eserin ‘değeri/ederi’ meselesini tartışan çalışmaların çoğunluğu, tüketicinin (izleyici, okuyucu, dinleyici vb.) yorumladığı esere biçtiği değeri merkeze almaktadır. Yani değer; “bu emtia tüketicinin algısında nasıl bir betimlemeye sahiptir” sorusuna göre şekillenebilmekte ve bu “yapıtın olduğu toplumsal, siyasal ve kültürel bağlamlar; türediği tarihsel gelenek ve başkalarının bilinen ya da tahmin edilen değerlendirmeleri gibi pek çok faktör”ün dikkate alındığı bir çalışma üslubu yaratmaktadır. Sanata olan talep araştırmaları, sanat piyasalarındaki fiyat analiz dökümleri, kültürel ürün değerlendirmeleri ve ekonomik modellemelerin çoğunun altında ve kültürel mirasın ekonomik değerlendirilmesine yönelik araştırmalarda ‘değer’ kavramı ve algısı ekonomik bağlantıların anlaşılması aşamasında kilit işlevi görmektedir (Throsby, 2013: 77).

‘Edebi/içsel/öz değer’i olmayan bir eserin, edebi değeri olan bir eserden çok daha fazla rağbet görmesi yine bu minvalde konuşulan noktalardandır. Hume ve Savile bunu “eserin zamanı aşması” olarak nitelendirmektedir (aktaran Ginsburgh ve Weyer, 2013: 174)². “Kültürel değerlerin yorumlanmasındaki evrimsel değişimler” hakkında önemli çözümlenmeleri olan Richard F. Teichgraeber ise, bu gibi durumları “Emerson’un yükselişi” kavramsallaştırması ile açıklamıştır. Richard F. Teichgraeber “bir sanatçı, seküler bir aziz ve bir demokratik reform savaşçısı” olarak tanımladığı Emerson’un çok tanınmasını, eserlerinin satmasını vb. diğer başarılarını ‘tesadüfi’ olarak yorumlamış, toplumsal gelişme ve değişimlere denk gelmiş olgular bütünü olarak betimlemiştir. Bu nitelendirmeye göre; “Emerson toplumun ortak fikrinin ve ortak beğeni zevkinin diğer bir ifade ile estetik beğenisinin ürünü şeklinde bir dolaşım” yükselmiştir (aktaran Hutter ve Throsby, 2013: 22). Bu, birinin kabul ettiğini, domino etkisi ile bütün toplumun kabul

² Ginsburgh ve Weyers (2013) sanat eserlerinin başarılarının hakikatte ne ile açıklanabileceği ile ilgili çözümlenmeye çalışırken, temel olarak birkaç sinema filmini ele almış ve bu sanat yapıtlarının nitelik ve niceliklerini karşılaştırmalı olarak yorumlamıştır. Oscar ödülü alan veya almayan, çok izlenen veya izlenmeyen, ekonomik harcaması çok veya az olan vb. şekillerde belli ölçütlerin kullanıldığı çalışmaları, bu temelde yapılan birçok çalışmadan farklı olarak standart sapma hesaplamaları ile sanat yapıtlarını deneysel bir düzlemde algılamış ve analiz etmiştir.

edebilmesi şeklinde vuku bulan başka bir ifadeyle “dalga etkisi” olarak nitelendirilebileceğimiz bir tanımdır.

Buradan hareketle denilebilir ki bir eserin değerine göre çok daha fazla ekonomik dönütler sağlamasına yarayan “toplumsal estetik yargısı veya toplumsal beğeni, herhangi bir dönemin kültürü dediğimiz şeyin içinde çok karmaşık ve oldukça keskin bir rol oynamıştır.” Bir toplumun beğenisini ve “kültürel beğeni” derken ne demek istendiğini tam olarak anlamak için her şeyden önce o toplumun kültürünü anlamak ve tanımlamakta fayda olacaktır (Wittgenstein 1970: 8; aktaran Wilde 2013: 209). Dolayısıyla bu bize toplumlara göre değişen sanatın ekonomik getiri seviyesinin (hukuki güvenceler, vergi düzenlemeleri vb. teknik destekler haricinde) neye göre şekillendiği hakkında daha net bilgileri sunacaktır. Yazarların refah seviyesi ve sanat eserinin gördüğü muamelenin yazarın/sanatçının yaşadığı bölgeye göre değişmesi hem toplumların sanat zevki ve kültürel beğenileri hem de eğitim, yaşam koşulları, sanatın siyaset, yönetim, politika vb. ile olan iletişimi ile ilişkili olabilecektir.

Bianchi'nin (2013) tüketicinin herhangi bir sanat yapıtını satın almasındaki nedenler üzerine yaptığı analizlerde ‘güdülenme’ kavramı ile bağlantı kurması hatırlanabilir. Aynı fikir düzleminde “bir sanat yapıtının değerine oranla farklı ekonomik getirileri” ile ilgili tartışmalarda ekonomistler temel tercihlerin zaman içinde süreklilik arz ettiğini, özgürce yapılan seçimlerin, kişisel tabanda minimum fiyat ve kişisel faydayı daha ayrıntılı bir “sorgulamaya gerek duymaksızın” ortaya koyduğunu dile getirmektedir. Yani tüketicinin ‘güdülenme’ye uğramış olması onun yalnızca “sanat zevki” nin ifadesi olmayıp bu aynı zamanda satın alınan eserin değerine göre daha sanatsal bir kıymet arz ettiğinin de göstergesi olmamalıdır. “Son zamanlarda gerek ekonomi alanının içinden gerekse dışından gerçekleştirilen analizler, kullanım değeri ve bireysel güdülerin seçimde merkezi önem taşıdığı” nı dolayısıyla David Hume ve Adam Smith’ in on sekizinci yüzyıl felsefi geleneğine doğru bize çağrı yaptığını göstermektedir. Bu deneysel psikoloji alanından gelen bireysel güdülerin ikiye ayrılabilceği yönündeki önermedir. Bir tarafta öz-güdülenme ve kendini ödüllendirmeye ilişkili etkinlikler, diğer yanda ise dışarıdan dayatılmış bir amaçlar kümesinin gereklerini yerine getirmekte aracılık eden, dış çevrenin güdülemesiyle ilişkili etkinliklerdir (Bianchi, 2013: 224-225). Throsby’e göre; temel bir seviyede, hem ekonominin hem de kültürün dayandığı kavramsal temeller “değer

kavrayışları” ile ilişkilidir. Sorun her şeyden önce “kültürel değer” meselesinin çözülüp çözümlenmeyeceğinde yatar; çünkü Throsby’e göre; “ekonomik değer” açıktır ama kültürel değer öyle değildir. Dahası “dünyanın ekonomik bir yorumu”, “...modern ekonomik kuralların her yerde hazır ve nazır olması ve gücü” nedeniyle kesinlikle ekonomik olan kültürel olana “...baskın çıkma eğilimindedir” (Throsby, 2001: 14-41; aktaran Heinzelman, 2013: 104).

Sanat eseri ile ekonomi arasındaki bağlantı tartışılırken sanatçının eserini üretme aşamasında kullandığı malzemelerin maliyetinin eserin nasıl olacağını belirleyen diğer faktörlerdendir. Bu her sanat eseri için düşünülemez elbette ancak ekonomik şartlar sanat eserine etki etmese bile er ya da geç eserin üretim/yazılma aşamasında sanatçının kendi ekonomik psikolojik denge hususiyetleri muhakkak esere sirayet edecektir. Sanatsal oluşumlar iktisadi uygulama veya izlek şekilleri ile yakın ilişki içindedir; “girdi fiyatlarındaki değişim bu bağımlılığın yalnızca bir boyutudur. Diğer yandan ekonomik etkinlikler de kendi ortamlarında sanat yapıtlarına, sanatsal etkinliklere bağıdırlar. Sanatsal üretimin günümüzün enformasyon merkezli ekonomisinin gelişimindeki etkisi hala keşfedilecekler arasındadır (Hutter, 2013: 74).”

Throsby (2013) sanatçının eserini üretirken finansal endişe ve düşüncelerden salt bağımsız olarak rahat ve bir sonraki yemeğini nasıl ödeyeceği gibi bir kaygı olmadan yaşıyor olduğu fikir oluşumlarına şiddetle karşı çıkmaktadır. Normal bir sanatçı (besteci, yazar, ressam vd.) normal şartlarda bile muhakkak geçim sıkıntısı çekmekte, bu yüzden ‘patronlardan’, bağış yapan kuruluşlar, yatırım şirketleri, çeşitli sanat destek fonlarından aylık ya da yıllık olarak minimum bir gelir sağlamak zorunda kalmıştır. Ayrıca sanatsal üretim modeli, artık kaynağı her ne olursa olsun belirli bir süre içinde minimum gelirin elde edilmesi kısıdına bağlı olan, sanatçının ne kadarlık bir çalışma süresini salt yaratıcı pratiğine ve ne kadarını diğer çalışmalara ayıracağına karar vermesi gereken keskin belirlemelerin yapılabileceği aşamadır. Bu şekilde çalışma zorunluluğu içinde bile herhangi bir yazarın yazdığı eser, yalnızca ekonomik kazanç sağlıyorken, sanatsal olarak ‘yaratıcı’ olan bir başka çalışma hem ekonomik hem de kültürel olarak daha çok kazanç getirebilir. Sanatçının model (Throsby iki çalışma biçimini karşılaştırdığı düzleme ‘model’ demektedir.) içindeki güdüsü, ekonomik ve kültürel değerlerin birleşik bir fonksiyonunun maksimize edilmesi olarak yorumlanabilir (79).

Bu konuda Hutter ve Throsby'nin (2013) birlikte yaptığı detaylı incelemeler de olmuştur. Yaptıkları metodolojik incelemelerden elde ettikleri tespitlere göre Bourdieu (1985), “nesnelerin araçsal değere sahip olduğu ekonomik alanla, sembolik değere sahip olduğu kültürel alan” arasında önemli ayrımlara gidilmesi gerektiğini dile getirmiş, Baudrillard da ekonomik kaygı ile sanatçının dâhil edildiği kültürel ekonominin kültürü “yozlaştırdığı, tek tipleştirdiği, nesneleştirdiği” gibi olgulara karşılık gelecek şekilde vurgular yapmıştır. Ayrıca sosyoloji dünyasından kültür ekonomisi, sanat ekonomisi ve değer kavramı, bu kavramın sanatın tüketiminde oynadığı ekonomik ve sosyolojik rolleri temel alarak Niklas Luhmann çeşitli çalışmalar yapmıştır. Antropolojik bir çalışma olarak yine bu alanın çözümlenmesi ve süregelen tartışmalarda önemli bir katkısının olduğu düşünülen Arjun Appadurai'nin 1986 “*The Social Life of Things*” adlı çalışması yine önemli kabul edilmektedir (17).

Herhangi bir ürün veya malın kullanım değerinin neyle ilişkili olabileceği (kültür, müşterinin psikolojik durumu, geçmişi, sosyal ilişkileri, sağlığı vb.) tartışmalı ve hala çözümlenmemiş olup, bugün hakikatte bu soru “tüketim alanı olarak edebiyat” “kültürel ekonomik alan olarak edebiyat” şeklinde nitelendirebileceğimiz genişlemiş halde diğer disiplinleri de ilgilendirecek bir çemberde sorulabilir. Bu, ekonomi biliminin “kültür temelli ekonomik problem/örneklem/alan” olarak nitelendirdiği ve kendi mevcut çözümlenme yöntemlerini yetersiz bulduğu durumlar için de gerekli olmaktadır. Yani denilebilir ki teknolojinin, iletişim kültürünün, dünya ticareti ve siyasetinin, kültürel gelişim stratejileri/politikaları ve devlet planlamalarının değiştiği/geliştiği günümüz dünyasında, artık birçok bilim dalı yeni doğan alan ve konularla ilgili problem, bu problemlerin çözümü ve tanımlanması bağlamında kendi çözümlenme yöntem ve yaklaşımlarını yeterli görmemeye başlamıştır. Dolayısıyla disiplinlerarası çalışma metodu çok daha gelişmeye başlamış ve herhangi bir bilim dalı bir diğerinden kendi yöntemlerini yetersiz gördüğü konu hakkında çalışma veya diğer bir ifade ile bizzat yardım talep etmeye başlamıştır.

Görüldüğü üzere öncelikle bir eserin değerine göre daha fazla “satması/talep edilmesi/tüketilmesi/beğenilmesi”nin nedenlerinin araştırıldığı noktada şekillenmeye başlayan ekonomik bir alan olarak edebiyat konusunda araştırmacılar genellikle edebiyatın ürettiği eserlerin “tüketim nesnesi” olup olmadığı karmaşasına eğilmişlerdir.

Aşağıda edebiyatı ekonomik temelde değerlendirmemiz yolundaki haklı nedenleri ayrıntılı ve net bir şekilde görmemize faydasının olacağını düşündüğümüz metodolojik bir gelişim süreci değerlendirilmesi yapılmıştır. Edebiyatın yalnızca bir “eserler topluluğu” olmadığı, farklı bilimler, alanlar ile alakadar olduğu fikrinden hareketle dünyada yapılmış birçok eser olsa da ekonomi ile bağlantılarının tartışıldığı çalışmalar oldukça azdır. Bu çalışmalar içinde edebiyatın ekonomik bir alan olduğunu net olarak ifade veya iddia edenler olduğu gibi bunu net olarak ifade etmeyen, bundan yer yer bahseden ancak edebiyatın ekonomik bir alan olduğunun daha net anlaşılması bağlamında disiplinlerarası bakış açıları, farklı yöntem ve yaklaşımlarla bunu görmemize yardımcı olanlar da olmuştur. Öyle ki aşağıda inceleyeceğimiz üzere bu eserleri bu bağlamda tanımlamamız, bu eserlere ulaşmamız ve bir araya getirmemiz yeni yeni dile getirilmeye başlanan bir mesele olduğu dolayısıyla da kolay olmamıştır.

1.1.2.1 Edebiyat Ekonomisi

Aristoteles’ten beri önemli bir terim olarak bilinen ‘ekonomi’ kendi alanı dışında sosyal bilimler, şiir tarihçileri, kültür tarihçileri ve edebiyat eleştirmenleri tarafından pek üzerinde durulmayan bir kavram olarak kalmıştır. “Edebi ekonomi; üretim, dağıtım, satın alma ve pazarlama gibi benzer olgularla ilişkili” olsa da edebiyatçılar tarafından ekonomiyi yeterince bilmemek veya ekonomistler tarafından da edebiyatı yeterince bilmemek korkusu ile çekince ile yaklaşılan bir konu olarak görmezden gelinmiştir.

Aristoteles (Poetica/Poetics) şiir sanatı ile ilgili görüşlerini dile getirdiği teorilerinde ‘ekonomi’ kelimesini ilk kullanan kişi olarak kayıtlara geçmiştir. Bu eser ‘ekonomi’ terimi ile “edebiyat, şiir, sanat” terimlerinin bir arada kullanıldığı ilk eser olarak kabul edilebilir. Aristoteles teorisi modern ekonomi ve politik ekonomi arasında “edebiyatın ekonomik eleştirisi” şeklinde bir yol belirlenmesine yardım etmiş ve zaman içinde başka eserlerin doğmasına vesile olmuştur³. Sosyoloji, psikoloji, ekonomi, halkbilimi gibi

³ Ekonomik bir değer olarak paranın felsefe ve edebiyat tarihindeki yeri hakkında bilgi veren M. Shell’in (1978) “*The Economy of Literature*” ve (1995) “*Art and Money*” adlı eserleri bu minvalde yapılan eserlerden olup oldukça önemli bir çalışmadır. Para bilimi ve felsefe -daha özel alanıyla “kelimeler”- arasındaki ilişkilerin incelendiği bu eserde paranın felsefe dilindeki değişimi, gelişimi ve felsefi temelde nasıl tanımlandığı Aristoteles, Herakleitos, Sofokles, Herodot, Platon, John Ruskin ve daha birçok filozofun metinlerinin karşılaştırmalı olarak yorumlandığı bir düzlemde ele alınmıştır.

birçok bilim ile alakadar olan Marksist kuramcılarla birlikte, Frankfurt Eleştirel Okulu mensuplarının yaptığı çalışmalar edebiyata ekonomik temelde yaklaşan ilk çalışmalar olarak kabul edilebilir. Frankfurt Okulu yaklaşımı edebiyatın ekonomi ile ilişkisini çoğunluklu olarak olumsuz eleştiren bir yapıdadır. Ancak bu yaklaşım birçok alanda çatalaşmalara sebep olmuş dahası yeni yaklaşımların doğmasına ortam hazırlamıştır.

Onur Bilge Kula'nın (2013) belirttiğine göre; Frankfurt Okulu teorisyenlerinden biri olan Theodor W. Adorno'nun Ekim 1959'da "*Farnkfurter Allegemeine*" adlı gazete için kaleme aldığı "*Bibliyografik Gelgeç Hevesler*" adlı yazıda, Adorno'nun Frankfurt Kitap Fuarı ziyaretine dair bilgiler yer almaktadır. Adorno fuarda "kitapların kitap gibi durmadığını, "modaya uygun" olarak sürekli yenilenmek zorunda bırakıldıklarını ve reklam efektleri ile müşteri avına çıkar gibi bir halde olduklarını" dile getirmiştir. Bu Adorno'nun kültür endüstrisi üzerine geliştirdiği eleştirilerine dayanan kitap fuarları bağlamında edebiyatın ekonomik eleştirisinin yapıldığı oldukça önemli bir kayıttır (276).

Yine aynı şekilde edebiyat ve ekonomi arasındaki ilişki üzerine ilk konuşanlardan biri olarak Benjamin, "*Büyük Kitap Başarıları Nasıl Açıklanır?*"⁴ adlı denemesinde oldukça önemli noktalara değinmiştir. Benjamin, eserde kitapların tanıtılma biçimi, kitaplar hakkındaki reklamlar ve en önemlisi bir kitap eleştirmeninin kitabın satışı veya çok tanınmasındaki etkilerinin ne olabileceği gibi noktalar üzerinde durmuştur. Benjamin'in eleştirmenin rolü ve kitapların başarısındaki kapsayıcılığı üzerine yaptığı çözümler kitabın eleştirmenden bağımsız olarak değerlendirilmesi gerektiğine dair önerileri içerir. Aynı şekilde Adorno'nun (2004) "*Edebiyat Yazıları*" adlı çalışmasında da yoğunluklu olarak "kültür eleştirmenliği/sanat eleştirmenliği" üzerinde durulmuştur. Her iki yazar da sanat veya edebi eserler çevresindeki "sanat eleştirmeni/kültür eleştirmeni"ni ekonomik

⁴ Benjamin "*Büyük Kitap Başarıları Nasıl Açıklanır?*" adlı denemesinde kitap tanıtımları ve kitap satış teknikleri ile ilgili bir takım eleştirilerin yanı sıra Kula (2013)'in ifadesi ile Benjamin'in bu denemesi "eleştirel sanat ve edebiyat" "hakikatli eleştirinin ilkeleri" temelinde ayrıca üzerinde durulması gereken bir eserdir. "Yapıt başarıyı veya başarısızlığı hangi durumuna borçludur?" "Eleştirinin oyunu belirleyen nedir?" "Eleştirinin veya eleştirmenin oyu hangi uzlaşma dayanmaktadır?" şeklindeki sorular edebiyatın ekonomik temelde eleştiriden bağımsız algılanamayacağına dair göndermeler içerir (108). Ancak eleştiri edebiyat için her ne kadar güçlü ve önemli bir unsur olsa da -Adorno ve Benjamin'in hem fikir olduğu hali ile- onu meydana getiren kültür eleştirmeni eliyle "sanatın haraç mezat satılmasında" aracı konumuna geçebilmektedir. Adorno'ya (2004) göre kültür eleştirmeni sanatın ekonomik işbirliklerine pek karşı çıktığı halde ister istemez "lekelenmiş bir alanda" çalışmaktadır (164).

emeller uğruna sanata verdikleri zarar ve doğuracakları olumsuz sonuçlar temelinde eleştirmiştir.

Adorno'ya göre eleştirmen “sanatın pazarlanması” na aracıdır ve bu bağlamda ona göre “yapıt kazandığı popülarite veya başarıyı çoğunlukla neye borçludur?” “eleştirmenin buradaki etkin rolü nasıl tespit edilebilir?” gibi sorular sorulmalıdır. Benjamin'e göre; sanat yapıtı nesnel diğer varlıklar gibi yeniden üretilebilir bir hale getirilmiştir ve sanat yapıtının yeniden üretilebilir oluşu onu sanat yapıtı olma özelliğinden uzaklaştırmış, meta haline getirmiştir. Yani “yirminci yüzyılın başlarında hızla gelişiyor olan seri/yeniden üretim, hem geçmişten bugüne gelen sanat yapıtlarının tümünü kendi nesnesi yapmaya ve onların etkisini köklü değişimlere tabi tutmaya başlamış, hem de sanatsal yöntemler/tarzlar arasında kendisine özgün yer edinebileceği bir standarda ulaştırmıştır (Kula, 2013: 112-113).

Yine benzer fikir atmosferi ile “*Art in the Age of Mechanical Reproduction*” adlı eserinde Walter Benjamin üstyapıyı yani sanatsal üreme ile alt yapı kamusal/ekonomik üremeyi ilişkilendirmeye çalışır. Benjamin, sürekli üretmenin, fotoğrafçılığın veya herhangi bir sanat yapıtının ontolojik durumunu yok ettiğini ileri sürerek “Aristotelesçi taklit teorisi” ne meydan okur. Bu bağlamda ona göre, taklitçilik ile "üreme tekniği, çoğaltılan nesneyi gelenek alanından ayırır”. Paralar, tek tek nesnelerin “aura”sını yok eder ve “evrensel eşitlik hissi”ni teşvik eder. Örneğin madeni paraların mekanik olarak yeniden üretilmesi (çünkü bahsi geçen paralar Tanrıların izlerini taşıyan sanatsal mitolojik değeri olan paralardı) aslına uygunluk ölçütünü, sanatsal üretim ve sanatın toplam işlevini tersine çevirmiştir. Sanat ritüele dayanmak yerine, pratik-politika ve üretici-tüketici düşüncesi ile bir başkasına dayandırılmaya başlamıştır (Shell, 1978; Shell 1995; Shell 1982).

Bu düşünce ekolüne göre yeniden üretim, bir şeyin bir kereye mahsusluğunu, özerkliğini ve tekliğini yok edip yerine kitlesel ulaşılabilirlik ve tüketilebilirliğini koymuştur. Benjamin ve Adorno'nun edebiyat ve ekonomi ilişkisi temelinde bir kitabın başarısına etki eden bütün sosyal ve ekonomik koşullar ile ilgili dile getirdiği düşünceler sürekli karamsar ve olumsuz olsa da edebiyat ekonomisi yolunda farklı düşüncelerin doğmasına ciddi derecede ilham olmuştur.

Yukarıda da bahsettiğimiz üzere edebiyatın ekonomik temelde sorgulanmaya başlanmasının ilk sinyalleri bir sanat eserinin ‘değer’i veya ‘eder’i meselesinin masaya yatırıldığı aşamada belirmeye başlamıştır. Bu tartışma akabinde yazarın/sanatçının da “yaşayan bir insan” olduğu ve onun da temel ihtiyaçlarının olduğu gerçeğini sesli söylemeye ortam yaratmıştır (Throsby 2013; Hutter vd. 2013; Heinzelman 2013). Ürün piyasasında ekonomik değer oluşumuna ağırlık veren sanatçılar çalışmalarını - muhtemelen- ticari olarak daha çok ümit vaat eden gelişim çizgilerine göre yönetmeye cesaret edebilmiştir. Yani sanatçının niyetinin yaratılan ekonomik değer üzerinde güçlü bir etkisi olabilmıştır. Ekonomik saiklerle harekete geçen sanatçıların, önemli ve uzun süreli kültürel değer taşıyan yapıtlar üretmesi de mümkündür fikri doğruluğunu göstermeye başlamıştır (Cowen, 2000; Throsby, 2013: 80). Dolayısıyla Benjamin ve Adorno (2004; 2014)’nun oldukça uçta olan sanatçının maddiyata bağlı tabii ve biyolojik/yaşama dair hiçbir ihtiyacı olmaması gerekiyormuş gibi öne sürdüğü yaklaşımları sanat ve ekonomi ilişkisinin farklı çözümlenmeler, farklı farklı cevaplarla ele alınmasına vesile olmuştur.

Sanatçı/yazar kimdir sorusunun yerini; sanatçı/yazar nasıl geçinir, maddi kayıp/eksiklik veya sanatçının maddi olarak yaşadığı toplumsal, ekonomik, hukuki haksızlık-doyumsuzluk-tatminsizlik onun üretimine etki edebilecek faktör olarak görülmeli midir, gibi sorular almıştır. Sanatçının/yazarın temel ekonomik hakları nedir? Sanatçı/yazar ne kadar vergi ödemelidir? Ona ayrılan bütçe nedir, adil midir veya sanatçı/yazar kültürel politik yaklaşımlarda doğru mu ele alınıyor veya tanımlanıyor, gibi sorular kültürün ekonomisini, sanatın veya sanatçının ekonomisini ve bilimlerin ekonomisini görmezden gelinse de yeniden ele almaya bilim insanlarını artık mecbur bırakacaktır demek yanlış olmayacaktır. “Sanatsal buluşa yol açan saf ekonomik güdülerin” olduğu ispatlanırsa gerek ‘değer’ yaratımı veya anlamlandırması gerek ekonomik kaygının sanat yapıtının özün ne kadar etkileyebileceği vb. konuları hakkında belki daha kesin sonuçlar elde edebiliriz (Throsby, 2013: 87).

Bunca hayatın içinden bir etken olarak ekonominin, herhangi bir bilime veya bilim insanının/sanatçının/yazarın hayatına sirayet etmeyeceğine gönderme yapar gibi ısrar edercesine bu konuya eğilmemek birçok eksikliği ve bilimsel kopukluğu beraberinde getirmiştir. Sanatçının veya yazarın hiçbir şekilde maddi beklentisi olmamalı, sanatçı salt

sanat ve manevi ‘değer’ için çalışmalı algısı yerini aksi fikirlerin sesli olarak söylenmeye başladığı bir bilim dünyasına bırakmaya başlamıştır. Bir sanat eserinin salt sanat için üretiminin yanında sanatçının fiziksel ve yaşama dair maddi taleplerinin, ürettiği eserler sayesinde doyurulması veya karşılanması isteği, ürettiği eserin “değer”inden bir şey kaybettirmeyecektir.

Adorno ve Benjamin’in sanatçının tabî isteklerini görmezden geldiği aşırıya kaçan tespit ve eleştirilerine karşılık, yer yer onları destekleyen, yer yer aşırıya kaçtıklarını ifade ettiği “edebi eserlerin ekonomi temelinde mitolojik ve tarihsel değerlendirmelerini ve edebiyatın bütün halde bir bilim/sanat dalı olarak ekonomi ile ilişkilerini” görmeye yardımcı ilk eserlerden biri olarak Marc Shell’in (1978) “*The Economy of Literature*” adlı eseri bu temelde üretilmiş oldukça önemli bir eserdir. Bu eser edebiyat ve ekonomi arasındaki bağlantıları felsefî, edebi, tarihsel -özellikle Hristiyanlık tarihi-, mitolojik argümanlar ve belgelerle göstermektedir. Bu eseri gibi diğer birçok eserinde Shell (1978; 1995), politik ekonomi ile edebi ekonomi arasındaki farkları görmeye çalışmakta, edebiyatı iktisadi değerlendirmelere tabi tutup “şiiresel yazıtların ekonomisi” şeklinde bir kavram kullanmaktadır. Bu kendinden sonraki araştırmacılar tarafından “şiiresel ekonomi” şeklinde çevrilmiş ve daha sonra yapılmış olan çalışmalara ilham olmuş oldukça önemli bir kelimedir. Bu çalışmada ‘para’nın edebiyat ve onu icra eden yazarlara, dinlere, devletlere -özellikle Bizans devri örnekleri hâkimdir-, mitolojik inançlara etkisi sorgulanmaktadır. Shell (1978), iktisat ve edebiyat teorilerinin eş zamanlı olarak çalıştığını dile getirmiş ve bunları yaparken Rousseau’nun “*Sözel Teori*”sinden yola çıkarak iddiasını karşılaştırmalı biçimde tartışmıştır. Politik ekonomi ve edebiyat ekonomisi arasındaki bağlantıları görmemize yardımcı olmuş, John Ruskin, Rousseau, Nietzsche, Herodotus, Platon, Socrates, Heraclitus gibi birçok düşünürün fikirlerini, dile getirdiği düşüncelere dayanak olarak analiz etmiştir.

Ayrıca Shell (1978), “paranın kaynağı ile felsefenin kaynağı arasındaki anayasal ilişki” yi incelemiş ve ‘sikke’nin tarihi gelişimi ile felsefî olgulara ve sofistlere zihinsel yönde etkilerini ve paranın ‘arketip’ ini -aynı zamanda Lidyalılar üzerinden edebiyattaki ve halk üzerindeki etkisi ile- çözümlenmeye çalışmıştır. “Ekonomik dünyanın, felsefenin ve felsefe yapıtlarının kendisi için bir iç sorun” olduğunu “Platon’un birçok araştırmacı tarafından ekonomik belirlemeleri konusunda anlaşılmadığını” dile getiren araştırmacı,

dinlerin -özellikle Hristiyanlığın- edebiyat, kutsal metinler ve para arasındaki ilişkilerini derinlemesine çözümlenmiştir. Marc Shell “ekonomik değer, Yunan mitolojisindeki Gyges Efsanesi’nden, John Ruskin’in kitaplarına kadar çeşitli edebi eserlere nüfuz ettiğini, bozuk/kâğıt paranın ve sanatın ortak iletişimsel bir yapıya sahip olduğunu” dile getirmiştir. Shell’in ayrıca bu eserinde Geothe’ nin “*Faust*” adlı eserindeki paraya yaklaşımı hakkındaki çözümlenmeleri üzerinde durulması gereken önemli detaylar içermektedir (Hutter vd, 2013: 14).

“Edebi eleştiri” olarak değerlendirilebilecek ve temelde ele aldığı konular ile edebiyat ve ekonomi arasındaki ilişkinin anlaşılması aşamasında yardımcı ilk eserlerden biri olarak kabul edilebilecek diğer eser “*The Economics of the Imagination*”ı anmakta fayda vardır. Kurt Heinzelman (1980) tarafından yazılan bu eserde özellikle dile getirilen ekonominin (*imaginative economics*), bir kitabın yayınlanması, okunması hatta yazılmasına etki eden birçok faktörü içerdiği hatta yönettiği iddiasıdır. Ekonomi bunu edebiyat üzerinde gerçekleştirirken “şiiresel ekonomi” (*poetic economics*) düzenleyici bir prensip olarak görülür. Kurt Heinzelman’a (1980) göre; yaratıcı ekonomi, ekonomiyi edebi olarak okur. Şiiresel ekonomi; edebiyatı, ekonomik olarak okur (Woodmansee ve Osteen, 1999: 4).

“*The Genius and Copyright: Economic and Legal Conditions of The Emergence of the Author*” eseriyle Martha Woodmansee (1984), edebiyat ve ekonomi arasındaki ilişkiyi yazarın yazdıkları üzerindeki haklarının yasal olarak güvence altına alınması sürecinde yaşanan gelişmeler temelinde incelemiştir. Bu bakış açısı, hukuk cephesinde edebiyatın ekonomiden bağımsız olarak algılanamayacağına dair bir kanıtı ortaya koymakta ve bu temelde yapılan hukuki düzenlemelerin her ülkede farklı zamanlara rastladığını belirtmektedir. Dolayısıyla her ülkede “yazarın var oluşu” ve “edebiyatın ekonomik var oluşu” nun farklı bir gelişim seyri oluşturduğu sonucu çıkarılabilir. Yazarın yazdıkları üzerindeki haklarının hukuki olarak güvence altına alınması, edebiyatın ekonomik tarafının kabul edildiği gibi, edebiyatın da hukuki temelde ekonomik tarafının korunması anlamına gelmektedir. Ayrıca Woodmansee (1984), 18. ve 19. yy.’ın İngiltere edebiyatında oldukça fazla olduğunu dile getirdiği ekonomik atıflara, içeriklere ve şikâyetlere dikkat çekmektedir ve edebiyatın neden özellikle bu yüzyıllarda ekonomi ile ilişkili birçok malzeme ve eser ürettiği yönünde sorular sormaktadır. Ayrıca yazarların ekonomik şikâyetleri ile artan boşanmalar arasında ilişki kurmakta ve hayatını kalemiyle

kazanmaya çalışan yazarların yaşadığı ekonomik sıkıntılar özellikle “romantik akım”ın ve Rönesans’ın doğurduğu sonuçlar ile değerlendirilmektedir.

Kitap pazar ekonomisi her ne kadar 1770’lerde başlamışsa da birçok yazar için ‘himaye’ durumu devam etmektedir. Tarihsel bir bakış açısının geliştirildiği bu çalışmada, yazarların yalnız ve kötü hissettiği, ekonomik olarak başkalarına bağımlı olduklarının aleni olduğunun belirtildiği dönemlerin analizi ile telif hakları ve mahkemelerde verilen savaşılar sonrasına uzamsal detaycı bir bakış geliştirilmiştir. Woodmansee (1984) edebiyata temelde yazarın kim olduğu ve ekonomik var oluşunun hakikatte nasıl başladığı soruları ile yaklaşmıştır. Bu yaklaşım edebiyatın maddiyattan irak yalnızca “öz”e dönük bir mücadele ile eserler biriktirdiği düşüncesini, teknik bakış açıları ve belgeler ile çürütmektedir.

Woodmansee ve Osteen’nin (1999) aktardığına göre, Jack Amariglio, Michael Faucault, Donald N. McCloskey ve David Ruccio da, “yazarların ekonomik sistem ile bağlantılarına” dair bir takım fikirler öne sürmüş ve bu temelde “ekonomik terimler, metaforlar ve paradigmlar” üretmişlerdir. Ancak bu paradigmların üretimi elbette onların ürettiği ile sınırlı kalmak zorunda olmamalıdır. Bu doğrultuda sosyal bilimcilerin yanı sıra ekonomistlere de çok şey düşmektedir. Ekonomistlerin yazarları da içine alan ‘sermaye’, “bilgi sermayesi” ‘değer’ “bilgi ekonomisi” ‘kredi’ gibi terimler ile ne demek istediklerini kültür eleştirmenlerine ve kültürel politik yaklaşımlara ulaşacak düzeyde yeniden ele almaları gerekmektedir. Diğer bilimleri de içine alabilecek ekonomik terim ve modelleri yaşayabilirliklerinin ötesine genişletmek suretiyle geliştirmeleri gerekmektedir. Aksi halde devam edecek ayrışma “disiplin pratiğinin darlığına işaret” edecektir (12).

Jack Amariglio ve David Ruccio’nun “kültür ekonomisi” temelinde “edebiyat ekonomisi” ile ilgili yaptığı çalışmalar son zamanlarda çalışılmış ve bilim dünyasında oldukça ses getirmeye başlamış çalışmaları arasındadır. Özellikle (1999) “*Literary/Cultural ‘Economies’ Economic Discourse, and the Qestion of Marxism*” adlı çalışmaları birçok bilim adamının cevap niteliğinde yeni çalışmalar yapmasına vesile olmuştur ve olmaya devam etmektedir⁵. Bu çalışmada sürekli aynı yöntem ve etkileşim

⁵ Regenia Gagnier and John Dupré’ nin (1999) “*Reply to Amariglio and Ruccio’s Literary/Cultural ‘Economies’, Economic Discourse, and The Question of Marxism*” adlı eserleri cevap niteliğinde oldukça

kanalları ile devam eden ekonomistler ağır bir dille eleştirilmiş ve henüz pek bilinmediği dile getirilen “*Lyotard’ın Libidinal Ekonomisi*”⁶ nin incelemelerine ağırlık verilmiştir⁷ . Amariglio ve Ruccio için kültürün ve edebiyatın ekonomisi aynı kavram içinde anılabilecek bir yapıdadır, dolayısıyla edebiyat ekonomisi derken kültür ekonomisini de kast etmiş olabiliriz. Amariglio ve Ruccio’ya göre; ekonomide sorulması gereken en önemli sorulardan biri şüphesiz “edebi/kültürel ekonomilerin ekonomik düşünceye katkısının olup olmadığı” sorusudur. Amariglio ve Ruccio “zevk ve acı, iş ve arzu, tat hiyerarşileri, duygular ve akıl, tutkular ve ilgi alanları, cinsiyet, ırk ve sınıf deneyimleri ve dağılımları”nın değerlendirmelerini gelenekselleşmiş ekonomi değerlendirmelerinden farklı olarak ekonomiyi dâhil etmişlerdir (Gagnier ve Dupré, 1999: 340). Bunu yaparken Lyotard’ın “psikolojiye dayalı ekonomi düşünceleri”ni pusula olarak seçmişler, demek yanlış olmayacaktır.

Türkiye’de ise edebiyat biliminin ekonomi temelinde bütüncül olarak analiz edildiği çalışmalardan biri Nebi Özdemir’in (2011a) “*Edebiyat ve Ekonomi: Kültürel Ekonomik Bir Alan Olarak Edebiyat*” adlı eseridir. Çalışmasını on iki başlık ile detaylandıran ve çözümleyen Özdemir’e (2011a) göre; bilimde tarafsızlık düsturuna aykırı olarak taraf olmaya örnek gösterilebilecek en temel durum, yine yalnızca o bilime taraf olmak, geçerliliğini yitirmiş yöntem ve yaklaşımları -bilhassa Batılı yöntem ve yaklaşımlar- söz konusu çalışmalara alıp yeniymiş gibi sunmaktır. Çalışmada edebiyatın yalnızca eserler topluluğuymuş gibi algılanıp, yalnızca bu eserlerin incelenmesine ağırlık veren ve edebiyat bilimini bununla içselleştirmeye çalışan araştırma yaklaşım ve yöntemleri sorgulanmaktadır Bizzat edebiyatın teknik bünyesinden çıkan bu eserlerin hangi

kapsamlı bir çalışmadır. Gagnier ve Dupré’nin bu eseri, Amariglio ve Ruccio’nun ve neoklasik ekonomistler, feminist ekonomistler, radikal, determinist ve determinist olmayan ekonomistlerin dahil olduğu tartışmaların bize net bir panoramasını verir.

⁶ Bu konuda daha fazla bilgi için Jean-Francois Lyotard’ın (1993) İndiana Üniversitesi’nin baskısından çıkmış “*Libidinal Economy*” adlı eseri incelenebilir. Lyotard bu eseri ile hem Marxist düşünce ekseninde olduğunu hem de bu düşünce sisteminin “akıldışı, itki ve dürtüler” ile işleyen bir ekonomiye yer vermemesini eleştirir. Lyotard; David Ruccio ve Jack Amariglio’ya göre post-felsefi bir duruş sergiler ve Lyotard’ın örneğin kişinin dürtüleri ile yaptığı satın almalar hakkında söylediklerini David Ruccio ve Jack Amariglio “Hediye Ekonomisi”ni veya “Hediye Teorisi”ni çemberine dâhil ederek tartışır.

⁷ Bu konuda ekonomi disiplinde otorite kabul edilen bilim adamlarından biri olarak McCloskey’in (1983) eleştirileri de hatırlanabilir. Kültür ve edebiyat/yazın ekonomisi, ekonomik yöntembilim eleştirisi ve ekonominin kültürel kanallar ile de alakalı mevcut sorunlarının tahlili ve daha fazlası için Donald N. McCloskey’in (1983) “*The Rhetoric of Economics*” adlı makalesi incelenebilir.

şartlarda, hangi alanlarla bağlantılı olarak söz konusu üretime konu olduğu hakkında herhangi bilimsel bir araştırma eğiliminde bulunmayan, bilimsel olduğu iddia edilen yayın üslubunun, aslında tekrarın tekrarı mahiyetinde bir tablo çizdiği detaylandırılmış ve edebiyatın güncel, dinamik ve diğer bilim dallarının ana araştırma sahalarına da sirayet etmiş veya ediyor olan yarattığı potansiyel ekonomiye kültür ekonomisi ve endüstrileri temelinde ağırlık verilmiştir. Edebiyatın “kayıt teknolojileri, basılı medya ve yayıncılık, kent kültürü ile bu kültürün yarattığı edebi bellek ve ekonomisi, kitap fuarları, basılı/basılı olmayan yayın ticareti ve onun oluşturduğu reklam endüstrisi” kapsamında bizzat alakadar olduğu alanlar başlıklar halinde detaylandırılmış, tartışılmış ve çözümlenmiştir. En önemlisi bu çalışma, takip edildiği takdirde sosyal bilimler adına bilim dünyasına fayda getirebilecek oldukça önemli bilimsel öneriler, araştırma sahası tanıtımı, fikir, yaklaşım ve yöntemlerini göstermektedir.

Edebiyatın ekonomi ve politikadaki ‘değer’ hükmünü sorgulayan Peter Jaszi (1991)’nin “*Toward a Theory of Copyright: The Metamorphoses of "Authorship"*” adlı eseri, Woodmansee’nin (1984) daha önce belirttiğimiz üzere “yazarın var oluşu” meselesini ‘ekonomik’ güvencenin hukuki temelde sağlanmaya başlamasına dayandırdığı fikirlerine benzemektedir. Eserde, “Telif Hakkı Doktrini” inden yola çıkılarak asıl önemli olan ve edebiyatta öncelikli tartışılması gereken konunun ‘yazarlık’ olduğu ve ondan sonra edebiyat çatısı altındaki diğer edebi/ekonomik ilişkilerin tartışmaya açılması gerektiği dile getirilir. Jaszi (1991), yazarı; “edebi ve yasal kültürün paralel aşamalarında oynanan bir dramının ana karakteri” olarak tanımlamıştır. Edebiyatın telif hakları yasası ile İngiltere ve ABD’de farklı bir disiplinler yapıya bürünmeye başladığını, bunun romantik yazar fikrinden farklı bir şey olarak algılanmasının ilk işareti olduğunu dile getirir. Dahası bütün bunları edebiyat, tarih, ekonomi ve hukuk üçgeninde analiz eder. Jaszi’ye göre (1991) yazara/edebiyata daha önce verilmeyen haklar, politik ekonomi temelli ekonomik endişeler dolaysıyladır.

Görüldüğü üzere, edebiyatın bütün olarak ekonomiye uzanan konumunun değerlendirildiği bilimsel çalışmaların ve analizlerin kopuk kopuk olduğu bir birikim söz konusudur. Her biri kendi devamı şeklinde yeni çalışmalara kaynaklık oluşturabilecek farklı bakış açıları ile doludur. Ancak bu edebiyata ekonomik temelde yaklaşmadığını göstermemektedir. Tarihsel ve teorik anlamda kendi alanında her biri önemli ve sağlam

belgelerle desteklenmiş olan bu yapıtlar, edebi teorilerden biri olarak “ekonomik eleştiri” teorisiyle de bağlantılı, kültürel ekonomik teoriler üretebilmiş ve yepyeni yaklaşım ve yöntemlerin meşalelerini ellerinde tutma şerefine erebilmiş eserlerdir. “Ekonomik eleştiri” her ne kadar yazarın -özellikle roman türünde- kahramanlar ve diğer iç metaforlarda kullandığı ekonomik kaygıları, kurgu, hitap, şikâyet gibi ekonomi ile bağlantılı olayları/olguları içerse de bu çalışmalarda asıl “yazarın ekonomisinin ne durumda olduğu” gibi bir sorunun sorulmasına olanak sağlamaktadır⁸. Bu yazarın ısrarla üzerinde durduğu konunun, eserindeki kahramanlar aracılığıyla dile getirdiği ekonomik meselelerin, belki de onun kendi meselesi olduğu fikrini hatıra getiren bir yaklaşım tarzıdır. “Yazar nasıl geçiniyor, ne kadar kazanıyor? Yazarın yapıtında ekonomik şikâyet ve kaygı dolu kurgular neden yoğunluktur? Yazarın tanıtım ve reklama ihtiyacı var mıdır?” gibi sorular, “ekonomik eleştiri” temelli teorik bakış açısı ile çalışma yapanları, edebiyatın bütünsel olarak da ekonomik durumunun sorgulanması ve analiz edilmesi gerekliliğinin ötesinde buna zorunlu kılıyor.

Her ne kadar ihmal edilen bir taraf olsa da yıllardır edebiyatın yalnızca bir eser kataloğu gibi görülmesi yanı sıra bizi adım adım uzaklaştırmaya yardım eden bu birikimler, edebi eserlerin ve edebi tarihsel belgelerin ekonomik temelde de sorgulanması gerektiği fikrine bizi davet ediyor. Aşağıda edebiyat ekonomisinin çatısı altında bu devamlılığın diğer yönü olan “enformasyon/bilgi ekonomisi” incelenecek, geçmişin ve bugünün bilgi bankası olan ‘kitap’lar ile birlikte, bilginin evrensel olarak üretim ve dolaşımının bel kemiğini oluşturan yazarın ve edebiyatın enformasyonel ekonomi içindeki yeri ve etkileri tartışılacaktır. Bu olguların medya, teknoloji vb. alanlarda yarattığı edebi ekonomik etkiler görünür kılınmaya çalışılacaktır.

1.1.2.2 Enformasyon-Bilgi Ekonomisi

⁸ 19. yüzyıl romanlarını düşündüğümüzde tarih, sosyal yapı ve dolayısıyla iktisadi iklim ilişkisi gözle görülür biçimde romanın kurgusuyla iç içe geçmiştir (Aydın ve Akdere, 2014: 10) Bu akım “ekonomik eleştiri” olarak romanların iktisadi/ekonomik temelli analiz edilmesi gerekliliğini doğurmuş ekonominin edebiyat yapıtlarında izlenebilirliği roman incelemeleri ile kanıtlanmaya çalışılmıştır. Türkiye’de bu konuda yapılmış en iyi değerlendirmelerden biri Aydın ve Akdere’nin (2014) “*Edebiyattaki İktisat*” adlı derlemesidir. Türkiye’de edebiyat ve ekonomi ilişkisini edebi türler temelinde inceleyen önemli eserlerdendir.

Enformasyon/bilgi ekonomisi kavramı, son yıllarda özellikle sosyo-ekonomik teorilerin merkezinde yer almaya başlamış bir konu olarak “yeni ekonomi” “yenilik ekonomisi”, “risk toplumu/ekonomisi”, “network ekonomisi”, “ağırlıksız ekonomi”, “e- ekonomi” veya “dijital ekonomi” olarak anılmakta, işaret ettiği toplum ise; “uygarlık sonrası toplum”, “post-endüstriyel toplum”, “bilgi toplumu”, “kişisel hizmet toplumu”, “kapitalizm sonrası toplum”, “teknokratik çağ”, “enformasyon toplumu” ve “post-endüstriyel toplum” şeklinde adlandırılmaktadır (Canbey Özgüler, 2003: 2; Bozkurt V., 2014: 21)⁹. Bilgi ekonomisi 1990’larda enformasyon teknolojisi ile finans sektörlerinin çevresinde, biyoteknolojinin de parladığı bir dönemde ortaya çıkmıştır. Bilgi ekonomisi; enformasyonel, küreselleşmeye ve ağ örgütlenmesine dayalı bir yapılanma şeklinde endüstri sonrası toplumun ürettiği ekonomi, olarak bilinmektedir (Castells, 2005, 38-292).

“Enformasyon/bilgi ekonomisi” kavramı yoğunluklu olarak Japonya ve ABD’de yapılan özellikle ekonominin kaynaklık ettiği sektör ve bilimlerin ülke ekonomisine katkılarının analiz edildiği çalışmalarda kullanılan bir kavram olarak yer almaktadır (Dura ve Atik, 2002: 3). “Bilgi ekonomisi/endüstrileri” somut bir şekilde ilk olarak 1940’lı yıllarda ekonomi dalında Nobel ödüllü yazar Friedrich von Hayek¹⁰ ve 1960’lı yıllarda ekonomist Fritz Machlup tarafından çalışılmıştır. Machlup bilgi ekonomisinin kaynaklık ettiği sektörleri tanımlayıp bu sektörlerin ABD ekonomisi içindeki payını analiz etmiş, ekonomiye katkısının oldukça ciddi olduğunu, göstermeye çalışmıştır. Daha sonra 1971 yılında Japonya’da Masuda “*Enformasyon Toplumu İçin Plan*” adlı bir çalışma hazırlamış ve bahsettiği topluma ilişkin belirsizliği vurgulamak ve bu toplumun henüz gelişim aşamasında olduğuna gönderme yapmak adına ‘bilgisayar’ ile ‘ütopya’ kavramlarından oluşturduğu ‘*computopia*’ kavramını üretmiştir (Bozkurt V., 2014: 22). Bu aşamada yine F. Machlup “kapitalizm koşulları altında bilgi yaratma ve bilgi üretmenin sorunlu

⁹ Toffler’in “*Üçüncü Dalga*” (1981) olarak adlandırdığı post-endüstriyel toplum, standartlaşmanın, merkeziyetçiliğin, fabrika düzeninin ortadan kalktığı, sürekli ve hızlı değişimin egemen olduğu toplum biçimidir. Enformasyon toplumunda egemen demokrasi Toffler’a göre “mozaik demokrasisi”, Masuda’ya göre ise “katılımcı demokrasi” dir (Toffler, 1993: 263; aktaran Bozkurt V., 2014: 42). Şimdiki toplum düzeninin böyle betimlendiği veya kavramsallaştırıldığı bu eksende Frankfurt Okulu teorisyenlerinin toplumun ‘standartlaştığı’na dair fikirlerini, buradaki zıtlığı net görmek adına, hatırlamakta fayda vardır.

¹⁰ Bu konuda daha fazla bilgi için Friedrich von Hayek’in (1945) “*The Use of Knowledge in Society*” adlı eserine bakılabilir.

doğasına odaklanılması gerektiğine” de işaret ederek “bilgi kapitalizmi” terimini bilim dünyasına kazandırmıştır (Peters, 2013a: 8-9)¹¹ .

Castells’in (2005) ifadesi ile enformasyon/bilgi ekonomisinde, elde edilecek olan malların vaktinde kendi sistemine dâhil olması, yani “tedarikçilerin üretim hattına uygun özellikteki malları istenen zamanda teslim etmesiyle stoklamanın ciddi biçimde azaltılması ya da kaldırılması” üretim sürecinde karşılaşılabilecek yanlışların en aza inmesini, kaynakların doğru şekilde çalıştırılmasını amaçlayan “toplam kalite kontrolü”, ekip ruhu, yapılacak olan işlerin bir yerde yoğunlaşmaması, çalışanlara alınacak olan kararlarda hak tanınması, ödüllendirmelerin olması, “şirkette gündelik hayatta pek az statü sembolünün kullanılmasıyla idari hiyerarşinin düzleştirilmesi yoluyla işçilerin üretim sürecine katılımı” gibi olguların varlığı söz konusudur (214). Bilgi toplumu ve ekonomisinde şirketler fiziksel sermaye mülkiyetinden (taşınmaz mal, malzeme, vd.) çok entelektüel sermaye mülkiyetine (fikirler, patentler, vs.) önem verirler. Fikir ve yetenekler bilgi toplumunda fabrika ve hammaddeden daha önemlidir. Bu beceri ve yeteneklere sahip olan yaratıcı işçiler (simgesel analistler) proje bazında çalıştıklarından ve gerektiğinde yer değiştirdiklerinden, bilgi toplumunun bireylerinin de mülkiyet sahipliğinden çok belli deneyimleri yaşamaya önem verdikleri görülmektedir (Rifkin, 2000; aktaran Tonta ve Küçük, 2000: 5).

Yeni ekonomi eski ekonomiden farklı olarak bir ‘kontrolsüzlük’ getirmiştir. Bilimsel literatürde bu, “kontrol dışılık”ın nasıl kontrol edileceğine dair sayısız önermeleri doğurmuştur. Eski ekonomide üretime konu olan nesnelere dokunulabilir, net kavranabilir bir halde iken yeni ekonomide soyut karmaşık ve daha zor anlaşılabilir bir hale gelmiştir¹². Enformasyon ekonomisine bağlı olarak edebiyat ekonomisini de derinden etkileyen bu durum takip edilebilir sonuçlarını özellikle önce gazete piyasasında daha

¹¹ Bilgi ekonomisinin bütün yönleri ile tarihsel süreçte nasıl geliştiğinin çözümlemeleri için Michael A. Peters’in (2013d) “*Three Forms of Knowledge Economy: Learning, Creativity and Openness*” adlı çalışmasına bakılabilir. Bilgi ekonomisine bağlı olarak gelişen “öğrenme ekonomisi” ve diğer “yaratıcı ekonomiler” ile bilgi ekonomilerinin bir arada bulunduğu girişimci toplumlar ve “yenilik ekonomileri” hakkında bu kaynaktan geniş bilgi edinilebilir. Yine aynı eksenle Michael A. Peters’in (2013e) “*Knowledge Economy; Economic Crisis and Cognitive Capitalism –Public Education and Promise of Open Science*” adlı çalışması bu eksenle oluşturulmuş bir başka çalışmadır. Yaratıcı ekonomi ile bağlantılı olarak “eğitim ekonomisi” ve bilimin ekonomik olarak yaşadığı sorunlar ile “bilişsel kapitalizm” çözümlemelerinin yer aldığı çalışmada yeni ve özgün değerlendirmeler yer almaktadır.

¹² Bu konuya üçüncü bölümde ayrıntılı olarak değinilmiştir.

sonra da görünür olarak artık kitap piyasasında göstermiştir. Gazetelerle birlikte kitaplar dijitalleşmiş yüzlerce rafa sığabilecek kitap içeriği cepte taşınabilir elektronik bir cihaza taşınır hale gelmiştir. Daha da önemlisi bilgi ekonomisinde yokluk kavramı pek rastlanabilen bir şey olmamakla birlikte, eski ekonomideki azlık ve tercih konusu yeni ekonomide yerini çoğaltma, kopyalama, tekrar etme ve bolluğa bırakmıştır. Yeni ekonomide piyasa son derece rekabetçi ve dinamik, rekabet uluslararasılaşmış, her yazar ve eser dahası kütüphaneler ulaşılabilir bir seviyeye taşınmıştır. İşletmelerin organizasyon yapıları networkleşmiştir. Oysa eski ekonomide durgun bir piyasa yapısı vardır ve rekabet daha çok ulusal düzeydedir. (Canbey Özgüler, 2003: 9-15).

Birbirine bağlı bütünün halkaları gibi çok merkezli toplumlar özelliğindeki bilgi toplumu ve ekonomisinde birinin veya bir grubun başarısı/başarısızlığı toplumun bütün üyelerini dolayısıyla devleti de etkilemektedir¹³. Aynı şekilde bu toplumda ve bu toplumun yarattığı ekonomide kamu politikaları, fikri mülkiyet, bilgi ekonomisinin yarattığı imkânlar ile artan korsanlık ve onun kontrolü, yeni dağıtım sistemleri, ağ okuryazarlığı, kamu hizmeti sayılabilecek ücretsiz içerikler, yaratıcı endüstriler, bilgiye ulaşmada geliştirilen yeni standartlar, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO)'nün devletlerin kalkınma gündemine eklediği telif haklarının iyileştirilmesi politikaları, Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve ona bağlı olarak yaratıcılık odaklı ticari projeler bir arada düşünülmektedir (Peters, 2013f: 47).

Bilginin üretilebilir bir sermaye hükmünde ancak çok da hızlı tüketilebilir ve eskiebilir bir özellikte olması gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri politiğinde yeni yollar ve projeler geliştirilmesine ihtiyaç doğurmuştur. Bu sermayeyi 'koruma' politikası ve anlayışı ile yeni ekonomide 'bilgi' çekirdek konumunda kabul edilerek, ekonomik büyüme/küçülme, bilginin üretilebilirliği ve birikimine bağlı görülüp, onu üreten aygıtlar, teknolojiler, entelektüel insan sermayesi, kurum ve kuruluşlar da özellikle gelişmiş devletler tarafından önemli bir yere koyulmuştur.

¹³ Durheim "kolektif bilinç" ve 'dayanışma' kavramlarını temel alıp benzer olgular etrafında bir araya gelen basit toplumlardan farklı olarak, "gittikçe karmaşıklaşan ve farklılaşmaların ağırlık kazandığı" endüstri toplumlarına işaret ederken bu bütünlükten bahseder (aktaran Bozkurt V., 2014: 14). Bütünlük farklı dalları bünyesinde tutan, karmaşık ancak birbirini etkileyen bir yapıdadır. Bireyselleşme artmış ancak "organik dayanışma" denilen "iş bölümü"nden ileri gelen bir uyum oluşmuştur. Endüstri toplumu yeni ekonomiyi, yeni ekonomi de kendisi ile eşgüdümlü ilerleyen enformasyon ekonomisinin iskeletini oluşturmuştur.

Devletler bu politikada ve çizgide özellikle “entelektüel sermaye”yi koruma yöntemleri geliştirmekte, eğitim, yayıncılık vb. alanlarda çeşitli yatırımlar yapmaktadır. Uluslararası konferanslar, paneller ve fuarlar düzenlenmekte bu toplantılara ağ okuryazarlığı gelişmiş, entelektüel alt yapısı zengin ve bilgiyi dağıtan konumundaki bilirkişiler çağrılmaktadır. Eğitimde uzmanı olduğu düşünülen alanların bilgi taşıyıcı profesyonelleri üniversiteler tarafından kendileri ile çalışmalarını için davet edilmekte, ülkelerinin kültür, bilgi vb. paylaşımını yapan öğrenciler için değişim programları, eğitim ve öğretim uygulamaları, bütçe toplantıları yapılmaktadır. Uluslararası düzenlenen kitap fuarlarına yine paylaşım odaklı ekonomiye katkısının büyük olduğu düşünülen yabancı yazarlar davet edilmekte ve çeviri projeleri ile ilgili senelik bilgilendirme toplantıları yapılmaktadır. Bilginin etkin ekonomisinin somut olarak izlenebildiği fuarlar edebiyatın ve edebiyat hizmetlerine bağlı yayıncılık sektörlerinin tamamının faaliyetlerini sürdürdüğü mekânlar topluluğu olarak gelişmeye devam etmektedir. Kitap fuarları ile birlikte varlığını daha etkin bir şekilde göstermeye başlayan “yayınevleri de enformasyonel ağ müesseselerinden biri olarak ‘bilgi yaratan şirket’ konumuna geçmiş ve bilgi yaratan şirketin açık bilgi ile yeniliğin kaynağındaki zımni bilgi arasındaki örgütlenme düzeyindeki etkileşime dayanarak” gerçekleştirdiği entelektüel sermayenin oluşmasına katkı sağlamıştır (Ikujiro Nonaka, 1991; aktaran Castells 2005: 217).

Yeni/enformasyonel/bilgi ekonomisi ile oluşan, entelektüel sermaye olarak adlandırılan ve mavi yakalı sanayi işçilerinden farklı olarak bizzat üretimde yer almaya başlayan altın yakalı “bilgi işçileri” enformasyon ekonomisinde hiç şüphesiz en önemli detaylardan biridir. Bilgiyi üreten, dağıtan ve milyonlara sözlü-yazılı-işitsel olarak ulaştıran “bilgi işçileri”ni Peter Drucker (1993; 1990) bütün yönleri ile tanımlamış, bu çalışanların eski fabrika veya herhangi bir işletmenin patronuna bağlı çalışanlardan farklı olup, ‘yaratıcı’ kimlikleri ile tanındığını dile getirmiştir. Dünya işgücünün üçte birinden fazlasını oluşturmaya başlayan “bilgi işçileri” “yeni kapitalistler” olarak bilinmektedir. Drucker’a (1993) göre; “eğer dünyanın hala kapitalist olduğuna dair bir fikir varsa o kapitalizmin artık ‘enformasyon kapitalizmi’ olduğu fikri olmalıdır.”¹⁴ Bu döngünün içinde yer alan

¹⁴ Son zamanlarda Peter Drucker’ın “yönetim teorisi”ni temel alarak bilgi işçilerinin bilgi toplumu içindeki ahlaki değerleri ve entelektüel değerleri ile toplumu nasıl şekillendirdiğinin tartışıldığı eserler üretilmeye başlanmıştır. Yeni ekonomi ile birlikte gelişmekte olan toplumun etkilendiği alanlar “büyük çöküş veya büyük yozlaşma” fikri düzleminde ele alınmakta, yükselen yeni toplumun kültürel değerleri tüm yönleriyle

bilgi işçileri olarak yeni/enformasyonel/bilgi ekonomisinde “teknik entelijansiya ve entelektüellerden oluşan yeni sınıf” olarak bilinen bu kitlenin sayıları her geçen gün katlanarak artmaktadır. Tüm gelişmiş ülkelerde işgücünün baskın grubu olmakta ve en önemlisi kendilerini ‘işçi’ olarak değil “profesyonel” olarak tanımlamaktadırlar. Sahip oldukları veya uzmanı oldukları alanın bilgisi ile anılmakta, bu anılma tek kelimeye karşılık gelebilen alana ait birçok bilginin uygulayıcısı bir profesyonel olarak “ben kültür bilimciyim, halkbilimci veya yazılımcıyım” gibi bir tanımlamayı ifade eden terimlere karşılık gelmektedir. Para, bilgi çalışanları için önemlidir ancak bu örneğin bilgi işçisi olan bir akademisyende olduğu gibi profesyonel performans ve başarının önüne geçecek kadar değildir.

Bilgi işçisinin işi onun yaşamı mahiyetinde kendi ile özdeşleşmiştir. Belki de çoğunluğu için finansal güvenlikten daha önemli olan, sosyal duruş veya sosyal refah ve itibardır. Entelektüel insan sermayesi olarak bilgi işçilerinin (yazarlar, akademisyenler vd.) yenedünya ekonomisi içinde nasıl bir konumda oldukları, geleneksel sistemden kopmak zorunda oldukları noktaların tam olarak ne olduğu, sorunlarının, çatışmalarının sosyoekonomi ve yeni ekonomi perspektifinde nasıl çözümlenebileceği gibi bileşmeler Türkiye’de henüz tam konuşulmamıştır. Günümüzde entelektüel sermayenin ulusal gelişim endeksleri içindeki yerinin büyük olduğu gerçeğine rağmen bu alanlarla ilgili sektörel çalışmalar Türkiye’de ihmal edilmiştir. Ancak dünyada yapılan öncü çalışmaların da belirttiği üzere bilgi/enformasyon sektörlerinin giderek artan ve stratejik manada ciddi önem arz eden bir konuma yükseleceği görüşü hâkim görüş olacaktır.¹⁵

analiz edilmektedir. Peter Drucker’ın teorileri ile yeni toplumun analizi hakkında daha fazla bilgi için bkz. (Turriago-Hoyos, Thoene ve Arjoon, 2016).

¹⁵ Fritz Machlup (1962)’un “*The Production and Distribution of Knowledge in the United States*” adlı eseri Princeton Üniversitesi kanalıyla basılmış ve “enformasyon toplumu”nun tanımı, geleceği, bu toplumu oluşturan bireylerin tanımı ve geleceği hakkında ilk önemli bilgilerin, verildiği öncü bir eser olarak bilim dünyasında yer edinmiştir. “Bilginin üretim şekilleri ve bilgi tipleri”, “bilgiyi üreten endüstriler ve uygulama alanları”, “eğitim”, “araştırma ve geliştirme”, “medya toplumu”, “bilgi makinaları”, “bilgi servisleri”, “ulusal üretim ve bilginin bu üretim içindeki payı” ve “bilginin mesleki alt yapıları” şeklinde toplam on bölüm halinde kitabını derleyen Maclup enformasyon toplumunun yarattığı ekonominin 1960’lı yıllardaki tüm istatistiksel verilerini aktarır. Dünyada ilk kez bilginin toplam ulusal üretim içindeki payını somutlaştırma girişiminde bulunur. F. Machlup yaptığı çalışmalarla 1900-1970 yılları arasında yazın dünyasının büyük paya sahip olduğu bilgi üreten iş gücünün istihdamda ki payının %10.7’den % 39.7’ye yükseldiğini buna karşılık, bilgi üretmeyen iş gücünün istihdamda ki payının ise %89.3 ten % 60.3’e gerilediğini tespit etmiştir (Dura ve Atik, 2002: 195). Bilgi ekonomisinin analiz odaklı tanımlamaları için, yeni ekonomide bilginin yeri ve rolü hakkında yeni ve önemli bir çalışma olarak A.M. Mikhailov and A.A.

“Bilgi işçisi” kavramı ilk kez 1959 yılında Peter Drucker tarafından tanımlanmış, aynı yıllarda Fritz Machlup da bilgi işçilerinin yeni kapitalistler olduğunu belirtmiştir. Daha sonra 1991’de Robert Reich, sembolik olarak “parmakları farede (bilgisayar *mause*’u) düşünceleri uzayda olan işçi, bilgi işçisidir” tanımını yapmıştır (aktaran Canbey Özgüler, 2003: 145). “Bilgi işçisi” terimi geniş bir alanı kapsayacak şekilde içine bilgi üreticileri veya onun işlemesine, dağıtılmasına hizmet eden kişiler, (bilim adamı, akademisyen, araştırmacı, uzman, yazılım mühendisi, biyoteknoloji mühendisleri...), bilgi taşıyıcıları (öğretmenler, kütüphaneler, yazarlar, profesyonel iletişim işçileri...), bilgi işlemcileri (idari işler, sekreterlik hizmetleri...) ve alt yapı personellerini (makine operatörleri, bakım personelleri...) de almaya başlayan bir kavram genişlemesi yaşamıştır (Canbey Özgüler, 2003: 146). Teknoloji toplumunda “bilgi işçisi” uluslararasılaşmıştır. Üniversiteler, bağımsız büyük enstitüler, araştırma daireleri, her bir disiplinin milli ekonomiye olan katkısı temelinde disiplinleri sorgulamaya başlamıştır (Britez, Bulut vd., 2013: 29). Yapılan bu araştırmalar neticesinde elde edilen çıktılarına göre bilginin etkin olarak kullanıldığı ve bilgi işçilerinin rolünün büyük olduğu bilimler bütçe ayırma çalışmaları, iyileştirme ve geliştirme projeleri ile desteklenmenin amaçlandığı bir sürece girmeye başlamıştır.

“Bilgi işçileri, enformasyon toplumu ve ekonomileri” nin teorik düzeyde analiz edildiği bir çalışma olarak Michael A. Peters, Rodrigo Britez ve Ergin Bulut (2013)’un yakın zamanda yaptığı önemli çalışmalardan biri olarak “*Cybernetic Capitalism, Informationalism and Cognitive Labor*” adlı çalışmada yeni ekonomi veya enformasyon/bilgi ekonomisi diye de adlandırılan ekonomi “*Digital Capitalism, Cyber-Capitalism, Knowledge Capitalism, Fast Capitalism, Virtual Capitalism, High-tech Capitalism*” şeklinde gruplandırılmıştır. Bilgi ekonomisindeki “kapital düzen” türlerinin yeni işçi/çalışan grupları yarattığı gösterilmeye çalışılmıştır. Bu gruplar içinde ağırlıklı olarak bilgiyi üreten yazarlar ve akademisyenlere yer verilmiş, onların yarattığı ekonomi ve etki ettikleri diğer ekonomi grupları detaylandırılmıştır. Yazar ve akademisyenler yeni ekonomiyi inşa ederken, yeni ekonomi de onları yeni şartlara uyumlu olarak bilgi temelinde geliştirmekte ve inşa etmektedir. Çalışmada, “*immaterial labor (önemsiz işçiler)*” şeklinde tanımlanan “bilgi işçileri” dahil olduğu kapitalist yapılanmalar

Kopylova’nın (2019) “*Interrelation of Information and Knowledge in the Economy of the Post-Industrial Society*” adlı çalışmasına bakılabilir.

çerçevesinde çözümlenmiş olup, “*Cybernetic Capitalism*” in beş alt dalından biri olan “bilgi kapitalizmi” nin yeni ekonomi içinde “kültürel kapitalizm ve bilişsel kapitalizm” ile birlikte doğduğu özellikle vurgulanmıştır (33). Buradan hareketle denilebilir ki kültürün görünür olarak izlendiği edebiyat, bilgi kapitalizminin içinde yer alan ve bilişsel kapitalist ağlarla birlikte hareket edebilen bir konumdur, dahası bilişsel ve bilgi ağları ile büyüyen yeni ekonominin temel bileşenlerinden birini oluşturmaktadır.

Yeni ekonomi çağında enformasyon teknolojileri ve kullanımının doğurduğu sonuçlar temelinde, enformasyon teknolojilerinin edebiyatı nasıl etkilemiş olabileceği, yeni enformasyon ekonomisi ve teknolojileri içindeki edebiyatın yeri ve gelişimi, edebiyatın ekonomik medyada/kültürde nasıl bir görünüme kavuşmuş olabileceğinin çözümlenme, yaklaşım ve değerlendirmelerini yapan Nebi Özdemir’in (2015) “*Medya Kültür ve Edebiyat*” adlı eserinin bu noktada enformasyon toplumu ve onun yarattığı ekonomileri görmemiz açısından oldukça önemli bir eser olduğunu söylemekte fayda olacaktır. Özdemir (2015); enformasyon toplumu ile ilgili detaylandırmalarında oldukça sık rastladığımız üzere internetin olumsuz bir atmosfer yarattığının dile getirildiği yaygın fikirlere karşılık, ılımlı bir bakış açısı ile internetin kendi ağında iletişimi sanallaştırarak, kültürün yaratım ve aktarım süreçlerini değiştirse de “özetlemeler ve kısaltmalar çağı”nı başlatıp görsel ve işitsel kültür çağının başka bir boyutta ancak yeniden eski tahtına oturmasına olanak sağlayabileceğini, dile getirmiştir. Bununla birlikte -enformasyonel çağda- kültürün tamamen hasar gördüğüne dair karamsar fikirlerin aksine “yerelin küreselleşmeye başlaması ile pek çok kültürel unsurun sanal aleme taşındığı ve dolayısıyla uluslararası düzeyde kültürel iletişim hızının da arttığı” çıkarımında bulunmuştur.

Bu durumda denilebilir ki, gelişen teknoloji kültürlerin, kültürün ürettiği bilimlerin veya bizzat kültürün ifadesi olan bilimlerin internete taşınmasını/yansımını sağlarken yeni kültür ortamları oluşmuş bu da yeni kültürün yarattığı ağlar ekonomisindeki edebiyatın yerini yeniden sorgulamamız gerektiğine dair bir mecburiyet doğurmuştur. Aynı zamanda yeni bilgi ekonomisinde hız faktörünün de etkisi ile “aynı bilgi aynı anda sonsuz sayıda insan tarafından kullanılabilir” hale gelmiştir. Bu da entelektüel aktiviteyi bir yerde kişinin kendi eylemlerine bağlı ekonomik bir aktivite, bir “iş aktivitesi” haline dönüştürmüştür (Mikhailov ve Kopylova, 2019). Haliyle yalnızca sanatta, söyleyiş

güzelliğinde, kütüphanelerde ve arşivlerde olan bir edebiyatın olduğunu düşünmek, edebiyatın çağın gerisinde zamana uyum sağlayamamış ve etki normlarını şimdiki teknolojik algının ve toplumun hiçbir mecrasında gösterememiş demekle aynı şey olacaktır. Oysa edebiyat bugün teknolojinin etkin rol oynadığı enformasyon ağlarında, TV’de, radyoda, internette ve bu mecraların yarattığı tüm sosyal içeriklerde dolaylı veya doğrudan yer almaya devam etmekte ve ağlar ekonomisinde etkin rol oynamaktadır.

Bu temelde Özdemir (2015), edebiyat, edebiyat türleri, dönem edebiyatları, edebiyat siteleri, edebiyat kurumları, toplulukları, edebiyat şahısları, edebiyat kitapları gibi birçok kurum, kuruluş, şahıs ve olgular hakkında “ağlar üzerinden edebiyat dolaşımı”nın ifadesi mahiyetinde edebiyatın bilgi ekonomisi tabanlı oluşturulmuş platformlardaki/internetteki etki alanı hakkında detaylandırmalarda bulunur. Örneğin Ocak 2008’de edebiyat ile ilgili yapılan elektronik arama motoru sorgulamasında 16.800.000 gibi bir sonuç elde edilmişken (387-410), bizim yaptığımız Ağustos 2020 sorgulamasında bu rakam 181.000.000 şeklinde kaydedilmiştir. Her geçen gün çeşitli bilgi kurumlarına, bankalarına, kuruluşlarına (elektronik kütüphaneler, e-dergiler, e-kitaplar, üniversite, devlet, müze veri tabanları, arşivler vd.) aktarılan yeni bilgiler ile edebi enformasyon ekonomisi genişlemekte, ağlar düzleminde bu sonuçlar katlanarak büyümektedir. Dolayısıyla bu, edebiyatın uluslararası enformatik alanda nasıl bir tabana sahip olduğu hakkında bize fikir vermektedir.

Kitapların tanıtımı, reklamı, elektronik dağıtım işlemleri, kayıtları, sipariş bilgileri, satışı ile birlikte, tanıtım ve satış işlemlerinden önce tüm dijital kapak, iç sayfa, poster vd. tasarım işlemleri, yazarın imza günü, toplantı, kitap tanıtımı gibi etkinlik duyuruları internet/ağlar üzerinden çözümlenmekte ve duyurulmaktadır. Birçok açıdan teknolojinin ‘hız’ faktöründen faydalanabilen edebiyat tarihte yaşanmış ve şimdi yaşanıyor olan kâğıdın ticareti, basımı ve satışı gibi sorunlardan az da olsa bağımsız olarak hareket edebilmekte, bu sorunu etkin olarak yaşadığı durumlarda okuyucuya elektronik yayın şeklinde yayınevi kanalıyla ulaşabilmektedir. Hatta bazı yazarlar son yıllarda herhangi bir yayınevinden bağımsız olarak yazılarını yayınladığı kendi adına tasarlattığı bir web sayfasında okuyucuya ulaştırabilmekte ve yayınlarından gelecek tüm hakları aracısız kullanabilmektedir.

Bilindiği gibi bugün dünyada sayısız yayınevi yayın hayatına yalnızca elektronik ortamda devam etmektedir. Özellikle akademik e-dergiler, e-kitaplar bu alanda etkin rol sahibiyken şimdi birçok sektör ve alan e-yayıncılık üzerinden okuyucu ile buluşmaktadır. Enformasyon teknolojisinin içinde olan yayıncılık faaliyetleri yeni ekonomi içinde kilit sektörlerden biri olarak “1970’den bu yana dünyadaki istihdam oranlarının çoğunun enformasyonel alanlarda kaydedildiği üzere” bu oranlardaki paya yayınevleri faaliyetleri de katkı sağlamaktadır (Castells, 2005: 186-292). Teknolojinin de gelişmesi ile bu katkı payı hızlanmış ve bu gelişim ilk hisselerini matbu kanalıyla dizgi baskı usullerinde göstermiştir. Eski baskılardan farklı veya geliştirilmiş olarak dijital baskı, ofset baskı, ipek baskı, tıfdruk baskı, flekso baskı, oyma baskı ve tampon baskı şekilleri gelişmiş bu baskıları yapmayı sağlayan son teknoloji makinalar bir kitabın dakikalar içinde elimizde olmasına olanak sağlamıştır. Diğer taraftan enformasyon/bilgi teknolojilerinin gelişmesi gelenekselleşmiş üretim ve tüketim alışkanlıklarındaki değişikliklerde de kendini göstermektedir. Örneğin binlerce sayfalık matbu bir ansiklopedi, gerek fiyat olarak daha uygun gerek daha pratik olması ile birkaç liralık bir CD’ye yüklenebilir hale gelmiş, bu da kâğıt tüketimini azaltmış ve maliyeti normalin altına düşürmüştür.

Yayıncılığın teknolojik yenedünyada ve bu dünyanın yarattığı ekonomide yeni yüzle yer almaya başlaması, yeni konuları, yeni bakış açıları ve çalışma alanlarını da beraber getirmiştir. Bu gelişmeler henüz Türkiye’de pek rastlanmasa da yeni çalışma alanları olarak yayıncılık sektörünün geleceği, yayıncılık sektörünün dünyamızın daha yaşanılabilir bir hale getirilmesinde üstlenebileceği roller, daha az ağaç kesilerek daha çok bilgi üretmenin yolları konusunda yayıncılığın teknolojiyi etkin kullanma yolları, doğaya verilen zararları önlemede önerilebilecek yeni çalışma metodlarının neler olabileceği konularında oldukça önemli çalışmalar üretilmeye başlanmıştır. Ekonomik kazanç sağlanırken, doğaya zararın en aza indirilip sürdürülebilirliğin hedeflendiği “*Yeşil Ekonomi/Green Economy*”de yayıncılık sektörünün geleceği bilgi ekonomisi temel alınarak tartışılmaya başlanmıştır.

Bu alanda birçok çalışma ve proje sahibi olan bilgi ekonomisini “sürdürülebilir yeşil bilgi ekonomisi” olarak tartışan Michael Peters’in (2013b) “*Greening the Knowledge Economy: Ecosophy, Ecology and Economy*” adlı çalışması “yeni/enformasyonel ekonomi” incelemelerinde kabul edilebilecek önemli çalışmalardan biridir. Bilgi

ekonomisi ve bu ekonominin ürettiği diğer ekonomi kolları konusunda geniş çalışmalar yapan yazarın bu çalışmasında “bilgi ekonomisinde, bilgi ekolojilerini şekillendiren entelektüel enerjinin kaynağı olarak öğrenme süreçleri” tartışılmıştır. “Ekosofi, ekoloji ve ekonomi ile sosyal, ekolojik ve ekonomik sürdürülebilirlik gibi büyük sistemleri bir araya getirme politikası açısından temel oluşturan geniş bir metodoloji şeklinde ağ analizinin önemi” vurgulanmıştır. Bilgi ekonomisinin birçok yönden araştırılması gerektiğine dair bilgiler veren yazar, “çevreci bilgi ekonomisi” ni yeni ekonomi/enformasyon ekonomisi temelinde ele almış bunun “eğitim bilimleri” ne uygulanabilirliği, bu konuda oluşabilecek eğitimin yeni etki formları ve yeni ekonomideki etki normları hakkında çarpıcı bilgiler vermiştir.

Yine benzer düşünce ekolleri ekseninde Peters (2012c) “*Greening the Knowledge Economy: A Critique of Neoliberalism*” adlı makalesinde de yenedünya sisteminde “bilgi ekonomisi” ni “yeşil bilgi ekonomisi” olarak tartışmıştır. Ekolojik toplumun piyasa yapısı ve ekonomik sistemi ile ilgili sorular sormuş ve bilgi ekonomisini, bilgi ekonomisine katkı sunan düşünür ve akademisyenleri detaylandırmış, devletlerin yenedünya düzeninde aldığı yeşil ekonomik konumu, yeşil ekonomik büyüme ve istihdam çevreleri ile değerlendirmiştir. Ayrıca çevre için “eko-filozoflar” tarafından başarıyla dile getirilmiş tüm yönleriyle dünyayı etkilemeye başlayan sayısız yeni tehdidi (tükenmeye başlayan yenilenebilir olmayan kaynakların tükenmesi/kereste, linyit, petrol, gaz vb.), refah sağlayacak bilgi ile sürdürülebilir/yenilenebilir temiz, verimli teknolojilere ve yaratıcı ekonomilere ulaşılması gerektiğini betimlemiştir. Çalışmada “yeşil ekonomi” “ekolojik felsefe” “yeşil kapitalizm” “yeşil yaratıcı ekonomi ve sürdürülebilir bilgi ekonomileri” “bilim ekonomisi” gibi terimler kullanılmış ve post-modern neo-liberalin kritiği ve yeşil ekonominin günümüzde mevcut bilimlere nasıl etki edebileceğinin analizleri yapılmıştır. Bu sürecin sosyal bilimleri, eğitim dünyasını, dolaylı olarak edebiyatı nasıl etkileyeceği, “bilgi ekonomisi” temelinde eko-politiğin devletleri “yeni kapitalizm” ile nasıl etkileyeceği sosyal bilimlerin düşünce ekolleri ile sorgulanmıştır.

Türkiye’nin gelişmekte olan bilgi toplumu karşısında bulunduğu konumu analiz eden ayrıntılı çalışmalar oldukça azdır. Bilgi ekonomisinin ulusal ve ulus ötesi siyasi yapılarının nasıl olduğu, yeni ekonominin yarattığı yeni toplumda pedagojik uygulamaların neler olabileceği, bu aşamada katılımlı, dijital öğrenme ve okuma

uygulamalarının nasıl olması gerektiği ve bununla ilgili teknolojik alt yapı sorunlarının nasıl çözüleceği, “dijital emek”¹⁶ sorunları, yeni ekonomide ‘hız’ faktörü dolayısıyla hukuki boşlukların (telif, korsan, vb.) nasıl giderileceği, yeni ekonominin edebiyattaki geleneksel ifade alanlarını nasıl etkileyeceği, enformasyon ağlarının eğitimdeki ve edebiyattaki geleceğinin ne olacağı vb. yeni ekonomi dâhilinde çalışılmasını tavsiye edebileceğimiz diğer konulardır. Aşağıda tarihten bugüne, gerek eski ekonomide gerek yeni ekonomide, hem enformasyonel toplumun oluşturucusu hem enformasyonel toplum tarafından beslenen bir varlık olarak yazarın edebi, enformatik, psikolojik, sanatsal, endüstriyel vb. birçok açıdan yarattığı ekonominin bilimsel düşünce dünyasındaki yeri tarihi ve güncel bakış açıları ile incelenecektir.

1.1.2.3 Yazarlık Ekonomisi

Her ne kadar yazarlar, edebi akademik kanallar ve eleştirmenler tarafından eserleri, hayatları, belli alanlara katkıları, bilimsel yorumları vb. açılardan ele alınmış olsa da onların ‘üretim’ odaklı ekonomik çıktıları pek az sorgulanmıştır. Yazar ekonomik beklentisi olmayan veya olmaması gereken salt bir sanatçı mıdır, yoksa o ürettiklerini işi için bir araya getiren “bilgi işçisi” salt bir ‘üretici’ midir? Özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren diğer alanlar gibi, yazarlık da teknolojik gelişmeler ve bilgi tabanlı teknik ilerlemeler gibi endüstri devriminin devamı niteliğinde olan tüm hususlardan etkilenmiştir. Bu da bütün hatları ile onun eski yazardan farklı görüldüğü “çağa uygun” özellikleri temelinde yeniden incelenmesi gerekliliğini doğurmuştur. Yazarın edebi duruşunun yanında artık ekonomik, teknokratik, sosyal, politik, psikolojik yönleri ile de değerlendirilmeye alınacağı bir döneme girilmiştir. Haliyle, gerek yazarın kendisi gerek yazarın yaptığı ‘iş’in yalnızca ‘estetik’ temelde benzer yöntem ve

¹⁶ Yeni ekonomi içindeki yeni medya ve yeni ekonominin yarattığı kapital kollar ve bu çizgide dijital olanın faydaları ile birlikte yarattığı sorunların görülmesi oldukça önemlidir (Peters, Britez ve Bulut, 2013). Bu bizim daha önce üzerinde durduğumuz gibi Peter Drucker’ın (1990;1993) “yönetim teorisi” ne karşılık, “büyük yozlaşma/çöküş” teorileri (Fukuyama, 1999) üzerinde duranları daha iyi analiz edebilmemize yarayacaktır. Şüphesiz yeni ekonomik toplumun tarihsel süreçte nasıl geliştiği ile birlikte öğrenme ekonomisinin bağlantılı olduğu diğer ekonomileri, yaratıcı ekonomileri, bilgi ekonomilerinin bir arada bulunduğu girişimci toplumun yarattığı yenilik ekonomisini ve bu kavşakta var olan/olduran Türkiye’de yeni yeni anlaşılmaya başlanan yazın ekonomisini iyi analiz etmek gerekmektedir. Yeni ekonominin yarattığı, yazın ekonomisi ile bağdaş eğitim ekonomisi ve daha fazlası için bkz. Michael Peters (2013d).

yaklaşımlarla ele alınması “bilimsel tekrar tembelliği”nin net kanıtı hükmüne geçmektedir.

Geçmişten bu yana yazarın hakikatte kim olduğu, nasıl davranması gerektiği, bir meslek mi yoksa bir sanat mı icra ettiği gibi sorular sürekli olarak sorulmuştur. Bu sorular, soruları soran her bilim adamı, eleştirmen veya edebi otoriteyi iki genel hâkim görüşle karşılaştırmıştır. Bu iki hâkim görüşten birincisi “yazarın yazarken ekonomik kaygı gütmeden yazması gerektiği, aksi takdirde o kaygının yazdıklarının edebi değerini azaltacağı” ile ilgiliyken ikincisi; “yazarlığın bir meslek olduğu, yazdıklarının da icra ettiği mesleğin bir parçası hükmünde ortaya çıkardığı ‘iş’ ve diğer her meslek gibi yazarın da ekonomik kaygı veya amaçla hareket etmesinin gayet tabî” bir hareket olduğu üzerine yoğunlaşan görüştür. Yukarıda tüm detayları ile üzerine eğildiğimiz temel noktaların “edebiyat ekonomisi” başlığı ve alt başlığında çözümlendiği üzere bu iki görüşün belirgenleşmesi birçok açıdan ‘değer’ kavramının sorgulanması akabinde başlamıştır. Yazarlığı ve yazarın ürettiklerini neden ürettiği meselesini anlamanın ötesinde önce yazarın tanımlanması gerektiği fikrini bize ilham eden “*Yazarlık Figürleri*” adlı çalışması ile yazarlığı; modern öncesi yazarlık figürleri (Homeros figürü, Aziz Bonaventure’ün yazarlık figürleri, İbn-i Haldun’un yazar figürü) ve modern yazar figürü (matbaa kültürü, telif hakkı, romantik yazar) şeklinde gruplara ayıran Altuğ (2012), yazarlığı bütün dönemleri ile incelemiştir. Her dönemle birlikte yazarlığın kapsamının değişebileceğini ve bütün yazarların birbirinden farklı olduğu hükmüne her yazarın ayrı bir yazar figürüne denk gelebilecek kadar özel olduğunu detaylandırmıştır.

Yazarın kim olduğu sorusu, net bir şekilde Michel Foucault tarafından 1969 yılında “*Bulletin de la Société française de philosophie*” adlı dergide yayınlanmış olan “Yazar Nedir?” adlı çalışma ile sorulmuştur. Foucault’nun makalesi, Jean Wahl, Jacques Lacan, Lucien Goldmann gibi düşünürlerin hazır bulunduğu bir oturumda “Fransız Felsefe Cemiyeti”nde sunulmuş, 1970’te de bazı değişikliklerle Buffalo Üniversitesi’nde tartışmaya açılmıştır. “Yazar hakkında tam olarak bir tanım vermenin ve onu sıradan biri olarak görmenin imkânsız olduğu bir konumdadır. Yazar, metinlerinden ne sorumludur ne de tam olarak onların sahibidir” diyen Foucault, yazarı kitaptaki konumu (roman, hikâye vb.), farklı söylem türlerindeki konumu (felsefi söylem gibi) ve söylemsel bir alandaki konumu (bir disiplin kurucusu veya üyesi olarak) olmak üzere üç zeminde

incelemiştir. Foucault, daha önce “doğal tarih”, “servet analizi” veya “politik ekonomi” den yazarın konumunu değerlendirmek maksadıyla bahsettiğini, ancak bu sorgulamaları yazar adlarını vermeden yaptığını, dile getirir. Foucault’a göre; yazarın durumu sorgulanırken, onun bir iş yapıp yapmadığı, işin tam olarak ne anlama gelebileceği ile çözümlenebilecek bir düğümdür. Marks iş tanımını nasıl yapıyordu ve yazarın her yazdığının bahsi geçen iş kapsamı içinde olabileceğini söylemek mümkün müydü veya mümkün müdür? Örneğin hapisane duvarları arasında yazılmış olan bir metnin yazarın işinin parçası olarak ortaya çıktığını söylemek mümkün müdür veya iş burada maddi bir karşılık veya çıktı getiren eylemler bütünü olarak mı algılanmalıdır? Yazarın hayatta olduğu süre boyunca not tuttuğu, yazdığı veya söylediği her şey eserlerinin bir parçası hükmünde veya eserinin kendisi olarak mı kabul edilmelidir? (Foucault, 1969; Altuğ, 2012: 85). Sosyal bilimlerin önemli ancak hayli zamandır görmezden gelinen yazar hakkındaki süregelen çıkmazları, üzerinde hakkaniyetle ayrıca durulması gereken önemli meselelerdendir. Bu meselenin üzerinde durmak yalnızca ekonomik kaygı, amaç veya çıktıları ile değil, yazarın toplumsal konumunu Türkiye temelinde anlamakta da bize fayda sağlayacaktır. Yazarın sosyal konumunu tanımlamak doğrudan edebiyatın da günümüzdeki yerini içtenlikle analiz edebilmemize ve birçok sorun yaşadığına dair gizli hâkim görüşümüz ile yüzleşebilmemize yardım edecektir.

“*On the Author Effect: Recovering Collectivity*” (1997) adlı eserinde Martha Woodmansee de, yazarların durumunun yalnızca “sosyolojik” ve “psikolojik” olarak değil politik ve ekonomik olarak değerlendirilmesi gerektiği yönünde görüş bildirenlerdendir. Woodmansee’nin (1997) belirttiği üzere; yazma eylemi ve yazarlar ile ilgili tarihteki ilk eser Edward Young tarafından 1759 yılında yazılan “*Conjectures on Original Composition*” adlı eserdir. Bu çalışmada Herder ve Goethe’den, “*Essay, Supplementary to the Preface*” in yazarı Coleridge and Wordsworth’a kadar birçok yazar incelenmiş ve yazmanın tipolojisi incelenen yazarlar ile tartışılmıştır ancak 1750’lerin Almanya’ında ulaşılabilir ilk tarihi kayıtlarda yazar, ‘zanaatkâr’ olduğuna dair betimlemelerin ötesine yıllarca gidememiştir. O “usta bir ciltçi, zanaatkâr, baskıcı, yayıncı, redaktör veya düzenleyici, deri veya parşömen gibi mamulleri bir araya getiren kişi veya kâğıt ustası” şeklinde tanımlanmış ama onun etki ettiği alanlar, yarattığı ekonomi, ihtiyaçları, yaratıcılığı veya ekonomik hakları yıllarca dile getirilmemiştir (279-280).

Bu yıllardan sonra yazarın ürettiklerinin hukuki tabanda korunabilirliğinin tartışıldığı ve “Telif Hakları”nın söz konusu edildiği uzun ve hala devam ediyor olan bir sürece girilir. “Telif Hakkı”nın söz konusu edilmeye başlaması bir yerde yazar tarafından üretilenin ‘mal-emptia’ olarak anılmaya ve bu hakkın sahiplik ilkesi uyarınca eserin korunmasının hukuki varlığına ve ekonomik çıktılara bir taahhüt olduğuna dair güvence sağlaması gerektiği yönünde fikirleri çoğaltır. Yazarın konumu, kim olduğu ve birçok koşul altında ürettiklerinin maddi değeri sorunu, onun manevi üretim değerine de dikkati yoğunlaştırmıştır. Bu durumda üretilen her emek yararlı veya özgül kullanım değerine layık görülmemeye başlanmıştır. Yazarın eseri ile ilgili hem edebi takdir hem de ekonomik fayda bekleme yönündeki niyeti yoğun eleştirilere maruz kalmıştır. Milton’un “*Yitik (Kayıp) Cennet/Lost Paradise*” adlı eserini satması tarihte yazarın ekonomik haklarını gözetme yolunda attığı ilk adım olarak kabul edilmiş, bu eleştiriler yapılırken de Milton’un bu hareketi haksız bir hareketmiş gibi sürekli olarak hatırlatılmıştır. Örneğin 1847’de G.H. Lewes’in ‘Fraser’s Magazine’de geçen “*The Condition of Authors in England, Germany and France*” adlı bir yazısında G.H. Lewes; edebiyatın “ticaret değil yalnızca bir uğraş” olarak hareket etmesi gerektiğine ve “üyelerine -yazarlara- iyi bir geçim sağlayacak kadar kazançlı olması ancak hiçbir şekilde spekülörleri kışkırtmaya yetecek kadar kazançlı olmaması gerektiği”ne dair ifadelerde bulunur (Woodmansee ve Osteen, 1999).

Bunlara ek birçok tartışmanın tetikleyicisi olarak kabul edilen Milton’un kendi eserini satması bu yolda gelişen oldukça önemli bir olaydır. Bu “Yazar kimdir, yazar eserini hangi amaçla üretir? Yazarın ürettiği eser bir mal/emptia mıdır, yoksa ekonomik karşılığı olmayan salt bir sanat mıdır?” gibi soruları da beraberinde doğurmuştur. Marx’ın ifadesine göre; Milton “Yitik Cennet” adlı eserini “doğasının etkinliği” dolayısıyla üretmiştir ve Milton bu durumda “üretken olmayan” bir işçidir. “Arı balını veya ipek kurdu ipeğini hangi sebeple üretiyorsa yazar da o nedenle yapıtını üretmeli” düşüncesi ile Marx, Milton’un da bu sebeple yani “doğasının etkinliği” ile “Yitik Cennet”i ürettiğini dile getirir. Ancak Milton’un daha sonra ‘ürününü’ beş Sterlin karşılığında satması onu “bir kitap satıcısının talimatıyla fabrikada kitap üreten Leibzigli edebiyat proletaryası” haline getirmiş ve o artık “üretken bir işçi” konumuna geçmiştir (Kula, 2013: 24).

Wellek ve Warren (2013), sanat eserinin “var oluş tarzı” nı sorgularsak onu meydana getirenin nasıl tanımlanıp tanımlanmayacağı hakkında da fikir sahibi olabileceğimizi ifade eder. Sanat eserinin insan elinden çıkmış bir heykel gibi ‘nesne’ hükmünde kabul edilebileceği koşulu ile Wellek ve Warren’in (2013) düşüncesi, Foucault’un (2006) yazarın kim olduğunu anlamının yolunun, edebi eserini ürettiği bağlamlara gitmekle mümkün olabileceği, çıkarımına benzer. Bu düşünceye göre, eserin yazılış bağlamı yazarı tanıtmakla kalmaz ürettiği eserinin edebi değerinin olup olmayacağı hakkında da ipuçları verir. Wellek ve Warren (2013), edebi sanat eserine “edebi inceleme nesnesi veya somut sanat eseri” şeklinde ifadeler kullanır (163-167). Yazarın kim olduğu ve ürettiği eserin nasıl tanımlanacağı ile ilgili Marx üstte belirttiğimiz düşüncelerinin devamı ve daha açıklayıcı hali niteliğinde;

“Özdeksel olmayan üretim, “sonuç olarak mallara, üretici ve tüketici açısından farklı biçimler taşıyan kullanım değerlerine” dönüşür. Dolayısıyla, bunlar “üretim ile tüketim arasındaki bir aralıkta var-olabilirler.” Kitaplar ve tablolar “sanatçının sanat başarımından/veriminden farklı olan bütün sanat ürünlerinde görüldüğü gibi, alınır satılır mallar olarak bu aralıkta dolaşabilirler.” Burada kapitalist üretim “çok sınırlı ölçüde uygulanabilir.” Örneğin, bir yazar “ortak bir yapıt”, bir ansiklopedi, üretmek için diğer yazarların emeklerini sömürebilir. Çeşitli sanatsal üreticilerin kitap satıcılarının “ortak tüccar sermayesi için yaptığı” bu tür üretim, kapitalist üretime “geçiş biçimi” olarak kalır. Bu geçiş biçimlerinde “emeğin sömürsünün en büyük olması”, işin özünü değiştirmez. Tiyatro oyuncusunun tiyatro oyununu gerçekleştirdiği kurumun sahibinin karşısında işçi, seyircinin karşısında sanatçı konumunda değerlendirilmesi gibi... (Kula, 2013: 25).”

şeklinde ifadeler kullanır. Bu ifadelerle göre üretilenin hak ettiği değeri görüp görmeyeceği gibi olgulardan bağımsız olarak sanat ‘nesne’sinin kendini ifade ettiği mekânlara göre nasıl adlandırılacağına değışebileceğini söylemek mümkündür. Bir kitap onu çoğaltan yayınevi tarafından yalnızca ticari dolaşıma konu olan bir “mal/emtia” hükmündeyken, okuyucunun elinde bir sanat eseri, yazarın elinde ise emeği, ‘özdeksel’ var oluş ifadesi, sanat eseri ve ticari beklenti içine girebileceği bir iş hükmünde olabilir.

Adorno (2004), bütün bu olgulara ek olarak yazarın eserini “üretim nesnesi” durumuna getirmesinin kültür eleştirmeyle bağlantılı olabileceği fikri üzerinde durur. Eseri “kültür eleştirme” sıfatı ile değerlendiren eleştirmen, üretim endeksli “sanatın haraç mezar satılması” na “ister istemez kültürel değerlerle lekelenmiş bir alanda çalışarak” dâhil olmaktadır. Kültür eleştirisi giderek her türlü bilincin “maddi üretim” aygıtıyla karışıp

bütünleşmesine karşı çıkmış, ama bu aygıtı tam olarak kavramayı başaramamış olduğu için kendisi de bu ‘suç’a ortak olmuştur. Kültür eleştirisinin irrasyonelliği de işte buradan gelmektedir. Kültür eleştirisi ‘tin’i maddi koşullarla olan diyalektik ilişkisinden çekip koparmamakla onu açıkça ve dolaysız kötü akıbetin ilkesi yapmıştır. Sürekli üretim de bu döngünün bir parçası haline gelmiştir (164-171).

Yeniden üretim Benjamin’e göre yapıtın gelenekselleştirilebilir yönlerini ve tarihsel tanıklığını olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla burada olumsuz etkilenen, aslında yapıtın veya şeyin “otoritesidir, tarihsel ağırlığıdır.” Benjamin’e göre “sanat yapıtı ilkesel olarak her zaman yeniden üretilebilir olmuştur ancak yeniden üretilen ürün yapıt olarak nitelendirilemez.” Yani “yirminci yüzyılın başlarında teknik-yeniden üretim, hem zamanı geçmiş sanat yapıtlarının tümünü kendi nesnesi yapmaya ve onların etkisini en köklü değişimlere tabi tutmaya başladığı, hem de sanatsal yöntemler/tarzlar arasında kendisine özgün bir yer edinmeye başladığı bir standarda ulaşmıştır. Ekonomik kaygının, yazarı, “kıymeti olmayan eserler üretmeye mecbur edebileceğini” dile getiren Walter Benjamin edebiyatın bu koşullar ile üretiminin “tüketim edebiyatı ile özdeş ilerleyen bir konfeskiyoncu anlayışa” dönüşebileceği üzere bir tanımlamaya gitmektedir. Bu edebiyat Benjamin tarafından, “haz edebiyatı” “eğlencelik edebiyat” olarak adlandırılır. “İşlem yapan yazar” veya “üretici olarak yazar” adlandırmasını kendisi daha sonra, “işyle işlem veya operasyon yapan yazar” şeklinde değiştirmiştir. Adorno’ya göre ise “yayıncılar yaşamak isteyen ancak başat eğilime direnen yazarları söz konusu akıma uymadıkları sürece kitaplarının pazarda/piyasa şansı olmayacağı konusunda uyarmaktadır”. Bunu ekonomik beklenti içine giren yazarı suçlamak için değil, “endüstriyalizmin çirkinleştirilmesi, tek tipleşirmeye boyun eğmeye zorlaması” olarak tanımlamaktadır. Başka bir ifade ile bu “kitapların tikellik ilkesi olanağından yoksun bırakılması” dır (Kula, 2013: 112-280).

Bu düşünce ekollerine göre yeniden üretim bir şeyin bir kereye mahsusluğunu, özerkliği ve teklliğini yok edip yerine kitlesel bulunurluğu ve tüketilebilirliğini koymuştur. O halde yazar ürettiğine ekonomik bir değer biçtiği ve eserini satışa sunduğu dakikada artık bir yazar değil bir ‘işçi’dir ve eseri artık edebi değer hükmünü kaybetmiş yalnızca üretime konu olan bir ‘nesne’dir. Ancak hala devam ediyor olduğu hali bu düşünceler birçok soruyu da beraberinde getirmiştir. Yazarı “ekonomik kaygı ve amaçları” nedeniyle,

“eşsiz, yalnızca kendine özgü üretim yapan, sanat kabiliyeti, manevi ve tinsel zenginlikten azade bir konuma” oturtmak elbette ifadelerin yetersiz geleceği bir haksızlıktır. Oldukça uçlarda olan bu çıkarım bizi yeniden o halde “Yazar kimdir?” sorusuna yöneltebileceği gibi bununla birlikte “Yazar nasıl geçinecek?” sorusunu da akıllara getirecektir.

Burada Throsby (2013)’ın “sanatçının eserini üretirken finansal endişe ve düşüncelerden salt bağımsız olarak rahat ve bir sonraki yemeğini nasıl ödeyeceği gibi bir kaygı olmadan yaşıyor olduğu fikir oluşumlarına şiddetle karşı çıktığı” düşüncelerini hatırlamakta fayda vardır. Pierre Macherey bu aşamada ekonomik eleştiri yaparken romantik yazar figürüyle Marksist yazar telakkisinin temel farkını ortaya koyarak bir neticeye varmaya çalışır. Romantik yazar figüründe temel mesele, ister kutsalın ister dünyeviliğin dilinden konuşsun ‘yaratım’ iken, Marksist yazarda bu sadece ‘üretim’dir. Burada spontanlığa, orijinalliğe, dehaya ve ilhama karşılık; maddi koşullar ve kurumlar tarafından biçimlenmiş bir emek sürecinin sonucunda eserini üreten yazar vardır. Romantizmin insan-merkezliliğini eleştiren Macherey, toplumsal bağlam ile içsel emek süreci arasında mekik dokuyan dinamik bir yazarlık telakkisini merkeze koyup, yazarın böyle algılanmasının daha kabul edilebilir olduğu fikrine bizi davet eder (Macherey, 1980: 66-8; aktaran Altuğ, 2012: 93). Bu ifadelere göre yazar kendisi için hem toplumsala eğilim gösterip öyle üretebilen hem de iç dünyasına eğilebilen bir yer oluşturmalıdır. Bu bir yerde sanatın “politik ekonomi” ile “sanat ekonomisi” arasında bir yer edinebilmesine istektir ve yazarın ekonomik temelde değerlendirilebilmesinin ölçütü eserlerinin üretildiği kültürel, ekonomik, sosyal bağlamları araştırmak olabilir.

Bir eserin “ekonomik eleştirisi” yapılırken en geniş hali ile yazarın para, finansal uygulamaları, sanatsal emekten elde edilen kazançları, pazar içindeki konumu, ürettiği esere etki eden dış faktörler şeklinde bir değerlendirme yapılabilir. Yazarın yapıtında, ekonomik durumlara atfı, ekonomik ifadeleri (şikâyet, imrenme, dilek vb.), kahramanlara ne gibi ekonomik duygu ve niyetleri yüklediği, kurguyu hangi ekonomik bağlamlarda çözdüğü gibi durumlar iç faktörler şeklinde düşünülebilir. Bunlara geniş pazar alanında edebi metinlerin kabulünü, eleştirisini ve değerlendirilmesini içeren, söz konusu metinleri ekonomik olarak etkileyen diğer kültürel söylemler (örnek; reklamlar, popüler kültürel eserler ve uygulamalar) eklenebilir; toplumsal cinsiyet, etnik köken ve cinsel yönelimin

metinsel üretim üzerindeki ekonomik ve sosyal etkileri de ele alınabilir. Yine eserin ekonomik eleştirisi yapılırken fikri mülkiyetin doğası ve değişen tanımları, intihal, sahtecilik ve fikri mülkiyet sorunları da göz önünde bulundurulabilir. En başarılı ekonomik eleştiri, hem dar formalizmi hem de “yeni tarihselciliğin” ayırım gözetmeyen bağlantılarını ve genellemelerini savunan çeşitli saldırı açılarını birleştirebilen eleştiridir, demek yanlış olmayacaktır (Woodmansee ve Osteen, 1999: 35-36).

Netice itibari ile yazarın ekonomik etkinliğinin kabul edilip emeğinin güvence altına alınması ve diğer haklarının iade edilmeye başlaması “Telif Hakları” yasası ile olmuştur. Bu yasa çoğu zaman hukuk tarihçileri, analistler, ekonomistler ve edebiyat eleştirmenleri tarafından yazar için “ekonomik bağımlılıktan kurtuluş bildirgesi” “himayenin bitişi” şeklinde betimlenmiştir. 1667’ye kadar telif hakkı ile ilgili hukuki bir düzenlemeye rastlanmamıştır. İngiltere’de 1667’de Milton “*Kayıp Cennet*” adlı eserini yayıncısına bastırıldığında tekrar edilecek diğer bir basım sonunda, aynı para miktarını alacağına dair sözleşme yapmış bu “telif hakkının korunmasına dair ilk atılım” olarak kabul edilmiştir. 1710 yılında sorun hukuksal planda çözümlenmiş, üretim hakkı yayıncıya değil, eserin hakkı kendisine ait olan yazara verilmiştir. Fransa’da 18. yy boyunca bu anlamdaki hukuksal düzenlemeler devam etmiştir. 1777-1778 tarihli kararlar yazarların ekonomik hakkını çoğunlukla kabul etmiş olarak, günümüzdeki yasal mevzuatın temellerini atmıştır. Kararname 19-14 Temmuz 1793 yılında kanun ile yasalaşmış, yasaya 14 Temmuz 1866’ da ek düzenlemeler getirilmiştir. Böylece edebiyatın yalnızca manevi bir ifadenin ürünü olmayıp (övgü, itiraf vb. yollara başvurmadan) maddi bir karşılığının da olması gerektiği yazarlar tarafından kabul ettirilmiştir. Yazarlığın meslek olarak bilinmesi ve korunması ise uluslararası 1886 Berne ve 1952 Cenevre Sözleşmeleriyle tam olarak gerçekleşmiştir. Sözleşmeler Paris’te 1971 yılında tekrar düzenlenmiştir (Labarre, 2012: 93-103). Daha sonra “Emtia-Metin Yayıncıları” (*commodity-text publishers*)’nın haklarının düzenlenmesi şeklinde geniş ölçekli ekonomik ayrıcalıklar 1909’da telif haklarına getirilen yeni düzenlemeler ile olmuş, bu yasalar ve düzenlemeler ile yazarın eseri “kamu malı” haline gelmiş ve yaptığı ‘iş’ “üretmiş mal/emtia/eser” şeklinde bir çıktı olarak kabul edilmiştir.

Tüm bu yaşananlar, geçmişten bu yana belli veya belirsiz devam eden tartışmalar ve sonuçta “yazarın dolayısıyla edebiyatın ekonomik etkinliği”ni kabul eden “Telif Hakkı

Yasası” yazarlık ve ekonomi arasında uzun ve çok yönlü tarihsel bir ilişki olduğunu göstermektedir. Edebi ve kültürel çalışmaların ekonomiden bu denli ayrılması ise yakın zamana kadar gerçekleşmemiştir. Disiplinlerin bu kalıcı çatallaşması göz önüne alındığında, edebiyat, kültür ve ekonomi arasındaki temas noktalarını yeniden keşfetmek, disiplinlerarası değişimlerin değerli olup olmadığını belirlemek, her söylemi zayıflığı ortaya çıkaracak bir ayna gibi karşı uygulama olarak kullanmak, kör noktaları belirlemek ve önyargıları yok etmeye uğraşmak tüm bilimlerin geleceği açısından oldukça önemlidir. Bugünkü mevcut durum bilim adamları, analistler ve akademisyenleri bilimdeki bu çatallaşmaları çözmek adına görevli kılmaktadır (Woodmansee ve Osteen, 1999: 3-50). Obsesif bir yaklaşımla edebiyatı sürekli olarak aynı şekillerde ele almak yerine aynı yöntemlerin uygulanması tekrarından kurtulmuş akademisyenlerin varlığını hatırlatmak, edebiyatın farklı açılardan değerlendirilmesi gerektiği üzerine yıllar önce geliştirilmiş bilimsel hükümleri yeniden ortaya çıkarmak adına çok faydalı olacaktır.

1.1.3 Kitap Fuarları

1.1.3.1 Fuar

Fuar kelimesinin etimolojik olarak hangi kavramların birleşiminden oluştuğu ve ne gibi yan kavramların da anlamlarını içinde barındırdığına dair araştırmacılar tarafından farklı ancak genellikle aynı noktada birleşen fikirler öne sürülmüştür. Fuar sözcüğü Latince “bayram, dini tören” anlamına gelen *feria* kelimesinden, Fransızca *foire* olarak dilimize geçmiştir (Aymankuy, 2018: 192). Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde de fuar aynı şekilde; Fransızca *foire* kökünden türemiş bir kelime olarak tanımlanmakta ve “belli zamanlarda, belli yerlerde ticari mal sergilemek amacıyla açılan büyük sergi” olarak açıklanmaktadır (TDK Sözlük, 2020). Fuar kelimesinin Almanca karşılığı olan *messe* sözcüğünün, Latincedeki *missa* sözcüğünden türetilerek ‘kitle’ anlamı taşıdığı da bilinmektedir (Sohodol ve Göksel 2005: 75; Bal, 2010: 13).

Rovelstad (1973)’in belirttiğine göre Latince kökenli *fuar/messe* kelimesi; Katolik Kilisesi inancında Hz. İsa’nın çarmıha gerilmeden önceki havarileri ile yediği son akşam yemeğinin anıldığı ayın *eucharistia* ile bağlantılı bir kelime olup, eskiden “bir Aziz’i anma bayramı/festivali/kutlaması” olarak kullanılırdı. Çünkü bugünlerde birçok insan

hem bir araya gelip dini vecibelerini yerine getirirdi, hem de o günden sonra ticari/maddi fayda sağlayabilecek ‘bereket’ toplantılarını yapardı (114).

Diğer bir tanımla; Osmanlıcada ‘panayır’ olarak karşılık bulan ‘fuar’ kelimesi; “ticaret mallarının toplu olarak sergilenmesini, tanıtılmasını ve satılmasını sağlamak için kurulan pazar” anlamına gelmektedir. Bu deyim eskiden ‘festival’ (sanat ve eğlence gösterisi) anlamında da kullanılmıştır (Hançerlioğlu, 1993: 319). Bu tanımların tamamını kapsayacak şekilde denilebilir ki fuarlar; “ticari mal ve hizmetlerin sergilenmesini ve dolayısıyla pazarlanmasını amaçlayan, belli zamanlarda, belli yerlerde ve belli sürelerde halkın eğlenceli vakit geçirmesini de sağlayan büyük pazarlardır (Aymankuy, 2018: 192).”

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)’ne göre fuar; “stantlar kurulması yoluyla, ticarete konu mal ve hizmetlerin, bunlar ile ilgili teknolojik gelişme, bilgi ve yeniliklerin tanıtımını ve aktarımını amaçlayan, ziyaretçi ve katılımcı arasında bilgi alışverişi, işbirliği, pazar büyütme ve geleceğe yönelik ticari ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi için bu esaslarda belirlenen niteliklere uygun alanlarda düzenlenen, konusunu oluşturduğu alanın, sektörün ve toplumun menfaatlerini gözeten, düzenleyicisi, adı, türü, yeri, konusu, tarihi ve süresi önceden belirlenen etkinlikler” şeklinde karşılık bulmuştur (“Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine...”, 2020).

Fuarın kavramsal değerlendirmelerinin yanı sıra Türkiye’de sergicilik ve fuarcılığın tarihi gelişiminin ticaretin tarihi gelişimi ile başladığını söyleyebiliriz. Fuarların tarihi gelişimi hakkında bilgiler, genellikle pazarların ve panayırların ne olduğu ile ilgili bilgilerin takibinde elde edilmiştir ve fuar yapılanmalarının pazardan, daha sonra da panayırdan evrildiği düşüncesi hâkim görüş olarak kabul edilmiştir. Bununla birlikte ‘fuar’ kelimesinin kökeni ve kavramsal olarak hangi kelimelerin anlamları ile ilişkilendirilebileceği hakkında araştırmacılar, genel olarak ‘panayır’ ile ‘fuar’ kelimelerini aynı anlam çerçevesi içinde kullanmış, pazarların ise, işlevsel ve teknik bağlamda kurulduğu bölgelere göre değişen özellikler barındırarak hem fuarlara hem de panayırlara benzeyebileceğini dile getirmişlerdir. Yani herhangi bir ‘pazar’ tarihsel kavram izleğinde fuarlar veya panayırlara atfedilebilecek işlevlerle çalışabilmiştir. Tarihsel olarak bu kelimelerin birbirleri ile olan ilişkisi; pratikteki işlevleri ve somut olarak gözlemlenmiş özellikleri ile ilişkilendirilmiştir.

Pazar yerleri aynı düzlemde bulunan panayır ve fuarlar gibi “farklı toplumsal kesimleri bir araya getiren kamusal mekânların başında gelmektedir. Bu mekânlar aynı zamanda yerel ile kentlinin buluşma ve etkileşim mekânları” olup kültürel ekonomik alanlar olarak, halkın sürekli bir iletişim döngüsü kurduğu, kendi ticari, sosyal kültürünü yansıtabildiği yerler olarak var olmuşlardır (Özdemir, 2017: 519). Pazar, tarihte çoğunluklu olarak açık havada yer alan “haftalık çarı” anlamında kullanılmıştır. Yaklaşık olarak XVI. yüzyıla kadar ‘Pazar’ ve ‘çarı’ aynı anlamda, arz ve talebin bulunduğu yer olarak görülmüştür. Pazar, bir ülkenin uluslararası ticaretini, herhangi bir yerleşim biriminde kurulan alışveriş yerini, alışveriş amacıyla kullanılan bir mekânı ya da sadece belirli bir ürünü de tanımlamak için kullanılabilir (Ülgen, 2013: 360-361).

‘Pazar’ ve ‘panayır’ı aynı tanım içinde kullanan Özcan’a (2006) göre; “pazar ya da panayır; Selçuklu sultan ya da hatunları veya emirleri tarafından Anadolu’nun milletlerarası ticaret yolları üzerinde vakıf olarak örgütlenen, ekonomik işleve sahip “*anıt-sal-kamusal*” ekonomik hizmet yapıları yoluyla gelişen ve kentsel yerleşim sürecinde düğüm-aktarma merkezleri işlevi kazanan ülkesel ya da bölgesel ekonomik etkinlik ve alım-satım/mübadale merkezi niteliğindeki yerleşmelerdir (2006).”

Mortan ve Küçükerman’ın (2011) incelemelerine göre pazar daha çok “haftalık pazar” olarak nitelendirilmiştir. Haftalık olarak düzenlenen bugünkü pazarlar ile benzerlik gösteren “hafta pazarı” (*bazar*) ile “panayır” kavramları (Yunanca “çok sayıda aziz” anlamında, *pan aghios*) gelenekleri ve yasal çerçeveleri ile benzer olup, her ikisi de “ticari mekân ve devlete ait mülk (emlak-ı miriye)” olarak anılmıştır. Ancak panayırlar, yerelden ziyade “Avrupa ile alışveriş olanağı veren, kent kültürü ve yabancı kültürlerle kırsal alandaki ilişkiyi bütünleştiren” mekânlar olarak hem halk hem de devlet için büyük bir önem taşımıştır. Mortan ve Küçükerman ‘pazar’ı her ne kadar araştırmacılar tarafından aynı anlamda kullanılsalar da “hafta pazarı” anlamında kullanarak “panayır” ile fiziki anlamda ayrıldığını ele aldıkları tarihsel mimari belgeler ile dile getirmişlerdir. Kayıtlara göre; panayır yılda bir iki kez kurulurken, “hafta pazarı” haftada iki üç kez kurulabilir. Ayrıca, pazarın kurulduğu günün, tüm dini cemaatler için uygun olmasına panayırlardan farklı olarak özellikle özen gösterilmiştir. Anadolu’da umumi tatil günü olan Cuma günü

pazarın kurulması adetten sayılmıştır. Hatta “hafta pazarları”nın bir kısmı “Cuma Pazarı” adını taşımıştır (138-139).

İslam kültüründe ‘pazar’ın Cuma günü kurulmasının adetten sayılması ile ‘panayır’ kelimesinin Yunanca “çok sayıda aziz” anlamında, “*pan aghios*” olarak anılmış olması arasında üzerinde ayrıca durulması gereken bağlantılar olduğu açıktır. Halk kendi inançları ile yaptığı ekonomik işler arasında ilişkilendirmeler kurmuş pazar/panayır/fuarların nerede, ne zaman ve hangi prensiplerle kurulması gerektiğine dair bütün sistemini oluşturmuştur. Toplumunu oluşturan her türlü alana ait maddi ve manevi anlamsal bütünlüğün ve ilişkinin korunmasına önem verilmiştir.

Belirli bir bölgenin “halk ilişkilerine dayalı ekonomik gelişmesinin izlendiği” pazarların, tarihsel süreçte fuarların fiziksel yapılanmalarına benzer bir yapılanma özelliğine de sahip olduğu bilinmektedir. Bu noktada Suraiya Faroqhi (1978), pazarlardan evrilen “büyük ticari merkezler”in oluştuğuna gönderme yapar; ekonomik gelişmenin hiyerarşik tablosunu betimleyip; şehirlerde üretilen ve ithal edilebilen veya daha küçük ölçekli pazarlardaki alıcılara sunulan özel ürünlerden bahseder. Bu ürünlerin seçimlerinin de aynı yerde ve kanallar ile yapıldığını ve daha sonra yerel pazarlardaki satıcılar tarafından ödenecek olan toptan fiyatların da belirlendiği “büyük ticari merkezlerin” oluştuğunu ekler. Satıcı, toptancı, dağıtıcı ve alıcının bulunduğu bugünkü fuarlarla yakından ilişkili olan bu ticari düzen betimlemesi oldukça önemlidir. Bu düzen Faroqhi (1978)’ye göre Osmanlı’da olup, sistemleşmiş hali ile Avrupa’da çok daha eskiden beri oluşturulduğu düşünülmektedir ve Avrupa’nın bilinen uluslararası geleneksel tarihi fuarları ile hala devam etmektedir (39)¹⁷. Bu panayırlar pazar görünümü ile de içinde; “bölge veya kentin yerel ihtiyaçlarını aşan miktarlardaki ürünleri toplamak üzere aracılar” da barındırabilmiştir (Heaton, 1995: 156). Ekonomik işlevli halk buluşmaları, panayırlardan evrilmiş olan veya/ve onunla aynı anlamda kullanılmış olan fuarları gündeme getirmiştir. Ancak daha önce de belirttiğimiz gibi bu oluşum önce pazar sonra panayır ve daha sonra da fuarların var oluşu şeklinde doğrusal bir oluşum düzlemi şeklinde düşünülmemelidir. Ekonomik kültürel alanlar şeklinde pazar, panayır ve fuarların kavramsal olarak bazen birbirlerinin yerine geçecek surette özellik ve işlevlere sahip olduğu unutulmamalıdır.

¹⁷ Tersine yönde oluşan “pazar hiyerarşisi” ve tarihte özel olarak anılan bazı pazarlar hakkında daha fazla bilgi için Faroqhi’nin (1978) eserine bakılabilir.

1.1.3.2 Kitap Fuarları

Osmanlı Devleti zamanında ekonomik etkinlik sahalarının temel örneği olan “pazar veya panayır”larda ilk kez kâğıt destelerinin satışı veya sergisi ile -sonraki bölümlerde üzerine tarihsel detaylandırmaları ile eğileceğimiz üzere- başlayan “kitapların pazarlanması” serüveni, Cumhuriyet Dönemine gelindiğinde yerini nihayetinde istikrarlı olmasa da, “kitap panayırı” veya “kitap sergisi” adıyla kitapların toptan tanıtılmasının öncelikli hedef olarak belirlendiği büyük kültürel ekonomik etkinliklere bırakmıştır. Bu geçiş beraberinde gazetelerde haberi yapılacak mahiyette bir tanınmışlık ve gitgide artan bir itibarı da beraberinde getirmiştir. Türkiye’de ilk olarak “neşriyat camiasının yalnızca kendini temsil ettiği ve yeni harflerle basılmış kitapların tanıtıldığı yer olarak bakılan” ve ilk ziyaretlerin genellikle merak dolayısıyla yapıldığı kitap fuarları, 1930’lu yıllarda gitgide tüm halkevleri tarafından programlara alınmaya, basılı ve işitsel medya tarafından haberi yapılmaya ve halk tarafından tanınmaya başlamıştır. Ancak belirtmek gerekir ki Selim Nüzhet Gerçek’in ifadesi ile bu durum; her ne kadar güzel sahneler barındırmış olsa da, temelde Türkiye’nin Avrupa’ya kıyasla sektörel ve kültürel olarak ekonomik etkinlik sahalarına adım atmada oldukça geciktiğini göstermektedir. Dolayısıyla dönemin aydınları tarafından kültürün ekonomik iştiraki ile ilgili meseleler kitap sergileri/fuarlarını da içine alacak şekilde, düzgün bir sisteme oturtulması ve gelişim odaklı elzem müdahalelerin yapılması gereken önemli bir husus olarak kabul görmüştür. Tam olarak bu noktada ihtiyaç duyulan işbu sistemin oluşturulmasında gerek kitap fuarları gerek diğer basım yayın işleri ile ilgili diğer kültürel ekonomik tanıtım, satış ve pazarlama faaliyetlerinde Selim Nüzhet Gerçek birçok araştırmacı, yazar ve özellikle kültür tarihçileri tarafından da dile getirildiği gibi temel şahıs olma rolünü üstlenmiştir (Safa, 1932; Talu 1939; Acaroğlu, 1986; Birinci 1996).

1930’lu yıllarda artık kurulmaya başlayan ilk fuarlar, halkın nezdinde yazarların hem ekonomik haklarının hem sanatının ifadesi hükmünde, ürettiklerini “vitrinsiz” olarak tüm halkın ulaşabileceği mütevazi bir düzeye, dahası herkesin dokunabileceği noktaya taşıdığı yer olarak görülmüştür, demek yanlış olmayacaktır. 1930’lu yıllar Türkiye’inde kitaplar halk evleri ve halk evi çalışanlarının mücadeleleri ile “kitap panayırı” veya “kitap sergisi” adı altında toplu olarak halkla ilk kez buluşuyorken, Avrupa’da bu zaman zarfı içinde

kitap fuarlarının artık sektörleşmeye ve tüm dünyanın ilk kültürel ekonomik markalaşma örnekleri içinde yer alabilecek bir kıvama kavuşmaya başladığını görürüz. Avrupa’da düzenlenen bu kitap fuarları (Mainz, Frankfurt vd.) kitap satışlarının yapıldığı, yayıncılık sektörlerinin buluşup, anlaşma ve işbirliklerini gerçekleştirdikleri ve tüm Avrupa’ya yön verecek yayın ticareti devinimini hissettiği ve hissettirdiği ticari mekânlar olarak kabul edilmiştir. Bu minvalde belirtmek gerekir ki Frankfurt Kitap Fuarları’nın resmi olarak ilk kez 1949 yılında kurulduğu söylene de bilimsel kaynaklar bu tarihi “Tarihi Frankfurt Buluşmaları” adı ile 1400’lü yıllara dayandırmış, 1700’lü yıllarda da yerleşik bir düzene kavuştuğu yönünde kaydetmiştir (Rovelstad, 1973; Rautenberg 2000; Labarre 2012; Houston, 2014) Hatta bu tarihin çok daha geriye gittiğini ve tahminen 1200’lü yıllara kadar varabileceğini ifade eden araştırmacılar da var olmuştur (Weidhaas, 2007). Yani denilebilir ki Türkiye’de 1930’lu yıllarda yeni yeni adı anılmaya başlayan kitap etkinlikleri, Avrupa’da 1400’lü yıllarda oluşmaya başlamış, 1930’lu yıllarda ise neredeyse tarihi gelişimini tamamlamış olarak günümüzdeki sisteminin temellerini atma yolunda adımlar atmıştır.

İlk olarak Cumhuriyet döneminde görülmeye başladığını ifade ettiğimiz Türk kitap fuarlarının ilki 1929 yılında Türk Ocağı tarafından açılan “Türk Matbaacılığının İki Yüzüncü Yıldönümü Sergisi” adı ile kurulan sergidir. Düzenleyicisinin Selim Nüzhet Gerçek olduğu bu serginin ardından sırasıyla 1932 yılında “İstanbul Halkevi’nin Açtırdığı Kitap Panayırı” ve Selim Nüzhet’in hizmetleriyle açılan 1933’te “Maarif Vekâletinin Açtırdığı Neşriyat Sergisi” gelir. Türkiye’nin birçok noktasına “talim ve terbiye” “yeni harflerle basılmış kitapları tanıtmaya” “muallimlerin eğitimi” gibi temel amaçlarla gezici bir fuar hükmünde hareket edip 1933’te düzenlenen “Seyyar Terbiye Sergisi”, 1935 yılında Etıbbıa Odası tarafından düzenlenen “Birinci Tıbbî ve Sıhhî Kitaplar Sergisi”, 1938 tarihli “Beyoğlu Halkevi Kitap Sergisi” ve 1939 yılında düzenlenmiş “On Yıllık Neşriyat Sergisi” sırasıyla açılan diğer sergiler olarak kayıtlara geçmiştir (Unat, 1953; Acaroğlu, 1986; Birinci 1996; Akçura, 2009).

Kurulduğu bilinen bu ilk fuar yapılanmalarının dışında, yapılan araştırmalara göre 1940-45’li yıllardan “genellikle diğer endüstriyel fuarları da içine alacak şekilde 1970’li yılların ikinci yarısına kadar” düzenli olarak tekrarlanan herhangi bir kitap fuarı bilgisine rastlanmamıştır. Yapılan sergilerin/fuarların çoğu ilk girişime yönelik olmakla birlikte en

fazla iki veya üç kez tekrarlanmış sergiler olarak bilinmektedir. Ancak bazı halkevlerinin küçük çaplı kitap sergilerini düzenlemeye devam ettiğini buna dair kayıtların da tam olarak tutulmadığını biliyoruz. Özellikle Beyoğlu Halkevi'nin düzenlediği kitap sergileri -kayıtlarına tam olarak ulaşılammış olsa da- bu çapta düzenlenen kitap sergileri arasında sayılır. 1940'lı yıllardan 1970'li yıllara kadar kitap fuarcılığının etkin olarak halkevi etkinliklerinin dışında ulusal çapta kültürel ekonomik boyutta kendini gösterememesinin birçok nedeni olabilir. Ancak her ülkenin olduğu gibi genellikle tüm endüstriyel ve sanayi kollarının birbirine bağlı olduğu üretim döngüsünde Türkiye'de de 1970'li yılların ortalarına doğru yaşanan petrol krizi neredeyse fuarcılığın tüm kollarını etkileyen ve fuarcılıkta bir süre durgunluk yaşanmasına sebep olan en güçlü etken olarak gösterilir. 1980'li yıllara gelindiğinde ise uzun yıllar süren bu durgunluk yerini hızla kendini göstermeye başlayan bir toparlanmaya bırakır (Akçura, 2009).

Genel olarak tüm fuarcılık kollarında yaşanan bu toparlanma Cumhuriyet yıllarından sonra nihayetinde Türkiye'de kurulacak olan ilk ulusal çaptaki kitap fuarının ilan edilmesine de vesile olmuştur. Tüm Yapım Fuarcılık Yapım A. Ş. (TÜYAP) kanalıyla 1982 yılında ilk kitap fuarı gerçekleştirilmiş ve bu fuara 28 yayınevi katılmıştır. TÜYAP'ın 2000 yılında daha büyük bir sergi alanına geçmesi, 2005 yılında fuarın yerelle birlikte dünyaya açılma çabalarını başlatması ve 2011 yılında ilk defa uluslararası camiada artık net olarak temsil edilmesi yayıncılık endüstrisinin de eş zamanlı bir yükselişe geçmeye başlamasına olanak sağlamıştır (İstanbul Kitap Fuarı, 2020).

Günümüze gelindiğinde ise hızla gerçekleştiğinin ve toparlanıldığının düşünüldüğü bir tablo karşımıza çıkmaktadır. Son verilere göre Türkiye'de 2019'da "Kitap ve Süreli Yayın" adı altında düzenlenmiş toplam kitap fuarı 27'ye ulaşmıştır. Toplam fuar katılımcı sayısı 3.451'dir. Bu sayının içinde tüm edebi ekonomik alanları içine alacak şekilde yayıncılar, yazarlar, illüstratörler, tüzel yazar ve yayıncı konumunda dernek, vakıf vb. kuruluşlar, gazeteciler, çevirmenler vd. bulunmaktadır. Yabancı ülke katılımcı sayısı 25 olarak kaydedilmiştir. İleride de üzerine detaylıca eğileceğimiz haliyle bu sayının pek de azımsanmayacak bir sayı olduğunu şimdiden söylemek faydalı olacaktır. Doğrudan yabancı katılımcı sayısı 9 olup dolaylı yabancı katılımcı sayısı 155, toplam katılan ziyaretçi sayısı ise 6.959.317'dir ("2019 Yılı Fuar İstatistikleri", 2021). Neredeyse tüm kültürel ekonomik alanların, dahası kültürel ekonomik yaratıcı sektörlerin yeni ekonomi

modelinde temsili hükmündeki kitap fuarları toplumun her kesimine hitap edebilecek yapısı ile gitgide büyümektedir.

2019 yılı tablosunu daha iyi anlamamız açısından 2016 yılı verilerine baktığımızda; 2016'da Türkiye'de "Kitap ve Süreli Yayın" adı altında düzenlenmiş fuarlara katılan toplam ziyaretçi 3.381.761 olduğunu görürüz. Düzenlenen fuar sayısı 16, toplam fuar katılımcı sayısı 2.571'dir. Yabancı ülke katılımcı sayısı 45 ve doğrudan yabancı katılımcı sayısı ise 150 olup sonraki yıllara göre bu iki sayı, her ne kadar sonraki yıllarda ziyaretçi sayısı istikrarlı bir şekilde artmış olsa da, daha fazladır. Dolaylı yabancı katılımcı sayısı 181, yabancı ziyaretçi sayısı 4.100, katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanı (net/metre kare) 72.703, doğrudan yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanı (net/metre kare) 2.381, dolaylı yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanı (net/metre kare) 1000'dir. ("2017 Yılı Fuar İstatistikleri", 2021). 2019 yılındaki yabancı ziyaretçi sayısına baktığımızda 16.570 olduğu tespit edilmiş olup, katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanı (net/metre kare) 115. 167, doğrudan yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanı (net/metre kare) 135, dolaylı yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanı (net/metre kare) 900, olarak kaydedilmiştir ("2019 Yılı Fuar İstatistikleri", 2021).

2017 ile 2019 fuar istatistiklerine genel olarak baktığımızda ziyaretçi sayısı ve yerli fuar katılımcısına ayrılan stant alanlarının arttığını ancak yabancı katılımcı sayısı ve dolayısıyla onlara tahsis edilecek alanların daraldığını söylemek mümkündür. Bu tablo elbette yalnızca kültürel ekonomik ve edebiyat ekonomisi temelinde analiz edilebilecek bir tablo değildir. Ancak bunun pek çok nedene bağlı olduğunu ve bu nedenlerin en azından küresel olarak yaşanıyor olan sosyal (sağlık, ulaşım, ekonomik vb.) ve siyasi nedenler ile bağlantılı olduğunu söylemek mümkündür. Bütün bunlarla birlikte iyimser bakış açısıyla ziyaretçi sayısındaki artışa odaklandığımızda yıllar içinde kültürel olana karşı duyulan ilginin ne kadar arttığı hakkında genel bir yargıya az da olsa varabilir, edebiyatın fuarlar temelinde ekonomik etkinliinin geliştiğini söyleyebiliriz.

Diğer sektörlere ait fuarlar ile kültürel ekonomik bir alan olarak "edebiyat sektörü"ne ait olan kitap fuarları arasında tekrarlanma sırasına göre bir sıralama yaptığımızda, edebiyatın kitap fuarları üzerinden oluşturduğu ekonominin boyutunu çok daha net görebiliriz. 2019 verilerine baktığımızda örneğin; Türkiye'de 66 adet fuarla en çok fuar

düzenleyen sektörün “Tarım, Seracılık ve Hayvancılık Fuarları” olduğunu söylemeliyiz. İkinci sırada 41 adet fuarla “Eğitim ve Eğitim Ekipmanları” yer alırken, 27 fuarla kültürel ekonomik alanların kalbi denebilecek tüm yayıncılık sektörlerinin yer aldığı “Kitap-Sürelî Yayın Fuarları”nın en çok fuar düzenleyen üçüncü sektör olduğunu görmekteyiz (“2019 Yılı Fuar İstatistikleri”, 2021). Türkiye’de yüzlerce sektörün olduğu, her bir sektörün ürün gruplarına göre onlarca fuar düzenlediği düşünüldüğünde yaratıcı kültürel ekonomik alanların temsili hükmünde edebiyat/kitap fuarlarının ilk üçte yer alması oldukça önemlidir. Bu veri edebiyatın yarattığı ekonominin Türkiye GSYİH’i içindeki payı hakkında genel olarak bir fikirde bulunmamıza yardım edeceği gibi, net olarak bu ekonominin Türkiye içindeki etkinlik sahası hakkında da somut bir tablo çizmemizi sağlamaktadır.

Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı’nın yanında, Çukurova Kitap Fuarları, Karadeniz Kitap Fuarı/Samsun, Bursa/İnegöl, Ankara, İzmir, Isparta, Denizli, Hatay, Antalya, Malatya, Konya/Selçuk, Afyonkarahisar, Erzurum, Ordu, Kayseri, Kırıkkale, Çanakkale, Şanlıurfa, Manisa, Diyarbakır ve Eskişehir’de düzenlenen kitap fuarları Türkiye’de düzenli olarak gerçekleştirilen kitap fuarlarıdır (“2019 Kitap Fuarları Takvimi” 2020). Bu kitap fuarları dışında Uluslararası CNR Kitap Fuarı İstanbul ve CNR Kitap Fuarı Mersin düzenli olarak gerçekleştirilen diğer kitap fuarları olarak bilinmektedir (“CNR Kitap Fuarı”, 2020). Bu fuarların yanında farklı farklı kuruluşların desteği veya girişimi ile düzenlenmeye (diğer fuar şirketleri, kütüphanecilik dernekleri, sosyal gönüllülük kuruluşları vb.) gitgide Türkiye’nin birçok noktasına yayılmaya başlayan kitap fuarları da oluşmaya başlamıştır. Ancak Türkiye’de düzenli olarak tekrarlandığı bilinen kitap fuarları CNR kitap fuarları ile TÜYAP ve TÜRKYAYBİR işbirliği ile gerçekleştirilen uluslararası veya ulusal kitap fuarlarıdır. Dünyada ise Türkiye’nin de katılmaya özen gösterdiği kitap fuarları olarak Londra Kitap Fuarı, Bologna Çocuk Kitapları Fuarı, Frankfurt Kitap Fuarı, Milan Kitap Fuarı, Leipzig Kitap Fuarı, Paris Kitap Fuarı, Saraybosna Kitap Fuarı, Abu Dabi Kitap Fuarı, Tahran Kitap Fuarı, Selanik Kitap Fuarı, Torino Kitap Fuarı, Book Expo America New York Kitap Fuarı, Seul Kitap Fuarı, Pekin Kitap Fuarı, Moskova, Bakü, Doha, Sofya, Çin Şangay Çocuk Kitapları Fuarı ve Liber Barcelona/Madrid Kitap Fuarları düzenlenmektedir (“Dünyada Uluslararası Kitap Fuarları”, 2020). Türkiye bu fuarlar arasında etkin olarak katılımlarını gerçekleştirdiği en yakın tarih 2017’de Londra Kitap Fuarı, Bologna Çocuk Kitapları Fuarı, Saraybosna

Kitap Fuarı, Abu Dhabi Kitap Fuarı, Tahran Kitap Fuarı, Selanik Kitap Fuarı, Seul Kitap Fuarı, Pekin, Moskova ve Frankfurt Kitap Fuarlarına katılmıştır (“2017’de Katılım Sağlanan Kitap Fuarları”, 2020).

Çalışmanın ilerleyen kısımlarında Türkiye Cumhuriyet Dönemi kitap fuarları, özellikle en çok bilinen TÜYAP ve TÜRKYAYBİR işbirliği ile gerçekleştirilen uluslararası İstanbul Kitap Fuarları ve Frankfurt Kitap Fuarları merkeze alınacak, kültürel ekonomik sektörlerin kitap fuarı modelindeki çözümlerine ağırlık verilecektir. Böylelikle burada genel hususiyetleri ile üzerinde durulduğu kitap fuarları tablosu, tüm yönleri ve istatistiki kayıtları ile detaylandırılıp edebiyatın ekonomik etkinlik sahası temsilindeki rolü gösterilmeye çalışılacaktır.

2. BÖLÜM

DÜNYADAKİ ve TÜRKİYE’DEKİ KİTAP FUARLARI

2.1 DÜNYADAKİ KİTAP FUARLARI

2.1.1 Dünyadaki Kitap Fuarlarının Tarihi Gelişimi

Bugün ifade edildiği hali ile (müteharrik) oynar maden harflerle dizginin yapılması ve baskı makinesinin icadı dünya tarihinde neredeyse her alanı ilgilendirebilecek yepyeni bir dönemin başlamasını sağlamıştır. Birbirinden farklı birçok Avrupa ülkesi matbaanın icadının kendisine ait olduğunu söylese de (İtalyanlar Milanolu Pamfilio Castaldi’nin, Hollandalılar Haarlemli Laurence Coster’in bu icadı gerçekleştirdiğini iddia etmişlerdir.) matbaanın icadı dünya basımının köklerinin bulunduğu en önemli ülkelerden biri olarak kabul edilen Almanya’da gerçekleşmiştir. Bu ‘şeref’ 1400’de Almanya’nın Mainz şehrinde doğan ve 1440’da¹⁸ modern basımın temelini atmış olan Alman Johann Gutenberg’e aittir (İnuğur, 1999: 50). 1440’lardan itibaren de matbaa hızla yaygınlaşmaya ve kitap basımı ile ilgili teknik bilgiler tüm Avrupa kıtasına yayılmaya başlamıştır (Koloğlu, 2006: 13)¹⁹.

Matbaanın icadından sonra kitap üretiminin yavaş yavaş artmaya başlaması ile birlikte kâğıt üretimi ve ticareti yaygınlaşmaya, meslekleşme ve iş paylaşımı artmaya başlamıştır. Bu seyir “*Manastır Dönemi*” olarak bilinen (12. yy. sonu ve 13. yy. boyunca) dönemde takip edilmiştir. Döngünün devamı hükmünde Avrupa’da 14. yüzyılda kesin olarak bilinen ilk kâğıt değirmenleri İspanya’da Jativa, İtalya yarımadasında Fabriano, Fransa’da Troyes, Almanya’da Nuremberg’de kurulmuştur (Labarre 2012: 41-78). Bu

¹⁸ Pettegree (2010)’ye göre; mekanik olarak kopya etme sistemi 1430 yılında başlamıştır (21).

¹⁹ Matbaanın icadından sonra kitapçılar (elle kopya yapanlar) ile matbaacılar arasındaki ayrım bir süre yapılamamıştır. Eisenstein (1997), “beşik baskı döneminin başlangıcında Batı’da matbaacı ve müstensihlerin aynı pazar için aynı metinleri kopyaladıklarını ve çoğalttıklarını” kaydetmektedir. Matbaadan elli yıl sonrasına kadar baskı kitabın varlığından kaynaklanan dikkate değer kültürel bir değişim olmamış; bu değişimin görülebilmesi için Gutenberg’ten sonra yüz yıllık bir zamanın geçmesini beklemek gerekmiştir (aktaran Uygur ve İhsanoğlu, 2003: 220-222).

yüzyıllar Avrupa'daki kitap ticaretinin dönüm noktası olarak tarif edilmekte ve bu dönüşüme en büyük katkının “ruhbandan olduğu düşünülen öğrencilerin (kopyacılar)²⁰ mevcut kitapları tacirlere (emanetçilere) taşınması” kanalıyla gerçekleştirildiği tahmin edilmektedir (Labarre, 2012). Bu girişim daha sonra iş paylaşımı halinde çeşitli grupların, belli işleri yürüttükleri bir sistem halini almıştır. Örneğin; “Venedik'te ‘Slavlar’ kitap üretiminde çalışmış, Elenler klasik Yunanca metinleri, Slavlar da ayin sözlerini basmak ile” görevlendirilmiştir (Burke, 2001: 75).

Kâğıt değirmenlerinin artmaya ve iş paylaşımının yerleşmeye başlaması sürecinde Gutenberg 1468'de ölmüş ve matbaa birçok Avrupa ülkesine yayılmıştır. 15. yüzyıl sonunda 250'den fazla Avrupa şehrinde matbaa kurulmuştur. Almanya matbaa gelişiminden etkilenen ilk ülke olmuştur ve 1480'den önce yirmi kadar şehirde, özellikle Ren ve Tuna bölgelerinde matbaa oldukça sık kullanılmıştır. Örneğin ilkel baskıların vatanı olarak bilinen Hollanda, 1473'te matbaayı hem kuzeyde (Utrecht) hem güneyde (Alost) tanımış, Kuzey Almanya'dan yola çıkan teknik 15. yüzyılda beş İskandinav şehrine girmiştir. Belli başlı tipografilerin merkezi Venedik²¹ olmuş ve burada 1469' dan bu yana basım yapılmaya başlanmıştır (Labarre, 2012).

Venedik için matbaacılık ve kitap ticareti özellikle *clerisy*'ye iş fırsatları sunması dolayısıyla oldukça önemli bir yerdedir. Özellikle “*Aldus Manutius* gibi bilgin-basımcılar” olarak nitelendirilen “ticari grupların” işlerini genişletme stratejileri

²⁰ Matbaanın yayılması ile eski kitap meslekleri ile olan bağ kopmamış bir bakıma kuvvetlenmiştir. Bu kişiler daha sonra Osmanlı'da olduğu gibi yazar veya kitapçı olarak belli loncalarda varlıklarını sürdürmüşlerdir. Kopyacılar yazar olarak anılmış ve kitabın imalat ile ticaretine adım adım katılmışlardır. Ancak matbaa kurmak ve geliştirmek mali olarak çok sıkıntılı olduğu için bu süreç zorunlu olarak mali destek sağlayabilecek birilerini kendilerine ortak etmeyi zorunlu kılmıştır. “Yayıncı” olarak anılacak olan bu kişi süreci destekleyen en önemli organlardan biri olarak anılmaya başlamıştır. İlk yayıncılardan olan matbaayı Lyon'a 1473'te getiren zengin bir tüccar olan Barthélemy Buyer ve bu pazar örgütlenmesinde yer alarak Paris'te de aynı hareketlenmeyi başlatan ve yine ilk yayıncılardan biri olarak bilinen Antoine Vérard gibi kişiler ile ilk yayıncıların ilk geniş çaplı ekonomik girişimleri hakkında daha fazla bilgi için bkz. (Labarre 2012).

²¹ Venedik ve çevresinde oluşturulmuş özel kütüphaneler ve koleksiyonerler hakkında bilgilerin yer aldığı “*Building an up-to-date Library. Prospero Podiani's Use of Booksellers' Catalogues, with Special Reference to Law Books*” adlı çalışmasında Maria Alessandra Panzanelli Fratoni (2018); Podiani adındaki bir tüccarın kütüphanesi hakkında tarihi nitelikte ciddi bilgiler verir. Bu kütüphaneden çıkan eserlerin Venedik tarihi, Avrupa kitap piyasası ve tarihi açıdan önemi üzerinde dururken, Podiani'nin elinde Venedik kitap fiyatları ve listeleri ile ilgili belgelerin olduğunu ve bunun tahminen MS. 3082 gibi bir yıla ait olduğunu dile getirir (35-78). Fratoni'nin (2018) tarihi tanıtım niteliğindeki bu çalışması Avrupa kitap piyasası ile birlikte aslında birçok milletin kitap piyasası, basım tarihi, diğer yazılı tarihi vb. ile ilgili bilgilere ulaşmada araştırmacılar için koleksiyonerlerin nasıl önem taşıması gerektiğini bize bir kere daha göstermektedir.

kitapçılık ve matbaacılığın ‘sektörleşme’ ve ‘meslekleşme’ yolunda ilerlemesine önemli katkılarda bulunmuştur. Bu tarz ilk ticari yapılanmaların başarısı Venedik’te “birçok insanın basımevleri için çalışmaya başlamasına, provaları düzeltip, dizinler hazırlamasına veya basımcı-yayımcıların ısmarladığı çevirileri yapıp hatta yeni kitaplar yazmalarına” ortam sağlamıştır (Schottenloher, 1935: 5; aktaran Burke, 2001: 22) Labarre’nin (2012) verdiği bilgilere göre; 15. yüzyılda Venedik’te 150 matbaacı bulunmaktadır. Matbaacılığın ilk dönemi olarak bilinen bu dönemde basılı toplam 12000 İtalyanca eser tespit edilmiş olup, bu eserlerden 4500 âdetin “*Aldus Manutius*” basım grubuna ait olduğu kaydedilmiştir.

Yayınevi vb. kuruluşların artışı ve gözlemlenebilen net ticari başarıları ile birlikte 15. yüzyıl Avrupa’ında kitap ticareti yalnızca bireysel taleplere karşılık veren bir üsluptan artık uzaklaşmıştır. Bu yüzyılda üniversite, kilise, medrese vb. büyük kuruluşlar tarafından toplu kitap siparişleri yapılmaya başlanmış, bu talebin yoğunluklu olduğu belli şehirler sistemin diğer bölgeler tarafından örnek alındığı, kitap basımı, dağıtımı ve satışının önemli olduğu şehirler olarak markalaşmıştır. Bu bilgilere bağlı kalarak 15. yüzyıldaki²² kitap üretimi, yaklaşık olarak 20 milyon nüshadan 30-35 bin baskı olarak değerlendirilebilir. Avrupa bu yüzyılda 100 milyondan fazla baskı yapmamış olup, 16. yüzyılda toplam üretim 150 bin ile 200 bin baskı arasındadır ve bu da yaklaşık 200 milyon nüsha etmektedir. Bu baskıların 45 bini Almanya’da, 26 bini İngiltere’de, 3500’ü Polonya’da, 25 bini Paris’te, 15 bini Lyon’daydı. 12. yy ve 18. yy arasında bin nüshadan az baskı sayısı çok sayıdadır çünkü talep sınırlıdır, rekabet ciddidir ve kâğıt pahalıdır. Bu süreçle birlikte yazarların (yazan bilginlerin) önemi ve değeri artmış, bu önemi hatırlatmak maksadı ile yazarlar kendilerini “15. yüzyıldan 18. yüzyıla kadar, düzenli olarak “Yazın Cumhuriyeti’nin Yurttaşları” (*Republica Litteraria*) olarak nitelendirmişlerdir. Bu ifade “onların kendilerini ulusal sınırları aşan bir topluluğa ait hissettikleri”ne dair bir ifade olarak yer edinmiştir (Goldgor, 1995; Bots ve Woquet, 1997; Burke 1990; aktaran Burke 2001: 19; Labarre, 2012: 41-78).

Avrupa’nın farklı şehirlerinde basılı kitapların yavaş yavaş artması ve matbaaların yaygınlaşması sırasıyla “elde birikmesinden korkulan kitap varlığı” gibi yeni bir algının

²² Bu yüzyılda özellikle üniversitelerin ve belli bilimsel grupların kitap talebi artmaya, 15. yüzyılın ortalarına kadar da kitap ticareti ekonomik anlamda bulunduğu bölgeleri kalkındırmaya başlar (Pettegree 2010: 17).

oluşmasına, ilk kitap reklamlarının çıkmasına ve daha sonra ilk satış stratejilerinin geliştirilmesine sebep olmuştur. Bu yolda öncelikli olarak atılan ilk adım, basılı kitapların yazma eserlere göre daha okunaklı olduğu fikrini yaygınlaştırmak olmuştur. Sonrasında basılı kitapların daha ekonomik ve herkesin satın alabileceği bir forma geçmesi adına satış stratejileri geliştirilmeye başlamıştır.²³ Ancak eski alışkanlıkların (kitap satışı, kitap şekilleri vb.) tümünün bir anda ortadan kalktığını söylemek doğru olmayacaktır. Bazı yayınevleri hala talep gördüğü dolayısıyla eski el yazmalarında kullanılan teknikleri basılı tekniklerle birleştirmiş el yazmalarında kullanılan özellikleri basılı kitaplarda da uygulamaya devam etmiştir. Bu bir yerde okuyucunun/tüketicinin matbaada basılacak olan kitapların elle yazılmış olan kitaplar kadar özenli olmadığını ifade etmesi ve matbaada basılacak herhangi bir kitabın yine elle yazılacak kitaplar kadar sanatvari bir işçilikle yapılması gerektiğine dair bir talep göstergesiydi. Düz baskı ile yetinmeyen bazı *patronlar* "kitap siparişi verirken boyalı baskılarla donatılmış, resimli, kenarları süslü, mücevher baskılı, sahibinin armasının büyük olduğu kompozisyonlar" istemiş, bu istek hem makine hem el işçiliği ile buluşmuş farklı bir basım üslubunun oluşmasına vesile olmuştur. 1470 ve 1480 yılında aktif olan Fransız Nicolaus Jenson tarafından basılan bir grup kitap, hem el işçiliği hem de matbaa baskısının kullanıldığı bu basım tekniğiyle üretilmiştir (Bkz. Fotoğraf 1). Bu tarz baskıların neredeyse tümü Peter Ugelheimer için yapılmış olup, bu kişi bir Frankfurt asilzade tüccarı, Venedik'te bir süre kalıp Milan'da hayata vedan eden koleksiyoner, yayıncı ve kitap endüstrisinin geliştirmesinde ciddi katkıları olan biri olarak tanıtılmaktadır (Armstrong 1995: 43; aktaran Michael Vickers, 2018: 1-2).

²³ Francesco Ammannati (2018) "*Book Prices and Monetary Issues in Renaissance Europe*" adlı eserinde kitaplara uygulanan fiyatları tarihsel olarak tartışmıştır. Ammannati, İtalya ve Avrupa'da kitapların dolaşımı ve fiyatları ile ilgili modern çağ araştırmacılarının son zamanlarda ağırlıklı olarak çalıştığını ve bu konuda ekonomistlere göre modern tarih araştırmacılarının dikkatlerini bu konuya daha çok yoğunlaştırdıklarını dile getirmiştir (161).

Petrus de Abano, *Expositio problematum Aristotelis*
(Venice, 1482). Hague KB, KW 169 D2, fol. a2r



Fotoğraf 1: 1400'lü yıllara ait süslü kitap baskısı örneği (Vickers, 2018)²⁴

Bu tarz basım tekniklerinin dışında, biraz önce de belirttiğimiz üzere, el yazması kitapların önüne basılı kitapları geçirmenin yolu, basılı kitapların daha ekonomik, herkesin taşıyabileceği, sipariş edip sahip olabileceği şekil ve maliyette olduğuna dair reklam stratejileri geliştirmekten geçmiştir. Yayıncıların bir diğer önemli meselesi, basılı kitapların el yazması kitaplardan gerek görünüm gerek kullanım özelliklerinin farklı olması dolayısıyla, okuyucuyu bu duruma alıştırmaya çabası olmuştur. Ancak bu pratik ve ulaşılabilir özellikler, zamanla devamlı ve potansiyel müşteriler için önemli olan özellikler haline gelmiştir. Dolayısıyla 15. yy. genel olarak kitap ticaretinde kitap ve dergilerde çeşitli kitapların reklamlarının geçmeye başladığı, satış teknikleri ile sektördeki müşteri-tüccar ilişkilerinin değiştiği ve geliştiği yüzyıl olarak tanımlanabilmektedir (Coppens 2014; aktaran Coppens ve Nuovo, 2018: 146-147). Şimdiki bazı yayınevlerinin yaptığı gibi, herhangi bir kitabın başındaki ya da sonundaki sayfalarda aynı yayınevine ait basılan diğer kitapların reklamı yapılmaya başlanmış ve bu şekilde ilk reklam görüntülerine 15. yüzyıl baskılarında rastlanıldığı kaydedilmiştir (Coppens ve Nuovo, 2018: 146). Örneğin İtalya'da daha 1541 yılında, her bir kitabın fiyatını da içermek üzere reklam amaçlı kitap tanıtım katalogları çıkarılmıştır. 16.

²⁴ Bu çalışmada *Antik Frankfurt Kitap Sergisi* ile antik sergide yer alan parçalar, diğer ilk basılmış kitap örnekleri ve "müslüman yaşlı bilge" çizimleri hakkında bilgiler yer almaktadır. Michael Vickers' in (2018) *Oxford Üniversitesi* adına katıldığı sergide yer alan eserler üzerine yaptığı çalışmanın bir benzeri Türkiye'de henüz yapılmamıştır. Vickers (2018); Avrupa'nın tarihi kitap piyasasını ele alırken Venedik'teki yeni kitap üretimi endüstrisini geliştirmek için çok şey yapan Frankfurt tüccarı ve koleksiyoner Peter Ugelheimer'in hayatını ve kariyerini merkeze alarak dönemin kitap basım teknikleri ile ticareti hakkındaki bilgilere ulaşmıştır.

yüzyıldan itibaren, Frankfurt Kitap Fuarı (hala yapmayı sürdürdüğü gibi) belirli yapıtların uluslararası tanıtımını sağlamış ve 17. yüzyıl sonlarında artık belli başlı dergiler yeni yayınları haber verir hale gelmiştir. 18. yüzyılda ise müşterilere artık kitap kataloglarını postalama uygulaması yerleşik hale gelmiştir (Raven 1993; aktaran Burke 2001: 162).

Reklam, tanıtım vb. faaliyetlerin akabinde, yayıncılık sektöründe özellikle farklı kitap basım tekniklerinin gelişmeye başlaması, ekonomi tarihçileri tarafından son ortaçağ ekonomisinin büyümesine etki eden önemli bir faktör olarak görülmektedir. Ekonomi tarihi ile ilgili araştırmalarda uluslararası bilgi ticaretinin gelişim şeması ile ilgili pastanın büyük dilimi kitap ticaretindeki gelişime ayrılmıştır. Çoğunluklu olarak bu durumun nedeni özellikle 14. yüzyıldan itibaren kitap ticaretinin olduğu bölgelerin gitgide kalkınmaya başlaması ile ilişkilendirilmiştir. Dahası bu yüzyıllarda “*Yeni Avrupa*” ekonomisi kitap ticaretinin son derece baskın olduğu nüfusu kalabalık şehirlere sahip Almanya, Hollanda, Fransa ve İtalya’ya bağlanmıştır (Pettegree, 2010: 18). Kitapların gitgide farklı ilgi alanları ile çok çeşitli alıcılara ulaşan iyi organize edilmiş ağlar üzerinden farklı yerlere seyahat etmeye başlaması, kitap ticaretini yeni bir seviyeye taşımıştır. Ancak el yazmaları birkaç kopya halinde üretilirken, yayınevleri büyük miktarlarda kopya satışı ile başa çıkmak ve yeterli yatırım getirisi elde etmek için daha fazla müşteri bulmak zorunda kalmışlardır. Buna ek olarak, ekonomik olarak hayatta kalmak ve yeni projelerde kazançlarını yeniden yatırıma dönüştürmek için mümkün olduğunca yatırılan parayı hızlıca geri kazanmak adına ekonomik döngünün süresini en aza indirmenin amaçlandığı ticari hedefler geliştirilmiştir (Granata ve Nuovo, 2018: 8).

Kitap üreticileri tarafından ‘müşteri’ bulmanın gitgide zorlaşmasına sebep olarak gösterilen ve Avrupa’nın birçok kentinde hâkimiyetini gösteren ekonomik kriz kitap piyasasını giderek etkilemeye hatta bazı bölgelerde piyasanın gerilemesine yol açmıştır. Ancak piyasanın güçlü olarak kabul edildiği üç şehir olan Köln, Frankfurt ve Leipzig’te krizin etkileri pek hissedilmemiştir.²⁵ Kriz yıllarında Köln, 75 matbaacı adının geçtiği şehir olarak (Mevcut ekonomik şartlar düşünüldüğünde bu sayının iyi bir sayı olduğu düşünülebilir.) kaydedilmiş olup, Almanya’nın Protestan bölgelerinden ve Birleşik

²⁵ Pettegree (2010); bu şehirlere Lyon’u, fuar dışında kitap ticaretinin başını çeken ülkeler olarak Basel, Antwerp ve Paris’i de ekler. Antwerp; başka eşyaların ticareti dışında bilgi ticaretinin de merkezi olarak kabul edilmiştir (Burke, 2001: 63).

Eyaletlerden gelen göçmenlerle Karşı Reform'un önemli bir yayın merkezi haline gelmiştir. Krizin net olarak hissedildiği 17. yüzyıldan sonra 18. yüzyıl, büyük seyahatnamelerin, önemli bilimsel yayınların, baskı ve yayıncılık sektörüne dair diğer her türlü içeriğin artık kitap basım ve dağıtımında somut olarak gözlemlenebildiği yüzyıl olarak kayıtlara geçmiştir. Buradan hareketle Frankfurt Kitap Fuarları ve Leipzig Kitap Fuarları aşağıdaki başlıklar altında daha ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.

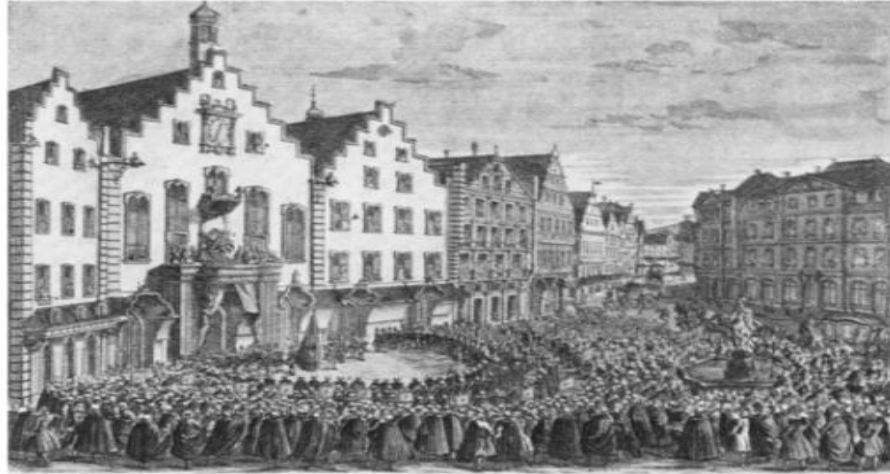
2.1.1.1 Frankfurt Kitap Fuarı

Daha önce de belirttiğimiz üzere dünya kitap piyasasının tarihi ile ilgili yapılmış bilimsel çalışmalar oldukça sınırlıdır. Son yıllarda özellikle yazın, medya, iletişim, endüstri ve tarihi, kültürel tarih, edebiyat tarihi, sosyal bilimler ekonomisi ile ilgili yaşanan ve hissedilen dallar arası birçok problem bu konuya eğilmek gerektiği fikrini yaygınlaştırmış ve hatta bunu zorunluluk haline getirmiştir. Dünya kitap piyasasını ve onun tarihini anlamada kilit unsurlardan biri olarak görülebilecek Alman kitap piyasası ve onunla eski tarihten bu yana uyumla hareket etmeye gayret gösteren, Alman kitap piyasası içinde önemli bir yere sahip ve Almanya'dan sonra en büyüklerden biri olarak Fransız kitap piyasası, daha sonra da Hollanda kitap piyasası bu noktada oldukça önemli kabul edilmelidir.²⁶ Şüphesiz bu piyasaların yerleşik bir hale gelerek dünya edebiyat ekonomisinde söz sahibi olacak seviyeye ulaşmasında, kitap fuarlarının ve bu fuarlardaki yayıncı topluluklarının toptan ticaret faaliyetlerinin etkisi yadsınmaz.

Aydınlanma çağını hazırlayan faktörlerden biri olarak farklı toplumlarda farklı kültürlerin aktarımının, yazılan, taşınan, okunan, tartışılan kitapların etkisi ile gerçekleştiği detayı düşünüldüğünde, Avrupa'da düzenlenen fuar görünümündeki toplanmaların ve kitap

²⁶ Daha önce Harvard Üniversitesi Kütüphanesi müdürlüğü yapmış Fransız kültür tarihçisi Robert Choate Darnton'ın Fransa'daki eski yayın kuruluşlarının yaptığı ticari faaliyetler, Fransız kitap endüstrisi ve kültürel dolaşım faaliyetleri ile eski tarihi, bu faaliyetlerin etki ettiği tarihi olaylar hakkında yaptığı çalışmalar incelenebilir. Darnton'ın (1987) *"The Business of Enlightenment: A Publishing History of the Encyclopédie, 1775-1800"* adlı eseri ve son zamanlarda yapılmış ancak ilk olma kıymetinde bilgiler sunan (2018) *"A Literary Tour de France: The World of Books on the Eve of the French Revolution"* adlı diğer eseri, bu konuda yazılmış oldukça önemli eserlerdir. Darnton bize, "Fransız Aydınlanması"nı farklı ve detaylı yönleri ile anlamaya yardım ederken, kültürel tarih yorumlamalarında özellikle kitap piyasası ve onun yarattığı edebi ekonomik faaliyetlerin incelenmesi gerektiği yönünde kritik noktalar sunar.

ticaretinin oldukça eski bir yapılanma sürecine sahip olduğunu söylemek mümkündür (Dornton, 1987). Aydınlanma sürecini besleyen en önemli unsur özellikle Mainz, Frankfurt ve Leipzig’de gerçekleştirilen kitap toptancılığı olarak görülebilir. Bu süreç dâhilinde meydana gelmeye başlayan fuar görünümündeki ilk toplanmalar ise 1560-1570’li²⁷ yıllarda başlamıştır. Bu durum bir süre sonra bütün Avrupa kitapçılarının dikkatini çekmiş ve tarihi Frankfurt kitap fuarlarının başlamasına ortam hazırlamıştır.



Fotoğraf 2: 1745’te Frankfurt Meydanı²⁸. (J.G. Funk’ın Bakır Gravürü; aktaran Weidhaas, 2007: 13).

Kitapçı, yayıncı ve yazarlarla birlikte halka da sirayet eden bu ilk fuar görünümündeki buluşmalar, 1500’lü yıllarda yaygın olduğu düşünülen “kitlesele cehalet”in 19. yüzyılın başlarına kadar devam edecek bir süreçte kitlesele okuryazarlığa dönmesine vesile olmuştur (Houston, 2014). 1564 yılına gelinceye kadar artık kataloglar hazırlanmaya başlanmış bu kataloglar fuara katılanların satışa sunacağı kitapları ayrıntısı ile listelemiştir. Yazarlar Frankfurt’a sık sık gitmiş ve bu fuarları 1574 yılında tasvir eden Henri Estienne’in deyişiyle “*Yeni Atina*” görünümünün oluşmasında öncü olmuşlardır²⁹.

²⁷ Bu tarihler farklılık gösterebilmektedir. İlk Frankfurt Kitap Fuarları’nın 1454-1470 ile 1764 yılları arasında yerleşik hale gelmeye başladığını dile getiren araştırmacılar da vardır. Hatta Weidhaas’a göre tarihte Frankfurt’ta fuar düzenleneceğine dair ilk “bildiri/çağrı belgesi” yapılan araştırmalara göre 1227 yılına ait olup bu bildiri “imparatorluk bildirisi” şeklinde düzenlenmiştir (Weidhaas 2007).

²⁸ Bu görüntü Frankfurt’a bağlı Römerplatz’dan bir sahne olup, Frankfurt meydanında ilk imparatorluk ve fuar çağrılarının vb. yapıldığına dair önemli bir görsel kayıt olarak kabul edilir (Weidhaas 2007).

²⁹ Frankfurt Kitap Fuarlarına ve Leipzig kitap toptancılarına kitap gönderen ve fuarlara yetişmek için edebi kimliğinin dışında yayıncılar ile birlikte teknik olarak fuara dair çalışma yürüten ilk yazarlar hakkındaki bilgiler akademik temelde hala tam olarak aydınlatılamamış bir konu olarak kabul edilmektedir. Son

Frankfurt, 1470 ile 1764 yıllarında Gutenberg teknolojisine hâkim bir şekilde Antwerp, Basel, Paris, Venedik, Cracow ve Londra gibi şehirlere varana kadar neredeyse bütün Avrupa’da kitap ticareti krallığını kurmuştur (Weidhaas, 2007: 13).

Bu yıllardan itibaren dünya kitap piyasasına yön vermeye başlayan yapılanmalardan biri olarak Frankfurt ve Leipzig kitap fuarları, tarihi kayıtlara göre durgunluk, daha sonra ise ilk düşüşe geçişini 1700’lü yıllarda yaşamış, bu durum 1770 yılına kadar devam etmiştir. Birçok nedeni olmakla birlikte (küresel kriz, ticari anlaşmazlıklar, etik olmayan ticari eğilimler vb.) özellikle otuz yıl savaşlarından kaynaklı olarak görülen bu düşüş, yüzyıl başında 1600 olan yıllık kitap otalamasını 600’e çekmiş ve önceki rakamlara ancak 18. yüzyıl ortasında erişilebilmesine neden olmuştur (Labarre, 2012; Weidhaas, 2007). Ancak denilebilir ki Frankfurt kitap fuarlarının bugünkü modelinin asıl iskeleti, 18. yüzyılın sonlarına doğru yani 1800’lü yıllara doğru oluşmaya başlamış ve daha sonra fuarlar ilk kuruluşundaki canlılığa bu yılların sonuna doğru 19. yüzyıl başlarında tekrar kavuşmaya başlamıştır. 20. yüzyılda ise hem Frankfurt hem Leipzig kitap fuarları, kendi geleneklerine dönerek bu iyileşmeyi yerli üreticiler ve satıcılar dışında tüm dünya kitap piyasasına yeniden hissettirmiştir. Yenilenmiş, modern ve güçlü alt yapısıyla ise ilk kez 1949’da kurulan Frankfurt Kitap Fuarları (Bu dönemden sonrasına Frankfurt Kitap Fuarları’nın ikinci dönemi denilebilir.) bu yıldan itibaren hızla yükselmeye, çeşitlenmeye, dünyanın dört bir yanından ziyaretçilerini ağırlamaya başlamıştır (Weidhaas, 2007; Freedman, 2012)³⁰.

zamanlarda yapılan çalışmalarda tespit edildiği üzere; 1545 yılında yazıldığı düşünülen oldukça eski, tarihi bir değere sahip Avrupa’da elde bulunan ilk bibliyografya eseri örneklerinden biri olarak kabul edilen “*Bibliotheca Universalis*” adlı eserin bu noktada oldukça önemli olduğu kabul edilmektedir. Conrad Gessner’e ait olan bu eseri kapsamlı bir şekilde “*Conrad Gessner and the Mobility of the Book: Zurich, Frankfurt, Venice (1543)*” adlı makalesinde inceleyen Paul Nelles, Conrad Gessner’in ilk baskılar hakkındaki bilgileri kaydetme girişimi üzerine yoğunlaşmıştır. Conrad Gessner’in bibliyografyasının gösterdiği üzere 1500’lü yılların Avrupa’sında Latince, Yunanca ve İbranice kitaplar basılmış ve yazın kültürü, çeviri faaliyetleri ile çok hızlı bir ilerleme kaydetmiştir (Nelles 2017, 39-66). 1500’lü yılların yazarlık, yayıncılık faaliyetlerini özellikle Venedik, Zürih ve Frankfurt ekseninde, bibliyografik bulgularla daha detaylı incelemek için Paul Nelles’in çalışması incelenebilir (Nelles 2017).

³⁰ Denilebilir ki durgun kitap piyasasını güçlendirmek ve yeniden canlandırmak adına (II. Dünya Savaşı’nın hemen sonrasında) dikkate alınabilecek ilk atılımları Frankfurt değil, Leipzig profesyonelleri yapmıştır. Leipzig yayıncı profesyonelleri bunu yaparken, yenilikçi bir yayın kültürü ve herkese hitap edebilecek ekonomik bir sergi hedeflemişlerdir (Weidhaas 2007).

1970’li yıllarda ise Frankfurt Kitap Fuarları dönemin şartlarına rağmen (ulaşım, iletişim, maddi yetersizlik ve eşitsizlik, nüfus, teknolojik yetersizlik vb.) tüm dünyada ses getirecek bir ziyaretçi yoğunluğuna ulaşmış ve bu yıllardan itibaren de kaydedilen rakamlar azalmadan aynı denebilecek bir ilgi grafiğini ortaya çıkarmıştır. Kayıtlara göre bu yıllarda fuar; 58 ülkeden 247.000 başlık ile katılan 3.683 yazar ağırlamış ve 121.227 ziyaretçi kabul etmiştir. Bu 1970’li yıllara göre -henüz dünyada kitap fuarı kültürü bile tam yerleşmemişken- bunlar oldukça önemli rakamlardır (Rovelstad, 1973: 113).

Frankfurt’un “Yeni Atina” görünümüne ulaşmasına ve Frankfurt Kitap Fuarlarının başlamasına vesile olan Frankfurt’un ilk tarihi meydan buluşmaları bugün ki Frankfurt Kitap Fuarları’nı anlamamız açısından oldukça önemlidir. Bu buluşmalar yazar, yayıncı ve dağıtıcıların tanışıp tam organize olarak dünya kitap piyasasına yön verme yolunda adım atmasına, Aydınlanma çağı’nın başlamasına, Frankfurt ve Leipzig kitap fuarlarına benzer modellerin dünyada çoğalması ve günümüze kadar devam etmesine ön ayak olmuştur. Örneğin Frankfurt ve Leipzig’in Fransa ve İsviçre ile olan coğrafi yakınlığı, farklı ülkelerin şehirleri arasında uluslararası bir iletişimin doğmasına, yayıncı ve yazar kültürünün bu kanalla tüm Avrupa’ya yayılmasına vesile olmuştur. Bu durum Fransa’da Almanca yazılmış kitapların, Almanya’da Fransızca yazılmış kitapların var olmasını, dolayısıyla uluslararası kitap ekonomisinin oluşmasını sağlamıştır. Süreç içinde “*Société typographique de Neuchâtel*” (Neuchâtel Tipografi Topluluğu) adındaki Fransız yayın kuruluşunun temelleri atılmıştır. *Neuchâtel* bu yıllarda tam yerleşik hale gelerek tarihi kültür ekonomisinin şekillenmesinde söz sahibi olmuş, Leipzig’teki toptan ticareti yönlendirebilecek iletişime hâkim olarak Hamburg, Frankfurt, Mannheim, Köln ve Prag’taki kitap satıcıları ile toptan alışveriş yapma ve kendisine benzer yeni yayın kuruluşlarının oluşmasına yardımcı olma gibi önemli işlere imza atmıştır (Darnton, 2018: 3-19; Freedman, 2012).

Almanya’da Fransız kitapçıların/kitaplarının yer alması, coğrafi yakınlık, çeviri faaliyetleri³¹ ve Alman kitap toptancılarının yalnızca yerli pazarla yetinmek istemeyişi

³¹ Tarihi kitap sektörünün oluşmaya başladığı bu yılları, çeviri faaliyetlerini merkeze alarak inceleyen nadir eserlerden biri şeklinde Karen Newman ve Jane Tylus (2015)’in editörlüğünü yaptığı “*Early Modern Cultures of Translation*” adlı eseri incelemekte fayda vardır. “Kitleselel cehalet”ten “kitleselel okuryazarlığa” geçiş sürecindeki faaliyetlerden biri olarak kabul edilen “çeviri faaliyetleri” eserde ana değişken olarak incelenir. Newman ve Tylus’ın ifadelerine göre (2015) “aydınlanma”nın başlamasının (akabinde temelleri 1500’lerde atılmış fuarların yaygınlaşması ve 1700’lerden sonra yükselişe geçmesinin) ana nedeni “çeviri

gibi nedenlere bağılı olmakla birlikte, Almanya'daki siyasi olaylar da Fransız kitapçılarının burada ve sınırları aşan diğer Avrupa topraklarında yer almasına etki etmiştir. II. Dünya Savaşı yıllarındaki ve takibindeki zamanlarda Almanya'da yaşanan toprak bölünmeleri ve akabinde Berlin Duvarı'nın örülüşü, beklenenin aksine yaşanan siyasi bir takım boşluklardan dolayı yayın kuruluşlarının Frankfurt Kitap Fuarları ve Leipzig Kitap Fuarları'nda kemikleşmiş bir yapı elde etmesine ortam hazırlamıştır. Ciddi denebilecek sorunlar da süreç içerisinde teknik iyileştirmelerle aşılmıştır (Freedman, 2012).

Ayrıca coğrafi avantajların bir sisteme oturtulduğu Frankfurt'ta, Frankfurt'un bölgesel olarak kilit özellikteki “ticari buluşma yerleri” tespit edilmiş, bu “ticari buluşma yerleri” şehir devletlerinin sınırlarında, tarafsız noktalarda veya kent dışı tapınaklarda kurulmuştur. Herhangi bir pazar veya fuarın açılması kralın izni ile olmuş ve bu hak fuarda yer almak isteyenler tarafından kraldan satın alınmıştır. 13. yy. süresince aşağı yukarı 3.300 *charte* çıkartılarak halkın ileri gelen tüccarlarına pazar kurma hakkı tanınmış, aynı tarihlerde fuarın yakınlarında rakip pazarlar kurulması yasaklanmış, bu rakip pazarlara “*kaçak zararlılar*” adı verilmiştir. Devlete bağılı olarak fuar yerinde “*kaçak zararlılar*”, ticari anlaşmazlıklar, usulsüzlük, sahtecilik, dolandırıcılık gibi çıkabilecek ticari pürüzleri düzeltmek adına “geçici mahkemeler” kurulmuştur. “*Pie powder*” olarak adlandırılan bu mahkemeler Fransızca'da “gezginci tüccarı” ifade eden “*pieds poudreux: tozlu ayaklar*” şeklinde karşılık bulmaktadır. Fuarla ilgili neredeyse her türlü işlem (satmak, kiralamak, ısmarlamak, ödemek, takas etmek vb.) yine fuar alanında gerçekleştirilmiş, Avrupalılar için Frankfurt da dâhil olmak üzere tüm fuarlar artık tüm ticari mekanizmaların ve hukuki süreçlerin işleyebileceği alanlar olarak görülmüştür (Heaton, 1995: 157).

Kültürel olarak birçok değişim, aktarım ve birikimlere sahne olan Köln, Frankfurt ve Leipzig³² fuarlarının dışında o yıllarda, İspanya Medina del Campo'da iki fuar, Güney

ustaları”dır. Çeviri olmadan tüm tarihe sirayet etmiş bir “aydınlanma”dan bahsetmek imkânsızdır. Disiplinlerarası çalışmanın güçlü bir örneği, çeviri tarihinin birçok yöntem kullanılarak incelendiği eserde dayanak noktası önemli tarihi birincil kaynaklardır. Folklorik bakış açıları ve yöntemlerinin de olduğu Newman ve Tylus'ın eserlerinde, ilahi kitapların ilk çevirilerine dair bilgiler (örneğin Kral James İncili), Katalanca şiir örnekleri ve çevirilerine dair incelemeler de yer almaktadır.

³² Osmanlı'da Balkanlar üzerinden Viyana ve Orta Avrupa kentleriyle yapılan ticaretin geliştiği yıllarda bir takım sözcük alışverişlerinin gerçekleştiğini hatırlatmakta fayda vardır. Örneğin ‘*lepiska*’ sözcüğünün

Almanya kitap satıcıları için Nördlingen’de düzenlenen fuarlar ve Paris kitap bayilerinin temsil edilebileceği küçük bölgesel fuarlar da kurulmuştur. Ancak matbaacılar için "fuar" kelimesi birçok fuarı gerisinde bırakmış olan ‘Frankfurt’ anlamına gelmiştir. Frankfurt’un bölgesel olarak sağlam ticari noktalara sahip olması, teknik olarak fuarın işlemlerini kolaylaştıran yapıların sistemleştirilmiş olması, mevsimsel ticaretin ritmini ve taleplerini yerine getirebilen özelliklere sahip olması bu düşüncenin hâkim olmasına sebep olmuştur. Frankfurt’un bağlı olduğu topraklar, Avrupa ekonomisinin ana motorları ve Latin kitap ticaretinin ana merkezleri olarak görülmüş ve Frankfurt ile ticaret yapmanın elverişli olduğu düşünülmüştür. Frankfurt’un etrafındaki halk yerleşimleri de “*imparatorluk şehri*” Frankfurt’ta düzenlenen fuarları desteklemiştir (Pettegree 2010: 78-82). Dolayısıyla Frankfurt’un kitap tüccarları kitap basımı, dağıtımı ve satışı ile ilgili ilk girişimciler arasında yer almıştır. 1580’lerde Frankfurt, diğer bölgeler tarafından bilimsel kitapların satın alındığı, birçok farklı alandan birçok içerikte kitapların yer aldığı bir fuar haline gelmiştir. Frankfurt, diğer bölgelerde de fuar kurma girişimlerine destek olunabilecek yapılar doğurmuş örneğin Bologna’ya yerleşen yeni nesil kitap girişimcileri ile Venedik kitap piyasası, Frankfurt kanalı ile uluslararası kitap ticaretine dâhil olmuştur (Melish, 2013: 29).

Bu kent, Gutenberg’in muzaffer deneylerinin sahnesi Mainz’e³³ olan yakınlığı ile de bilinmiş ve bu da şehrin kitap ekonomisinde gelişmesine her manada yardımcı olmuştur. Bununla birlikte Frankfurt, iki farklı edebi kültüre hizmet etmiştir; uluslararası Latin kitap ticareti ve yerel kitaplar ile Alman kitap piyasası. Farklı kültürlerle hizmet eden yapısı ile birlikte Frankfurt Kitap Fuarları tarihte kitaplarla ilgili ilk ticari büyük anlaşmaların, kitap ticareti ile ilgili hukuki görüşmelerin, ikili bağlantıların ve teknik iyileştirmeyi sağlayabilecek toplantıların düzenlendiği yer olarak bilinmiştir ki hala öyledir. Düzenlenen her fuar, düzenlenecek olan bir sonraki fuarın planlayıcısıymış gibi sürekli

‘*sarışın*’ anlamına gelmek üzere Osmanlı diline girmesinin büyük olasılıkla, Leipzig fuarını ziyarete gidenlerin ağzından yayıldığı düşünülmekte ve karşılıklı kültür alışverişlerinin de yapıldığı bu fuarların tarihi açıdan birçok kültürel kodu içinde barındırdığı yapılan çalışmalarda sık sık tekrar edilmektedir (Faroqhi 2002: 54).

³³ Mainz; “kitap basım tekniklerinin dünyaya açılan kapısı” olarak tanımlanmaktadır. Mainz’de gelişen kitap basım tekniklerinin Frankfurt ve Leibzig’deki kitap piyasasına etkilerini daha yakından incelemek için Ursula Rautenberg’in (2000) “*From Mainz to the World: Book Printing and the Book Trade in the Incunabula Period*” adlı eseri incelenebilir.

ve güvene dayalı işlemiştir. Matbaalar çoğu zaman fuar tarihlerine göre basım yapmaya başlamış, kitapları hızlı iş yapma ilkesine göre fuar tarihlerine yetiştirmeye çalışmışlardır. Bu devamlılık uluslararası kitap pazarının yaratılmasına katkıda bulunmuş, kitap endüstrisinin olgunlaşmasına ortam yaratmıştır. Basılı kitap, el yazmasından farklı olarak, fiziksel bir eser hükmünde bu fuarlarda gelişiminin son aşamalarına ulaşmış, bir ‘zanaat’ üretimi şekli ile ortaçağ lonca yapısına uyum ihtiyacı duymadan, profesyonel bir saygınlık elde etmiştir. Çok geniş bir yelpazede giderek genişlemeye başlayan okur kitlesi düşünüldüğünde, Frankfurt kitap fuarları yayıncıların ideal bir iş ortamı haline gelmeye başlamıştır (Pettegree, 2010: 78-82).

2.1.1.2 Frankfurt Kitap Fuarı ve Alman Kitap Piyasası

Tarihi arka planından bahsettiğimiz üzere geçmişte olduğu gibi bugün de dünyada “kitap fuarı” denildiğinde ilk akla gelen yerin Frankfurt Kitap Fuarları olması elbette yalnızca güçlü olan tarihi arka planına bağlı değildir. 1900’lü yıllardan beri modern, teknik ve yenilenmiş alt yapısıyla yeniden dünya kültür sahnesine çıkmış olan Frankfurt Kitap Fuarları teknik donanımları, kurucu ortakları, dernekleri, odaları, uluslararası iletişimi, işbirlikleri, akıllı reklam uygulamaları, teknolojik gelişim evrelerinde aktif, kendine fayda sağlayabilecek şekilde gecikmeden yer alabilmesi, devlet destekli fuara bağlı sayısız ek projeleri, hukuk büroları, yazarlığa katkı yolunda farklı uygulamaları, yazarlık eğitimi/okulları ve bütçe çalışmaları gibi birçok unsur söz konusudur. Her yıl, yılda bir defa olmak üzere düzenlenen Frankfurt Kitap Fuarları dünya kitap endüstrisinin kalbinin attığı, 100’den fazla ülkenin katılım sağladığı ve yaratıcı endüstriyel (film, oyunlar vb.) alanların, kültürel ekonomi alanları ve teknolojik alanlarla bir araya getirildiği uluslararası bir ticaret platformudur. (Frankfurter Buchmesse 2019b). Geçmişten bugüne çağdaş yayıncılık endüstrisinin diğer adı Frankfurt olarak kabul edilmiştir ve teknolojik gelişmeler nedeniyle basılı yayıncılık için ifade edilen bütün kıyamet senaryolarına karşı bir cevap ve umut aşıluyıcısı olarak görülmüştür (Driscoll ve Squires 2020: 2).

Teknik anlamda Frankfurt Kitap Fuarları’nın geçmişten bu yana güçlü bir şekilde ilerlemesine en büyük katkıyı şüphesiz Alman kitapçılarının, ara kitap ticaretinin ve yayıncılarının çıkarlarını koruma amaçlı hareket eden Alman dernekleri yapmıştır.

Dernekler içinde 1968 yılından beri Peter Weidhaas'ın da ekip içinde yer aldığı ve geçmiş 1800'lü yıllara kadar dayanıp temelini Leipzig'te "*Deutschen Buchhändler der Börsenverein*" adıyla atmış olan dernek en önemli dernek olarak bilinir. Yeni hali ile Frankfurt'ta 1955 yılında kurulmuş olan bugünkü adıyla "*Börsenverein des Deutschen Buchhandels*" (The German Publishers and Booksellers Association) birçok katmandan oluşan federal yapıda bir dernektir. Limited şirket yapısındaki bu derneğin (*Gesellschaft mit beschränkter Haftung/GmbH*), bugün üye sayısı kurumsal üye şeklinde (4376) olup, Almanya'nın birçok farklı şehrinde temsilcilikleri, Frankfurt Kitap Fuarları'nın temsilciliği niteliğinde farklı şehirlerde kurulmuş odaları ve ona bağlı diğer alt dernekleri bulunmaktadır. Şüphesiz bu derneğin *GmbH* uluslararası yayıncılar, kitapçılar, ara kitapçılar ve yazarların çıkarlarını koruyan etkinliklerinin yanında yayıncılık tarihine geçmiş en önemli olayı Frankfurt Kitap Fuar'larına ev sahipliği yapmış olmasıdır. Derneğin yan kuruluşu olarak var olan Frankfurt Kitap Fuarları diğer adıyla "*Frankfurter Buchmesse GmbH*" ticari etkinlikleriyle "*küresel yayıncılık endüstrisindeki en büyük*" olarak tanımlanmaktadır (Driscoll, B. ve Squires, 2020: 1.).

Kitap ve medya dünyasının hem katıldığı hem katkıda bulunduğu dünyanın en büyük fuarı "*Frankfurter Buchmesse GmbH*"in yapılan ölçümleri dikkate alınarak incelendiğinde Alman kitap piyasasının yarattığı uluslararası perakende ve toptan etki alanı çok daha rahat görülebilecektir. Örneğin en son elde edilen verilere göre; 2019 Frankfurt Kitap Fuarı'nda 302.267 ziyaretçi, 7.450 ticari katılımcı yer almıştır. 4.000 etkinlik düzenlenmiş ve 10.000 gazeteci fuarda bulunmuştur. Fuara katılan ziyaretçiler (302.267) 147 ülkeden olup bu ziyaretçilerin 174.477'si ticari ziyaretçi (yayıncı, çeviri ekipleri vb.), 127.790'ı ise bireysel/özel ziyaretçilerden oluşmuştur. Toplam ticari katılımcıların (7.450) % 30'u (2.223) Almanya'dan katılan ticari katılımcı olup, % 70'i ise (5.227) uluslararası ticari katılımcılardan oluşmuştur. Bu genel anlamıyla toplamda ticari katılımcıların % 58'e, halk katılımının ise % 42'ye denk geldiğini bize göstermektedir. 2019 haritasını iyi görmemiz açısından 2015'ten 2019'a doğru bir gözlem yaptığımızda elde edilen oranlar şu şekildedir: 2015'te fuara 275.791 kişi katılmış olup bu oranın 170.169'u ticari katılımcıdan (yazarlar, yayıncılar, çevirmenler, illüstratörler, eğitim ekipleri vb.), 105.622'si halk katılımından oluşmaktadır. 2016'da toplamda 278.023 kişi fuara katılmış, 172.296 kişi ticari katılımcıları, 105.727 kişi

halktan katılımcı grubunu oluşturmuştur. 2017’de toplam katılımcı 286.425, ticari katılımcı 172.084, 114.341 halk ziyaretidir (Frankfurter Buchmesse, 2019a)

Frankfurter Buchmesse’de (2018) toplam 285.024 kişi fuara katılmıştır, ticari katılımcılar 169.067 kişi, 115.957 de halk katılımı olarak hesaplanmıştır. 164 ülkeden katılım sağlanmış olup, toplam 16 sergi, 700 etkinlik ve Almanca birçok yeni kitap (157) aynı hafta içinde yayın hayatına girmiştir. Yine burada ‘Agora’ ortasında modern, farklı mimarisiyle göze çarpan ve bilimkurgu temalı sanata desteğin hissedildiği örnek bir “Frankfurt Pavyonu” açılmıştır. Bununla birlikte “BOOKFEST” adıyla Frankfurt Kitap Fuarı’na bağlı olarak konserler düzenlenmiş, çocuk kitaplarına ayrılan bir bölümle “Frankfurt Kids” adı altında çocuklara hitap edebilecek tüm etkinlik, basım, yayın, uygulama örnekleri tanıtılmış ve çocukların eğlenebileceği alanlar oluşturulmuştur. Başka sanatların kendini ifade edebileceği platformlar tasarlanmış, “Frankfurt Gourmet Gallery” adıyla fuara katılanların yeme içme ihtiyaçları karşılanırken farklı tatların tanıtımına şahit olma şansına da erişilebilmiştir. Frankfurter Buchmesse’de “Frankfurt EDU” başlığıyla “öğrenmenin geleceği” teması altında eğitimin teknoloji ile buluştuğu projeler, planlar, dünyanın farklı yerlerindeki üniversitelerin burayı ziyaretiyle sunduğu öneriler ve akademik planlar tartışılmış ve görüşülmüştür. Ayrıca Frankfurt Kitap Fuarları’nda fuarcılık alanında kendini geliştirmek isteyen insanlara kendini tanıtabilecekleri, işveren ve iş isteyen buluşturan “2018 Business Club” büroları oluşturulmuş, dünya kitap sektörüne ve dünya edebiyatının yarattığı ekonomiye yeni bakış açıları, yeni iş tanımları ve alanları kazandırılmaya çalışılmıştır (Frankfurter Buchmesse, 2018). Tüm bu oluşumlar Frankfurt Kitap Fuarları’nın yalnızca bir fuar olmadığını, onun bütünüyle bir akademi olduğunu göstermektedir demek yanlış olmayacaktır. Eğitimdeki son gelişmeler, projelendirmeler, sanat galerileri, medya-basın-yayın iş ortaklıkları, yeme içme galerileri ile birlikte kültürel yemek örneklerinin tanıtımı, istihdam oluşturma etkinlikleri, tanıma ve tanıştırma toplantılarına ev sahipliği yapması ile Frankfurt dünyada kitap piyasası ve ekonomisinin ekolü ve ilk durağı olmaya devam etmektedir.

Fuarın istatistiki verilerine tekrardan döndüğümüzde denilebilir ki fuara katılan 147 ülke bölgelere göre değerlendirildiğinde, Frankfurter Buchmesse (2019a)’ye katılanların % 2.1’i Kuzey ve Güney Amerika ülkeleri, % 22’si Almanya çevresi, % 70.6’ sı Almanya

ve % 4.8'i Asya ülkelerinden katılmıştır. En önemlisi de *Frankfurter Buchmesse* sonuçlandırıldığında yapılan anketlere göre; ticari yayın birlikleri ve kültür birliklerinin yaptığı işler, tanıtım, reklam gibi her türlü ticari eylemden aldığı olumlu sonuç % 90-95 seviyelerindedir. Bu Frankfurt Kitap Fuarları'nın yarattığı kıymetli ticari etki ve faydayı göstermekle beraber, geçmişten bu yana dünya edebiyatının yaşadığı maddi sıkıntı ve kayıplarını hafifletip, yaralarını sardığı bir yer olarak onu, dünya kitap piyasası, kültür ve edebiyat ekonomisinin başköşesine oturtmaktadır. Bu aşamada % 72.54 gibi bir oranla yeni işbirlikleri yolunda yeni temaslar gerçekleştirilmiştir. Bu Frankfurt Kitap Fuarları'nda yapılan uluslararası toplantı, panel, tartışmaların vb. boşuna olmadığını ve sonuç odaklı olduğunu bize göstermektedir. Burada gerçekleştirilen ticari etkinliklerin tüm dünya kültür piyasasını etkileyebilecek bir güce sahip olduğunu dahası son derece güçlü bir edebiyat ekonomisi yarattığını gözler önüne sermektedir. Yine bu fuarlarda % 57.51 ürün sunumu yapılabilmiş, % 50.48 müşteri ilişkileri ile yeni işler gerçekleştirilmiş, % 45.37 ticari lisanslama ve haklar yolunda adım atılmış, % 28.28 pazar araştırmasına dair somut bilgi, rapor, çıktılar elde edilip, % 11.47 gibi bir oranla yeni ve geliştirilmiş teknolojik olanaklarla sektöre dair karşılıklı eğitim çalışmaları yapılmıştır (Frankfurter Buchmesse, 2019a)

Diğer önemli bir konu ise edebiyatın en büyük ticari ve kültürel kazanımlarının izlenebildiği bu fuarlarda, en çok etkileşimin gerçekleştirildiği uzmanlık alanlarının ne olduğu meselesidir. Frankfurt'un dünya yayıncılık endüstrisinin merkezi olması dolayısıyla Frankfurt'ta genel ilginin neye ve hangi konulara dair olduğu hakkındaki bilgiler, bugün dünya okurunun hangi edebi alana daha çok yatkınlık gösterdiği konusunda da bize genel bir fikir verebilir. Ekonomik şartlar ve edebi zevklerin çağa bağlı değişmesinden kaynaklı olarak, bugün yayıncıların gerçekleştirdiği yazarlık eğitimleri, paneller, tartışma toplantıları, çeşitli içerik teşvikleri ve bu yolda izlenebilecek ticari stratejiler okurun eğilim gösterdiği edebi türe göre belirlenmeye başlamıştır demek yanlış olmayacaktır ki elde edilen raporlar da bunu göstermektedir. Frankfurt Kitap Fuarları Raporları (2019a)'na göre; yazar ve yayıncıların toplantılarda en çok üzerinde durduğu konu, bugün dünyada edebi türler arasında yükselişine istikrarlı bir şekilde devam eden veya tahtını koruyan % 50.16 gibi bir oranla "kurgu ve kurgu olmayan" türlerinde yazılmış içerikler olmuştur. Bu dünyada en çok satışı yapılan türler ile ilgili elde edilen

çıkıntılarla paralel bir sonuçtur. İkinci olarak da en çok etkileşimin kaydedildiği başlık (% 39. 81) “telif hakları, ticari haklar ve lisanslama” konusu olmuştur.

Daha önce de belirttiğimiz üzere *Frankfurter Buchmesse* kitap endüstrisine teknolojik imkânları en iyi uyarlayan ve teknolojinin sağladığı imkânlardan en iyi yararlanan bir kuruluş olması dolayısıyla da küresel kitap piyasasına örnek olmaktadır. *Frankfurter Buchmesse* geliştirilirken yalnızca fiziksel olarak katılım sağlayanların memnuniyetinin düşünülmediği, uluslararası “teknolojik ağlar” kanalıyla katılımların da gerçekleştirildiği bir platform oluşturulmuştur. Görüntü olmadan sesli anlatım stüdyolarının oluşturulduğu “sesli fuar” diğer adıyla “*Frankfurt Audio Stage*”e 1500’den fazla katılımcı çevrimiçi katılmıştır. Bu da birçok engelli okuyucu ve özellikle görme engellilerin de yer alabildiği örnek bir fuar programı oluşturulması yolunda oldukça iyi bir aşamadır. Her türlü fiziksel seviye ve katılımcı tipinin düşünüldüğü Frankfurt’a 2019’da bütün şartları ile (pandemi, seyahat engeli vb.) genel toplam 25.000 ziyaretçi katılmış (fiziksel, *audio*, *podcast*, uzaktan görüntülü vd.), 5.000 kişi de Frankfurt şehrini ziyaret edip veya orada konaklayarak kültürel turizmin gelişmesi ve kültürel turizme katkı sağlanması yolunda ülkenin gözle görülür olumlu sonuçlar elde etmesine imkân sağlamıştır (Frankfurter Buchmesse, 2019a).

Dünyanın dört bir yanından farklı ülkelerin kendi ulusal stant temsilcilikleri ile katıldığı fuara Türkiye’den neredeyse her sene katılım sağlanmış, Türkiye’de gerçekleştirilen çeşitli projeler fuarda tanıtılmış ve bakanlığın “Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü koordinasyonunda, Başbakanlık Tanıtma Fonu kaynaklarından sağlanan ödenek ile Türkiye Yayıncılık Komitesi Yürütme Kurulu tarafından” devamlılık sağlanmaya, telif görüşmeleri yapılmaya, farklı ülkelere yayıncılar ile işbirlikleri kurma yolunda gayret gösterilmeye çalışılmıştır (“Frankfurt Kitap Fuarı Raporu”, 2008).

Bununla birlikte *Frankfurter Buchmesse*’nin her yerde bilinmesi ve tanınması dünyanın birçok farklı ülkesinde “*Frankfurt Modeli Kitap Fuarları*”nın yaygınlaşmasına vesile olmuştur. Peter Weidhaas (2007)’in “*A History of the Frankfurt Book Fair*” adlı eserinde üzerine eğildiği, bu fuarların gerçekleştirilmesine kendisinin de katkısı olduğu ve tanıttığı sıra ile bu modelde kitap fuarları “ilk olarak 1986’da Hindistan ile başlamış İtalya, Fransa, Japonya, İspanya, Meksika, Hollanda, Brezilya, Avusturya, İrlanda, Portekiz, İsviçre ve Macaristan” ile devam etmiş ve etmektedir. 2000 yılı ve sonrasında bu tarz kitap fuarları

yine aynı şekilde Yunanistan, Litvanya, Rusya, Arap dünyası, Kore, Çin, Arjantin ve Türkiye’de de görülmektedir.

Ayrıca belirtmek gerekir ki Alman Yayıncılar ve Kitapçılar Birliği Başkanı Christian Sprang ve Dominique Pleimling’in TÜRKİYAYBİR işbirliği ile katıldığı TÜYAP toplantılarında belirttiği üzere (2009); Alman kitap fuarları ve kitap sektörünün dünyada önde gelen piyasalardan birini oluşturmasının ilk nedeni Alman hükümeti tarafından uygulanan “Sabit Fiyat Yasası”dır. Bu yasaya göre rekabetin fiyata dayalı olmadığı bir sistem söz konusu olup³⁴, kitap satışlarında primin uygulanmadığı, eşantyonun en fazla %2 kadar uygulanmasına izin verildiği, rekabetin ‘kalite’, ‘teşvik’ ‘teslimat’ ve ‘ekosisteme’ e dayalı olduğu bir yapı oluşturulmuştur. “Sabit Fiyat Yasası” kitapları kültürel varlık olarak korumayı amaçlamakta ve bunu uygularken yasanın uygulama şekillerinde pek değişiklik yapmadan elektronik kitapları da otomatik olarak sürece dâhil etmektedir. Dolayısıyla yayıncılar, kitapçılar ve yazarlar için elektronik kitap, emek kaybının söz konusu olduğu bir konumda görülmemeye başlanmış ve 2012’de kitap mağazalarının % 81’inden fazlası çevrimiçi mağazasını ve elektronik kitaplar için alt yapısını kurmuştur. Elektronik kitaplar, fiziksel kitaplar gibi kitap fuarlarındaki stantlarda yer almış ve satışa sunulmuştur. Ancak bu konuda uluslararası Frankfurt yayıncı birlikleri ve çeşitli araştırmacılar tarafından dile getirildiği üzere³⁵ teknolojinin sağladığı kolaylıkların yanında, yarattığı hak ihlalleri dolayısıyla sorunların da var olduğu ve devam ettiği bildirilmiştir. (Sprang ve Pleimling, 2019: 9-27).

Frankfurt’tan sonra dünyada en çok ziyaret edilen diğer kitap fuarlarını sıralayacak olursak; “Almanya Leipzig Kitap Fuarı, İngiltere Londra Kitap Fuarı, Avusturya Viyana

³⁴ Türkiye’de ise her yayınevi kendi dağıtımını kendisi yapmakta ve her yayınevi kendi indirim oranını kendi belirlemektedir. İnternet üzerinden satışlarda da denetimsizlik çok fazla olup, Türkiye Yayıncılar Birliğinin belirlediği fiyattan satış yapan yayınevi sayısı oldukça az rastlanır bir sayıda karşımıza çıkmaktadır. Kitap mağazalarının kendi isteğine göre uyguladığı indirimler haksız rekabete, diğer yayınevlerinin zarar görebilmesine neden olmaktadır. Bu durum kitap fuarlarındaki satışların azalmasına da etki edebilmektedir. Çünkü okuyucu çoğu zaman internette yüksek indirimlerle aldığı kitabı, fuarda ondan daha fazla indirimle alamayacağını düşünmektedir.

³⁵ Elektronik kitap yayıncılığının hızla ilerlemesinin basılı yayıncılıktaki etkileri, dijital dağıtım piyasası ile basılı kitapların dağıtım piyasası arasındaki dengesizliklerin tahlili ve dijital hak ihlalleri gibi olumsuzluklar nedeniyle basılı kitap piyasası ve fuarlar piyasasının nasıl hareket etmesi gerektiği yönünde öneriler için; Sandra Song’un (2012) “*The Digital Challenge For The Book Industry: A Viewpoint of Frankfurt Book Fair*” adlı eseri incelenebilir. Sandra Song yaptığı çalışmada özellikle Frankfurt Kitap Fuarlarını merkeze alarak kültürel ekonominin kalbi mahiyetindeki kitap piyasasının gücünü kaybetmemesi yolunda fayda sağlayacağını düşündüğü öneriler sunmuştur.

Kitap Fuarı, Fransa Paris Kitap Fuarı, İtalya Bologna Çocuk Kitapları Fuarı, Turin Uluslararası Kitap Fuarı, Portekiz Lizbon ve Porto Kitap Fuarları, İspanya Barselona ve Madrid Kitap Fuarları (LİBER), Basel Kitap Fuarı, Newyork Book EXPO” nun bu sıralamada olduğunu söyleyebiliriz (European Studies Section, 2020).

2.2 TÜRKİYE’DEKİ KİTAP FUARLARI

2.2.1 Türkiye’deki Kitap Sektörü ve Kitap Fuarlarının Tarihi Gelişimi

Türkiye’de şimdiye kadar düzenlenmiş olan “kitap fuarları” hakkındaki bilgilerin dağınıklığı, eksikliği ve düzensizliği, bu bilgilerin düzenlenmesi adına bizi öncelikli olarak “fuvar görünümündeki ilk pazar veya panayır yapılanmalarının”³⁶ bilgisine başvurma yoluna itmiştir. Başlangıçta fuar özelliklerine sahip bu pazar veya panayırların genellikle bahar veya yaz aylarında düzenlenmiş olduğunu, tarım işleri ile alakadar olan zamanlara göre tarihlerinin belirlenip, dini kutlamalarla ilgili çok güçlü yanlarının olduğunu söyleyebiliriz. 18. ve 19. yüzyıllara ait Osmanlı belgelerinde; bazı panayırların/fuarların “*kadimden beri*” yani başlangıcı belli olmayan zamandan beri var olduğundan bahsedilmekte olup, ‘fuvar’ kelimesinin de İslam dünyasında sembolleştirildiği şekliyle “*Cuma Pazarı*” olarak hem ticari hem dini anlama gelen bir güne karşılık kullanıldığı bilinmektedir. Aynı şekilde ‘fuvar’ kelimesi Hristiyanlık’a ait inanış şekilleri ile de ilişkilendirilmiş olup Yunanca “çok sayıda aziz” anlamında; “*pan aghios* panayır/fuvar” olarak anılmıştır (Şen, 1996: 9-10; Rovelstad 1973). Dolayısıyla ilk fuarların, halkın Tanrı’ya olan minnetini belirtmesi amacıyla gerçekleştirdiği toplanmalar neticesinde oluşan ticari ilişkilerle doğduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte hem Anadolu hem Avrupa’da özellikle daha önce dini mekânlara yakın bölgelerde kurulan fuarlar, zamanla önemli ticari yolların kesiştiği ve rağbet gören hem dini hem sosyal meydan işlevi görebilen yerlerde kurulmaya başlanmıştır. 13. yüzyılda aktif bir ticari saha kimliği taşıyan ve Anadolu’da kurulmuş pazarlar arasında olduğu bilinen “Yabanlu Pazarı” bu şekilde kurulmaya başlanmış, kurulduğu yer itibari ile milletler arası bir fuvar olma özelliği kazanmış ilk pazarlardandır denebilir. “Yabanlu Pazarı” kadar aktif

³⁶ Uluslararası veya ulusal mahiyete sahip, toptan ve perakende alışverişlerin gerçekleştirilip, iş görüşmeleri ve yeni anlaşmaların yapıldığı pazar veya panayırları tespit edilen özellikleri dolayısıyla fuvar görünümündeki ilk pazarlar veya panayırlar olarak veya fuvar olarak adlandıracağız.

olmasa da hem açık hem kapalı olup bölge halkı tarafından oldukça rağbet gören ve Anadolu’da kurulmuş olduğu bilinen diğer fuar görünümündeki pazarlar ise Amasya-Tokat arasındaki “Azine Pazarı” ve Kayseri-Kırşehir arasındaki “Ziyaret Pazarı”dır. Ankara-Yapraklı, Zile, Amasya, İzmir-Buca, Balıkesir, Çan ve Gönen de potansiyelleri dolayısıyla fuar görünümündeki pazarlar arasında sayılabilir (Şen 1996: 9). Bu panayırların “ticari hedefler” ile kurulmuş olanlarında (Uzuncaâbad-ı Hasköy, Silivri, Siroz, İslimye, Nevrekop, Serfiçe, Piriştine, Yakova, Pirlepe, Dolayn, Balıkesir, Çan ve Gönen) panayırların çekiciliğini arttırmak amacıyla bir takım eğlenceler düzenlenmiş rakkas, sazende ve çalgıcı takımlarına yer verilmiştir. “Sosyal yönü ağır basan panayır organizasyonları”da da “dinî törenlerin veya eğlence düşüncesinin daha ağır bastığı” görülmüştür (Şen, 1996: 9-11; Mortan ve Küçükerman 2011: 58).

Bu noktada şimdiye kadar tespit edilmiş Osmanlı’ya dair halkın ticari ve sosyal hayatını ilgilendiren tarihi kayıtlara bakıldığında henüz gün yüzüne çıkarılmayı bekleyen birbirleriyle bağlantılı birçok yöresel ticari belgenin varlığı akıllara gelmektedir. Fraoqhi’nin (2003) Osmanlı’nın ticari ve sosyal tarihi ile ilgili ulaştığı belgeler, bu noktada Osmanlı’nın ticari faaliyetlerinin yalnızca yerel özelliklerde olmayıp, uluslararası diye nitelendirilebilecek özelliklere de sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle Osmanlı’nın ticaretindeki Avrupa ile rekabet odaklı attığı adımlar fuar ticaretinin uluslararası bir mahiyet kazanmasına ortam yaratmıştır. Hatta tüccarların ticari etkinlikleri, bir yerde müdahaleci Avrupalı rakiplerinin karşısında hayatta kalma çabası stratejileri ile dolu olup, bu stratejiler Osmanlı tüccarının liman kentlerinde ve birçok yolun kesiştiği noktalarda buluşmasına vesile olmuştur dahası bu stratejiler Avrupa-egemen dünya ekonomisi ile bütünleşmeye karşı bir ‘direniş’ olarak kabul edilebilir (29). Günümüzde fuar kurma usul ve esaslarından biri olarak, Osmanlı’da da Avrupa’da olduğu gibi fuar kurulmadan önce tüccarın devletten fuarın kurulması adına “onay alma”sı zorunluydu. Tüccarlar “geniş bölgeleri kapsayan ticaret ağları ile bağlantı kurma”ya yarayan fuarı kurabilmek için önce “en yakın Osmanlı *emporium*”una gitmiş ve izin almıştır. Hangi malların fuara girebileceğinin yazılı olduğu ürün listelerinin hazırlanması, devlet görevlileri ile beraber uygun olan bir mekân seçimi yapma gibi uygulamalar, tüccarın tabi olduğu ve devlet ile tüccar arasındaki iletişimin sürekli olmasına vesile olan uygulamalar olarak bilinmiştir (Faroqhi, 2003).

Yapılan detaylı araştırma ve incelemelerle elde edilen mevcut bilgilere göre; Osmanlı’da düzenlenmiş olan fuarlardan/panayırlardan “kitap fuarı” olarak adlandırılmış herhangi bir fuarın olmadığı bilgisine varılmıştır. Ancak Osmanlı’da düzenlenmiş olan diğer fuar görünümündeki panayır/pazarlarda basım-yayım materyalleri, kâğıt, mürekkep, kitap, kitap benzeri bir cüzün vb. alış verişinin yapıldığı ve herhangi bir yazar, esnaf, sahaf veya yayıncının bu materyalleri satmak üzere bu pazarlarda bulunduğu kayıtlarına ulaşıldı. Bu edebiyatın ekonomik etkinliğinin fuarlara taşındığının göstergesidir denilebilir.

Pazarlarda kitap sektörü ile alakalı herhangi bir ürün satışının yapıp yapılmadığını tespit etmek, fuar içinde alış-verişi yapılan tüm malların tam listesinin olduğu, devletin gelir-gider işlerinin kayıtlı olduğu ve vergi toplamak amacıyla tutulan “varidât” defterlerindeki kayıtları incelemekle mümkün olabilmektedir. Aynı şekilde şimdiye kadar detaylı bir şekilde incelenmemiş olan tarihi şer’i sicil kayıtları da bu konuda önemli ipuçları verebilir. Rumeli panayırlarından biri olarak bilinen, oldukça eski ve kendisine dair bazı belgelerin mevcut olduğu 1797 Uzuncaâbad-ı Hasköy panayırına katılan Isparta ve Bursa tüccarı adına tutulmuş vâridat defterleri bu döngüde aydınlatıcı olmuştur.

Şen’in (1996) ulaştığı Osmanlı varidat defterlerinden panayır/fuarda pazarlanmış malların listesi ile ilgili dokümanları ayrıntılı olarak incelediğimizde panayır/fuarda kâğıt alım satımının da yapıldığı bilgisine ulaştık ki, bu 1700’lü yıllarda kitap materyallerinin ekonomik etkinlik mekânlarına taşındığının güçlü bir delili olarak nitelendirilebilir. (Cevdet İktisat No. 1767, 28 S 121/1797) numaralı varidât defterine göre söz konusu kâğıt satışı Elhac Osman, İbrahim Ağa ve Elhac Mehmed adındaki kişiler tarafından pazarda/fuarda yapılmış olup, bu kişilerin dönemin en önemli sahafları olduğunu söylemek mümkündür (Bkz. Tablo 1). Burada önemli olan nokta şüphesiz, Osmanlı İmparatorluğu’nun yazmalar döneminde çeşitli sahaflar tarafından gerçekleştirildiğini bildiğimiz kitap ticaretinin, bir fuara taşındığının belgelenmiş olmasıdır. Fuarlara taşınması dışında yazmalar döneminde sahaflar tarafından gerçekleştirildiği belgelenmiş olan kitap alış verişinin/ticaretinin detaylarına daha sonra ayrıca değinilecektir.

| Tüccarın İsmi | Malın Cinsi | Mal Miktarı | Birim Fiyatı (akçe) | Alınan Vergi (akçe) |
|---------------|-------------|-------------|---------------------|---------------------|
| Elhac Osman | futa kâğıt | 4 çift | 40 | 160 |
| İbrahim Ağa | futa kâğıt | 9,5 deste | 40 | 380 |
| Elhac Mehmed | futa kâğıt | 22 deste | 40 | 880 |

Şekil 1: 1830 Uzuncaâbad-ı Hasköy Panayırında Gerçekleştiği Tespit Edilen Kâğıt Alışverişi (Cevdet İktisat [Cİ] No. 1767, 28 S 121/1797; Şen 1996: 25-26).

| Tüccarın İsmi | Malın Cinsi | Mal Miktarı | Sevk Edildiği Bölge | Vergi (Guruş-Pare) |
|---------------|-------------|----------------|---------------------|--------------------|
| Kâğıt | 10 top | Kara-i Farecik | 5 | 20 |

Şekil 2: 1830 Uzuncaâbad-ı Hasköy Panayırında Satışı Yapılan Kâğıt Cinsleri ve Sevk Edildiği Bölge Sayısı. (Cevdet Belediye [CB] No. 4127, R 1246/1830; Ö. Şen 1996: 64).

Görüldüğü gibi eldeki tarihi kayıtlara göre, Osmanlı tarihinde bizzat kitap fuarlarının düzenlendiğine dair herhangi bir bilgi henüz olmasa da, kitap materyallerinin alım satımının 1700’lü yıllarda olduğunu³⁷, bu pazarlardan belirli bölgelere sevk edildiğini ve bunun genellikle bölgesel gıda ürünlerinin ağırlıklı olarak alışverişinin yapıldığı fuarlarda gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

Sonuç olarak, Cumhuriyet dönemine kadar bizzat kitap ticaretinin gerçekleştirildiği kitap fuarlarına rastlanmasa da, kitap alışverişi yer yer belli şehirlerde (İstanbul, Edirne, Bursa gibi) yapılmıştır. Aşağıda kitap ticareti ve daha sonra bu ticaretin sistemleştiği kitap fuarlarının başlaması sürecinin başlangıcı olarak görülen yazma kitap dönemi ve bu dönemde genellikle sahaflar tarafından gerçekleştirilmiş kitap ticareti ile saraya, eğitim kurumlarına, sahaflara ve diğer ilgili yerlere kitap temin eden ‘verrâk’ lardan bahsedilecektir.

2.2.1.1 Yazma Kitap Piyasası

Avrupa kitap fuarları tarihinde de değindiğimiz üzere kitap; erken tarihte oldukça özel, çoğunluklu olarak ‘asiller’in ve ‘zenginler’in ulaşabileceği kıymetli bir sanat formunda ‘mal/emtia’ olarak kabul edilmiştir. Bu onun herkes tarafından ulaşılmasını ve haliyle

³⁷ İsmail E. Erünsal (2013) bu tarihin 1604 yılına kadar gidebileceğini belirtmiştir.

normal çizgide ‘pazarlanması’ni zorlaştırmıştır. Bu durum gerek Avrupa’da gerek Osmanlı’da kitabın oldukça değerli bir tablo veya bir heykel gibi algılanıp kapağının ve hatta iç sayfalarının kişiye özel olarak başka sanatların hünerleri, her türlü süsleme örnekleri ile doldurularak ona sahip olacak kişiye ancak öyle ulaştırılabilmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla “Aydınlanma Çağı”ndan önce kitaplar çoğunluklu olarak Osmanlı’da olduğu gibi “şahsa özel” sipariş mahiyetinde hazırlanan bir sanat örneği veya bir ‘armağan’ olarak görülmüş, kitap basma sürecinde gelişen meslekler bu doğrultuda şekillenmiştir. Matbaanın yaygınlaşıp, kitaplar yavaş yavaş herkesin ulaşabileceği bir konum ve kavram algısını kazanana kadar Osmanlılar kitabı yazma kitap döneminde birçok yazı, ciltleme, düzeltme, süsleme, çoğaltma gibi ‘sanat’ların bileşkesi olarak görmüş ve kitap birçok yönden estetik değer taşıması gereken bir ‘nesne’ye dönüştürülmüştür (Kabacalı, 2000: 5).

Matbaanın keşfi ve tam anlamıyla gelişimine kadar kitabın güçlü ekonomik etkinliklerin gerçekleştirildiği ticari bir yelpaze oluşturduğunu söylemek güçtür. Pahalılığı ve kişiye özel tasarlanması gibi hususiyetler onun belgelerle ispatlandığı üzere basma kitap dönemine göre oldukça az ulaşılabilir olduğu acı gerçeğini bize göstermiştir. Matbaanın keşfi ve yayılmasına kadar, hem Avrupa hem de Türkiye’de eşit olmayan sosyal ve ekonomik şartlardan vb. ötürü herkesin kitaba ulaşamaması, kültürel birçok olumsuz sonucu doğurduğu gibi kitabın ticari ve ekonomik etkinlik sahasının da uzun süre dar kalmasına neden olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu’nun ilk dönemlerinde medreselerin kurulması ile kitap ticaretinin başladığını söylemek pek mümkün olmasa da matbaanın kullanımından önce bu sürecin eğitim kurumlarının çoğalması, Osmanlı’nın siyasi hâkimiyetinin artışı, Osmanlı’ya dışarıdan gelen ilim ehlinin göçüyle kitaba olan ihtiyacı arttırmış ve kitabın elle çoğaltılması konusunda yetkin olan meslek gruplarına ilgiyi yöneltmiştir denilebilir. Dolayısıyla kitapların gitgide ulaşılabilir seviyeye çekilmesi sahaflığı ve sahaflık etrafında gelişecek müzayede buluşmalarını ve son olarak kitap ticaretinin edebi ekonomik etkinlik sahası olarak kitap fuarlarının doğduğu süreci de beraberinde getirmiştir.

Bu temelde kitabın pahalılığı ve kişiye özel olması nedeniyle sınırlılığı söz konusu olmuş olsa da, onun saray, zenginler ve ‘asiller’in çevresinden halkın hanesine girmesine ön ayak olan ve kitapların çoğaltılması görevini üstlenmiş “Ehl-i hiref” topluluğu ile kitap

ticareti ve koleksiyonerlik yapan sahafları unutmamak gerekir. Bu kişileri Osmanlı kimliğinin edebi manada şekillenmesinin ve bu kimliğin önce elit bir çevre içinde, daha sonra aşamalı halde diğer çevrelerde ürüne dönüştürülerek yayılmasının mimarları olarak tanımlayabiliriz. “Ehl-i hiref” topluluğu önemli bir üye grubu olan ‘nakkaşlar’ ile birlikte Osmanlı Devleti’nde yazılı materyallerin çoğaltılması, satışı ve bulundurulması işiyle meşgul olan “zanaatkârlar veya en doğru şekli ile verrâklar”³⁸ bünyesinde bulundurmaktaydı. Kitapları çoğaltma işiyle görevlendirilen, saraya ait her türlü sanat faaliyeti içinde yer alıp her biri ayrı bir sanat ve meslek alanı olarak “müzehhiplik, müsavverlik, ressamlık, cedvelkeşlik ve revzenlik” de ‘verrâk’lar içinde değerlendirilip yine “Ehl-i hiref” topluluğundan sayılmaktaydı. Kitapları çoğaltma işiyle meşgul olan bu iş grupları, matbaadan kısa bir süre önce sistemleşmeye başlayan kitap sektörünün ana bileşenleri ve çalışanları olarak bilinmektedir (Mortan ve Küçükerman, 2011: 197-198).

Yukarı da bahsettiğimiz üzere gerek kitap satışının pazar/panayır/fuarlarda gerçekleştirilmesinin, gerek yazma kitap döneminde şekillenmeye başlayan ilk kitap ticareti girişimlerinin olup olmadığının tespiti için -Türkiye’de bu konuda yeterli çalışma ve başka kaynak neredeyse hiç olmadığı için- vâridat defterleri ve şer’i sicil kayıtları büyük önem arz etmektedir. Bu temelde “Kısmet-i Askeriyye, Mülga Beledi Kassamlığı ve Beytülmal Kassamlığı’na ait defterler ile İstanbul mahkemesine ait defterlerdeki” hükümler ve kayıtlar incelenmiş ve incelenen yaklaşık 2250 defterden İstanbul sahaflarına ait toplam 186 tereke tespit edilmiştir. Bu bilgi, bizim sahaflar kanalıyla İstanbul’da³⁹ Osmanlı İmparatorluğu’nun yazmalar döneminde kitap ticaretinin

³⁸ “Orta Çağ İslâm dünyasında kitap istinsâhıyla uğraşan, kitap ve kitap yazımıyla ilgili yazı malzemelerini satan ve cilt yapan meslek mensupları.” “Kâğıt anlamında kullanılan ‘varak’ kelimesinden türetildiği” düşünülmektedir. Sadece kitap istinsâhıyla değil aynı zamanda kitapların temize çekilmesi, imla düzenlemeleri, tashihi ile uğraştıkları bi nevi yazma kitap piyasasının editörlük görevini üstlendikleri ve yıllar içinde toplumun en önemli meslek gruplarından biri olarak tanımlandıkları bilinmektedir. Bu konuda daha fazla bilgi için İsmail E. Erünsal’ın (2013) “*Osmanlılarda Sahaflık ve Sahaflar*” adlı eserindeki “*Orta Çağ İslam Dünyası Sahafları: Verrâklar*” adlı bölüm incelenebilir.

³⁹ Genellikle İstanbul’un konu edildiği araştırma zemininden farklı olarak, Türkiye’nin bir başka şehrinde de bu mesleğin yerleşik olarak icra edilip, yazma ve basma kitap piyasasının canlı tutulduğunun ispatı hükmünde Ankara’da gerçekleştirilmiş ve gerçekleştiriliyor olan ‘geleneksel’ sahaflık mesleği üzerine önemli incelemelerin yer aldığı Melike Kaplan ve Sibel Ün’ün (2014) “*Bir Kent Bir Gelenek: Ankara’da Sahaflık*” adlı eserinin incelenmesinde fayda vardır. Eser tarihi arka planıyla sahaflığın Osmanlı İmparatorluğu’ndan günümüze genel bir panoramasını verirken, sahaflığın günümüzdeki durumunu kültürel eleştirel bir çizgide takip eder.

gerçekleştirildiği hakkında net bir yargıya varabilmemize olanak sağlamıştır (Erünsal, 2003: 19-20).

Osmanlı İmparatorluğu'nun yazmalar döneminde kitap dolaşımının çoğunluğunu elinde bulunduran sahaflar, tereke defterleri üzerinde yapılan incelemelerden anlaşıldığına göre sahaflığın yanı sıra farklı meslekleri de icra etmişlerdir. Bununla birlikte Osmanlı yazmalar dönemi sahafları, genellikle maddi refah seviyeleri yüksek ve devletin önemli yerlerinde bulunmuş kişilerdir. Şimdiye kadar yapılmış incelemelere göre sahafların genellikle çift meslekli ve varlıklı kişiler arasından çıkması, matbaanın kullanımından önceki kitap çoğaltma işinin masraflı, bir takım kitaplara ulaşmada saygınlık gerektiren ve külfetli bir iş olması dolayısıyladır denebilir. Yazma işinin azalmaya başlayıp matbaanın kullanılmaya başlamasından sonra da işlerini büyüterek matbaa kurma girişiminde de bulunan bu sahafların vefatlarından sonra da yüklü servet bıraktıkları kayıtlara geçmiştir. Bu kişilerden biri babası Sahaf Karahisarî Elhac Ali Rıza Efendi'nin mesleğini icra eden Seyyid Mustafa Efendi'dir. Seyyid Mustafa Efendi'nin yazmalar döneminde sahaflık ve kitap çoğaltım işiyle uğraştığı, matbaanın bulunmasından sonra da Molla Güranî Mahallesi'ndeki evinin karşısına matbaa kurduğu ve iyi olan maddi durumunu daha da iyiye götürdüğü düşünülmektedir. Sonrasında Seyyid Mustafa Efendi'nin oğulları olan Mehmet Şevket Efendi ve Yahya Şevket Efendi'nin de baba ve dede mesleklerini devam ettirdikleri bilinmektedir. Yine aynı kişilerin kardeşleri Mehmet Sadeddin Efendi ile İbrahim Lami'î Efendi'nin dönemin varlıklı sahaflarından oldukları tereke defterlerinden anlaşılmaktadır. Asıl mesleği kadılık olan Eğriboz kadısı Abdurrahman Efendi b. Mehmet, öldükten sonra 1.113.376 akçelik bir servet bırakmış olan, ölmeden önce de aynı zamanda sahaflık yapmış diğer varlıklı sahaflardandır. Ancak saydığımız bu sahaflar arasında evi olmadığı için medrese veya camilerde kalan Sahaf Hüseyin Efendi b. Ahmed ve Sahaf Ahmed Efendi b. Mustafa gibi birçok sahaf da yok değildir (Erünsal, 2003: 20).

Bütün bunlar ile birlikte söz konusu sahaflarda/kitapçılarda Türkçe eserlerin oldukça az bulunduğu bilgisi de elde edilmiş diğer veriler arasındadır. Örneğin Faroqi'nin (2003) tespit ettiği üzere; oldukça varlıklı otuz iki tüccardan on kişinin kitaplarının olduğu ve Türkçe kitaba sahip ise yalnızca iki kişinin bulunduğu ve kâtiplerin Türkçe kitaplara sahip kişilerin kaydını tutmadığı bilgisi tespit edilmiştir. Örneğin oldukça zengin olan

Abdurrahman Hoca adlı kişinin diğer kişilerden farklı olarak, Kur'an'dan başka değeri yirmi akçeyi geçmeyen *Mukaddime-i Türki* adlı bir kitaba sahip olduğu ve yine varlıklı biri olan Abdurrahman adlı diğer kişinin ise erken dönem Osmanlı edebiyatının coşkulu bir izleyicisi olduğu çünkü ciltlenmiş ve toplam değeri 1500 akçeye ulaşan en az altı Türkçe kitabının bulunduğu, diğer bilgiler arasındadır (169).

Osmanlı İmparatorluğu yazmalar dönemi kitap piyasası ile ilgili genel hususiyetler verrâklar ve sahaflar arasında cereyan eden ticaretle şekillenmiştir demek yanlış olmayacaktır. Yukarıda belirttiğimiz üzere kitapların Cumhuriyet dönemine kadar fuarlarda satışının yapıldığına dair herhangi bir bilgiye rastlanmamış olması kitapların ticari mal/emtia olarak pazarlanmadığı veya fuarlar haricinde ticari iş anlaşmaları veya görüşmelere konu olmadığı anlamına gelmez. Sahafların birebir kitap çoğaltma işiyle ilgilenen verrâklardan vb. diğer meslek mensuplarından kitap temin ettiği veya müzayedelere katılarak toplu şekilde kitap satın aldığı yine kayıtlı bilgiler arasındadır. Hatta Mahmut Paşa Sicil Mahkemesi'ne ait bir sicil kaydından öğrenildiğine göre ekonomik işbirliklerine sahne olan esnaf loncaları gibi, sahafların da bir lonca teşkilatının bulunduğuna dair veriler elde edilmiştir. Bu kayda göre iki sahaf arasında söz konusu olan bir anlaşmazlığın çözümü için mahkemeye gelmeden önce “esnaf-ı mezkûreye mahsus lonca odasına” gidildiği (Erünsal, 2013: 20), ancak öyle mahkemeye başvurmak durumunda kalındığı bilgisine rastlanmıştır. Tüm bu bilgiler, bu konuda her ne kadar yeteri derecede kaynak ve belge olmasa da matbaanın kullanımından önce ciddi derecede aktif bir yazma kitap piyasasının olduğunu kopuk kopuk da olsa hissettirmekle birlikte, öncesinde bu piyasanın devlerinin bulunduğunu, çeşitli vergi işlemlerinin yürütüldüğünü ve mahkemeler tarafından söz konusu ticaretin tanındığını göstermektedir. Aşağıda Osmanlı dönemi yazma kitap piyasası ile bağlantılı ve bu dönemin devamı olarak kitap ticareti sürecinin bir parçası mahiyetindeki matbaanın kabulü, kabulü ile kitap çoğaltma ve istinsâh işleri ile ilgilenen verrâkların durumu ve son olarak yazma kitap piyasanın oluşumu hakkında bilgi verilecektir.

2.2.1.2 Basma Kitap Piyasası

Matbaanın keşfinden önce geniş bir ekonomik etkinlik sahasına ve herkesin ulaşabileceği bir konuma sahip olmayan -yazma- kitap ve onun çevresinde gelişen mesleklerin yarattığı ekonomik potansiyel bildiğimiz üzere oldukça sınırlıydı. Bu sınırlılık, matbaanın keşfi ile genişlemiş ve keşfin doğurduğu “aydınlanma”, toplumların tüm gruplarını ekonomik ve kültürel düzeyde ilerletmiş ve değiştirmiştir. Tüm Batı toplumunu derinden etkilemiş olan ve insanlık tarihinde kilit evrelerden biri olarak kabul edilmiş olan matbaanın, diğer devletlere göre Osmanlı Devleti tarafından neden geç kullanıldığı ise Türk bilim dünyasında sürekli olarak tartışılan konular arasında yer almıştır. Sosyal, siyasi ve coğrafi birçok nedeninin olduğu düşünülen bu gecikmişliğin asıl baskın nedenlerinin dini ve ekonomik nedenler olduğu bilim dünyasınca sık sık dile getirilmiştir.

Osmanlı toplumunun sosyal, siyasi ve kültürel yapısını derinlemesine inceleyen Faroqhi'nin (2002) ifadelerine göre, bu durum şüphesiz III. Murad'ın 1588'de çıkardığı “Arap harfleriyle basılmamış ve dini konuları içermeyen kitapların Avrupa'dan getirilmesi ve bulundurulmasına dair yasak”ı içeren ferman ile ilişkilidir. İkinci olarak, daha sonra fermanda geçen yasaklar kaldırılrsa da kitap çoğaltma işinde kemikleşmiş meslek gruplarının ekonomik kaygıları nedeniyle matbaaya sıcak bakmaması ve imparatorluğa çeşitli baskılar yapması olarak düşünülmektedir. Üçüncü olarak, Osmanlı toplumu okuyucusunun matbaadan hemen önceki süreçte bir piyasa oluşturmaya başlamış olan yazma kitap sektörünün kitabın üretiminde kullanılan fiziksel (yazı tipi, baskı tipi, boyut, yazı sanat ve usulleri vb.) yapı özelliklerine alışmış olması, dolayısıyla matbaadan çıkmış kitabın, okur tarafından özensiz ve tuhaf karşılanması diğer bir neden olarak gösterilebilir. Bunlarla birlikte matbaacıların çoğunlukla Kuzey Afrika ülkelerinde yaygın olarak kullanılan yazı türlerini örnek alması, hat sanatının varlığını sürdürme kaygısı, yeni olması dolayısıyla basılı kitaplarda rastlanan basım hataları, matbaa atölyesi için kullanılacak malzemelerin ithali ve iyi ustaların yetiştirilmesi sürecinde geçecek mali zaman diğer nedenler arasındadır. Aynı zamanda toplumun büyük kesimi tarafından “matbaanın kabul edilirse Tanrı kelamı olan Kur'an'ın da matbaada basılacağı ve dahası yanlışlarla basılabileceği”ne dair dile getirilen düşünce ve bu düşünce ile bağlantılı olan matbaanın “Hristiyan icadı” olması fikri, matbaanın Osmanlı topraklarına neden geç geldiğinin nedenleri arasında görülmektedir (Gdoura, 1985: 89-110; aktaran Faroqhi, 2002: 108).

III. Murat'ın matbaa yasağı hakkındaki fermanı basım işiyle uğraşan bazı Avrupalı tüccarların Osmanlı'da basım işini gerçekleştirebilmeleri için padişah'tan özel izin almalarını gerekli kılmıştır. Örneğin 1588 yılında Branton ve Orazio adındaki iki İtalyan matbaacı, Osmanlı topraklarına kitap sokmak ve bunları satmak adına III. Murat'tan özel müsaade talep ederek 1594'te Euklides'in Arapça çevirisi olan "*Tahrir-ül Üklides Fi Usul-il Hendese*" kitabını İstanbul'da satmışlardır. Sonrasında söz konusu yasak II. Beyazıt döneminde ve I. Selim döneminde de devam etmiş ancak kitap basımı, satışı ve dolaşımı gizlice de olsa özellikle yabancı kaynaklı basım evleri ve çalışanları tarafından sürdürülmüştür. Baskı yasağı III. Ahmet döneminde Nevşehirli İbrahim Paşa'nın çabası ile ancak kaldırılabilmiştir (Gürcan 1997: 10).

Matbaanın Türk topraklarına neden geç geldiğini, geldikten sonra da neden geç benimsendiğini ayrıca tahlil etmek ve tarihsel bakış açısı ile detaylandırmak Türk toplumunun yazılı basım sürecini, kültürel kırılma evrelerini ve yazılı basımın ekonomik faaliyet noktalarını ve inşa sürecini anlamak açısından oldukça faydalı olacaktır. Matbaanın Türkiye'ye gelişinin gecikmesi demek; kullanılmasının, yeni istihdam alanları yaratmasının, yayılmasının, yarattığı ekonominin kullanılabilir ve çoğaltılabilir olmasının da gecikmesi demektir. Dolayısıyla matbaanın bulunma ve yaygınlaşma sürecine ondan sonra gelişen tüm yazılı iletişim faaliyetleri dâhil edilebilir ki, bu Türkiye'de teknolojinin ve teknolojik tüm yazılı kültür materyallerinin gecikilerek kullanılmasıyla da ilişkilendirilebilecek bir durumdur.

Eldeki kayıtlara göre Osmanlı'daki ilk matbaa çalışmalarının 15. yüzyıldan önce Osmanlı'nın bünyesinde olan ve farklı milletlerden olduğu düşünülen ustalar tarafından başlatıldığı ve ilk kitabın ise 15. yüzyılın sonlarına doğru basıldığı bilinmektedir (Toderini, 1990: 19-20). 15. yüzyılın sonlarına doğru 1493'de⁴⁰, İspanya'dan kaçıp Osmanlı ülkesine sığınan Yahudiler İstanbul'da ilk basımevini kurmuştur⁴¹. Aynı şekilde

⁴⁰ Bu tarihi Ionescu 1483'e götürerek ilk basımevinin haham Gerson tarafından kurulduğunu dile getirmektedir. (Kabacalı 2000: 9; Balkanlı 1961).

⁴¹ Selim Nüzhet Gerçek, Avram Galanti, A.L. Castellan, Toderini gibi mevcut dönem hakkında ciddi tahlilleri olan birçok araştırmacıya göre İstanbul'da matbaa ilk olarak Yahudiler tarafından kurulmuş olup, Wolf'un "*Bibliothèque hebraïque*" ine dayanan Ubcini'ye göre Yahudilerin İstanbul'da bastıkları ilk kitap

1567’de Ermeniler, 1610’da Marunî Araplar, 1627’de Rumlar İstanbul’da kitap basım işine başlamışlardır (Koloğlu, 2006: 13). Avram Galanti’nin “*Türkler ve Yahudiler*” adlı eserinde bildirdiğine göre; İspanya’dan Türkiye’ye göç eden Museviler beraberlerinde matbaayı da getirmiş ve İstanbul’da matbaa ilk kez 1493’te (15. yüzyılda ve II. Beyazıt zamanında) Musevi hahamı olan Gerson tarafından kurulmuştur. Gerson 1530 yılına kadar fiilen çalışmış sonra işi çocuklarına bırakmış, çocuklarından biri daha sonra Selanik’te başka bir matbaa kurmuştur. Ayrıca Avram Galanti’nin (1928) iletmişine göre; ilk basım çalışmaları gerek toplumsal baskı gerek teknik şartlar dolayısıyla oldukça zor gerçekleşmiş ancak Museviler basım işlerine ısrarlı bir şekilde devam etmiştir. Bu konu her ne kadar tartışmalı olsa da birçok araştırmacı Yahudi matbaacılığının yasaklı olmadığını aksi takdirde bu kadar matbaa ve çalışmanın yapılamayacağını dile getirmiştir. 1493’te İstanbul’dan sonra, 1510’da Selanik’te, 1554’te Edirne’de, 1605’te Şam’da ve 1646’da İzmir’de, başka basımevleri kurarak din, tarih ve dilbilgisi kitapları basmaya devam etmişlerdir (aktaran İnuğur, 1999: 151; Gürcan 1997; Kabacalı 2000; Balkanlı 1961)⁴².

Toderini (1990) ve diğer birçok araştırmacının iletmişine göre; İstanbul’da ilk basılan kitap “*Çocuk Dersleri*” veya diğer adı ile “*İbrani Sözlüğü*”⁴³’dür. Bu eser Wolf tarafından İbrani Kütüphanesi’ne (cilt: II, sahife: 1367) götürüldüğü tespit edilmiş bir eser olarak bilinmektedir (19-20). Musevi hahamı Gerson’ın İstanbul’daki ilk matbaayı kurmasının ardından tespit edilmiş ilk basılı eser örneklerinin genellikle İbranice olmasına diğer önemli bir kayıt örneği ise, yine matbaa işiyle yakından alakadar olan David Nahmias ile oğlu Samuel’in 1503’te⁴⁴ kurmuş oldukları matbaa ve bu matbaada bastıkları Jacob ben

“*Leçons des enfants*” adlı küçük bir İbranice sözlüktür. Ancak aynı fikirde olmayan ve basılan ilk eserin aslında 1490’da Josef ben Goriom’un “*İbrani Tarihi*” adlı bir eser olduğunu dile getiren Mistakidis Efendi adındaki araştırmacıyı da anmak gerekir (Kabacalı 2000: 9).

⁴² Gizli basımevlerinin çalışmalarıyla İstanbul ve Selanik’te II. Beyazıt zamanında 19, I. Selim zamanında ise ancak 33 kitap basılabilmektedir (İnuğur, 1999: 152; Gürcan 1997: 10).

⁴³ Toderini (1990), bu kitabın İbranice yazıldığını, 1503 yılında Galata ve Beyoğlu’nda Pentateuque adında biri tarafından sekizer sayfalık formlar halinde beş cildinin görüldüğünü, Sultan Mahmut devrinde 1742 yılında tekrar basıldığını ve içinde İspanyolca çevirisinin de olduğunu dile getirir.

⁴⁴ Bu kitabın hangi yıllarda basıldığı ile ilgili araştırmacılar arasında tam bir fikir birliği yoktur. 1504, 1493, 1494 yılları kitabın basımının yapıldığının dile getirildiği diğer tarihlerdir. “*Dört Emir*” in 1493 yılında basıldığını dile getiren araştırmacılara göre İstanbul’da basılmış ilk kitap bu kitap olup, “İbrani Sözlüğü” adlı eser değildir.

Aşer'in "*Arba'a Turim (İbrani Kanunnamesinin Dört Emri)*" adlı eserinin bulunmasıdır (Kabacalı, 2000: 10).

Museviler tarafından işletildiği düşünülen bu ilk İstanbul ve çevresi matbaalarına ek olarak tam yüz yıl sonra İstanbul Patriği Kyrillos Lukaris 1627 yılında, İstanbul'da alet ve malzemelerini İngiltere'den getirttiği bir başka matbaa kurmuştur (Babinger, 2004: 1-13). Hatta bu matbaada Kyrillos Lukaris tarafından basılan "*Kalvenci Risaleleri*", Ortodoks veya Katoliklerin mezhep değiştirmesine neden olabilecek bilgiler içermesi nedeni ile toplumun huzurunu bozacağı, gerilim yaratacağı şüphelerini doğurmuş ve Osmanlı'da bu tarz kitapların basılmasına karşı geliştirilen bir hoşnutsuzluk yaratmıştır. Dolayısıyla bu durum, Osmanlı toplumunun farklı kesimleri tarafından sahiplenilmiş dini değerlerin zarar göreceğine dair düşüncelerin doğmasına ve bununla birlikte matbaaya karşı da uzun yıllar soğukluk geliştirilmesine sebep olmuştur (Runciman, 1968: 272-274; aktaran Faroqhi, 2002: 110).

Bununla birlikte yüzyılın sonunda Casimo de Carbognano'nun manzum olarak Ermeniceye aktardığı "*Havariyun Tarihi*"nin basıldığı ve bu eserlerin basımından sonra, Türkçe eserlerin matbaada basılması sürecinin ise yaklaşık yüzyıllık bir zaman dilimini daha alacağı bilinmektedir (Babinger, 2004: 1-13). Toderini (1990); aynı yıllarda -1646 yılında- Tevrat'ın İstanbul'da basılmış olduğu tespit edilen türlü örneklerinin olduğunu ve Tevrat'ın ilk beş bölümünün farklı dillere hitap etsin diye İbranice dışında Keldanice ve Arapça örneklerinin de basıldığını, dile getirmiştir. Yine 1737 yılında "*Aziz Yahya'nın İncili*" de Aziz Chrysostome tarafından basılmıştır (19).

1700'lü yıllara kadar yalnızca farklı milletler tarafından kurulduğu tespit edilmiş matbaalarda, farklı milletlerin eserlerinin basımı devam etmiştir. Ancak basılan bu kitapların ve kurulan yabancı basımevlerinin tamamının gizlice faaliyet yürüttüğünü söylemek elbette yanlış olacaktır. Eldeki kayıtlara göre bu basımevlerinin teknik yapılanmalarına çeşitli devletler tarafından destekler yapılmış ve çeşitli siyasi/sosyal/kültürel kararlar dolayısıyla Osmanlı zaman zaman bu yapılanmalara bizzat izin vermiştir. 1594'te Sultan III. Murat zamanında Euklides'in Roma'da basılan "*Kitabı Tahriri Usul-ül Üklides*" eserinin başına konulan fermanın tespit edildiğine göre;

“*Frengistan’dan gelen Türkçe, Farsça, Arapça kitapların alım satımına engel olunmaması*” kararı alınmış, bu kararla farklı milletlerden olan kişilerin yapacağı basım faaliyetlerinin izni, resmi ve kesin olarak kayıtlara geçmiştir. Bu karar “yalnızca İslam dini ile ilgili kitapların basılması gerektiği ve onun dışındaki kitapların basılamayacağı”na dair daha önce uygulanmış olan yasağı feshetmiştir. Ancak daha önce Osmanlı tarafından İngiltere’de bastırıldığı düşünülen Kur’an metinlerinin basım hataları nedeni ile denize atılarak yok edilmesi önlemi, Osmanlı devlet erkânı, matbaada basılan tüm kitaplara karşıymış gibi lanse edilmiş ve uzun yıllar hatta şimdi de devam eden yanlış bir algı oluşturmuştur (Koloğlu 2006: 14; Kabacalı 2000: 9).

Görüldüğü üzere, Osmanlı’daki ilk matbaa çalışmaları, genellikle yabancı milletlerden olan şahısların girişimleri ile beraber Hristiyanlık veya Museviliğe dair dini metinleri ve bu dinlere ait dillerin gramer bilgilerinin yer verildiği dil kitaplarını basma ve çoğaltma amaçları doğrultusunda şekillenmiştir. 17. yüzyılın sonlarına kadar milli matbaacılığın Osmanlı’da tam olarak gelişmediği ve kitapların yazılması veya çoğaltılması işinin çoğunluklu olarak hala Osmanlı müstensihleri tarafından kurulan loncalar ile idare edilmiş olduğu bilinmektedir. Müstensihlerin kitapları genellikle yakın çevrelerine ulaştırabilecekleri bir sınırlılıkta çoğaltabilmeleri nedeniyle de Osmanlı’da bu yüzyıllara kadar her haneye girebilecek bir kitap varlığı söz konusu olmamıştır.

18. yüzyıla kadar Osmanlılar’ın kendilerine ait kitapları yabancı matbaalarda müstensihlerin varlığından bağımsız olarak yavaş yavaş çoğaltmaya başladıkları düşünülebilir. Yazma kitapların, özellikle Kur’an’ı Kerim’in, bu yüzyıllara kadar Bursa’da uygun fiyatlarla elde edilebilmesi ve tereke defterlerinde matbaalarla ilgili zaman zaman “*Türkçe Kitaplar*” ya da “*Türkçe Şiir*” gibi ifadelerin geçmesi bu yüzyıllara kadar bazı Türkçe kitapların yabancı matbaalarda çoğaltılmış olabileceği düşüncesini güçlendirmektedir (Faroqhi, 2002: 203)⁴⁵. Ancak ne kadar kitabı veya tam olarak hangi kitapları çoğalttıklarına dair mevcut bilgiler şüpheli olup kayıtların yetersizliği dolayısıyla henüz kesin yargılara varılamamıştır.

⁴⁵ Faroqhi (2002); Bu konuya dair kayıtların 1730’lu yıllara ait B160 ve B162 numaralı Bursa kadı sicillerinin incelenmesiyle ortaya çıktığını ve bu sicillerin *Ankara Milli Kütüphane*’de olduğu bilgisini verir.

18. yüzyılda özellikle Avrupa’da gelişmeye başlayan ve 19. yüzyılda dünyada görece büyüyen kitap piyasası matbaaların çoğalmasını tetiklemiş, bu gelişim çeşitli halkların birbirlerinin dillerinde kitaplar basmasına ve önemli eğitim kurumlarının kurulmasına vesile olmuştur. Örneğin Osmanlı’da Fransız *Grandes École* örnek alınarak yaptırılan *Mühendishane-i Hümayun* teknik anlamda matbaacılığa katkıda bulunan bir yer olarak anılmaya başlanmış ve okutulması için Osmanlı’ya kitap getirtilmesi, basılması, çeviri işlemleri gibi uygulamalarda öncü olmasına vesile olmuştur. 18. yüzyıl (özellikle ikinci yarısı) genel anlamda Osmanlı’da kurulacak olan matbaaların ve yetişecek matbaacıların, diğer yayıncı ve basım yayın kuruluşlarının vb. gelişmesi ve ilerlemesi adına mevcut koşulların hazırlandığı, alt yapının yetkin olarak kurulmaya başlandığı yılları kapsamaktadır demek yanlış olmayacaktır.

Bu vakte kadar Osmanlı’da, Osmanlı eli ile kurulmuş matbaaların hala sayılı olduğu ve kesin olarak devlet eli ile kurulmuş ilk matbaaların ise 1800’lü yıllara denk geldiği kayıtlara geçmiştir. 19. yüzyıla gelinceye kadar örneğin 1864 yılında Osmanlı’da kurulan Valilik sitemi ile birlikte, Osmanlı’nın çeşitli bölgelerinde “il matbaaları” kurulmaya başlanmış, vilayet yıllıkları ve takvimlerle, resmi gazetelerin yerli gazeteler şeklinde çeşitlendiği diğer milletlere göre geç de olsa artık gözlemlenmeye başlanmıştır (Özdemir 2012: 141).

Matbaa sayısı, bir kültürün ve o kültürün ait olduğu ülkenin bütünsel olarak sahip olduğu yazılı kültür üretim potansiyeline teknik bir delildir (Özdemir 2012: 85). Yukarıda da bahsettiğimiz üzere Osmanlı toplumunun matbaa ve matbaacılık ile tanışması yabancı milletlerin desteklediği Osmanlı topraklarında ikamet eden kendi matbaacılarının girişimleriyle meydana gelmiştir. Matbaanın ilk olarak Batı dünyasına mensup bir devlet tarafından Osmanlı’ya teklif edilmesi Venedikliler⁴⁶ ile olmuş, daha sonra birçok kişi ve

⁴⁶ Burke’nin (2001) bir Fransız tarihçisi Sordella’nın (1948) tarifinden aktardığına göre; Venedik yarım yüzyıl önce "*erken yeniçağ dünyasının en önemli enformasyon ajansı*" diye betimlenmiştir. Burke (2001); Venedik’ in Osmanlı’ya yakın olmasının bu ülkenin hem Doğu hem Batı arasında ‘komisyoncu’ bir ülke olarak rol almasına ortam hazırladığını dile getirmektedir. Ayrıca Venedik’in Osmanlı İmparatorluğu’nun sultanları ve sadrazamlarının kişilikleriyle izledikleri politikalara kadar fikir sahibi olmada çok başarılı olmasına rağmen, matbaanın Osmanlı’ya erken yerleşmesi konusunda başarılı olamadığına dair fikir beyanında bulunmaktadır (62).

devlet bu teklif ile Osmanlı'ya gitmiş ancak 18. yüzyılın ikinci yarısından sonra artık matbaa Osmanlı topraklarında baskı yapmaya resmi olarak başlayabilmiştir.

İsmail Çelebizade Şeyh Asım Efendi (Çelebizade Efendi), *Osmanlı Tarihi*'nde Râşid'in Osmanlı matbaasının kurulması sürecine dair verdiği bilgilere dayanarak; Said Efendi'nin babası olan Yirmisekiz Çelebi Mehmet Efendi ile gittiği Paris'te, babasının işlerinin yanı sıra matbaa ve kitapların basım süreci ile ilgili işlerin de dikkatini çektiğini, döndüğünde de gördüklerini Sadrazam Damat İbrahim Paşa'ya anlattığını, dile getirmiştir. Said Efendi ve İbrahim Müteferrika Efendi yaşayacakları zorlukları öngörmesine rağmen, bu konuda bilimsel ve ayrıntılı bir araştırma yaptıktan sonra, Türk edebiyatı ve kütüphanelerine büyük hizmetleri bulunmuş olan Sadrazam İbrahim Paşa'ya matbaanın kurulması gerekliliği hakkındaki fikirlerini sunmuş⁴⁷ ve tekliflerinin kabul edilmemesi durumunda -özellikle savaşlarda kaybolan veya tahrip olan kıymetli eserlerin başka nüshalarının olmadığı da düşünüldüğünde- toplumun ve kültürün nasıl bir felakete uğrayabileceğine dair korkularını bildirmişlerdir. Devrin şeyhülislamı Abdullah Efendi de Said Efendi ve İbrahim Müteferrika Efendi'yi, bu girişimin vatan ve millet adına faydalı olacağına inandığı için desteklemiş, milleti bilgilendirme amaçlı dini toplantılarda bilgilendirici konuşmalar yapmıştır⁴⁸. Dini kitaplar hariç olmak üzere diğer kitapların kurulacak bir matbaa ile çoğaltılması konusunda (Kur'an ve Hz. Peygamber'in öğretisi ve kurallarını içeren metinler- tefsir, fıkıh, hâdis, kelâm) İbrahim Efendi (Müteferrika)⁴⁹ ve Said

⁴⁷ Matbaanın kurulması ve kurulmaması durumunda yaşanabileceklere dair değerlendirme ve öngörülerin olduğu İbrahim Efendi ve Said Efendi tarafından yazılan ve Sadrazam İbrahim Efendi'ye sunulan, "*Vesiletüt Tıbaa*/(Risâletü'l-müsemmâti bi vesiletü't-tıbaa)" adlı bir rapor hazırlanmıştır. Bu raporda matbaanın kurulması gerektiğine dair geçen kritik değerlendirme ve öngörülerin yalnızca devlet yetkilileri tarafından bilinmesinin yeterli olmayacağı düşünülmüştür. Halkın da bilmesinin faydalı olacağı düşüncesi ile rapora, daha sonra ilk basılacak olan kitap "*Vankulu Sözlüğü*"nün "ilk sayfalarında" (Toderini 1990) veya "son sayfalarında" (Babinger 2004) yer verilmiştir.

⁴⁸ Müftü Abdullah Efendi'nin bu konuda yaptığı konuşmalardan biri kayıtlarda "*Matbaanın Kurulması İçin Padişahın Hattı Hümayunu ve Müftünün Verdiği Fetva*" şeklinde geçmektedir. Bu konuşmanın detayları için bkz. (Toderini 1990).

⁴⁹ Müteferrika: "Ferman veya buyruk taşıyan kimse" (Parlatır, 2009: 1218). Bu anlam birçok araştırmacı tarafından "padişahın hizmetinde olan" veya İbrahim Müteferrika ile bütünleşmiş bir şekilde 'basımcı' olarak" karşılık bulmuştur. İ. Müteferrika yalnızca matbaa konusunda yaptıkları ile anılmış olsa da, örneğin Müslüman-Hristiyan karşılaştırmalarını yaptığı *Takrir*'i yazın dünyasına kazandırması, "ilk kez nizam-ı cedit terimini ve ideolojisini geliştirmiş" kişi olarak anılması gibi önemli meziyetleri ile de bilinir. Ancak onun hakkında var olan bilgilerin çoğu tutarsız ve sakarlıklarla doludur. İ. Müteferrika hakkında Macar edebiyat tarihine de konu olmuş birçok tartışmalı bilginin analizi ve daha fazla bilgi için bkz. (Kabacalı 2000 ve Berkes, 2012). İ. Müteferrika ile ilgili en güvenilir bilgilerin olduğu düşünülen eserler arasında

Efendi'ye verilen bu destek, “Rumeli ve Anadolu'nun altı eski kazaskeri, o devrin iki kazaskeri, beş eski İstanbul kadısı, o günkü İstanbul kadısı, Mekke şerifi ve eşrafın vekillerinden oluşan bir ulema heyeti”ne de gönderilmiş bilgilendirme yazıları ve yapılan sunumlarla kuvvetlendirilmiştir. Bu aşamalardan sonra İbrahim Müteferrika Efendi ve Said Efendi'nin atacağı ilk adım matbaada çalışacak kişileri bulmak için araştırmalara başlamak ve matbaanın teknik yapılanması/donanımı ile ilgili meselelere eğilmek olmuştur. Bu gelişmelerin takibinde ilk Türk matbaası 1726 yılında kurulmuş⁵⁰, matbaanın kuruluşunda gerekli olan teknik ekip ve teknik malzemenin nasıl temin edildiği veya nasıl oluşturulduğuna dair bilginin, yaptığımız araştırmalardan elde ettiğimiz sonuçlara göre net olmadığı tespit edilmiştir. Malzemeler “Fransa'dan getirilmiştir.” sözlerine karşı çıkıp, harf döküm işlerinin bizzat İstanbul'da yapıldığını dile getirenler olmakla birlikte, Babinger'in (2004) ifade ettiğine göre;

“Altı kişilik bir Türk ekibi, Viyana üzerinden Hollanda'da Leiden'e gönderilmiş ve bu ekip matbaanın layıkıyla çalışabilmesi için Leiden'de 40-50 zentner⁵¹ ağırlığında Arap ve Türk harfleri döktürmüşlerdir. Ayrıca Viyana'daki Türk konsolosu Türk matbaasında çalıştırılmak üzere birçok matbaa çırağı ile dizgi ustasını işe alınması amacıyla İstanbul'a göndermiştir. Sonunda büyük çoğunluğu Rum olan memleketin diline hâkim 8 usta, 36 çirak matbaanın kurulduğu sarayda bir araya gelmiştir (16-17).”

Ancak Toderini'nin (1990) ifadesine göre; Abdülhamit'in Türk matbaasının işletilmesi üzerine yayınladığı “Berat”da, “*İbrahim matbaa harflerini şekillendirip çelik, demir, bakır ve kurşuna haketti.*” ifadesi yer almaktadır (24-25).⁵² İlk Türk matbaasının teknik donanım ve kuruluşu sürecine dair mevcut bilgilerin çelişkisi, bu konuda ayrıntılı

Selim Nüzhet Gerçek'in “*Türk Matbaacılığı*” ve Niyazi Berkes'in (2012) “*Türkiye'de Çağdaşlaşma*” adlı eserleri incelenebilir (Yediyıldız, 1991).

⁵⁰ İstanbul'da ilk Türk matbaasının 1821'de kurulduğunu dile getirenler de vardır. Bkz. (Labarre 2012)

⁵¹zentner: (Almanca) “1 zentner 50 kiloya denk gelmektedir (Langenscheidt, 2020).

⁵²Toderini'nin (1990) ifadelerine göre; Reviczki “*Traité de la Tactique*” adlı eserinin önsözünde bu detayı vermektedir (Viyana 1769: 15). Reviczki'nin verdiği bu bilgiyle Türk matbaasının kuruluşunda kullanılan malzemelerin Fransa'dan getirilmediği aksine, İstanbul'da üretildiği çıkarımı yapılabilir (Toderini 1990).

çalışmaların yapılması gerektiğini göstermektedir. Bu kültürel ilişkilerin tarihsel bakış açısıyla değerlendirilmesi aşamasında da fayda getirecektir.⁵³

İbrahim Mütefferika kurulan ilk Türk matbaasında, Muhammed bin Mustafa el Vanî tarafından “*Vankulu Lügati*” ismiyle çevirisinin yapıldığı, İsmail bin Hammad el-Cevherî’nin “*Muhtarü’s Sahah*” adlı eserini bastırılmıştır. Eser iki ciltlik Arapça bir sözlük olup, eserin el yazması maliyeti, o dönemde 350 kuruş olarak hesaplanmış, İbrahim Mütefferika tarafından basılı hali 25 kuruşa mal edilerek, 1729 yılında “*Kitab-ı Lugat-i Vankulu*”⁵⁴ ismiyle ilk Türk matbaasında ilk kitap olarak basılmıştır (Babinger, 2004: 18). “*Kitab-ı Lugat-i Vankulu*” nun basımından sonra bu matbaada elde var olan kayıtlara göre;

1. “*Tuhfetü’l- Kibâr fi Efsâri’l- Bihâr*”
2. *Tercümet-i Tarîh-i Seyyah (Tarih-i Seyyah)*
3. *Tarî-hü’l Hindi’l Garbî*
4. *Tarîh-i Timur (Tarîh-i Timur-ı Gürgân)*
5. *Tarîh-i Mısri’l-Cedid ve Tarîh-i Mısri’l Kâdim*
6. *Güşen-i Hülefâ*
7. *Türkçe- Fransızca Dilbilgisi (Grammaire Turque)*
8. *Usûlü’l-Hikem fi Nizâmi’l-Ümem*
9. *Füyûzât-ı Miknatisiye*
10. *Kitab-ı Cihannümâ*
11. *Takvimü’t Tevârih*
12. *Kitâb-ı Tarîh-i Naimâ*
13. *Tarîh-i Râşid*
14. *Ahvâl-i Gazavât der Diyâr- Bosna*
15. *Kitâb-ı Lisanü’l- Acem el-müsemma bi Ferheng-i Şuûri* adındaki diğer eserler de basılmış olup, bu eserlere ek olarak bazı araştırmacılar ‘*Târih-i Çelebizâde (Asım Tarihi)*’yi de eklemiştir (Toderini 1990: 161; Babinger 2004; Kabacalı 2000).”

⁵³ Tarihi, siyasi ve kültürel bir zeminde bütüncül olarak tartışmalı bir gelişim çizgisinin takip edildiği Türk matbaasının gelişim süreci ve öncesi hakkında daha detaylı bilgiler için bkz. (Kabacalı 2000).

⁵⁴ “*Kitab-ı Lugat-i Vankulu*”nun basımı 1727 Aralık ayında başlamış, 31 Ocak 1729 [gurre-i Receb 1141] yılında tamamlanmıştır (Uygur ve İhsanoğlu, 2003: 229).

Bu eserlerin basımından sonra matbaa, el yazmalarıyla uğraşan sanatçıların çıkardığı isyan ve müstensihlerin yönetimi sürekli rahatsız etmesi, İbrahim Mütefferika'nın vefatı gibi nedenler dolayısıyla kapatılmış, daha sonra matbaanın başına Gazi İbrahim geçmiş ancak matbaa tekrar kapatılmıştır. Maliyeti oldukça yüksek olan kitapların elle çoğaltılması işi, hem devleti hem halkı zor duruma düşürmeye başlayınca yaklaşık yirmi yıl sonra matbaanın İstanbul'da yeniden açılması yolunda yeni adımlar atılmıştır. 1778 yılında⁵⁵ Sultan Abdülhamid, matbaanın tekrar açılması için “Fermân-ı Şâhâne” adlı fermanı okutmuş ve matbaayı açtırmıştır. Mütefferika matbaasında “*Târih-i Sâmi*”, “*Şâkir ve Suphi*”, “*Târih-i İzzi*”, “*İbn-ül Hacib Kâfiyesi*” gibi kitaplar ve Vauban'ın “*Über die Minen*” adlı eseri de 20 sayfalık bir örnek halinde ilk basılan kitaplar arasında yer almıştır. “1795 tarihinden sonra basılmış herhangi bir eserine rastlanılmayan” bu matbaadan sonra, Osmanlı Türk'lerinin kurduğu ikinci basımevi askeri öğrenci yetiştirme amacıyla hizmet veren Mühendishane Mektebi binası içinde açılmıştır (Akkaya, 2008: 9).

Askeri öğrenci yetiştirmek amacıyla Mühendishane Mektebi içinde inşa edilen ve 1795/1796 yılından⁵⁶ itibaren öğretim verilen bu binanın alt katında Deniz Mühendishanesi öğrencilerinin ders kitaplarını basmak üzere kurulan “Basmahane Odası” diye adlandırılan Mühendishane Matbaası, Mütefferika Matbaası'ndan sonra kurulan ikinci matbaa olarak bilinmektedir. Bu matbaa Mühendishane hendese hocası Abdurrahman Efendi tarafından yönetilmiş olup burada kullanılan her türlü teknik bilgi Mütefferika Matbaası'nın biraz daha önüne geçmiştir.⁵⁷ Derviş Mehmet Hafid'in (Âşirzade Hafid Efendi) “*Su Risalesi (Âşirzade)*”⁵⁸ Hayati'nin “*Tuhfet'ül- Vehbi*

⁵⁵ Babinger (2004); bu tarihi 1784 olarak vermiş olup, 1778 yılını ise Giambattista Toderini'nin matbaayı ziyaret ettiği yıl olarak kaydetmiştir. Toderini'nin bu matbaa hakkında söyledikleri ve daha detaylı bilgi için bkz. (Babinger 2004).

⁵⁶ İnuğur (1999); bu tarihi 1796 olarak verir. Alpay Kabacalı ve Niyazi Berkes 1796, Jale Baysal 1795, Kemal Beydilli, Turgut Kut, Adnan Adıvar ise bu tarihi 1797, olarak vermiştir. Mehmet Akkaya (2008), bu matbaada basılmış olduğu bilinen kitapların basım tarihi ile ilgili bilgilerinde 1797 tarihinden öncesine rastlanılmadığı için, bu tarihin en doğru tarih olabileceği üzerine fikir belirtir (9).

⁵⁷ Bu matbaa hakkında detaylı bilgiler için Kemal Beydilli'nin (1995) “*Türk Bilim ve Matbaacılık Tarihinde Mühendishane, Mühendishane Matbaası ve Kütüphanesi (1776-1826)*” adlı eseri incelenebilir.

⁵⁸ Bu eserin *Miha-el Miyah* olarak da geçtiği düşünülmektedir. Eserin basım tarihi olarak İnuğur (1999), 1797 yılını kaydetmiştir.

(Vehbi'nin Hediyesi- Tuhfe Şerhi)" adlı eseri, Mahmud Raif Efendi'nin "*Tableau des Nouveaux Reglements de l'Empire Ottoman*" adlı İran simgelerinin en mükemmellerini ele alan Latince harfleri ile 60 sayfa şeklinde basılan bir eseri, Tebrizli İbn Halef'in "*Farsça- Türkçe Sözlük* (Tebyan-ı Naf-i Tercümet-i Burhan-ı Kat'î)"ü, Şeyhülislam Muhammed Esad Efendi'nin "*Lehçetü'l-Lugât*"ı bu matbaada basılmıştır. Ayrıca Şevket Rado'nun tesadüfen bir sahafta bulduğu Selim Nüzhet Gerçek'e ait olduğunu söylediği bir notta geçtiğine göre bu matbaada "*Fenn-i Harp*", "*Fenn-i Lağâm*" ve "*Fenn-i Muhasara*" adlı eserler de Türkçe'ye çevrilmiş eserler olarak basılmıştır (Toderini 1990, 108-122; Babinger 2004: 32-43). Ancak tespit edilememiş 19 eserin daha bu matbaada basıldığı bilinmekle beraber, pek çok ders kitabını da yayınlayan matbaanın faaliyetine ne zaman son verdiği ile ilgili henüz net ve ortak kanılara varılamamıştır.

Mühendishane Matbaası'ndan sonra resmi kayıtlardaki ismi "Darü'ttıba'ati'l-Cedidetü'l-Ma'mure" olan "Üsküdar Basımevi", üçüncü matbaa olarak Üsküdar Harem iskelesi yokuşunda 1802 yılında faaliyete başlamıştır. Bu matbaa gerek Osmanlı devlet adamları gerek toplumun matbaalara sıcak bakmaya başlaması dolayısıyla diğer matbaalara göre daha çok yeniliğin ve devamlılığın gözleendiği bir matbaa olarak bilinmektedir. Üsküdar Basımevi "baskı işinde hareketli harflerin kullanıldığı ilk basımevi" ve Cumhuriyet Dönemi'ne kadar yayın hayatına devam eden ilk uzun soluklu yayın kuruluşudur. Birçok araştırmacı tarafından Üsküdar Basımevi, Türk toplumunda matbaacılığın artık kabul görmeye başlamasının en önemli kanıtı olarak gösterilmekte ve "beşikdevri ya da inkunabel" olarak adlandırılan devrin, Türkiye'deki tanımına karşılık geldiği düşünülmektedir (Akkaya, 2008)⁵⁹. Üsküdar Basımevi'nden sonra artık matbaalar yalnızca İstanbul'da değil özel girişimlerle beraber birçok farklı yerde kurulmaya ve işletilmeye başlanmıştır. II. Mahmut zamanında 1831 yılına kadar Üsküdar'da basım işlerini yürüten, daha sonra Beyazıt'ta Takvimhane caddesindeki Kaptan İbrahim Paşa hamamına taşındığı için "Takvimhâne-i Âmire" adını alan ve Üsküdar matbaasının devamı olarak adlandırılan matbaa bunlardan biridir.⁶⁰ "Darü't Tıbaat'ül-Âmire",

⁵⁹ "Beşikdevri ya da İnkunabel"; bir toplumda basımevinin kullanılmaya başlanmasından, o toplumda basımevi kültürünün yerleştiği inancının oluştuğu ana kadar olan dönemi kapsar. Bkz. (Akkaya, 2008, 10).

⁶⁰ "Takvimhâne-i Âmire"; ilk gazete "Takvim-i Vekâyi"i basan matbaadır (İnuğur, 1999: 164).

“Takvimhane-i Âmire” “Darü't-Tıbaatü'l-Mamuretü's-Sultaniye” veya “Darü't-Tıbaatü'l-Mamure” vb. olarak farklı adlarla nitelendirilmiş bu matbaa *Takvim-i Vakayi* gazetesini yayımlamak üzere İbrahim Paşa Camii yanındaki konak satın alınarak kurulmuş olan matbaadır (Kabacalı, 2000: 37). Daha sonra 1822’de Mısır’da Kavalalı Mehmet Ali Paşa tarafından hem “*Vekâyi’i Misriye*” adlı gazeteyi çıkarmak, hem de ilmi yayınlar yapmak üzere kurulmuş olan Bulak Basımevi⁶¹ de ilk Türk matbaasından sonra kurulan diğer matbaalar arasında yer almıştır (İnuğur, 1999: 164).

19. yüzyılda yayıncılık faaliyetleri gelişmiş ve yayın dünyası artık yayın hayatına kadın ve çocukları da dâhil edip onları da okur kitlesi olarak kabul etmeye başlamıştır. Gitgide özel teşebbüslerle kurulan basımevleri, değişen baskı teknikleri, uzmanlaşmaya başlayan matbaa çalışanları, kurulmaya başlayan yeni yayın grupları ile beraber kitap sektörü genişlemeye ve içine toplumun birçok üyesini, kurum ve kuruluşlarını almıştır. 1944 yılında Türkiye’de ilk defa özel sermayeli olarak genel müdürlüğünü Kâzım Taşkent’in yaptığı “*Doğan Kardeş*” adlı çocuk dergisinin çıkarılması ve bu dergiye bağlı olarak “*Aile Dergisi*” nin kurulması ve farklı kitap basımlarının yapılmaya başlanması bu yolda atılacak farklı adımlara örnek olmuştur (Toderini 1990). Yine “*Terakki Gazetesi*”nin hafta sonları kadınlara özel yayınladığı ekler, “*Vakit Gazetesi*”nin kadınlara mahsus nüshaları, “*Mümeyyiz*” adlı çocuk dergisinin çıkarılması diğer örnekler arasında kabul edilebilir (Özdemir, 2012: 46-47).

Genel olarak Türk basım tarihinin ilk yıllarından Cumhuriyet dönemine kadar olan kısmını Avrupa ile kıyasladığımızda; İstanbul’da ilk Türk basımevinin ürünlerini vermeye başladığı 1730’lu yıllara gelinceye kadar geçen 300 yıl içinde Batı’da 1,5 milyon kitaptan 1.4 milyar nüsha basıldığı düşünülmektedir. Londra’da 1711’de günde ortalama 6500 olan gazete baskısı, 1753’te 20 bine ulaşmış, buna karşılık bizim ilk basımevimiz olan Mütferrika Matbaası ise, 1726-1742 arasında bütün ürünü olan 23 ciltlik 17 eserinin toplam nüshası 12.000 olarak kayıtlara geçmiştir. Bununla birlikte II. Mahmut Dönemi olarak geçen 1808-1839 yılları arasında matbaalarda basıldığı düşünülen edebi kitap sayısı 56, bilimsel yayın 89, dini 59 ve resmi kitap sayısı 13 olarak tespit edilmiştir. Sultan

⁶¹ İhsanoğlu ve Uygur (2003)’un ilettiğine göre; Mehmed Ali Paşa döneminde (1822-1848) basılan Türkçe kitap sayısı toplam 251 olup, bu matbaada basılan kitapların 45 tanesi öncelikle İstanbul’da basılmıştır (231). Bulak matbaası hakkında daha fazla bilgi için İhsanoğlu (2006)’un “*Mısır’da Türkler ve Kültürel Mirasları: Mehmed Ali Paşa Günümüze Basılı Türk Kültürü Bibliyografyası ve Bir Değerlendirme*” adlı eseri incelenebilir.

Abdulmecit dönemi olarak bilinen 1840-1859 yılları arasında edebi türde 217, bilimsel yayın kanalında 230, dini 310 ve resmi 55 kitap basılmıştır. Sultan Abdülaziz dönemi olarak bilinen 1860-1876 yılları arasında 583 edebi, 586 bilimsel yayın, 372 dini ve 118 resmi kitap basılmıştır. Sultan Abdülhamit dönemi olarak bilinen 1877-1908 yılları arasında ise, edebi 1950, bilimsel yayın 3891, dini 1307 ve resmi 946 kitap basılmıştır (Özege, 1971; aktaran Koloğlu, 2006: 16-83).

Oldukça sınırlı ve üzücü olan bu rakamlar Avrupa'daki baskı sayıları ile kıyaslandığında, Osmanlı toplumu gibi bir toplumun bunca önemli bir yenilikte Avrupa'dan neden bu kadar geri kaldığı ayrıca araştırılması gereken bir meseledir. Türk toplumunun matbaayı kabullenmekte neden bu kadar geciktiği ile ilgili tespit edilmiş tarihi nedenlere yukarıda genel hatları ile değindik. Ancak her şeyden önce belirtmek gerekir ki, Osmanlı toplumunun gecikmişliğinin veya Avrupa'nın matbaacılıkta hızla ilerlemesinin en önemli nedenlerinden biri de, kuşkusuz devletlerin üretimin gerçekleştiği alan ne olursa olsun ona ticari/ekonomik/istihdam gözüyle bakıp bakmaması ile ilgilidir. Her ne kadar başlarda Avrupa'da kitapların çoğaltılması işi bir sanat faaliyeti/öz faaliyet alanı olarak görülüp, teknik manada çoğaltma ve kitapların satışa konu olmasına ters bakılsa da, bu daha sonra özellikle yazarların kendi emeklerini maddi temelde tartışmaya açmak istemesi ile yavaş yavaş ve daha sonra hızla yıkılmaya başlamıştır. Gitgide tüm Avrupa'ya yayılmaya başlayan matbaalar, manevi emeğin yanında mali emeğe konu olmaya başlayan kitapları hızla çoğaltmış ve "kitap sektörü" denen bir sektör yaratmış, dolayısıyla bu sektör literatürde artık Avrupa için "büyük kültürel ekonomik alan" olarak karşılık bulmuş ve üzerine fuarlar, sergiler, müzayedeler, yayınevleri kanalıyla yatırımların yapıldığı bir alan olarak büyümeye devam etmiştir.

Bugün yaratıcı ekonomik alanlardan biri olarak görülen edebiyat, Avrupa'da ekonomik konumu ile Osmanlı'dan yaklaşık 300-350 yıl kadar önce fark edilmiş ve bir öz yaratım alanı/sanat faaliyeti olmasının yanında iktisadi boyutu da kabul edilmiştir. Kitap basımının yanında medya alanında da teknik yenilenmeye oldukça hızlı geçen Avrupa; "1828 gibi bir tarihte, dört silindirli baskı makinesiyle saatte dört bin baskıya, daha sonra 10 bin baskıya ulaşmıştır. 1830'da İngiliz adalarında 1.1 milyon adet kadar ilan verilmiş, 1836'da Paris'te çıkan 59 gazetenin yıllık toplam baskı sayısı 42 milyon, Londra'daki 42 gazetenin 19 milyon, Prusya'da ise 15 milyon" olarak kaydedilmiştir. Bununla birlikte

Osmanlı matbaaya ulaşmadan bir yüzyıl önce 1.2 milyon kitaptan, 1.1 milyar adet basılmışken, 1736-1836 yılları arasında 1.8 milyon kitap 2-2.5 milyar adet basılmıştır (Koloğlu, 2006: 18-19).

Gelişmesine gecikmeli de olsa devam eden Türk matbaacılığı geçirdiği bu evrelerden sonra artık devlet tarafından “ekonomik potansiyel sahibi sektörel bir alan” olarak kabul edilmeye başlanmış ve üzerine gerekli düzenlemelerin yapılması gerektiğine karar verilmiştir. Bunun üzerine Türk tarihindeki ilk basım-yayın tüzüğü olarak geçen *Matbaalar Nizamnamesi* (Basın Tüzüğü) hazırlanmıştır. 1857’de⁶² yürürlüğe girmiş olan tüzükte; basımevlerinin devletin izni ve iradesi koşulunda açılabilmesine dair uygulama bilgilerine ve kararlara yer verilmiştir. 1872’de nizamnameye konulan ek bir madde ile yazarların eserleri üzerindeki haklarının 45 yıl olacağı, yazarın vefatından sonra ise bu hakkın mirasçılara geçeceği belirtilmiştir. Kitap, gazete ve dergi basımı ile ilgili Türk tarihindeki ilk kanun (ilk basın yasa tasarısı) ise 1877 tarihinde Meb’usan Meclisi tarafından kabul edilmiştir. 1877 tarihli Matbuat Kanunu olarak geçen bu kanun, matbaalara ait hükümleri içermekle birlikte dört ana bölüm ve 51 ana maddeden oluşmuştur. Sonrasında ise 1909’da Millet Meclisi’nce kabul edilen İkinci Matbuat Kanunu çıkarılmış, bu kanun birinci matbuat kanunundaki ağırlaştırmaların hafiflediği kanun olarak nitelendirilmiştir. Daha sonra 1934 ve 1982’de de ayrıca düzenlemeler yapılarak fikri haklar ile ilgili yasal boşluklar giderilmeye çalışılmıştır (İnuğur, 1999: 200-317; Gürcan 1997: 11-12).

2.2.2 Türkiye Cumhuriyet’inde Kitap Fuarları ve Kitap Piyasası

Osmanlı İmparatorluğu’ nun katıldığı ilk uluslararası fuar 1851’de düzenlenen Londra Sergisi olup, daha sonra 1853 Paris Uluslararası Sergisi, 1862 İkinci Londra Uluslararası Sergisi, 1863 İstanbul Sergi-i Umumi-i Osmani Uluslararası Sergisi, 1867 Paris 2. Uluslararası Sergisi, 1873 Viyana Uluslararası Sergisi, 1889 Paris 3. Uluslararası Sergisi, 1892 Chicago Uluslararası Sergisi ve 1900 Paris 4. Uluslararası Sergisi olmuştur (Ergüney ve Pilehvarian 2015). 1863’te düzenlenen Sergi-i Umumi-i Osmanî’nin mevcut

⁶² Bu tarih Topuz (2003) tarafından 1858 olarak verilmiştir. Daha sonra Matbuat Nizamnamesi şeklinde 1864, Âli Kararname 1867 olarak kaydedilmiştir (44-46).

kayıtlara göre Osmanlı Devleti'nin yerli mallarını sergilediği ilk sergi olduğunu söylemekte fayda vardır. Yaptığımız incelemelere göre sergide kütüphane malzemelerine de özellikle ayrı bir pavyon (13. pavyon) tahsis edildiği bilgisine ulaştık. Bu nedenle sergi aynı zamanda “matbaacılıkla ilgili harf ve makinelerle cilt işleri” nin sergilendiği ilk uluslararası Osmanlı fuarı olarak tanımlanabilir. Fuara katılımı arttırmak için bu fuarda “Cuma ve Cumartesi günleri 6, diğer günler için 3 kuruş” şeklinde bir tarife uygulanmış ve vapur ücretlerinde yüzde elliye varan indirimler gerçekleştirilmiştir. Şimdiki fuar/sergilerde olduğu gibi katılımcıların dinlenebileceği alanlar tasarlanmış, Cuma ve Cumartesi günleri “Asâkir-i Nizamiyye-i Şahane Muzikası”nın halka açık konserler vermesi gibi programlar yapılmıştır. Osmanlı mimarisinin etkin olarak kendini gösterdiği fuar/sergi binasının iç cephesi “ürün gruplarına göre ayrılabilen sıralı kırmızı veya beyaz taşlarla örülmüş kemerler” ile yapılmıştır (Akçura, 2009: 20-43; Ergüney ve Pilehvarian, 2015: 229). Farklı kategorilerden birçok eşyanın tek bir alanda toplandığı ve karma olarak satışının yapıldığı pazar formundaki bu ilk sergi/fuar deneyimi, 1923 ile 1980 yılları arasında aynı ürün gruplarının sergilendiği ve daha sonra yavaş yavaş o ürünün alt ürünleri şeklinde kategorize edilebilecek ürünlerin sergilendiği veya satışının yapıldığı fuarları karşımıza çıkarmaya başlayacaktır.

Yalnızca kitap ve mamülleri ile basılı malzemelerin satışı, pazarlanması ve ticari anlaşmalarının yapıldığı asıl kitap fuarlarına acemi denebilecek seviyede 1920'li yıllarda, profesyonel seviyede gerçekleştirilen kitap fuarlarına da 1980'li yıllarda ancak rastlanabilmektedir. Cumhuriyet dönemi ilk kitap fuarları denemeleri haricinde, tam teşekküllü kitap fuarlarının görülmesine kadar kitapçılık ile ilgili malzemelerin satışı “kütüphanecilik ve matbaacılık malzemeleri” adı altında başka fuarlarda ayrılmış bölümler/pavyonlarda gerçekleşmiştir. Bu daha çok tütün, sünger, halı, gıda gibi endüstriyel veya sanayi fuarlarında görülmüştür. Örneğin Aksoy ve Yurdkoru Özgünel (2001), İzmir Enternasyonel Fuarı'nda yer alan ürünler hakkında bilgi verirken; “matbaacılıkta kullanılan ürünler, kitapçılık, ciltçilik ve kâğıtçılık” olarak ayrı bir fuar alanı oluşturulduğunu kaydetmiştir (3). Bu vakte kadar Türkiye'nin kültürel ekonomik bir alan olarak edebiyata, dolayısıyla kitap ve kitabî malzemelere ekonomik bir değer yüklediği ve bu konuda Avrupa'ya oranla oldukça gecikmiş olduğu durumu oldukça üzücüdür. 1920'li yıllara kadar çeşitli fuarlar düzenlenmeye devam etmiş ve bu fuarlarda kitap satışlarının yapıldığı artık yer yer görülmeye başlanmıştır ancak benzer zamanlarda

Avrupa’da düzenleniyor olan tam teşekküllü kitap fuarları düzenlenememiştir. Aşağıda bugünkü kitap fuarlarının temellerinin atıldığı Cumhuriyet döneminde gerçekleştirilmiş tarihi ilk kitap fuarları ve bu fuarların gelişim evreleri edebi endüstriyel ve ekonomik hareketler temelinde incelenecek ve aydınlatılacaktır.

2.2.2.1 Türk Matbaacılığının İki Yüzüncü Yıldönümü Sergisi

Mevcut kayıtlara göre Türkiye tarihinde ilk kitap sergisi/fuarı 1929⁶³ yılında Türk Ocağı tarafından açılan “*Türk Matbaacılığının İkiyüzüncü Yıldönümü Sergisi*”dir. Serginin kurulmasında öncü olan ve kitap fuarlarının Türkiye’deki ilk düzenleyicisi olarak bilinen Selim Nüzhet Gerçek’tir. Selim Nüzhet’in Tanzimat'a kadar yurdumuzda açılan resmî-özel basımevleri hakkında bilgi verdiği ve matbaacılık tarihimizin ilk toplu eseri olarak bilinen “*Türk Matbaacılığı*” adlı eserinin yayınlanmasına da vesile olan bu kitap sergisi, oldukça küçük bir kitap sergisidir (Unat, 1953: 41; Acaroğlu, 1986: 15). 1941 yılında kendisiyle yapılan bir konuşmada Selim Nüzhet, bu sergi için çok zor hazırlandığını, Türk Ocakları’nın başlangıçta konuya hiç ilgi göstermediğini, ancak ocağın başında olan Hamdullah Suphi Tanrıöver’in, konuyu duyunca elinden geleni yaptığını dile getirmiştir. Selim Nüzhet’in “Matbaamızda ilk basılan 23 kitabı ve ilk matbaamıza dair bazı vesikaları, Garpta Arap harfleriyle basılan ilk kitapları ve tabı ve hurufatı bakımından hususiyet taşıyan bazı kitapları teşhir etmiştim. Türk harfleri ile ilk kitaplar için de hususî bir köşe tertip etmiştim. Velhâsıl matbaamızın iki yüz senelik tarihini hülâsaya çalışmışım.” şeklindeki ifadeleri bu ilk kitap sergisinin gerçekleştiğini göstermektedir. (“Bir Sergici: Selim Nüzhet Gerçek,” Yedigün 1941; aktaran Akçura, 2009: 146).

2.2.2.2 Maarif Vekâletinin Açtırdığı Neşriyat Sergisi

İlk kitap sergisinden sonra bu manada yapılan çalışmalar Atatürk’ün isteği ve desteği ile artık “sergicik” denilemeyecek ve halkın da katılım gösterdiği bir duruma erişmeye başlamıştır. Bu sergi daha önce ilk deneyimi yaşanmış olan “*Türk Matbaacılığının İkiyüzüncü Yıldönümü Sergisi*”ne göre daha büyüktür. Kitap fuarlarının ilk kurucusu ve

⁶³ M.Türker Acaroğlu (1986), bu yılı 1928 olarak kaydetmiştir (15).

düzenleyicisi olarak yine Selim Nüzhet'in çalışmalarıyla düzenlenmiş olan bu ikinci sergi, 1933'te Cumhuriyet'in ilanının onuncu yıldönümü münasebetiyle Maarif Vekâleti tarafından Ankara Ticaret Lisesi'nde açılmıştır. Selim Nüzhet bu sergiyi düzenlemek ve beş yıl içinde yeni harflerle basılan kitapların bibliyografyasını hazırlamak için resmi olarak görevlendirilmiştir (Birinci, 1996: 25).

Bu görevlendirmeden dolayı bir yıl başkentte kalmış, görevlendirme üzerine yazacağı *Bibliyografya*'yı⁶⁴ da açılacak olan Neşriyat Sergisinde sergilemiştir. Bu eserin iç kapağına Selim Nüzhet tarafından yazılan notta; «...burada kaydedilmemiş eserlerin sahiplerinden Bibliyografideki nümuneye göre birer listesini yapıp lütfen aşağıdaki adrese göndermelerini Maarif namına rica ederiz: İstanbul Üniversitesi Kütüphanesi Bibliyografya Servisi.» cümleleri yer almaktadır. “*Bibliyografya*”; “*Türkiye’de bu alanda devlet eliyle muntazam bir organ neşretmek ve bunu sağlayacak bir teşkilât vücade getirmek ihtiyacını kuvvetle duyurmuştur*” diye nitelendirilmiştir. Millî Eğitim Bakanlığı (Dönemin Millî Eğitim Bakanı Prof. Yusuf Hikmet Bayur, Neşriyat Müdürü Faik Reşit Unat'dır.)'nın 1934 yılında bu amaçla girişimde bulunduğu (1926'da yapılan girişim sonuçsuz kalmıştı.) ve 2527 sayılı yasayla 21 Haziran 1934⁶⁵ tarihinde, merkezi İstanbul'da bulunan “Basma Yazı ve Resimleri Derleme Müdürlüğü”nü kurduğu bilinmektedir. 2 Temmuz 1934 tarihinde yasa tam olarak yürürlüğe girmiş ve yasaya göre kurulan müdürlüğün başına bu alanda bilgisine güvenilen gerçek bir uzman Selim Nüzhet Gerçek getirilmiştir. Selim Nüzhet ertesi gün İstanbul'da bu alanda ve sergi konusunda çalışmalarını yapmak üzere göreve başlamıştır (Unat, 1953: 41; Acaroğlu, 1986: 16). Akçura'nın (2009) ifadesi ile daha önce bahsettiğimiz üzere Ticaret Lisesi 'nde açıldığı düşünülen bu sergi, Ankara'da İsmet Paşa Kız Enstitüsü ile birlikte yürütülmüştür. Maarif Sergisi Rehberi'nde sergi ile ilgili şu ibareler yer almıştır: “Türk milletini yeni bir nur âlemine götüren Türk harfleri ile beş sene içinde memleketimizde çıkan eserleri

⁶⁴ Bu eserin birincisi, Mustafa Nihat Özön tarafından hazırlanmıştır. İkincisi ise İstanbul Üniversitesi Bibliyografya Servisi tarafından düzenlenmiştir. Çalışmanın başında Fethi Ethem Karatay bulunmuştur (Birinci, 1995: 17).

⁶⁵ Yasal düzenlemeler dikkate alınır, 1934 yılını, yani 2527 sayılı Basma Yazı ve Resimleri Derleme Yasasının çıktığı yılı başlangıç tarihi olarak ele alabiliriz. Çünkü bu yasa yalnız var olan dört büyük kitaplığı devlet nüshalarıyla zenginleştirmekle kalmıyor, ileride kurulacak Millî Kütüphane için de her yayından birer nüshayı Derleme Müdürlüğü depolarında saklamayı öngörüyordu. Nitekim 1948 yılında Millî Kütüphane kurulur kurulmaz, o güne dek derlenip saklanan devlet nüshaları oraya devredilmiştir (Acaroğlu, 1995: 448-453)

görmek için Ticaret Lisesi bahçesinde açılan bu panayırı/fuarı da geziniz. Kitap Panayırında/Fuarında yüzde on eksik fiyatla satış yapılmaktadır (147).”

2.2.2.3 İstanbul Halkevi'nin Açtırdığı Kitap Panayırı

Bu sırada Selim Nüzhet Gerçek, 1931 yılında, “Gazeteciliğimizin 100. Yıldönümü” dolayısıyla “Türk Gazeteciliği 1831-1931” adlı kitabını yayımladığı gibi, kişisel koleksiyonlarından oluşan bir sergiyi de 1931 1-15 Kasım günleri arasında Galatasaray Lisesi'nde açmıştır. Burada ilk 50 yıllık gazetelerin tümü, daha sonrakiler de dönemsel olarak sergilenmiştir (Acaroğlu, 1986: 16). Ancak Selim Nüzhet “kitap sergisi” olarak nitelendirilmiş aslında kitapların sergilenerek, satışlarının da yapıldığı kitap fuarları temelinde, oldukça önemli bir adımı 30 Ağustos 1932 yılında İstanbul Halkevi için düzenlediği “Kitap Panayırı” adıyla atmıştır. İstanbul Üniversitesi meydanında açılan sergi yirmi pavyondan oluşmuş, bu pavyonların ikisi Halkevi'ne, biri Cumhuriyet Gazetesine, diğerleri de kitapçılara ait olarak düzenlenmiştir. 30 Ağustos Zafer Bayramı'nı kutlamaya bir katkı mahiyetinde Halkevi tarafından düzenleneceği bildirilen serginin detayları halka;

“Zafer bayramı münasebeti ile Halkevi tarafından tertip olunan kitap sergisi bugün Darülfünun meydanında açılacaktır. Kitap panayırı dört gün devam edecek ve bu müddet zarfında pavyonlar yüzde on tenzilatla kitap satacaklardır. Darülfünun meydanının münasip yerinde Karagöz ve ortaoyunu partileri tertip edilmiştir. Bu oyunların mevzularını yeni Türk alfabesi, yeni yazı ve diğer neşriyat hakkındaki eğlenceli fıkralar teşkil edecektir. Kitap panayırından en küçük bir kitap, bir mecmua satın alanlar bu oyunları meccanen seyredeceklerdir. Halkevinin en faydalı teşebbüslerinden biri olan bu neşriyat sergisidir. Büyük bir rağbet göreceğini ümit ediyoruz (“Kitap Sergisi Bugün Açılıyor”, 1932).” şeklinde ilan edilmiştir.



Fotoğraf 3: Cumhuriyet dönemi kitap sergisi için yapılan hazırlıklara dair bir görüntü (“Kitap Sergisi Bugün Açılıyor”, 1932).

Selim Nüzhet “Yurdumuzda ilk defa böyle bir şeye teşebbüs ediliyordu. Üniversite meydanının bugünkü gibi ağaçlı olmaması yüzünden gözü kamaştırın güneşe mukabil, bereket versin, teşhir edilen kitaplar da gözü kamaştıracak mahiyette idi. İstanbul halkı ilk defa olarak kitabı bir vitrin arkasında değil, karşısında elinin altında gördü. Halk bu surette kitabı benimsedi, bol bol satın aldı (“Bir Sergici: Selim Nüzhet Gerçek” Yedigün 1941; aktaran Akçura, 2009: 147)” sözleri ile bu serginin kitap fuarcılığı temelinde ilklerden olup gerek Halkevi’nin nezdinde gerek halkın merakında önemli bir yerde olduğunu göstermektedir.

Kitap sergileri/panayırları ve diğer sanat sergilerinin devletin belli kuruluşları vasıtası ile desteklendiğini Darülfünunda düzenlenen “Kitap Panayırı”nda çeşitli bürokratların hazır bulunması, Halkevini temsil hareketleri ve ilgili gazetelerde sergi ile ilgili davet konuşmaları yapmalarından anlayabiliriz. 31 Ağustos 1932 tarihli Cumhuriyet Gazetesindeki bilgiye göre “Kitap Panayırı” açılış töreninde; “İstanbul valisi Ali Rıza Bey, İstanbul Halk Fırkası Başkanı Cevdet Kerim Bey, Halkevi Başkanı Hamit Bey, Nemlizade Mithat Bey, Yüksek İktisat Mektebi Müdürü Hüsnü Bey, yazar Peyami Safa, Burhan Ümit Bey ve Şehir Meclisi üyesi Nakiye Hanım” yer almış ve panayırın oldukça önemli bir girişim olduğunu panayıra teşrif ederek belli etmişlerdir. Özellikle bu kitap panayırında Yüksek İktisat Mektebi Müdürü Hüsnü Bey’in yer alması edebiyatın iktisadi faaliyetlerine üst bir gözlemcinin onayını dâhil etme amaçlı olarak düşünülebilir (“Kitap Panayırı Açıldı”, 1932). “Kitap Panayırı” birçok yazar tarafından memnuniyetle karşılanmış, bu memnuniyetleri gerek halkevi gerek Selim Nüzhet’e iletmek üzere teşekkürlerle taçlandırılmıştır. Cumhuriyet Gazetesi 31 Ağustos 1932 tarihli gazetede yer alan “*Kitap Panayırında Bir Gezinti*” başlığı ile Peyami Safa’nın açılan “Kitap Panayırı” ile ilgili gözlemlerinin yer aldığı yazıda Peyami Safa şu betimlemelerde bulunur:

“Hemen yirmi seneden beri, adeta her gün Babıali kütüphanelerinin camları önünde azar azar dinlenerek o yokuşu tırmandım. Büyük ve küçük, değerli ve değersiz her yeni çıkan esere dikkat ederdim. İntişarından (yayımından) haberim olmayan kitaplar pek azdır, sanıyordum. Aldandığımı, dün açılan Kitap Panayırı’nda anladım. Her kütüphanenin pavyonunda iki üç sene evvel neşredilmiş, güzel ve temiz baskılı, büyük bir zihni ceht mahsulü kitaplar var ki, ben bunları görmüş olmak şöyle dursun, isimlerini bile duymamıştım. Bu kitaplar birer sır gibi müelliften tabie tevdi edilmişler; tabi adeta bu sırrı faş etmekten korkar gibi eseri depolarda saklamış ve ancak intişarından haberi olup taa mağazaya gelerek arayanlara vermiş. Kitap, bizde, adeta kaçak morfin ve esrar gibi gizli satılan bir mala döndü. Artık bütün mesleki

hayatı kitaplar arasında geçen bizim gibi muharrirler bazı eserlerin çıktığını bilmezlerse, bu işe daha ziyade bigâne kalan halkı düşününüz. Evet, kitapla halk arasına girmesi ve birini ötekine tanıtması icap eden mutavassıt bizde yok. Kimdir bu mutavassıt? Münekkit mi? Mecmualar mı? İlan mı? Hepsi. Tabilerimizin ilan verecek paraları yok, mecmua yok, münekkit yok; şüphesiz, halk ile kitap arasındaki dostluk da yok olacak. Pek nadir kitaplar kendilerini okuyucu sınıfından ayıran büyük mesafeleri aşacak bir sirayet kuvvetini haizdirler ve bu kuvvet, mutlaka eserin kıymeti ile mütenâsip olmak ta lazım değildir. Çünkü fena kitapların ekseriya umumî kayıtsızlığı iyi eserlerden fazla sarstığı görülmüştür. Bu panayı, kitapla halk arasındaki uçurumu doldurmak için büyük bir varlıktır. Dün olduğu gibi Darülfünun meydanını dolduran binlerce insanın gözleriyle kitap kapakları arasındaki aşinalıktan bile pek çok şey bekleyelim ve bu güzel fikir bayramını hazırlayan İstanbul Halkevi ile en faal ve yorucu vazifeyi üstüne alan Selim Nüzhet Bey'e hararetle teşekkür ederim (Safa, 1932).”

Peyami Safa'nın bu sözlerinden anlaşıldığına göre panayırda o güne kadar yazarların bile haberinin olmadığı kitap baskıları ile karşılaşmıştır. Bu Selim Nüzhet'in -Peyami Safa bu kitaplardan yazarların haberinin olmamasına sebep olarak belli kurumları eleştirse de- sergiyi ne kadar ciddiyetle düzenlediğini dahası içeriğini zenginleştirmek adına verdiği çabayı göstermektedir. 1933 tarihli konuşması ile İstanbul Halkevi Başkanı Hamit Bey'in;

“Müze ve Sergi Şubesinin değerli işlerinden biri 30 Ağustos Bayramı münasebetiyle açtığı kitap panayıdır. İstanbul'daki bütün kitapçı ve tabilerin (yayıncıların) iştiraki ile açılan ve dört gün devam eden bu sergi, yeni harflerle basılmış bin sekiz yüz kadar eser teşhir etmek suretiyle, harf inkılâbının muvaffakkiyetini parlak bir suretle göstermek noktasından dikkate şayandır. Bu serginin bu sene harf inkılabını yaratan nutkun irat edildiği günde, daha geniş mikyasta ve bütün Türkiye için büyük bir okuma propagandası teşkil edecek surette tekrar açılması kararlarımız arasındadır (Yeni Türk Mecmuası 1933; aktaran Akçura, 2009: 146).”

şeklindeki ifadeleri oldukça önemli olup bu konuda Türkiye'de atılmış belirgin ilk adımların halk evleri yoluyla gerçekleştiğini göstermektedir.

2.2.2.4 Seyyar Terbiye Sergisi

Bu sergi seyyar olarak açılmış bir sergi olup, Maarif Vekâleti tarafından tertip edilmiştir⁶⁶. 15 Nisan 1933'te Ankara'dan hareket etmiş, Kayseri ve Sivas yol güzergâhı ile Samsun'a varması planlanmıştır. Bu serginin düzenlenmesindeki asıl amaç Maarif Vekâleti tarafından “özellikle ilkokul öğretmenlerini yeni eğitim sistemi temelinde yetiştirmek, halkı okuma ve yazma konusunda bilgilendirmek” şeklinde ifade edilmiştir. Sergide belirlenen amaçlara yardımcı olarak projeksiyon, eğitim ile ilgili çeşitli araç gereçler, sinema filmleri, çeşitli kayıt materyalleri vb. bulundurulmuştur. Sergi birçok sergiden farklı olarak bir “turne” üslubuyla hareket etmiş, çeşitli yerlerde konaklayıp konakladığı yerlerde bulunan öğretmenlere yeni eğitim sistemi ile ilgili konferanslar vererek, Vekâlet'in uygun gördüğü ve belirlediği şekilde “irşad”ı temel alıp kitap tanıtımlarını gerçekleştirmiştir.

Şimdiki kitap fuarları ile kıyaslandığında bu serginin elbette tam olarak bir “kitap fuarı” olduğunu söylemek güçtür ancak düzenlenmesindeki amaç ve kayıtlardaki ismi ile eğitim amaçlı gezici bir sergi olduğu söylenebilir. Ayrıca sergide yine halka ve öğretime hizmet verenleri “Cumhuriyet Yönetimi” hakkında bilgilendirmek amaçlanmış olup öğretmenleri sağlık konusunda bilgilendirmek ve onları muayene etmek amacıyla sergide “Sıhhat Müfettişi”nin bulundurulmuş olması önemli detaylardan biri olarak görülebilir. Sergi büyük yol ayrımlarında bir hafta, küçük yol ayrımlarında ise bir iki gün kalmıştır. Sergi daha önce belirttiğimiz üzere 15 Nisan yola çıkmış 22 Nisan günü Kırıkkale'ye varmıştır ve burada sergiyi yaklaşık 200 kişi ziyaret etmiştir. Daha sonra sergi Kayseri'de 500 ziyaretçi kabul etmiştir. Aynı sergi Kayseri'den sonra Havza'ya ve en son Samsun'a uğramış daha sonra tekrar Ankara'ya dönmüştür (“Seyyar Terbiye Sergisi Kırıkkale'de”, 1933; “Seyyar Terbiye Sergisi Havza'da”, 1933; “Seyyar Terbiye Sergisi Samsun'da”, 1933; “Seyyar Sergisi 15...”,1933; “Kayseri'ye Varan Sergi...”,1933; “Seyyar Terbiye Sergisi Ankara'ya...”, 1933).

⁶⁶ Daha önce Osmanlı Devleti tarafından seyyar olarak açılmış bir serginin olduğunu ancak bu konuda neredeyse hiçbir akademik çalışmaya rastlanmadığını dile getiren Celil Bozkurt (2019)'un “*Türkiye Cumhuriyeti'nin Bir Propaganda ve Tanıtım Hamlesi: 1926 Seyyar Sergi ve Avrupa Seyahati*” adlı eseri seyyar bir hava ile düzenlenen sergiler hakkında ayrıntılı bilgi edinmek adına incelenebilir. Buradan hareketle denilebilir ki tüm Türkiye'ye maksat ve meramını gezici, haberdar edici bir cihette ulaştırmak isteyen bu seyyar sergicilik özelliği büyük ihtimalle Osmanlı'dan kalmış bir gelenek olup kitap sergiciliğinde de kullanılmıştır.

2.2.2.5 Birinci Tıbbî ve Sıhî Kitaplar Sergisi

1935 yılı 20 Nisan gününde düzenlenen bu kitap sergisi Etıbbı Odası tarafından hazırlanan bir sergi olup Türkiye’de düzenlenen ilk tıbbi kitap sergisidir. İstiklal Marşı ile açılışının yapıldığı sergide Etıbbı Odası Başkan Yardımcısı Dr. İhsan Kamil açılış konuşmasını yapmıştır. Ardından Doktor Süheyl Bey’in konuşma yaptığı sergide teşhir edilen kitapların çoğu halka yönelik yazılmış olan sağlık ve tıp kitaplarıdır. Sergide/fuarda salgın hastalıklar başta olmak üzere diğer birçok yaygın hastalıklarla ilgili bilgilendirme grafikleri, her alandan doktorun ilgilenebileceği diğer birçok tıp kitabı ve broşürleri, istatistiksel tablolar, Türkiye’de o zamana kadar yazıldığı düşünülen tüm tıp risaleleri, gazeteleri ve dergileri sergilenmiştir. Tüm bu materyaller ciddi bir özenle yerleştirilmiş ve gruplarına göre dizilimi yapılmıştır. Sergi’nin bu ciddi özen ve tasnif ile düzenlenmiş olmasında Selim Nüzhet Gerçek’in çok büyük bir payı olmuştur. Sergi isteyen herkesin ziyaret edebileceği bir formda düzenlenmiştir (“Kitap Sergisi Dün Açıldı”, 1935).

2.2.2.6 Beyoğlu Halkevi Kitap Sergileri

1936 ile 1937 yıllarına ait olduğu düşünülen kitapların sergilendiği Beyoğlu Halkevi tarafından gerçekleştirilen 16 Ocak 1938 tarihli Beyoğlu Halkevi Kitap Sergisi birçok tarihi kayıta takdirle anılan bir sergidir. Sergiye eldeki kayıtlara göre yaklaşık on iki yayınevi katılmıştır. Sergide ortalama beş yüz adet kadar kitap sergilenmiştir. Akçura’nın (2009) ulaşabildiği 6 Ocak 1938 tarihli Vatan Gazetesinin haberine göre bu sergi basında; “Beş altı sene evvel Beyazıt’ta Üniversite meydanında kurulan ilk kitap sergisinden sonra, nedense ihmale uğrayan bu lüzumlu işi üzerine alarak esaslı bir şekilde canlandırmaya muvaffak olan Beyoğlu Halkevi başkanlığını tebrik etmek bir vazifedir.” şeklinde yer almıştır (Vatan 6 Ocak 1938; aktaran Akçura, 2009: 148)

Yapılan araştırmalara göre Beyoğlu Halkevi düzenlediği bu ilk kitap sergisinden sonra 1 Ocak 1939 tarihinde ikinci sergiyi düzenlemiştir. Bu sergide olduğu düşünülen kitap adedi beş yüz adet olup, birinci sergide yer almış kitapların tamamı ile birlikte o vakte

kadar yayınlanmış diğerk kitaplar da sergilenmiştir. Bu kitaplardan; “17’si Atatürk ile ilgili, 90’ı sosyal, iktisadi ve hukuki, 120’si hikâye ve roman, 40’ı da diğerk konularda olan kitaplardır ve bu kitapların 75’i çeviri kitap olarak sergide yer almıştır. Sergideki kitaplar Halkevleri, Vilayetler ve CHP Genel Sekreterliğı, yayınevleri ve çeşitli kuruluşlar” tarafından sağlanan kitaplarla düzenlenmiştir. Sergide ayrıca halk tarafından katılımı arttırmak amacı ile kitaplara indirim uygulanmıştır. Beyoğlu Halkevi’nin bu kitap etkinliklerini yılda bir kere olmak üzere devam ettirdiğı bilinmektedir (Akçura, 2009: 148).

Ancak yaptığımız araştırmalarına göre 1939 yılında açılmış bir sergi kaydı bulunmamaktadır. 17 Ocak 1941 yılındaki Cumhuriyet Gazetesi’nin haberinde bu serginin bir gün önce yani 16 Ocak 1941’de Beyoğlu Halkevi Müdür Ekrem Turun tarafından tekrar düzenlendiğini dile getiren Selâhaddin Güngör’e göre; okuma ve yazmanın arttırılması ile ilgili neredeyse her gün ne yapılması gerektiğine dair gazetelerde yayınlanan anketler yerine Beyoğlu Halkevi’nin düzenlediğı bu kitap sergileri gibi sergilerin/fuarların düzenlenmesi çok daha iyi ve takdir edilesi bir harekettir. Ayrıca bu sergi kitaplara yüzde on kadar indirim şansı uygulayıp, kitapları satın almadan da inceleme fırsatı vermektedir. Güngör’ün ifadelerine göre; fuarın en güzel taraflarından biri de kitapların, kitapçılarının camekânlarındaki gibi sınıflandırılmamış bir hal üzere değil, sınıflandırılarak yer alması ve serginin İstanbul’un neredeyse her kütüphanesinden kitap nüshalarını bulundurmasıdır.” Kayıtlara göre bu Beyoğlu Halkevi’nin açtırdığı dördüncü kitap sergisi olup, sergide 549 eser yer almıştır (“Kitap Sergisinde”, 1941).



Fotoğraf 4: Cumhuriyet dönemi Beyoğlu Halkevi Dördüncü Kitap Sergisi’nden bir görüntü (“Kitap Sergisinde”, 1941).

2.2.2.7 Türkiye'nin Yurt Dışında Düzenlediği İlk Kitap Sergisi

Daha önce Türkiye içinde gerçekleştirilen fuarların olduğuna ve diğer devletlerde gerçekleştirilen kitap fuarları dışındaki fuarlara Türkiye'nin katıldığına dair bilgiler vermiştik. Bu bilgilerden de hareketle denilebilir ki dünyada ciddi derecede ilerlemiş ve uluslararası katılımını arttırmış uluslararası kitap fuarlarına ne yazık ki Türkiye ancak ilk olarak 1937 yılında katılabılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin yurtdışında katıldığı ilk kitap fuarı olan Atina Kitap Fuarı, kitap fuarı mimarı olan Selim Nüzhet Gerçek'in ifadelerinde şöyle yer almaktadır:

“İptida (önce) Atina, sonra da Belgrad'da tertip edilen Türk Resim ve Neşriyat Sergisi'nin neşriyat kısmını tanzime memur edilmişim. Sayın Salâh Cimcoz heyetimizin başkanıydı, gösterdiği gayret ve yakın alaka sayesinde her iki sergi de çok rağbet kazanmıştı. Bu sergilerde tuttuğum yol dünü ve bugünü mukayese ettirebilmek için teşhir edilen basmaların ilkinin ve sonuncusunu birlikte göstermekti. İlk kitapları bugünün kitapları ile ilk gazeteleri bugünün gazeteleri ile mukayese, aradaki devir farkını hesaba katmak şartı ile de, meraklılar için çok cazip oluyordu. Serginin ehemmiyeti ve gördüğü rağbet hakkında kısaca bir fikir verebilmek üzere küşat merasimini bizzat kralın yaptığını, müteveffa Metaksas'ın bir saate yakın bir zamanını sergiyi ziyarete hasrettiğini söylemem kifayet eder. Örneğin, Belgrad sergisi belki Atina'dakinden daha ziyade muvaffak oldu diyebilirim. İptida (önce) sergiye müzenin bir katı tahsis edildiğinden gerek resimlerin, gerekse kitapların çok zengin bir şekilde teşhirine imkân hâsıl oldu. Sergi İsmet İnönü'nün Belgrad'ı ziyareti vesilesiyle hazırlanmış ve huzuru ile açılmıştı. Kralın ve bütün vekillerin hazır bulunduğu küşat merasimi çok parlak oldu. Bu sergi Türk inkılâbının azametini göstermesi itibari ile göğsümüzü kabartacak mahiyette idi. Resimde bu kadar ilerlemiş olduğumuzu göstermek, Türk harflerini yeni kabul ettiğimiz halde her mevzuda belli başlı neşriyata malik olduğumuzu göz önüne koymak lehimize büyük bir tesir uyandırdı (Yedigün 13 Ekim 1941; aktaran Akçura, 2009: 150).”

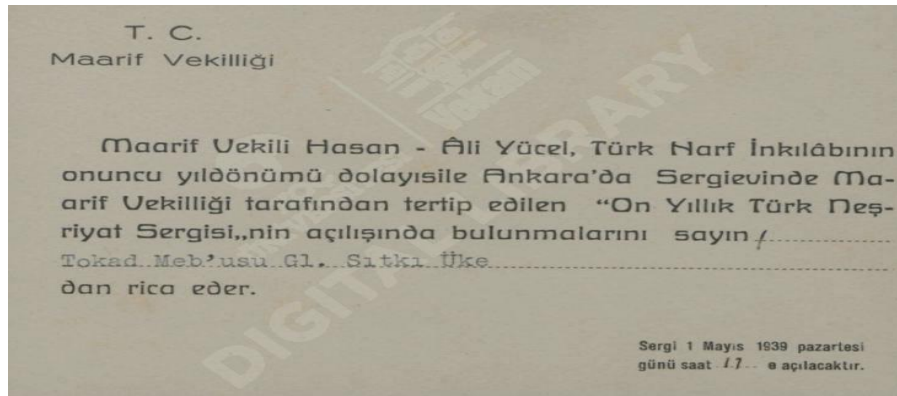
Matbuat Genel Yayın Müdürlüğü'nün 1938'de yayınlattığı “*Yabancı Gözüyle Cumhuriyet Türkiye'si 1923-1938*” adlı eserde geçtiğine göre; Atina'da Fransızca olarak yayınlanan *Le Messenger d'Athènes* gazetesinde Türkiye ile ilgili özel ayrı bir başlık yayınlanmıştır. Kostas Kerofilos'un burada yaptığı habere göre; Türkiye Latin alfabesini yakın zamanda kabul etmesine rağmen yeni harflerle basılmış neşriyatta oldukça hızlı yol kat etmiş ki bu hayran olunacak bir şeydir. Türkler' in kitap standında Takvim-i Vakayi'nin Rumca basılan örneği hariç tüm örneklerini bulmak mümkündür. Ancak

gayet mütevazı sergi organizatörü Selim Nüzhet Rumca örneklerden bir tane bile bulamadıklarını, Atina’da bir kişinin Takvim-i Vakayi’nin Rumca bir örneğine sahip olduğu bilgisini edindiğini ve bunu satın almak niyetinde olduğunu dile getirmiştir” bilgileri yer almış ve ayrıca bu sergi *Messenger d’Athènes* gazetesinin haberinde “yeni Türkiye’nin bir ifadesi hükmünde gayet başarılı” olarak tanımlanmıştır. Kerofilos, sergide Anotole France, Shakespeare, Gogol, Geothe gibi yazarların tercümelerinin ve özellikle Evliya Çelebi’nin eserinin dikkat çekici ve hayranlık uyandırıcı mahiyette olduğunu dile getirmiştir (Kerofilos 1938: 150-151; Akçura, 2009: 150-151; Acaroğlu, 1986: 17).

2.2.2.8 On Yıllık Neşriyat Sergisi

Birinci Türk Neşriyat Kongresi 1-5 Mayıs 1939’da Ankara’da Maarif Bakanı Hasan Ali Yücel tarafından ifade edildiği şekilde; “Memleketin her yerinde basın ve yayın işlerinin resmi, hususi bütün alakalılarıca fikir ve emek katılarak ciddi surette gözden geçirilmesi ve ana prensiplerle devletçe, fertçe takip edilecek usullerin tespit olunması” amacıyla düzenlenmiştir. Türkiye’de düzenlenen bu ilk yayın kongresinde “Basın Yayın ve Satış İşleri Encümeni, Dilekler Encümeni, Edebi Mülkiyet Encümeni, Mükâfat Yardım Propaganda İşleri Encümeni, Gençlik ve Çocuk Edebiyatı Encümeni, Neşriyat Programı Encümeni, Tercüme İşleri Encümeni” olmak üzere toplam yedi bölüm kurulmuş ve bu bölümlerin oluşturduğu raporlar bu tarihten sonra tüm Türk yayın dünyasını ilgilendirecek mahiyette genel toplantıda görüşülmüştür (Ulusal Yayın Kongresi, 2020). Bu kongre hem tüm yayın dünyasını ilgilendirecek konuların tartışmaya açılıp o güne kadar karara bağlanmamış konuların analiz edilmesi hem de o tarihe kadar düzenlenmemiş büyüklükte bir kitap fuarına ev sahipliği yapması ile oldukça önemli bir kongredir. Kongrede tüm yayın yapan kurum ve kuruluşların birlik ve beraberliğini sağlayacak düzenlemelerin yapılması, tercüme ile ilgili işlerin hal olunması, halk ve orta eğitim seviyesindedir denilebilecek çocuk veya yetişkinlere uygun yayın programlarının düşünülmesi, telif ile ilgili düzenlemelerin yapılması ayrıca yayıncılığa teşvik çalışmalarının başlatılması, okuma oranını arttırma çalışmaları ile matbaaları devlet eliyle desteklemek gerektiği gibi meseleler konuşulmuştur (“Başvekil Dün Neşriyat Ser...”, 1939).

1940'lı yıllardan itibaren tercüme hareketlerinin de başlamasına vesile olan Birinci Türk Neşriyat Kongresi'nde, tüm bu kurulların oluşturulması ve Türkiye'de yayın işleri ile ilgili izlenecek yol haritasının belirlenmesi gibi adımların atılmasının yanında, harf inkılabının Türk yayın dünyasına getirdiği ve getireceği faydalar da konuşulmuştur. Türk harf inkılabının kabul edilmesinin onuncu yılı olması münasebetiyle de kongreden bir gün önce 1 Mayıs'ta düzenlenecek olan kitap fuarına da "On Yıllık Neşriyat Sergisi" adı verilmiş ve bu sergi asıl bizi ilgilendirdiği cihetiyle daha sonra farklı büyük fuarlarda da yer almak üzere çeşitli yıllarda kurulmaya devam etmiştir. Maarif Vekâleti tarafından düzenlenen kongre için çeşitli kurum ve kuruluşlara kongre ve sergiye iştirak etmeleri için davetiyeler gönderilmiş, sergi ve yayın kongresinin ciddiyeti olabildiğince tüm il özel dairlerine, kurum ve kuruluşlara iletilmiştir. Aşağıda Maarif Vekilliği tarafından Tokat Meb'usu Sıtkı Üke'ye gönderilmiş bir davetiye mektubu örneği yer almaktadır:



Fotoğraf 5: Maarif Vekilliği'nin On Yıllık Neşriyat Sergisi ve Birinci Türk Neşriyat Kongresi İçin Düzenlendiği Bir Davetiye Örneği (VEKAM, 1939).

On Yıllık Türk Neşriyat Sergisi, Başkanvekili Dr. Refik Saydam tarafından İsmet Paşa Kız Enstitüsü'nde saat 10'da açılmış olup, serginin açılış töreninde Parti Genel Sekreteri Dr. Fikri Tuzer ile başka vekiller, mebuslar, bakanlığın ileri gelenleri, banka müdürleri, Birinci Türk Neşriyat Kongresi delegeleri, birçok yazar ve yayıncı kuruluşu bulunmuştur. Başkanvekilinin bu en büyük ilk serginin açılışı için kurdeleyi kesmesinden sonra neredeyse zamanın tüm gazetelerinde yer aldığı hali ile açılış konuşmasını Maarif Vekili olan Hasan Ali Yücel yapmıştır ("Başvekil Dün Neşriyat Ser...", 1939). Sergi büyüklüğü, ilk neşriyat kongresi ile birlikte açılışa konu olması, bürokratlarla birlikte çeşitli yabancı ziyaretçiler ve halkın yoğun ilgisi nedeniyle olsa gerek incelediğimiz ve tespit ettiğimiz

üzere Cumhuriyet, İkdam, Ulus, Yeni Sabah, İlköğretim, Halkın Sesi, Türk Dili, Haber Akşam Postası gibi çeşitli gazetelerde o zamana kadar görülmemiş bir ilgiyle tam manşet olarak ve birçok halkevi dergisi ve öğretim kitabında ilk sayfalarda yer almıştır.

Uzun yıllar Ankara’da ikamet edip ve Ankara ile ilgili gözlemlerini yazılarına yansıtan Ercüment Ekrem Talu’nun 3 Mayıs 1939 tarihli Son Posta Gazetesi’nden aktardığına göre; Neşriyat Kongresi’nde halkı bilgilendirmek, Arap harfleri ile Latin harfleri arasındaki farkların rahatlıkla görülebilmesi için Arap harfleri ile basılmış eserler de sergilenmiştir. Ercüment Ekrem yeni harfleri “medeni, selis ve sehil” olarak değerlendirip Arap harflerinin “bin bir muhtelif şekliyle yazılışında, dizilişinde ve basılışında ağır zahmetler taşıdığını” ifade eder. Ayrıca sergi hakkında detaylandırmalara giderken kitap basımı ve yazımında başarı kaydetmiş kişilerin fuarın duvarlarında resimlerinin olduğunu, bunun da yeni yönetimin sanatçıyı iyi hissettiren anlayışından ileri geldiğini dile getirir. Talu, bu neşriyat sergisi ile ilgili beğenisinden bahsederken bu güzelliğin tamamen Latin harfleri ile ilgili olduğunu ve Atatürk’ün Sarayburnu Parkı’nda Latin harfleri ile ilgili halka ilk bilgilendirmeleri yaptığı günün Türk milleti için oldukça önem arz etmesi gereken bir gün olup, ekler. Pek az gazetede geçtiği ve zamanın tüm gazetelerinde Hasan Ali Yücel’in yaptığı açılış konuşması ağırlıklı haberler olduğu halde Talu bu önemli ve büyük kitap sergisinin yapılmasındaki en kıymetli payın yine Yayım ve Derleme Direktörleri Selim Nüzhet Gerçek ve Faik Reşid’e ait olduğunu bunun ancak derecesi ölçülemeyecek bir meslek aşkı ile yapılmış olabileceğini, dile getirir. (“Neşriyat Kongresi Dün Açıldı”, 1939; Talu, 1939)

Türk harf inkılabının kabul edilmesinin onuncu yılı olması münasebeti ile açılan ve “On Yıllık Neşriyat Sergisi” olarak adlandırılan bu sergi o güne kadar düzenlenmiş en büyük kitap sergisi/fuarıdır. Akçura’nın (2009) belirttiği üzere bu sergide birçok yayınevi yer almış olup bu yayınevleri; “Maarif Vekâleti, İstanbul Üniversitesi, Ahmed Halid Kütüphanesi, Akşam Matbaası, Âsarî İslâmiye Kütüphanesi, Cihan Kitabevi, Cumhuriyet Kitaphanesi, Cumhuriyet Matbaası, Çığır Kitabevi, Remzi Kitabevi, Resimli Ay Matbaası, Semih Lütfi Kitabevi, Tanevi, Teleyyüz Kütüphanesi, Türkiye Matbaası, Ülkü Basımevi, Üniversite Kitabevi, Vakit Kitabevi, Yedi Gün Neşriyatı” şeklinde kaydedilmiştir. Maarif Vekilliği tarafından aynı yıl 1939 tarihinde ayrıca “*On Yıllık Neşriyat Sergisi Kitab Fihristi*” adıyla bir kitap kataloğu da yayınlanmış olup bu

katalogların basımı Ankara’da yapılmıştır. Daha sonra Neşriyat Sergisi, 22 Temmuz - 9 Ağustos 1939 tarihleri arasında On Birinci Yerli Mallar Sergisi⁶⁷ kapsamında İstanbul’a taşınmıştır. Ardından 20 Ağustos-20 Eylül tarihlerinde de İzmir Enternasyonal Fuarı’nda yer almıştır (152-154).

⁶⁷ Aynı şekilde bu mekân için “On Birinci Yerli Mallar Neşriyat Sergisi” olarak bir katalog basılmış, katalog Galatasaray 22 Temmuz – 9 Ağustos olarak Milli Eğitim Bakanlığı tarafından düzenlenmiştir. Neşriyat Sergisi’nin yer aldığı İzmir Enternasyonal Fuarı için de ayrıca katalog bastırıldığı bilinmektedir.

3. BÖLÜM

KÜLTÜREL EKONOMİK YAKLAŞIMLA KİTAP FUARLARININ İNCELENMESİ

3.1 KİTAP FUARLARININ KÜLTÜR VE EDEBİYAT BOYUTU

3.1.1 Kitap Fuarlarının Yayıncı ve Yazar Boyutu

Türkiye’de gerçekleştiriliyor olan kitap fuarlarının yayıncılık ile ilgili boyutları değerlendirildiğinde elbette her şeyden önce dikkate alınması gereken yayıncılık sektörünün Türkiye içindeki konumu, mevcut sorunları, dünya ve yerli pazar içindeki yeri, GSYİH içindeki payı vb. olacaktır. Bunlar anlaşıldığında kitapların yayıncı ve yazar birlikleri ile market ekonomisindeki yerinin detayları görülebileceği gibi bugün tek tek kapanma tehlikesi ile karşı karşıya kalan bağımsız kitapevlerine karşın fuarların neden yükselişte olduğuna dair öngörülerde de bulunulabilecektir. Dünya ekonomisinin önemli bir payını elinde bulunduran yayıncılık sektörü ve ona bağlı olan alt sektörler ile ilgili yol haritaları geliştirilmekte, yayıncılık meseleleri her ülkenin kendi milli ekonomisi için kültürel ekonomik bir alan olarak yayıncılık kültür politikaları ve stratejik kültürel eylem planlarına dâhil edilmektedir.

Oldukça önemli ve karmaşık detayların olduğu bu sürece dair her yıl belli aralıklarla düzenlenen kitap fuarlarında yayıncı/yazar meslek birlikleri, bakanlıklar, bağımsız veya herhangi bir kuruma bağlı olan gönüllü kuruluşlar ve yapılanmalar, yayınevleri, yazar gurupları, editörler, çevirmen gurupları ve illüstratörler ile ilgili ekonomik/iktisadi durum analizleri, mevcut konum ve sorun tespitleri, çözüm önerileri, hukuki boşlukların giderilmesi adına geliştirilen komisyon tanımları ile birlikte komisyonların yaptığı çalışmalar ve yol haritaları ile ilgili toplantılar, söyleşiler, kamu bilgilendirmeleri ve etkinlikler vb. yapılmakta ve yer almaktadır. Bunlarla birlikte uluslararası yazar ve yayıncı buluşmaları gerçekleştirilmekte yazar ve yayıncılık adına atılması gereken

adımlar tartışılmaktadır. Kitap fuarlarının ev sahipliği yaptığı bu buluşmalar uluslararası yazar ve yayıncı kuruluşlarının davet edildiği, yerli-yabancı yazar ve yayıncı birliklerinin bir araya geldiği önemli tarih aralıkları olarak hatırlanmakta ve her yıl farklı bir yazar teması ile düzenlenen kitap fuarlarında bu buluşmalar uluslararası birçok gelişmeden haberdar olmaya vesile olarak görülmektedir. Yayıncılık sektörü için fuarların kitap tanıtım ve satışlarının gerçekleştirildiği alan olarak bilinmesinin ve tanıtılmasının yanı sıra sektörel anlaşmaların yapıldığı, tanışmaların gerçekleştirildiği bir alan olarak da görülmektedir. Bunlarla birlikte kitap fuarlarında, fuar ekonomisinde haksız rekabeti önlemek için fuara katılan yayınevleri arasında kitaplara uygulanacak kitap kategorilerine göre indirim aralıkları konuşulup belirlenmekte ve ona göre satışı arttırmak için % 20 ile % 30 arasında değişen kitap indirimleri uygulanmaktadır.

Kitap fuarlarının Türkiye kitap endüstrisinin önemli bir halkasını oluşturduğu bu düzlemde kitap fuarları, yayıncılar için her şeyden önce sektör sorunlarının konuşulduğu tartışıldığı fırsatlar mekânı olarak görülmektedir. Örneğin son yıllarda gerçekleştirilen kitap fuarlarında, yazarlar, araştırmacılar ve ilgili birçok yetkili tarafından özellikle üzerinde durulan ve panellerle okuyucu ile sektör bilgilendirmelerinin yapıldığı mesele “Sabit Kitap Fiyatı” meselesidir. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarlarının düzenlenmesinde TÜYAP ile işbirliği gerçekleştiren Türkiye Yayıncılar Birliği’nin kitap pazarında kitap fiyatlarından dolayı yaşanan sıkıntılar üzerine verdiği “Sabit Kitap Fiyatı” (fixed book prices) önerileri, yazar ve yayıncı birliklerinin kitap fuarlarını mevcut sorunu anlatma ve tartışmada aracı olarak gördükleri en önemli örneklerden biri olarak algılanabilir.

36. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı’nda Türkiye Yayıncılar Birliği’nin başkanı Kenan Kocatürk tarafından dile getirilen bu öneri “Sabit Fiyat Yasası” olarak da bilinen ve Kıta Avrupa’sında uygulanıyor olan yasaya dayanır. Bu yasayla kitaplar yayıncının belirlediği fiyattan satılır ve internet üzerinden çevrimiçi kitap satışı sitelerinde şimdiki gibi yıkıcı indirimler yapılmaz, devlet de kitap alırken yaratıcı kültür endüstrisini ve çok etkileşimli bir eğitim sistemini desteklemek üzere yayıncıların belirlediği fiyatın dışına çıkmaz dolayısıyla kültür endüstrisi kalkındırılır (Pleimling ve Sprang, 2017).

Bugün dünyada “Sabit Fiyat Yasası” nı uygulayan ülkeler olarak başta Almanya ve Fransa dünya kitap pazarında oldukça önemli bir yerdedir. Sektörde yaptıkları

yatırımların karşılığını sürekli olarak sağlıklı bir şekilde aldıkları için, diğer ülkelere de yatırım yapmakta ve yayıncılık alanında ülkelerin yatırım ortaklıkları ile yeni coğrafyalara uzanmaktadırlar. Almanya'daki kitap piyasasının dünya genelinde en güçlü olanlardan biri olarak anılmasının arkasında birçok neden olduğu gibi 1888'den bugüne kadar hala geçerliğini koruyan "Sabit Fiyat Yasası" da güçlü bir etken olarak görülmektedir. Yaklaşık 150 yaşında olan bu yasa Almanya ticari yayıncılık kuruluşu olan Almanya Yayıncılar ve Kitapçılar Birliği'nin (Börsenverein) katkısı ile oluşturulmuş bir yasadır. Bu kuruluş Almanya'daki yayıncıları, kitabevlerini, toptancıları ve diğer araçları da bir araya getiren bir kuruluş olarak 1825'ten beri faaliyet göstermektedir⁶⁸ (Pleimling ve Sprang, 2017).

2002'ye kadar yayıncılar ile kitapçılar arasında yapılan sözleşmelere dayanan "Sabit Kitap Fiyatı" sistemi 2002'den beri yasalasmıştır. Bu yasaya göre kitap fiyatı yayıncı tarafından belirlendiği şekilde kitapçı tarafından satılır ve bu fiyatı kitapçı değiştiremez. Yayıncının da kendi yayınevinden çıkan her yeni başlık için sabit bir fiyat belirleme konusunda yasal zorunluluğu vardır. Bu yasa Almanya'nın her tarafında geçerli olmakla birlikte bir kitabın uluslararası pazarında da aynı şekilde uygulanır. Yayıncı yasaya göre her kitap için bir fiyat belirler, belirlediği fiyatta özgür olduğu gibi bu fiyat aynı kitap karton kapaklı hali, elektronik hali gibi durumlarında değişiklik gösterebilir ki bu da yayıncı tarafından belirlenir.

"Sabit Kitap Fiyatı" demek bir kitabın ilk belirlendiği fiyattan sürekli olarak satılma zorunluluğu değildir. Bu fiyat yüksek geldiği takdirde düşürülebilir veya az geldiği düşünüldüğünde arttırılabilir. Ancak bu belirleme 18 ay boyunca kitap nerede satılırsa satılsın sabit bir fiyattan satılması ve tüm satıcıların bu fiyatı uygulaması anlamına gelmektedir. Almanya'da istikrarlı bir şekilde devam eden bu sistemin en güzel örneği 1950'lerde ölen Thomas Mann'in kitaplarının (zamanla değişen enflasyon değerleri ile birlikte) hala sabit fiyat ile satılıyor oluşudur. Bu yasaya yine kitaplara uygulanacak

⁶⁸ Daha önce bahsettiğimiz üzere her ne kadar Almanya ve Hollanda'nın geçmişte gerçekleştirdikleri kitap ticareti ile ilgili detaylar benzerlik gösterse de "Sabit Fiyat Yasası" Hollanda için Almanya'ya göre geç yürürlüğe girmiştir. Hollanda'nın ilk özel sabit fiyat düzenlemesi 1905 yılında yapılmış ancak 1924 yılında ilk Net Book Anlaşması gerçekleştirilmiştir. "Hollanda Sabit Fiyat Yasası" uygulamalarının detayları, yarattığı fırsatlar, dezavantajlar ve güncel değerlendirmeler için Hollanda Yayıncılar Birliği Genel Sekreterliği ve Hollanda Kraliyet Kitap Endüstrisi Birliği Direktörlüğü yapmış Martijn David'in (2018) TÜRKİYAYBİR kanalı ile gerçekleştirilmiş olduğu "*Kitapta Sabit Fiyatı Korumak: Hollanda Deneyimi*" adlı söyleşisine bakılabilir.

indirim şekilleri, onların nasıl uygulanacağı ve ne koşullarda olacağı da kuralları ile dâhildir Türkiye’deki gibi indirimler kurlsız bazen diğer toptancı, perakende satış noktaları veya bağımsız kitabevlerine zarar verebilecek şekilde gelişigüzel uygulanmaz. Genel itibari ile bu yasaya göre en temel yararlı özellik şudur ki rekabet; kitap fiyatları üzerinden olmaz, sanat, içerik, yayıncının tüketiciye vereceği tavsiye, kitabın veya satılacak basılı materyalin kalitesi üzerinden yapılır. Bu sistem özellikle yazarlara fayda sağlamaktadır. Yayıncı ile yazar arasında yapılan tüm sözleşmelerde yazarın alacağı telif bedeli her zaman net perakende satış fiyatı üzerinden hesaplanır. Yazar kazanacağı bedeli bilir, o yıl kitabının kaç adet satıldığını, hangi net perakende fiyatı üzerinden satıldığını, yayıncıdan ne kadar telif alması veya ödemesi gerektiğini görür (Pleimling ve Sprang, 2017).

Yine fuarlarda yayıncılar ve yazarlar tarafından dile getirilen ve uygulandığı, bilindiği takdirde yayıncılık faaliyetleri için olumlu gelişmelere vesile olacağını düşünüldüğü III. Milli Kültür Şûrası’nda alınan kararlar, fuarların yayıncılık boyutu ile yakından alakadar olduğu gibi uluslararası kitap fuarlarında sürekli olarak yazarlar tarafından dile getirilen içeriklerdir. III. Milli Kültür Şûrası’nın komisyonlarından biri, Cevat Özkaya’nın başkanlık ettiği dokuz üyeden oluşan “Yayıncılık ve Kütüphanecilik Komisyonu” nun çalışmaları bu temelde yürütülen devlet destekli kültür politikalarından biri olarak görülebilir. “Yayıncılık ve Kütüphanecilik Komisyonu” raporuna göre yayıncılık sektöründe devam ediyor olan ve çözümlenmesi gereken sorunlar veya geliştirilmesi gereken alanlar oldukça önemli noktalar içermesi ile 25 ana başlıkta sıralanmıştır, bunlar;

- “Okuma Alışkanlığının Kazandırılması ve Yaygınlaştırılması
- Kitabevlerinin Desteklenmesi
- Dağıtımla İlgili Sorun ve Öneriler
- Fuarlarla İlgili Öneriler
- Fiyatlandırma Önerileri
- Kurumsallaşma Sorunu
- Araştırma- Geliştirme (AR-GE) Çalışmaları
- Çocuklara Yönelik Okuma Listeleri
- Kamu Yayıncılığı
- Telif Hakları Konusundaki Hukuki Düzenlemeler

- Yayıncılık Sektörünün Girdi Sorunları
- Çocuk Yayıncılığının Sorun ve Çözümleri
- Sahafılık Sorunları ve Çözümler
- Kütüphanecilik Sorunları ve Çözüm Önerileri
- Kütüphanelerde Nitelikli Personel ve İstihdam Sorunu
- Çocuk Kütüphaneleri
- Gezici Kütüphaneler
- Büyük Kütüphanelerin Yönetim Sorunu
- Kütüphanecilik ve Yayınlar Teşkilatlanması
- Toplumun Kitap ve Kütüphaneye Olan İlişkisi
- Nadir Eserler
- Ulusal Bilgi Politikasının Eksikliği
- Web Sayfalarının Belgelenmesi
- Kütüphaneler ve Kütüphanecilikle İlgili Temel Mevzuat Eksikliği
- Türkiye’de Yürütülen Kataloglama Çalışmalarının Standardizasyonu ve Merkezleştirilmesi, şeklindedir (“Sonuç Raporu”, 2017).”

Bu raporda “Yayıncılık Sektörünün Girdi Sorunları” şeklinde başlıklandırılan bölümde yayıncılıkta uygulanan mali durum ve sorunlarla ilgili ibareler yer almaktadır. III. Milli Kültür Şurası Sonuç Raporu (2017)’unda; kâğıdın maliyeti dolayısıyla yayıncılıkta yaşanan “kâğıt krizi” nin çözümlenmesi gerektiği üzerinde özellikle durulmuştur. Yerli kâğıt üretiminin teşvik edilmesi ve eski SEKA kâğıt fabrikası gibi en azından ülke içindeki kâğıt ihtiyacını karşılayacak fabrikaların kurulması yönünde imkânların seferber edilmesi gerektiği belirtilmiştir. İkinci olarak kitap satışlarından alınan % 8 KDV ve kitap üretim aşamasındaki girdilerden alınan % 18’lik KDV arasındaki fark yayıncının KDV alacağı olarak tanımlanmış olup birikiyor olan bu alacakların gelir vergisine mahsup edilmesine dair düzenlemelerin yapılması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca yazarların ve çevirmenlerin zaten az olan telif gelirlerinden % 17 olarak kesilen stopaj, % 18 olarak kesilen KDV’nin düşürülmesi gerektiği dile getirilmiştir. Telif gelirinden KDV alınmaması ve stopaj oranının da Avrupa ülkelerinde olduğu gibi %10’a düşürülmesi gerektiği taleplere eklenmiştir (“Sonuç Raporu”, 2017).”

Benzer taleplerin üzerinde durulduğu Türkiye Yayıncılar Birliği'nin yayınladığı 23. Olağan Genel Kurulu Çalışma Raporu'nda da belirtildiği üzere (TÜRKYAYBİR, 2019a); TÜRKYAYBİR ve çeşitli meslek birliklerinin katkıları ile; 7161 Sayılı Kanun'la Katma Değer Vergisi Kanunu'nun "İstisnalar" a ilişkin 13. maddesine eklenen (n) bendi ile"; "yayınevi sertifikasına sahip yayıncılardan KDV Kanununun 13/n maddesinde öngörülen KDV istisnası kapsamında kitap ve süreli yayınları teslim alan KDV mükellefi dağıtımçı ve toptancılar, satıcılar (zincir mağazalar, kitapçılar, e-ticaret siteleri, kiosklar), envanterlerinde bulundurdukları kitap ve süreli yayınların toptan ya da perakende teslimlerinde/satışlarında kitaplar için (% 8), süreli yayınlar için (% 1) oranında KDV uygulayacaklardır" düzenlemesi yapılmıştır.

1 Şubat 2019 tarihinde yürürlüğe giren "KDV İstisnası Kanunu" olarak yankılanan bu kanuna göre; yayıncılık sertifikası verilmiş yayıncılar tarafından yapılan kitap ve süreli yayınların teslimi KDV istisnası kapsamına alınmıştır. Katma Değer Vergisi Kanunu'nda yapılan bu değişikliğe göre, 1 Şubat 2019 tarihinden itibaren yayınevi sertifikasına sahip yayıncılar stoklarında bulunan veya yeni yayımlayacakları kitapların; dağıtımcılara, satıcılara (kitapçılara), son tüketiciye (okura) ve KDV mükellefi olan diğer tüzel kişilere yaptıkları 100 TL üzeri toptan kitap teslimlerini KDV'siz olarak gerçekleştirebilecektir. Bu yayın dünyasında önemli bir değişiklik olarak kabul edilmiş ancak 7161 sayılı Kanunun 13. Maddesine eklenen (n) bendindeki olumlu gelişmeler ancak mevcut belirsizliklerinden dolayı yayıncılar, tedarikçiler ve yazarlar arasında bazı sorunların yaşanmasına ve bir takım işlerin durgunluk noktasına gelmesine sebep olmuştur. Bunun neticesinde TÜRKYAYBİR olumlu olan bu gelişmedeki, olumsuzluk yaratan belirsiz ifadelerin iyileştirilmesi ve düzeltilmesi adına Hazine ve Maliye Bakanlığı ile yeniden görüşmeler başlatmış yapılması gerekenlerin listelendiği bir talep mektubu hazırlamıştır. Bu görüşmelerin akabinde "basılı kitap ve süreli yayınların teslimini KDV'den muaf tutan düzenleme 22 Şubat 2019 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir." Yeni düzenlemeyle birlikte, kanun maddesinde yer alan alt sınır uygulaması da (100 TL) kaldırılmış ve miktarına bakılmaksızın tüm basılı kitap ve süreli yayınlardan alınan vergi kaldırılmış oldu (TÜRKYAYBİR, 2019a)."

Bu kanunun düzenlenmesine kadar Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin gelişmesinin önünde engel olarak durmuş olan vergi sorunu, pek çok ülkede yaratıcı endüstrilerin gelişmesi

yönünde iyileştirilmekte, fikri ve sınai haklar üzerindeki vergiler sıfırlanmakta veya en aza indirilmektedir. Telif gelirleri üzerindeki vergi yükünün kaldırılması, Türkiye’de ağır bir halde gelişiyor olan yaratıcı ve kültürel endüstrilerin gelişmesi, okuma oranları ve kitap satışının arttırılması yönünde kültür ekonomisinin ivme kazanmasının yolunu açacaktır, dolayısıyla güçlü bir kitap piyasasının oluşmasına ön ayak olacaktır. Yayıncılık dünyasının yaşadığı en önemli sorunlardan biri olan vergi ve KDV sorununa ek olarak fuarlarda dile getirildiği ve tatrışıldığı üzere Türk yazarlarının üye olduğu birçok meslek birliği tarafından belirtilen, Cumhurbaşkanlığına, bakanlıklara, ilgili kültür müdürlükleri ve belediyelere sunulan başka sorunlar da vardır. Kültür ekonomisi ve endüstrilerinin yaşadığı mali sorunlar birbirine bağlı olan bütün sektörleri domino etkisi ile etkilemektedir.

Şimdiye kadar etkisini net bir şekilde hissettiren % 18’lik KDV ve özellikle yazarları yani eser sahiplerini etkileyen % 17’lik vergi kesintisi kültürel ekonomik bir alan olarak edebiyat ekonomisinin gelişimini engellemekteydi. Vergi sorunu ile bağlantılı olarak işleyen kâğıdın kullanımı meselesi, satış-dağıtım ve tahsilat ile ilgili temelde güçlü mali bir dengeye sahip olması gereken tüm baskı işleri yine aynı şekilde olumsuz bir hava ile devam etmekteydi. Vergi ve stopaj ile ilgili yapılmış son düzenlemelerin en azından yayın satış faaliyetlerinin hareketlilik kazanmasına, kitap satışlarının artmasına ön ayak olmasına ve okuma oranlarına etki etmesine vesile olabilir diye düşünülmektedir. Özellikle “kâğıt krizi” olarak adlandırılan ve TÜRKYAYBİR tarafından da daha önce raporlanan sorunlar ve sorunların çözümüne yönelik talep listesinde en önemli ve hala devam ediyor olan durum bütünüyle “kâğıdın ithalatı” meselesidir. SEKA gibi bir işletmenin tekrardan başlatılması yönünde fuarlarda meslek birlikleri tarafından “seferberlik” yapılması gerektiği çağrısı, sektör için oldukça önemli olup yerli ve milli kâğıt üretiminin başlatılamaması halinde kültür ekonomisi ile ilgili birçok sektörün yaşadığı maddi kayıpları önlemek de kaçınılmaz olacaktır.

Türkiye’de bu manada yayıncılık hayatında yaşanıyor olan mali krizin gazetecilikte de yaşanmakta olduğu ve birçok gazetenin bu vb. sorunlar yüzünden özellikle de dijital teknolojilere uyum sağlama yolundaki maddi sıkıntılar yüzünden kapanmayla karşı karşıya kaldıkları belirtilmektedir. Yayıncılık ile ilgili basım ve yayın zincirinde üretime katkıda bulunan bütün girdiler (mürekkep, baskı makinası, kâğıt vb.) dövize bağlı olduğu

için, dövizin artması durumunda bu ürünlerin satın alınması kararında ciddi zorluklar çıkarmaktadır. Özellikle kâğıt satın alımında yaşanan bu durum döviz kuruna bağlı kâğıt fiyatlarının % 15-20 oranında artması ile kâğıt maliyetlerinde % 80'e varan bir sonuç doğurmuştur. Dolayısıyla en büyük dağıtım şirketleri, tedarikçi şirketler, yayım grupları vb. birçok edebi ekonomik alan geçtiğimiz yıllarda iflasını veya sözleşmelerinin feshini isteyecek kadar zor duruma düşmüştür.

Kitap ve yayıncılık sektörünün tüm olumlu ve olumsuz meselelerinin analizine kaynaklık ettiği, konuşulduğu, tartışıldığı ve karara bağlandığı yerler olarak görülen fuarlar bu meziyetini özellikle Türkiye Yayıncılar Birliği kanalı gerçekleştirmektedir. Yine buna kaynaklık ettiği ve TÜRKİYAYBİR'in dile getirdiği hali ile örneğin, Türkiye'de yaşanan "Yayıncılık Krizi" 12 Ekim 2018 tarihinde Frankfurt Kitap Fuarında Birleşik Krallık, Almanya, İtalya, Kore ve BAE yayıncı birliklerinden, Avrupa Yayıncılar Federasyonu ve Uluslararası Yayıncılar Birliğinden temsilcilerin katıldığı bir toplantı ile detaylandırılmıştır. "Mevcut sözleşmelerde, imza tarihindeki döviz kuru ile ödeme tarihindeki döviz kuru arasındaki farka orantılı olarak telif ödemelerinde indirim sağlanması, yayıncıdan yılsonunda ayrıntılı rapor beklenmesi, rapordaki bilgilere göre sonraki yılın telif ödemelerinin birlikte planlanması" gibi taleplerde bulunulmuştur. Bu talep analizi hiç şüphesiz bu fuarların yazarlar tarafından nasıl algılandığı ve nasıl kullanıldığı hakkında bize birçok fikir vermektedir. Kitap fuarları bu noktada yalnızca kitap satışlarının yapıldığı ticari bir buluşma noktası değil, yazar ve yayıncı birlikleri tarafından işlevlendirildiği üzere kitap sektörüne bağlı mesleklerin yaşadığı sorunların çözüme ve sonuca kavuşturulduğu, tanıtım, tanışma, istihdam vb. meselelerin karara bağlandığı edebi iktisadi mekânlar bütünü olarak görülmektedir.

3.1.2 Kitap Fuarlarının Okur Boyutu

Uluslararası ve ulusal camiada yayıncı birlikleri ve eğitim kuruluşlarının önemle üzerinde durduğu Türkiye'nin okuma performansı ile ilgili veriler başta uluslararası fuarlar olmak üzere birbiriyle bağlantılı olan birçok ortamda dile getirilmiştir. Gerek kitap fuarlarında, gerek tüm yazar ve yayıncı buluşmalarında okumaya ayrılan zaman kültürel, ekonomik, sosyolojik ve eğitim odaklı ilerlemenin ve gelişmenin temel dayanağı olarak görülmüş,

teknolojik ve bilimsel ilerleme veya gerilemenin arka planında yatan nedenler araştırıldığında okuma ile ilgili verilere bakılmıştır. Birçok alanın gösterdiği değişim veya gelişim performansının değişkenleri ile ilgili nedenlerin anlaşılmasında ilk olarak okuma verilerine bakılması bu alanın her sektör için önemli bir yerde olduğunu ve gelişimlerinin biraz da bu alana bağlı olarak değişebileceğini göstermektedir. Türkiye'nin okumaya ayırdığı zamanın artırılması, iyileştirilmesi ile ilgili çeşitli kuruluşlar tarafından öneriler, çalıştaylar, çeşitli kampanya ve projeler geliştirilmiş bunlar Türk kitap fuarcılığının gelişmesinde rol oynayan kitap fuarı gibi kanallar ve mekânlar aracılığı ile farklı zamanlarda dile getirilmiştir. Buradan hareketle denilebilir ki fuarlar hem okuma oranını arttırmaya yönelik projelendirmelere ev sahipliği yapmakta, hem de bu projelendirmelerden elde edilebilecek olumlu sonuçlarla çok daha fazla kalkınabilmektedir. Özetle kitap fuarları ile okuma oranları arasında net ve gözlemlenebilir paralel ilişkiler vardır demek daha açıklayıcı olabilir.

Bu manada okumaya ayrılan zaman, bunların tespiti ile ilgili kararlar ve çeşitli haritalandırmaların kültürel ve sosyolojik parametrelerinin belirlenmesinin aciliyet gerektirdiği yönündeki talimatlar, III. Milli Kültür Şûrası'nın "Yayıncılık Kararları" adı altında belirtilmiştir. Bu kararlara göre; Türkiye'de okuma alışkanlığının geliştirilmesi için projelerin artırılması, Türkiye'nin okuma ile ilgili verilerinin işlendiği tabloların yenilenmesi adına yeni çalışmaların yapılması ve elde edilen sonuçlara göre yeni yollar belirlenmesi, okuma kültürünün geliştirilmesine yönelik ülke genelinde etkinlik ve faaliyetlerin yürütülmesi, kitap fuarlarının artırılması ve ilgili kurumlar ile ortak çalışmaların yürütülmesi hedeflenmiştir ("Sonuç Raporu", 2017). Bu kararlara göre okuma oranının artırılması yolunda kitap fuarlarının etkin rol oynadığı, haliyle kitap fuarlarının artırılması hedeflerini içine alan yol haritalarının belirlenmesi etkin ve faydalı olarak görülmüştür.

Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınladığı "2019 Okuma Kültürü Haritası"ndan çıkan sonuçların incelenmesi bu noktada nasıl bir aşmada olduğumuz hakkında bizi bilgilendirecektir. Türkiye'nin 26 iline uygulanmış olan ankette en önemli noktalardan biri olarak, % 45.3 gibi bir oranla yapılan okumaların rastgele olduğu, okuma eylemi yapılmadan önce herhangi bir seçimin olmayıp "ne olursa" tarzında veya "neyle karşılaşılırsa" şeklinde sonuçlar kaydedilmiştir. Bu veri -eğitim alanında basılan kitaplar

haricinde- fuarlarda en çok tercih edilen içeriklerin her yıl değişkenlik göstermiş olduğu fuar sonuç verileri ile doğru orantılıdır. Haliyle Türkiye'nin genel okuma haritası ve genel okuma tercihleri ile kitap fuarlarında en çok satışı gerçekleştirilen içeriklerin benzer bir haritaya sahip olduğu düşünülebilir. Okuma eylemini düzenli ve seçerek yapanlar sırasıyla analiz edildiğinde elde edilen sonuçlar şu şekilde belirlenmiştir: “7-14 yaş grubundaki bireyler (% 35.4), kadınlar (% 29.1), yalnız yaşayanlar (% 32.4), eşi hayatta olmayanlar (% 30.1), bekârlar (% 29.0), aylık 5000 TL'den fazla geliri olanlar (% 41.2), evinde internet bağlantısı bulunanlar (% 26.4), yaşamının büyük kısmını kentte geçirenler (%30.5), kamu çalışanları (% 36.8).” Bunlarla birlikte yapılan ankette halkın % 90.16'sı okuma yaparken özellikle bir yayınevi tercihi yapmadığını ve % 61.5'i de okuma seçiminde önerileri dikkate aldığını dile getirmiştir. Genel haritaya bakıldığında ise Türkiye'de ortalama yılda 7.2 kitap okunuyor olup seçici ve düzenli kitap okuyanların yılda 14.5 kitap okuyarak örneklem alınan gruplar içerisinde en yüksek sayıyı kaydeden oldukları tespit edilmiştir. Bu kategoriyi ikinci olarak 7-14 yaş grubunda olanlar almış olup yılda ortalama 12 kitap okudukları tespit edilmiştir. Üçüncü sırada öğrenciler olup yılda ortalama 11.1 kitap okudukları belirlenmiştir. En çok kitap okuyanlar yüzdelerine göre; “Seçici ve düzenli okuyanlar (% 74.7), yılda ortalama 51'den fazla kitap okuyanlar (% 94.1), 7-14 yaş grubundaki bireyler (% 87.5,) kadınlar (% 60.8), bekârlar (% 68.3), aylık 5000 TL'den fazla geliri olanlar (% 67.6), kalabalık aileler (% 69.9), yaşamının büyük kısmını kentte geçirenler (% 57.7), yaşamının büyük kısmını kasabada geçirenler (% 57.5) ve öğrenciler (% 78.2) (“2019 Okuma Kültürü Haritası”, 2011: 1-12).”

Uluslararası veriler temelinde Türkiye; Finlandiya, Polonya, Estonya, Yunanistan, Lüksemburg, Almanya, Hollanda, Birleşik Krallık, İspanya, Norveç, İtalya, Sırbistan, Bulgaristan, Avusturya, Romanya, Fransa ve Macaristan içinde (% 10.0 üzeri), Birleşik Krallık ve Macaristan ile aynı yüzdellik diliminde seyretmiş ve iyi bir oranla adından söz ettirmeye başlamıştır. Bu oranlar içinde Finlandiya, Estonya ve Polonya'nın okuma oranlarının iyi olduğu ve sonraki iyi grup olarak nitelendirilen ülkelerin ise Macaristan, Almanya, Türkiye ve Birleşik Krallık olduğu tespit edilmiştir (EUROSTAT, 2020).

Bir ülkenin okuma performansı ile ilgili bir takım hesaplamalar yapılmadan önce bu konuda öncelikli olarak ülke içindeki “hane halklarının toplam harcamaları içindeki kültürel mal ve hizmetler payı” tespit edilmeye çalışılmaktadır. Bu yol kitaplara, kitaplara

benzer materyallere (gazete, dergi vb.), kırtasiye malzemelerine, elektronik kitaplara, okuma veya eğitim ile ilgili teknolojik donanıma ayrılan para miktarının toplu olarak görüldüğü bir düzlem verir. Dolayısıyla “kültürel harcamalara” dâhil olan kitapların, eğitim donanımlarının, akıllı teknolojik okuma uygulamaları veya basılı kitaplar yoluyla okuyucuların okuma vb. faaliyetlere ayırdığı toplam zamanın yorumlanmasına, okuma ile ilgili faaliyetlere hane halklarının toplamda maddi/manevi ne kadar önem verdiği ve ya harcama yaptığına dair bilgi edinmemizi sağlar.

Avrupa hakkında genel bilgi almamızı sağlayacak hane halkı toplam harcamaları içindeki kültürel mal ve hizmetlerin payı ile ilgili EUROSTAT’ın yayınladığı (2016) “*Culture Statistics*”in verileri bu noktada önem arz etmektedir. Mevcut araştırmaya göre her ülkenin elde edilen sonuçlarına etki eden faktörlerin farklı olduğu neticesi çıkarılmıştır. Dolayısıyla her ülkenin kültürel harcama oranlarının ona göre değerlendirilmesinde fayda vardır. Bunlar genel olarak; hanenin toplam geliri, kültürel fiyat seviyeleri, kültürel mekânlara erişim kolaylığının ne durumda olduğu ve kültürel olarak yerleşmiş alışkanlıklar, şeklinde sıralanmıştır. 2015 yılında Avrupa devletlerindeki hane halkı toplam harcamalar içindeki kültürel mal ve hizmetlerin payı kültürel alanlara gösterilen ilgiye göre değişkenlik göstermektedir. Elde edilen verilere göre hanelerin kültürel harcamaları içinde ortalama % 25’lik pay kitaplara ayrılmıştır. Geri kalanı gazeteler, abonelikler, kültürel donanım harcamaları, eğlence ve kültürel amaçla dışarıda gerçekleştirilen sanatsal faaliyetlerdir (sinema, konser vb.). Kitapların kültürel harcamaların toplamındaki payının oldukça iyi olduğu bu oran, kültürel faaliyetler için gerekli olan donanımlara ayrılan pay olarak elde edilmiş oran % 29’dan sonra gelmektedir (EUROSTAT, 2016: 175-191).

2016 yılında, Avrupa Birliği’ne bağlı ülkelerdeki haneler, toplam tüketim harcamalarının 90 Milyar Euro’sunu, toplamda % 1,1 olarak kitaplara, gazetelere ve kırtasiye malzemelerine harcamıştır. Bu, AB GSYH ’sının % 0,6 gibi bir oranına denk gelmekte ve AB hane halkı sakinlerinin bu harcamalara ayırdığı miktarın ortalama 200 € olarak ayrıldığını göstermektedir. Bu verilere göre bir aile her yıl tatile harcadığı ortalama miktarın iki katını kültürel malzemelere (kitap, kırtasiye, gazete vb.) harcamaktadır. Ancak her ne kadar toplam harcamalar içinde kültürel harcamalara ayrılan miktar fazla gibi görünse de bu miktar her yıl biraz daha azalmaktadır. 1995 yılında, AB'deki hane

halklarının toplam tüketim harcamalarının % 1,8'i bu kalemlere ayrılmıştır. Pay, o zamandan beri sürekli düşerek 2016'da % 1,1'e gerilemiştir. AB ülkeleri içinde yapılan hesaplamalara göre; kitap, gazete ve kırtasiye için hane halkı harcamaları payının en yüksek olarak elde edildiği Slovakya olup, en düşük Bulgaristan ve Yunanistan olarak kaydedilmiştir. 2016 yılında, Slovakya'daki hane halkları toplam harcamalarının en büyük payını % 2,1 olarak kitap, gazete ve kırtasiye malzemelerine ayırmıştır. Bunları Almanya % 1,6 ve Polonya % 1,4 oranları ile takip etmiştir. En düşük paylar ise Bulgaristan ve Yunanistan'da her ikisi de % 0,6 olacak şekilde kaydedilmiş olup sonrasında en düşük Çek Cumhuriyeti, İspanya ve Malta tümü% 0,7 olacak şekilde hesaplanmıştır (EUROSTAT 2016).

EUROSTAT (2016)'ın verilerine göre 2008 ile 2015 yılları arasında 15 AB ülkesinde yapılan 17 ile 24 yaş arasını temel alan bir ankette kitap okumak için harcanan ortalama sürenin Fransa'da günde 2 dakika, İtalya, Avusturya ve Romanya'da 5 dakika, Estonya'da 10 dakika ve üzeri olarak belirlenmiştir. Finlandiya ve Polonya'nın her ikisinde de 12 dakika, Macaristan'da 10 dakika olarak saptanmıştır. Bu verilere göre Finlandiya'da kitap okuma %'lik ankete katılanların 16,8'i için temel ihtiyaçlardan biri olarak belirlenmiştir. Polonya için bu oran % 16,4, Estonya için % 15,0, Yunanistan ve Lüksemburg'un her ikisi için % 11,9'dur. Fransa % 2, 6 olarak şaşırtıcı bir şekilde kitap okuma oranlarının en düşük saptandığı ülkeler arasında yer almıştır. Ardından Romanya'da bu oran % 6,2, Avusturya için % 7,2 ve Belçika'da % 7,9'dur. Bütün bunlarla birlikte tüm ülkelerde kadınların kitap okuma oranı erkeklere göre daha fazladır. Avrupa ülkeleri içinde Türkiye'nin okuma oranları iyi denebilecek ülkeler arasında sayılabilir. Üst limitin % 20 olarak hesaplandığı araştırmada Türkiye'nin kitap okuma oranı % 10'un üzerindedir. Bu oran Birleşik Krallık ve Hollanda'dan biraz önde, Almanya'ya yakın bir oran olup, Fransa, Romanya, Avusturya, Belçika, Sırbistan, İtalya, Norveç ve İspanya için elde edilen oranlardan yüksektir (EUROSTAT, 2016).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Harcamaya Göre GSYİH'den elde edilen verilere göre İSE; Türkiye'deki kültür harcamaları içerisinde “Hane halkının Eğlence-Kültür Harcamaları” başlığı altında “Kitap, Gazete, Sinema, CD, Eğlence ve Kültür Aktiviteleri” ne yapılan harcamalar 2014 yılında dolar kuruyla 16.50 Milyar Dolar, Türk Lirası ile 36.10 milyar şeklinde hesaplanmıştır. Bu 2015 yılında Türk Lirası ile 39,11 milyara yükselmiş olup dolar kuru ile 14,38 Milyar Dolar olarak hesaplanmıştır. Türkiye'de

kültür ürünlerine ayrılan zaman değerlendirmesi yapıldığında sosyal yaşam, dinlenme, tatil, fiziksel egzersiz, TV ve video, oyunlar gibi faaliyet alanları içinde en çok zaman % 45,7 ile TV'ye ayrılmaktadır. Çalışanlarda (kadın-erkek toplam) bu oran % 46,1 çalışmayanlarda (kadın-erkek toplam) % 45,5'tir. Zaman kullanımı verilerine göre okuma yüzdesi ise TV'ye oranla üzücü derecede düşüktür. Okuma toplamda (kadın-erkek toplam) % 3,2 olup, çalışanlarda (kadın-erkek toplam) bu oran %3,1, çalışmayanlarda (kadın-erkek toplam) % 3,2'dir (TUİK, 2015).

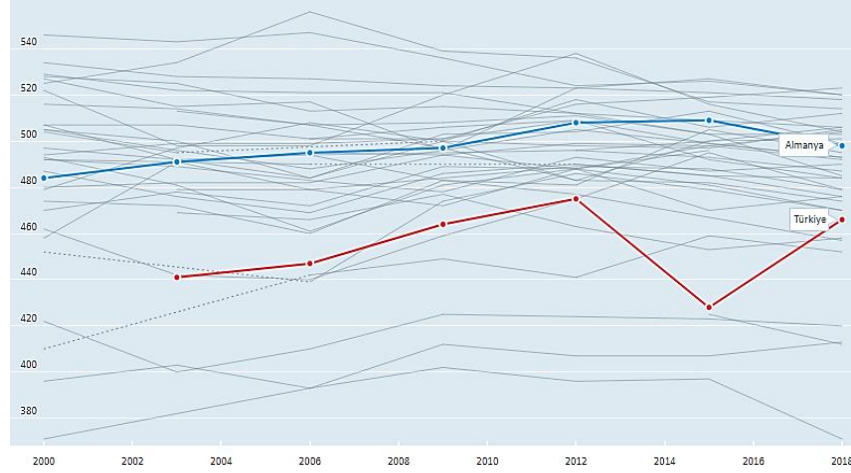
Bu doğrultuda uluslararası bilim camiasında en itibarlı istatistik kuruluşlarından biri ve ülkelerin yalnızca okuma-eğitim performanslarına odaklı çalışan Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı (PISA)'nın verileri Türkiye'nin yıllara göre farklılık gösteren okuma tablosunu görmemiz açısından faydalı olacaktır. PISA ve OECD tarafından geliştirilen ve uluslararası ölçekte uygulanan bir izleme çalışması olup her üç yılda bir uygulanmaktadır. PISA'nın temel amacı 15 yaş grubu öğrencilerin okulda edindikleri bilgi ve becerileri günlük yaşamda kullanma becerilerini değerlendirmektir. Her yıl bir alanın araştırma kapsamında ağırlıklı alan olarak belirlenmesi söz konusu olup, PISA 2018 araştırmasında okuma becerileri alanı ağırlıklı alan olarak seçilmiştir. PISA araştırmasına 2003 yılından itibaren katılmış olan Türkiye'nin PISA 2018 sonuçlarına göre; okuma becerileri değerlendirildiğinde ortaya artışın izlendiği bir tablo çıkmaktadır. PISA 2018 verilerine göre; Türkiye'nin okuma becerileri alanındaki ortalama puanı 2015 yılına göre 38 puanlık artışla 466'ya yükselmiştir. Türkiye'nin ortalama puanı (466), katılımcı ülke ve ekonomilerin okuma becerileri alanındaki ortalama puanından (453) daha yüksektir. Türkiye 2018 okuma becerileri alanında puanını en çok artıran ikinci ülke olmuştur. PISA 2015 araştırmasına 72 ülke, 2018 araştırmasına ise 79 ülke katılmış, 2015 araştırmasında okuma becerilerinde 50. sırada yer alan Türkiye, 2018 araştırmasında 40. sıraya yükselmiştir ("PISA 2018 Türkiye Ön Raporu", 2019: 10-16).

Yine araştırmaya katılan ülkelerin okuma becerileri alanı ortalama puanları ile bu puanların öğrencilerin sosyoekonomik düzeyleriyle açıklanma oranları da araştırılmıştır. OECD ülkelerinde öğrencilerin sosyoekonomik düzeylerinin okuma becerileri puanlarını açıklama oranı ortalaması % 12 iken Türkiye'de bu oran %11,4 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, Türkiye'de OECD ülkelerine kıyasla öğrencilerin sosyoekonomik düzeylerinin okuma becerileri üzerinde daha az etkili olduğunu, bir diğer deyişle Türkiye'de okuma

becerileri alanında eğitimde eşitliğin OECD ortalamasının üzerinde olduğunu göstermektedir. Ancak Türkiye, okuma becerileri alanında okullar arasındaki farkın en yüksek olduğu 10 ülkeden biridir. Okul içi performans farkları açısından ise OECD ortalaması altında yer almaktadır. Okumaya etki eden durumlardan biri olarak çevrimiçi ortamlarda geçirilen vakit araştırmaya konu olan diğer detaylardandır. PISA 2018 uygulamasında 2012 ve 2018 yılları arasında öğrencilerin çevrimiçi ortamlarda geçirdikleri zaman 1 saatten fazla bir sürede artmıştır. Günümüzde öğrenciler, hafta içi ortalama 3 saat, hafta sonu ise ortalama 3,5 saat çevrimiçi ortamlarda zaman geçirmektedir. Diğer taraftan bu da öğrencilerin boş vakitlerinde kitap, dergi ve gazete okuma sıklıklarının önemli ölçüde azaltmıştır. Türkiye'nin PISA'dan elde edilen 2003-2018 arasındaki okuma performansı verilerine göre; 2003'te 441 puan, 2006'da 447 puan, 2009'da 464 puan, 2012'de 475, 2015'te 428, 2018'te 466 puan elde etmiştir. Türkiye'nin 2003'ten beri PISA araştırmasına katıldığı bu tabloda şimdiye kadar en yüksek okuma performansı oranı 2012 yılında kaydedilmiştir. 2015 ile 2018 arasındaki fark olarak 428'den 466'ya yükseliş kaydedilmesi de ayrıca önemli bir detaydır ("PISA 2018 Türkiye Ön Raporu", 2019: 11-55).

Eğitim kalitesi, okuma salonları, kitap fuarı programlarının artırılması ve okumayla ilgili seferberlik çalışmalarının başlatılması, etkinliklerin düzenlenmesi, eğitimcilerin eğitimi vb. çalışmalar Türkiye'de okumanın önemini kamuoyuna anlatılmasında önemli rol üstlenmektedir. Ancak bu çalışmaların kişilerin bireysel iradeleri ile okuma eylemine yönlendirilmesinde etken olup olmadığı elbette tartışmalıdır. Elde edilen istatistik verilerin özellikle Türkiye için ciddi manada değişkenliğin gözlemlendiği bir grafik oluşturması ayrıca üzerinde durulması gereken bir konudur. 2012'de Türkiye'nin okuma performansında şimdiye kadar elde ettiği en yüksek puan (475) elde edilmiştir. Sonrasında 2015'te yani üç yıl içinde ciddi bir düşüş (428) gözlemlenmiş daha sonra tekrar yine ciddi bir yükselişe (466) geçilmiştir. Bu kadar sert yükseliş ve düşüşlerin seyredildiği bu grafikte bu sürece etki eden çok farklı parametrelerin olduğu kesindir. Almanya'da Türkiye'den farklı olarak sert düşüş ve yükselişin olduğu bir desen karşımıza çıkmamaktadır. Kademeli olarak ilerlemenin seyredildiği gözlemlenmiştir. Okuma oranları ile ilgili parametrelerin yorumlanmasına tarihsel bir dönütle bakmamıza yardımcı olacak Özdemir'in (2011a, 2015) "sadık okuyucu kitlesi" kavramı bu minvalde üzerinde durulması gereken bir kavramdır.

Türkiye'nin okuma durumunu daha net görmemiz açısından Almanya ile karşılaştırmalı olarak incelediğimizde Türkiye'nin okuma performansının Almanya'nın oldukça gerisinde olduğunu gözlemledik.



Şekil 3: 2000'den 2018' e Türkiye-Almanya Okuma Oranları. (OECD, 2020)

OECD (2020) verilerine göre; Almanya PISA okuma performansını ölçme uygulamalarına 2000 yılında katılmış olup bu yılda kaydettiği puan 484'dür. Yüksek bir puan ile ülkeler arasına giriş yapan Almanya'nın 2003 puanı 491 olarak kaydedilmiştir. 2006'da 495, 2009'da 497, 2012'de 508, 2015'te 509, puan ve 2018'de kademeli olarak yükseliş kaydedilmesinin aksine ilk kez düşüş yaşayarak 498 puana çekilmiştir (OECD, 2020). Bu verilere göre Türkiye'nin okuma performansı ilerlemektedir ancak genel tabloya göre geriden seyretmektedir. Bu noktada her sektör, bilim dalı ve kamu kuruluşu tarafından ayrı ayrı beklentilere göre değerlendirilen ülkelerin okumaya ayırdıkları zaman, eğitim kaliteleri ve kültürel faaliyetlere yaptıkları harcamalar hakkında da elde edilen bu sonuçlara bilinen veya bilinmeyen birçok faktör etki etmektedir.

Frankfurter Buchmesse'ye bağlı "*Business Club*" profesyonellerinin yaptığı bir çalışma olan "*The Business of Book 2019*"un "*Alman Yayıncılar ve Kitapçılar Birliği*"nin 2018'de yaptığı bir çalışmadan aktardığına göre; Almanya 2013'ten 2017'ye 6.3 milyon okuyucu "*tüketici*" kaybetmiştir. Bir yıl sonra yaptığı bir çalışmada ifade ettiğine göre ise bu kaybettiği tüketicilerin 300.000'ini kazanmıştır. Ancak her ne kadar bu nefes yeniden alınmaya başlamışsa da bu sektörün baskı altında olduğuna dair öne sürülen fikri görmemezlikten gelmek doğru olmayacaktır. "*The Business of Books 2019*" un

ifadelerine göre; uzun vadeli bir değerlendirme yapıldığında elbette Almanya bugün birçok ülkenin önünde olan bir paya sahiptir. Ancak Almanya'nın her yıl binlerce kişiyi fuarlarıyla ülkesine çeken iş gücü ve dünyadaki nüfus artışları değerlendirildiğinde, çok az bir büyümenin olduğu ve çok göze batmayan sinsi, sürekli bir düşüşün hissedildiği sonucu çıkarılabilir. Bu aşamada İngiltere'nin dil avantajı düşünüldüğünde ise önümüzdeki yıllarda tüm ülkelerin önüne geçebileceği bir kitap piyasası potansiyelini oluşturacağı, Fransa ve Almanya gibi kitapçılık ve fuarcılıkta güçlü bir geçmişe sahip olan ülkelerin ise kendi ulusal piyasalarıyla yetinmek zorunda kalacağına dair tahminlere de değinmekte fayda vardır (Frankfurter Buchmesse, 2019b). Bir ülkenin okur grafiğinin “dil avantajı” ile bağlantılı bir harita oluşturabileceği etmeninin yanında, küresel olarak yaşanan okuma alışkanlıklarının değişmesi durumunun da yaşandığı akılda tutulmalıdır. Bu durum korsan, taklit, kopyalama vb. eylemlerle kaydı tutulamayan bir okur kitlesi yaratmış ve genel çıkarımın “okurun azaldığı” yönünde olmasına sebep olmuş olabilir.

Okurun azaldığı veya tekrar kazanıldığı, Türkiye’de olduğu gibi okuma oranlarında sürekli değişen grafiklerin kaydedilmesi gibi meselelere farklı bir bakış açısı getiren IPA (Uluslararası Yayıncılar Birliği) Başkanı Hugo Setzer (2019)’e göre; herhangi bir ülkenin eğitim kalitesi veya okuma performansı tek bir etmene bağlı (öğretmen, kitap seçimi vb. tek etmen) olarak düşünülmemelidir. PISA sonuçlarına göre özellikle Almanya, Finlandiya, Singapur, Estonya ve Çin’in bazı bölgelerinin eğitimde önde olmalarının sebebi bu ülkelerde gözlemlenen ortak bazı sebeplere bağlıdır: Bu ülkelerde yayıncılar ile devlet çok sıkı bir uzlaşma, iletişim ve işbirliği içindedir. Yayıncıların stratejik planları, fuar-tanıtım vb. eylemleri-yatırımları, talepleri ve tespitleri devlet için oldukça önemlidir. Bu, ülkelerin başarıdaki ortak paydası olarak görülmelidir, ikinci önemli etmen öğretmenin eğitimidir. Öğretmenin ‘seçim’ yapabilme kapasitesidir.

Öğretmenin hangi kaynakların öğrenci için daha iyi olacağına doğru karar vermesi, göçmen, ailesi parçalanmış vb. özel durumları yaşayan ve öğrenme güçlüğü çeken öğrenciler için hangi kitabın daha faydalı olacağı yönündeki görüşleri ve uygulamaları okuma oranlarına ciddi derecede etki eden temel etmenlerdir. Ayrıca eğitimde yerele ait olan her zaman avantajlı olmaktadır, yerel hikâyelerin olmadığı bir müfredata maruz kalan öğrenci sınıfa gelmek istemeyecektir. Yerel seçimlerin ve çözümlerin yapıldığı eğitim uygulamaları her zaman daha hızlı sonuç vermektedir. Diğer ve yine en önemli

noktalardan biri de müfredatın kolaylıkla sınıfa geçebilmesini sağlayan öğretmen ve yayıncı işbirliğidir. Öğretmenin talepleri, isteklerini belirtmesi de yayıncı için kaçırılmayacak bir detay olarak görülmelidir. Öğretmen, yayıncı ve devletin işbirliğinin sürekli ve sağlam olması bu başarıyı beraberinde getirecektir. Buradan hareketle denilebilir ki hiçbir sektörün tek başına başarısı söz konusu olmadığı gibi, bir ülkenin okuma performansı da tek başına diğer alan ve sektörlerden bağımsız olarak iyileştirilebilecek bir mesele değildir. Yayıncılık dünyası, eğitim odaklı kuruluşlar, fuarlar, kitap tanıtımı ve etkinliklerini düzenleyen bilirkişilerin tümü birbirlerini etkilemekte, birbirleriyle doğrudan veya dolaylı ilişkileri iletişimle okuma performans oranlarına etki etmektedir. Bu aşamada okuma performansı ile ilgili yeni araştırma metotlarının ve ölçek tekniklerinin geliştirilmesi, farklı sektörlerle ait farklı parametrelerin etki faktörleri göz önünde bulundurularak araştırma ve projelerin arttırılması gerekmektedir.

Yine okumada seçimi veya devamlılığı ekileyen önemli bir faktör olarak bugün edebi eserlerde, seçkinliğin yanında, sürükleyicilik ve eğlendiricilik de aranmaya başlanmıştır. Geçmişteki okuyucuların endişe ve beklentilerinden farklı beklentilere sahip olan şimdiki okuyuculara göre ‘hız’ edebiyatta da olması gereken bir şey haline gelmiştir. Teknoloji çağının ana etmenlerinden biri olarak ‘hız’ faktörü her şeyin çabucak tüketilmesine, aynı anda birçok şeyden haberdar olma, yaşama, okuma vb. faaliyetlerin yerleşmesine sebep olmuştur. Dolaysıyla ‘zaplama’ olgusu, edebiyatı da etkilemiş ve “sabırsızlık, daha iyisini bulma ihtimal duygusunun belirlediği bir tutarsızlık, yer ve zaman atlamaları” hem okuyucu da gözlemlenmiş hem de edebiyatın kendi bünyesindeki “edebi kurguda –son dönem tarihi romanlarında- temel ilke” haline gelmiştir. Bu noktada Gürsel Ayaç, edebi eserin yerini, “yazınsal metnin” (yazın, yazılı olan her şey/literae) aldığını ve edebiyat biliminin de bu noktada interdisipliner (alanlar arası) bir niteliğe büründüğünü, bundan sonraki aşamanın ise iletişim ve medya olduğunu dile getirmiştir (Ayaç, 2002; aktaran Özdemir, 2015: 19). Haliyle okuma oranlarının araştırılıp genel istatistiki verilerin ortaya konması artık yetmemektedir. Her yıl fuarlara katılan ziyaretçi sayısı, ziyaretçilerin genel olarak eğilim gösterdiği türleri tercih etmesindeki sosyolojik-psikolojik-teknolojik etmenlerin araştırılması, hane halkı içindeki kültürel harcama oranlarının ülkelere göre neden değişkenlik gösterdiği veya bunların yerele ne şekilde uygulanabileceği, okuma performansının arttırılmasında okulların yayıncı birlikleri ve yazarlarla işbirliği

geliştirme yollarının neler olabileceği gibi birçok etmenin tartışılıp analiz edilip sonuca bağlanması gerekmektedir.

3.1.3 Kitap Fuarlarının Eğitim Boyutu

Türkiye’de düzenlenen kitap fuarları yüzlerce sektör ve kuruluşa özellikle okullar, enstitüler, dil okulları, kurslar ve üniversitelere hitap etmektedir. Kitap fuarlarının düzenlendiği tarih aralıklarını çoğu zaman eğitim kurumlarının yıllık okul gezisi planlarına dâhil etmesi, öğretmenlerin kitap fuarlarının olacağı zamanları öğrencilerine bildirmesi, çeşitli yayın kuruluşlarının çocuklara özel indirimler veya çocuk kitaplarına özel indirimler uygulaması gibi durumlar kitap fuarlarının eğitim dünyası ile olan bağının yalnızca birkaç ayrıntısıdır. Yine fuarlarda bazı yazarların özellikle çocuklar için etkinlikler düzenleyip çocukların kitaplara olan ilgisini arttırmaya yönelik katkılarda bulunmak istemesi ve gençlik kitapları ve eğitim-öğretim ile ilgili kitap kategorilerinde güçlü rekabet olduğundan hareketle, özellikle sınavlara hazırlık kitaplarında indirim, hediye, video vb. uygulamaların takip edildiği stratejilerin uygulanması, kitap fuarlarında eğitim sektörüne hitap eden ve dolaylı olarak satışı arttırmaya yönelik olan eylemlerdir.

Her yıl eğitim-öğretim dünyasında kitap fuarlarına olan ilginin değişkenlik gösterdiği ancak genelde giderek arttığı bir tablo izlenmektedir. Buna etki eden birçok faktör bulunması ile beraber asıl etken çocuklar ve gençler tarafından artık elektronik cihazların ve eğitim-öğretim ile ilgili dijital uygulamaların kullanımının artması ve sonuç olarak da çocukların ve gençlerin kitap fuarlarının düzenleneceği tarih aralıklarından kolaylıkla haberdar olmalarıdır. Bu aşamada TÜYAP’ın verilerine göre kitap fuarını okulları ile birlikte ziyaret edenlerin sayısı her yıl iyiye gitmekle beraber örneğin, 38. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı’nı okullarıyla birlikte ziyaret eden öğrenci sayısı % 20 gibi yüksek bir oranla artmış ve 221.293’e ulaşmıştır (“2019 Yılı Uluslararası...”, 2020).

Kitap fuarlarında eğitim odaklı meselelerin çeşitli hukuki, sosyal ve siyasi kuruluşlar tarafından tartışılması ve mevcut sorunların çözüme kavuşturulmasının talep edildiği, birçok çalışma deseni oluşturulur. Bu, kitap fuarlarının yalnızca ekonomik gayeler güden bir kuruluş olarak şekillenmediğini dahası birçok amaç ve endişenin konuşulmasına,

tartışılmasına ve iyileştirilmesine ev sahipliği yaptığını da göstermektedir. Kitap fuarları edebi-ekonomik etkinlikler dizgesi olarak eğitim ve öğretim ile ilgili birçok panel ve açık oturumun gerçekleştirilip, okuma ve eğitim arasındaki ilişkilere köprü olma görevini üstlenmiştir. Aynı zamanda kitap fuarları, Türkiye’de mevcut okuma-yazma ile ilgili sorunların tanıtılması, bunlar hakkındaki gelişmelerin yayıncılar, meslek birlikleri, bakanlıklar, sivil toplum kuruluşları ve eğitim kurumlarına iletilmesinde de aracı olmuştur.

Bu noktada kitap fuarlarında en çok dile getirilen eğitim odaklı meselelerden biri olması hali ile yayıncılık sektörünün eğitim ve öğretim kitapları kategorisinde bulunan çocuk kitapları ile ilgili meseleler, çocukların kitaplar ile eğitimi ve bunun prosedürleri konusunda, hem kamuoyunun çeşitli kuruluşları, iletişim kanalları, sosyal medya hesapları vb. platformlarında, hem de Türk yazar ve yayıncılarının üye olduğu meslek birliklerinde sıklıkla dile getirilen detayları içermektedir. Bunlardan en önemlisi ve komisyon raporlarında en çok altı çizilen bir unsur olarak “Çocuk Yayınlarına Pedagog Denetimi” ile ilgili yapılan tartışmalardır.

“Çocuk Yayınlarına Pedagog Denetimi”; 117 sayılı “Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu” kapsamında geliştirilmiş bir uygulamadır. Bu uygulamaya göre yazarlar tarafından üretilen çocuk kitapları çocukların psikolojik ve sosyal gelişimine zarar verecek öğeler içermemeli, çocuğun eğitimi ve öğretimi aşamasında kazandığı değerlere zarar verecek unsurlar barındırmamalıdır. İlk olarak 1986 yılında yürürlüğe giren, 1988 yılında tekrar gözden geçirilmiş, 2004’te değişen veya iptal edilen maddeleri ile son olarak 19 Şubat 2014’te tekrardan düzenlemeler yapılarak kabul edilmiştir. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’nın çalışma kapsamında olan bu kanuna göre yazarlara ve yayıncılara yüklenen bu yaptırımlar meslek birlikleri tarafından “yazarı sürekli olarak yazdıklarının edebi nitelikte yazılar olduğuna dair ispata zorladığı” şeklinde nitelendirilmektedir. Yayıncı meslek birliklerine göre iş bu kanunun “edebi üretkenliği öldürdüğü, tepeden kontrol edilme psikolojisine sebep olduğu” düşünülmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı ile yapılan görüşmelerde kanunda düzeltilmesinin gerekli olduğu detaylar bildirilmiş ve bunlar kitap fuarlarında bir araya gelen yayıncı birliklerinin oluşturduğu çalıştaylarda sık sık dile getirilmiştir (“Küçükleri Muzır Neşriyattan...”, 2018).

Buna ek olarak yine fuarlarda okul müfredatına dâhil olan kitaplara çocukların, okulların ve velilerin istemesi durumunda ek kaynakların alınmasına engel teşkil edecek durumların kaldırılması yönündeki istekler bildirilmekte ve tartışılmaktadır. Milli eğitimin verdiği kitaplara ek olarak, diğer yayıncılar tarafından basılmış olan eğitim temelli yayınların okullar tarafından satın alınmasının önündeki yasak kaldırılmalıdır, doğrultusundaki istek, çeşitli meslek birlikleri tarafından diğer yayınların itibarsızlaştırıldığı, bu yasağın Milli Eğitimin bünyesine aykırı bir karar olduğu, ayrıca bahsi geçen yönetmeliğin anayasaya aykırı olduğu, şeklinde nitelendirilmeler yapılmıştır (TÜRKYAYBİR, 2019a). Kitap fuarları ve kitapçılardaki satışa etki eden bu durum yazar ve yayıncı birlikleri tarafından üzerine iyileştirmelerin yapılması gereken bir konu olarak durmaktadır.

Yayıncı meslek birliklerinin fuarlarda önemle üzerinde durduğu ve kitap fuarlarının aracı olarak kamuoyu bilgilendirmelerinin yapılmasına yardımcı olacak mekânları oluşturduğu konulardan biri de Milli Kültür Şûrası'nın bu noktada aldığı ve yürürlüğe koymayı hedeflediği kararlardır. Mili kültür Şûrası'nın komisyonlarından biri olarak başkanlığını Beşir Ayvazoğlu'nun yaptığı toplam dokuz üyeden oluşan "Dil ve Edebiyat Komisyon Raporu" na göre edebiyat alanının gerek sanat gerek bir disiplin olarak yaşadığı bir takım sorunlar 32 ana genişletilebilir ve tartışılabilir başlık halinde sunulmuştur.

Rapora göre; "ilk ve orta öğretimde edebiyatımızın seçkin metinleri", "ortaokul ve lise seviyelerinde, Türk edebiyatının temel eserleri" nde izlenecek yollar ve üniversite giriş sınavında edebiyat bilgilerinin nasıl uygulanması gerektiği ile ilgili öneriler yer almaktadır. Komisyonun oluşturduğu sonuç raporuna göre; "Kültür ve Turizm Bakanlığı bütün masallarımızı külliyat halinde yayınlamalı, Türkçe'nin tam kapsamlı bir etimoloji sözlüğü basılmalıdır. Edebiyat dergileri daha güçlü bir şekilde desteklenmeli, bunun için yeni kıstaslar geliştirilmelidir. Halk kültürü ve edebiyatı derleme çalışmaları hızlandırılarak sürdürülmeli ve kapsamlı bir Türk Halk Kültürü Ansiklopedisi hazırlanmalıdır. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi'ni düzenlemeye devam edilmeli, son iki kongrenin metinleri kitap olarak basılmalıdır. Kamu kurum ve kuruluşlarında dil uzmanları istihdam edilmelidir." şeklindeki ibareler yayıncılık ve eğitim politikaları arasındaki bağlantıları güçlendirmek, Türk edebiyatı ve kültürünü

uluslararası platformlara ekonomik destek politikaları ile taşımak adına oldukça önemli tespitler içermektedir (“Sonuç Raporu”, 2017: 1-15).

Türkiye'nin 24 ülke arasından sekizinci sıraya yerleştiği, eğitim alanında basılan elektronik ve basılı yayıncılığın önemli bir etken olarak belirlendiği araştırmalara göre; Türkiye yayıncılık endüstrisinden elde ettiği gelir ile oldukça iyi bir yerdedir. Türkiye'nin yayıncılık faaliyetlerinde gerçekleştirdiği ticaret paylaşım oranı % 49.5'e karşılık gelmektedir. 2018'de en çok kopya satan ülkeler sırasıyla ABD 2,597 milyon, İngiltere 652 milyon, Fransa 419 milyon ve Türkiye 400 milyon olup Türkiye'de satılan kopyaların yarısından fazlasını % 53.8 gibi bir oranla eğitim sektörüne ilişkin basılan kopyalar oluşturmuştur. Bu oran Türkiye için eğitim sektörü kategorisindeki başlıklardaki kopya sayısı olarak 215 milyon adet olarak hesaplanmış olup Brezilya 186 milyon, İngiltere 144 milyon ve ABD için 114 milyon olarak kaydedilmiştir. Örneğin ABD'de satılan kopyaların büyük çoğunluğunu eğitim alanında üretilen başlıklara ait materyaller değil, ticaret sektörü ile ilgili (2.483 milyon) başlıkların olduğu materyaller oluşturmuştur. Ardından Japonya (571 milyon) ve Birleşik Krallık (508 milyon) gelmektedir. Başlık sayılarının satış oranları değerlendirildiğinde ülkelerin eğilim gösterdiği, yükselmeyi arzu ettiği iyi olduğu veya mücadele verdiği konuların içeriği hakkında birçok sonuca varılabilir. Türkiye'de en çok eğitim sektörü ile ilgili materyallerin olduğu başlıkların edebi ekonomik performans gösteriyor olması, üzerine her açıdan düşünülmesi gereken detayları içerir. En çok kitap yayınlayıp bunları ulusal depolarında saklayan ülkeler ise sırasıyla Birleşik Krallık (210.628), ardından Rusya Federasyonu (116.915), Kore Cumhuriyeti (90.620), Fransa (82.313), Türkiye (71.074), İspanya (67.884) ve İtalya (60.058)'dir. Ancak bu sıralama yapılırken oldukça çok çeşitli kitap pazarlarına sahip ABD, Çin, Japonya ve Almanya gibi ülkeler hesaplamalara dâhil edilmemiştir (WIPO ve IPA, 2018: 19)

Kitap fuarlarının eğitim ve öğretim dünyasına ilişkin sıklıkla dile getirilmesine ve üzerine toplantılar yapıp tartışılmasına aracı olduğu bu konuların yanı sıra fonksiyonel ve uygulamalı olarak eğitime katkıda bulunduğu başka noktalar da vardır. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı çalışmaları bünyesinde işleyen ve ilgili bilgilendirmelerin, etkinliklerin, katılımlı konuşmaların ve davetlerin yapıldığı bir proje olarak “Tüyap Akademi” bunlardan biridir. Uluslararası İstanbul Kitap Fuarına bağlı olarak çalışan bu

okulda; fuarcılık, fuarcılığın gelişimi, yarattığı ekonomik ve sosyal katma değerleri ve çağın en önemli ekonomik yapı taşlarından biri olarak tanıtılan “dijital pazarlama ve satış kampanyası tasarımına ilişkin eğitimler” verilmektedir. Fuar katılımcısı olan firmaların eğitiminin hedef alındığı bu okulda özellikle “firmaların yönetim, pazarlama, satış, iletişim, organizasyon ve etkinlik yönetimi bölümlerinde çalışan profesyonellerin eğitimleri” hedeflenmektedir. “Fuar katılımcısı olan firmaların katılımcı firma stantlarına yönelik etkin, fonksiyonel ve pratik çözümlerin özendirilmesi hususunda, etkinlik ve fuar standı tasarımı ve uygulaması yapan firmaların çalışanlarının eğitimi” gibi konuların öğretilmesi söz konusudur. Kurumsal iletişimin nasıl sağlanması gerektiği ile ilgili eğitimler, yeni medya teknolojileri, küçük ve orta büyüklükte işletmelere (KOBİ) yönelik eğitimler, profesyonellere yönelik eğitimler verilen diğer eğitimlerdir (TÜYAP Akademi, 2020).

TÜYAP’a bağlı olarak çalışan bu kuruluşların yanında yine fuarda ücretsiz/ücretli dil dersleri veren ulusal/uluslararası kuruluşların yaptığı tanıtım ve reklam çalışmaları, kampanyalar, kurslar vb. düzenlenmektedir. Eğitim ekonomisi mantığı ile işlerlik kazanan dil sektörünün çalışmalarını tanıtmak için fuarları seçmesi, fuarların görmezden gelinemeyecek insan kapasitesine sahip olması ve eğitim-öğretim ile ilgili sektörel çalışma, reklam ve tanıtımlara ortam, imkân ve destek sağlaması dolayısıyladır. Ulusal ve uluslararası bu dil eğitimi kuruluşları, burada öğrenciler tarafından stantları ziyaret edilerek tanınmakta ve karşılıklı faydanın sağlandığı ortamlar ve anlaşmalar oluşmaktadır. Edebiyat, kendisinin aracı olduğu kültürel ve ekonomik bir ortam yaratmakta, eğitim, sanat, ekonomi gibi dallar arası iletişimin sağlandığı edebi ekonomik platformları doğurmaktadır.

Yine eğitim-öğretim kapsamında devlet destekli, özel teşebbüsle oluşturulmuş veya gönüllü olan ulusal/uluslararası çapta okuma-yazma çalışmaları ile ilgili proje tanıtımları, okuma yazma eğitimi ile ilgili yayıncıları ve yazarları teşvik çalışmaları, destek arayışları ve okuma yazmanın arttırılmasına yönelik geliştirilen yeni anlaşmalar ve işbirliklerinin oluşturulduğu alanlar olarak kitap fuarları seçilmektedir. Çeşitli ülkelerin ortak işbirlikleri ile yürüttüğü proje tanıtımları ve bu projeler kapsamındaki okuma etkinlikleri özellikle çocukların eğitimi ve okuma alışkanlıklarının geliştirilmesi açısından oldukça önemli kabul edilmektedir. Örneğin ilk okuma kitaplarının neler olacağı ile ilgili Okuma

Kültürünü Yaygınlaştırma Platformu'nun (OKUYAY) yaptığı çalışmalar bu minvalde en dikkate değer çalışmalardan biri olarak kabul edilebilir. OKUYAY platformunun yaptığı çalışma “okuma kültürünü yaygınlaştırma” amaçlı olarak Türk Kütüphanecileri Derneği (TKD), Anne Çocuk Eğitim Vakfı (AÇEV), Kadıköy Belediyesi ve Kingston Üniversitesi ortaklığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu platform temelde Türkiye'nin dört bölgesindeki çocuklarla birlikte ebeveynleri, kamu kuruluşları, öğretmenleri, kütüphaneleri, sivil toplumu ve yayıncıları da çembere dâhil edip hepsi ile ortak bir çalışma yapmayı hedeflemektedir. Özellikle kitap fuarlarında fuarı ziyaret edenlere/katılımcılara daha kolay ulaşılabilmesi dolayısıyla; ilk okuma kitaplarının neler olması gerektiği konusunda bilgilendirme, okuma alışkanlığının kazandırılması hususunda neler yapılması gerektiğine dair eğitimler, kitap seçiminde nelere dikkat edilmesi gerektiği gibi aydınlatma metinleri, broşürleri, eğitimleri ve platform tanıtımları yapılmaktadır (OKUYAY, 2020).

Kitap fuarlarının okullar, öğrenciler, üniversiteler, enstitüler, dil kuruluşları, kurslar ve gönüllü eğitim kuruluşları, proje yürütücüleri, eğitim uzmanları vd. tarafından ziyaret edilmesi, eğitim ve öğretim ile ilgili mevcut sorun ve eksikliklerin giderilmesi, ilgili kuruluş ve kamuoyuna bilgilendirmelerin yapılması aşamasında tercih edilmesi, üzerine çok daha detaylı eğinilmesi gereken bir konudur. Temelinde yayıncılık sektörünün yer aldığı, çeşitli alanlardan birçok kuruluşu bir araya getirebilecek potansiyeldeki kitap fuarlarının, sosyolojik yapısı yalnızca yarattığı sektörel ve edebi ekonomik açıdan ilgilenilmesi gereken bir araştırma evrenini barındırmamaktadır diye düşünüyoruz. Psikolojik, halkbilimsel, sosyolojik, ekonomik ve hukuki anlamda birçok neden ve detayı barındıran bir ortam olarak edebiyatın birleştiriciliği kapsamında bu durumun ayrıca konuşulması gereken birçok tartışma konusu içerdiğini belirtmekte fayda vardır.

3.2 KİTAP FUARLARININ KÜLTÜREL EKONOMİK BOYUTU

3.2.1 Yayıncılık Sektörü

Kitap fuarları için üretilen kitaplarla birlikte Yayıncı Meslek Birlikleri Federasyonu' nun yaptığı araştırmaya göre 2019 Temmuz ayında kaydedilen kitap basım sayısı da dâhil olmak üzere en son elde edilen 2019 Eylül ayı kitap basım verileri şimdiye kadar

Türkiye’de kaydedilmiş en yüksek sayıya ulaşmış rakam olarak belirlenmiş ve tarihi rekor olarak kayıtlara geçmiştir. 2019 Eylül ayında Türkiye geneli yayıncıların toplam bandrol talebi 56.458.626’ dır. 2018 Eylül ayında bandrol adedi ise 53.063.735 olup kitap üretimi 2018 yılından 2019’a %6,4 oranında bir büyüme gerçekleştirmiştir (Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu [YAYFED], 2019a).

Kategorilerine göre incelendiğinde YAYFED’in (2019a) elde ettiği verilere göre; eğitim alanında basılan kitaplar pastadan her yıl özellikle Haziran-Ekim aylarında en yüksek payı almaktadır. Dolayısıyla bu aylar arasında bandrol talebi de oldukça yüksektir. Ancak önceki yıllardan farklı olarak 2019 yılında ulaşılan rekor rakama rağmen eğitim kategorisinde bandrol taleplerinde iki milyon adet azalma olmuştur. 2018 Eylül ayında eğitim kategorisinde yer alan kitap sayısı pastadan %74,4 pay alırken 2019 Eylül ayında bu oran %66,1 olarak gerçekleşmiştir. Bandrol talebinde Eğitim kategorisi haricinde değerlendirmeye giren diğer kategoriler “Yetişkin (Araştırma-İnceleme)” kategorisi, “Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)”, “Çocuk-Gençlik”, “Eğitim”, “Akademik”, “İnanç” ve “İthal” kitap kategorileridir. Ay tabanlı yapılan değerlendirmelerin yanında bir yılda üretilen toplam kitap sayısı da azımsanmayacak bir tablo çizer. 2019 yılının ilk dokuz ayda üretilen kitap sayısı 318.849.700’dür. 2018 yılının aynı dönemindeki kitap üretimi ise 316.261.235 adet olarak hesaplanmıştır. Bu 2018’den 2019’a yaklaşık %1 oranında bir büyümeye karşılık gelir. Bu oranlar içinde “Akademik” sınıfa giren kitap üretim oranlarında ise 2018’den 2019’a çok az bir artış kaydedilmiştir. 2018 Ocak ile Eylül ayları arasında üretilen toplam akademik kitap sayısı 3.290.765 olup 2019 Ocak ile Eylül ayları arasında üretilen toplam akademik kitap sayısı 3.508.967’dir (YAYFED, 2019a).

Bu noktada daha önceki yıllarda basılan kitap sayılarını görmek 2019’u daha iyi analiz etmemiz ve sonraki yıllar tahminlerimizi geliştirmemiz açısından faydalı olacaktır. 2011 yılından başlayarak bu analizi yaptığımızda 2011 toplam kitap üretimi 217.800.000’ dir. 2012 yılında bu rakam artarak 227.000.000’a ulaşmıştır. 2013 yılında 240.300.000, 2014’de 262.400.000, 2015 yılında 280.300.000, 2016’da 310.400.000, 2017’de 315.800.000, 2018’de 316.200.000’ e ulaşmış olup son dokuz yıl ile birlikte önceki yıllar da dâhil olmak üzere şimdiye kadarki en yüksek rakam 2019’da 318.800.000 olarak hesaplanmıştır. Görüldüğü üzere kademeli olarak gerçekleşen bu artış yaratıcı sektörlerin devlerinden biri olarak kitap sektörünün ekonomisi hakkında bize birçok fikir

vermektedir. Her ne kadar dijital çağın başlaması ile birlikte kitap üretimi ile ilgili dünyada bir azalma gerçekleşeceği yönünde fikirler olsa da bunun böyle olmadığı zaman içinde çok daha net bir şekilde görülmeye başlanacaktır. Bilginin; artan fuarlar, diğer ekonomik pazarlama alanları, dijital ortamlar kanalı ile yayılmasına etki eden “hız faktörü” paralel bir şekilde kitap üretiminde de bir artışa ortam hazırlayacak dolayısıyla kültürel üretim kanalları olan fuarların, dijital satış mağazalarının vb. çok daha etkin rol üstlenmesine vesile olacaktır. Bu çıktıları gösteren araştırmalarda da belirtildiği üzere; son üç yıl içinde kitap üretimi 400 Milyon bandında (423.602.825) seyretmiştir ve ilerleyen yıllarda bu sayının daha da artarak 500 Milyona ulaşabileceği ve bunun da kültür ekonomilerinde önemli bir değişken olacağı, dile getirilmiştir (YAYFED, 2019a).

2019 Ocak-Eylül arasındaki değişimlerin yanında Türkiye kitap perakende pazarı yılsonu bandında değerlendirildiğinde, kitap üretiminde önceki yıla göre toplamda % 3,16 oranında bir ivme kazanıldığı ancak kategorilerine göre değerlendirildiğinde ise bazı kategorilerde düşüşün gerçekleştiği gözlemlenmiştir. İçinde edebiyat, araştırma-inceleme ve çocuk kitaplarının yer aldığı kültür yayıncılığı sektöründe düşüş yaşanmış yılsonu bazında 147.961.782 adet kitap üretilmiş, kategoriler içinde kitap üretiminin % 34,93’üne sahip olunmuştur. Bu oran içinde edebiyat kitapları 27.303.062 adet ile önceki seneye göre % 10,45’lik, araştırma-inceleme kitapları 79.387.610 adet kitap üretimiyle % 6,58 oranında artış elde etmiştir. Bütün kategoriler içinde düşüşün en fazla gözlemlendiği alan dini kitaplar alanında yaşanmış olup dini kitaplar toplam kitap üretimi içinde 36.899.907 adet olup, % 16,95 düşüş ile toplam üretimin % 8,71’ini oluşturmuştur. Akademik yayınlar ise bütün kategoriler içinde üretimin % 1,15’ini kapsayıp 5.290.731 adet kitap üretimi elde etmiştir. Yani önceki yıla göre % 9,63 oranında bir artış kaydetmiştir (TÜRKYAYBİR, 2019b).

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Uluslararası Standart Kitap Numarası (ISBN) Ajansının yaptığı araştırmaya göre 2018’de 67.135 yeni başlık üretilmiştir. On yıl önce 2008’de bu rakam yaklaşık 32 bin olarak hesaplanmıştır. Kitap ağırlıklı yazılı materyallerin sayısı 41 bini bulurken bu başlıkların yüzde 36’sından biraz fazlasının “edebiyat” konulu olduğu, onu yüzde 33,4 payla “sosyal” temalı kitapların izlediği görülmüştür. Geçmiş faaliyet dönemlerimizi ele aldığımızda değişen başlık sayısında yıllık olarak istikrarlı bir büyüme çizgisi devam etmektedir. Bu dönemde yayıncılık sektöründeki büyüme ülke ekonomik

büyümesinin çok üzerinde bir hızla gerçekleşmiştir. 2019'a geldiğimizde ise herhangi bir gerileme olmadığı büyümenin istikrarlı bir şekilde devam ettiği kaydedilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ISBN Ajansının verdiği bilgilere göre bu sayı 68.554'e yükselerek başlık sayısında 2018'den bu yana % 2,11'lik bir artış olduğu tespit edilmiştir. Bu başlıkların 61.512'si basılı kitap olup 6.487 adedi elektronik kitap, 1000 kadar adet ise sesli kitap sürümüdür. Kaydedilen bu rakamlar dünya yayıncılık sektöründe Türkiye'nin yerinin hiç de azımsanmayacak bir yerde olduğunu göstermektedir. IPA (Uluslararası Yayıncılar Birliği)'nin verilerine göre bu Türkiye'yi dünya yayıncılık sıralamasında 6.sıraya taşımaktadır (TÜRKYAYBİR, 2019b; Şen, 2017: 167-174).

Bütün bunlar ile birlikte Türkiye'nin toplam kitap perakende rakamları konuşulduğunda ortaya kültürel ekonomik bir alan olarak edebiyatın, edebiyat ile birlikte yayıncılığın hizmet sektöründeki büyüklüğü, GSYİH içindeki payının temel birkaç alandan hemen sonra geldiği, daha net görülebilecektir. Türkiye yayıncılık perakende pazarı 2019 yılı verilerine bakıldığında geçtiğimiz yıllara göre artış gösterdiği bir tablo çizmektedir. 2019 yılında Türkiye yayıncılık perakende pazarı büyüklüğü % 27,09 gibi bir oranla artış (dolar kurunda % 5,57) kaydetmiştir. Bu değişime yayıncılık sektörünün eğitim yayınları kategorisinde; ücretsiz dağıtılan ders kitapları, yardımcı kaynak ve sınava hazırlık kitapları, kültür yayınları kategorisinde; yetişkin kurgu (edebiyat), yetişkin kurgu dışı (araştırma-innceleme), inanç, çocuk ve ilk gençlik, akademik yayınlar kategorisi ve ithal yayınlar kategorisi dâhildir. Toptan satışlar pazarına bakıldığında da % 26,15 (dolar kurunda % 4,58) oranında bir artış olup yine aynı kategoriler dâhil edilmiştir. Tüm kategoriler ve başlıklarda genel olarak gözlemlenen bu artış şüphesiz tüm yayıncı birlikleri, yazarlar ve yazar odalarının da belirttiği üzere fuarlar, düzenlenen imza günleri, reklamlar, kitap tanıtım yazıları vb. birçok durum ile yakından ilgilidir. Ancak fuarlarda yapılan paneller, açık oturum, tartışma odaları, sonuç raporları, kitap tanıtım şekilleri (görsel, işitsel vb.) ve yeni proje değerlendirme ve sözleşmeleri ile birlikte edindiğimiz bilgi ve yaptığımız gözlemlere göre herhangi bir kitabın kitap fuarları hariç tüm platformlardan elde ettiği senelik toplam satış miktarı neredeyse aynı kitabın bir haftada ulaştığı satış miktarına denk gelebilmektedir (TÜRKYAYBİR, 2019b).

Edebiyat ve yazın dünyasının yarattığı ekonomi ile ilişkili olarak Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) ile TAVAK (2016)'ın yaptığı araştırmaya göre; kültürel alanlarda çalışan

sayıları ile ilgili değerlendirmeler yapıldığında ilginç sonuçlar elde edilmiştir. “Yayıncılık Faaliyetleri” çatısı altında çalışanları odağımıza aldığımızda (Buna kültürel satış alanı olarak fuarlarda çalışan sigortalı/sigortasız çalışanların da dâhil edilmiş olabileceği düşünülmektedir.) 2015’te kamuda 29, özel sektörde 24.469 olmak üzere toplam 24.498 kişinin çalıştığı kaydedilmiştir. Yaratıcı sektörlerde “Yayıncılık Faaliyetleri” nde Türkiye genelinde en çok çalışan (sigortalı/kayıtlı) sayısına ve işyerine sahip il ise İstanbul’dur. 2014 yılında toplam 844 işyeri, sigortalı çalışan sayısı ise 9.641 olarak kaydedilmiş olup, 2015’de işyeri 1.024, işyeri sigortalı çalışan sayısı ise 14.501 olarak hesaplanmıştır. Ankara için bu rakamlar 2014 işyeri sayısı 244, çalışan sayısı 2.197, 2015 işyeri sayısı 311 olup sigortalı çalışan sayısı 2.678’dir. Her yıl değişkenlik gösteren çalışan sayılarındaki bu istikrarsızlığın birçok etki faktörü vardır. Ancak en belirgin nedenlerden biri olarak bazı işyeri sahiplerinin çalışanları sigortalı olarak kaydetmemesi gösterilmektedir (Şen, 2017: 1-8).

Uluslararası raporlamalara baktığımızda Türkiye yayıncılık faaliyetlerinde gerek çalışanları, gerek yürüttüğü ticari faaliyetler ile önde olan ülkeler arasında sayılmıştır. Yayıncılık faaliyetleri ile ilgili verilerini WIPO ile paylaşan 19 ülkenin dâhil olduğu WIPO ve IPA’ nın hazırladığı (2018) “The Global Publishing Industry” raporuna göre; 19 ülkenin dünya genelinde 2018’de yayıncılık faaliyetlerinden toplam elde ettiği gelir 50,3 Milyar ABD Doları olarak hesaplanmıştır. Bu ülkeler arasında en yüksek geliri elde eden ülke 23,3 Milyar ABD Doları ile ABD’dir. İkinci ülke 6,1 Milyar Dolar ile Almanya’dır. Daha sonra sırasıyla Birleşik Krallık (İngiltere) 5,4 Milyar Dolar, Kore Cumhuriyeti 5 Milyar Dolar ve Fransa 3 Milyar Dolar ile yayıncılık faaliyetlerinden en çok gelir sağlayan ülkelerdir. Daha da önemlisi bu verilerle birlikte 14 ülkenin yayıncılık faaliyetlerinden elde ettiği toplam gelir diğer ticaret sektörlerinden elde ettiği gelirin % 50 ve üzerine denk gelmektedir. Bu oran en fazla olarak Finlandiya’da % 56,6 civarı ve Çek Cumhuriyeti’nde % 93,3 olarak tespit edilmiştir. Güney Afrika (% 68.7)’da eğitim sektöründen elde edilen gelir, toplam gelirin yarısından fazlasını oluşturmuştur. Bu sırasıyla Kore Cumhuriyeti’nin 65,2’isini, Brezilya ‘da % 62,4’ünü ve Türkiye’de % 50,5’ini oluşturmuş olup bu ülkeler eğitim sektöründen elde ettikleri gelir ile 19 ülke içinde en iyileri olarak yer almıştır (Şen, 2017: 1-8).

3.2.2 Fikri Mülkiyet Hakları ve Korsan Kitap Yayıncılığı

Dünyadaki en eski suçlardan biri olarak değerlendirilen korsan ürün üretimi “sahibinden izin almaksızın orijinal bir fikir ve sanat eserinden doğrudan veya dolaylı şekilde çoğaltma yapılarak elde edilen ürün” olarak nitelendirilmektedir. Türkiye dünya genelinde korsanlıktan en çok etkilenen ülkeler arasında olup, Türkiye’de korsan kitaplar, kitapların orijinali ile neredeyse aynı anda piyasaya çıkmaktadır. Fotokopi şeklinde çoğaltma yapılarak üretilen korsan materyallerin genellikle akademik kitapların korsanı olması ve bunların üniversite yakınlarındaki fotokopi merkezleri vb. alanlarda çoğaltılması durumları yaygındır. Türkiye’de yaygın olarak karşılaşılan fikir hırsızlığının (korsanlık) tahmin edildiğinden çok daha büyük kaçak bir ekonomi yarattığı alan yayıncılık endüstrisi olarak kaydedilmektedir. Yayıncı meslek birliklerinin raporlamalarına göre bu ekonomide korsan basım; “tıpkıbasım, başka yayınevi adı altında basım, fotokopi yoluyla çoğaltma, internet yoluyla çoğaltma ve internet yoluyla yayınlama” şeklinde yapılarak işlemektedir (Çelik, 2012: 333-336).

Teknolojinin ilerlemesi, süreci besleyen, korsan basımın yayılım ve etki alanını genişleten bir faktör olarak her gün hukuki müeyyidelerin düzenlenmesi -korsan basımdaki rakamlar göz önüne alındığında- hatta ağırlaştırılması gerektiği yönünde bizi çok daha fazla zorlamaktadır. Haliyle yeni teknoloji ve yeni ekonominin getirdiği imkânları kötü niyetle kullanan yapılanmalara karşı ülke yöneticilerinin hukuk, eğitim ve iletişim alanında iyileştirme ve düzenleme adına alacakları rol ve kararlar önem taşımaktadır. Bunlarla birlikte korsan kitap piyasası hakkındaki çözümleme ve açıklamalara geçmeden önce eserlerin korsan ve taklitten korunmasını garanti etmeyi, eser sahiplerinin ekonomik kayıplarını önlemeyi ve iyileştirmeyi ve ilgili tüm eksikliklerin giderilmesini amaçlayan, fikri hakların korunması ile ilgili Türkiye ve dünyada yapılan çalışmaları tarihi arka planları ile vermekte fayda olacaktır.

Tüm dünyada Fikri Mülkiyet Hakları ile ilgili ilk kanunun 1491’de Venedik’te kabul edilen Patent Kanunu olduğu düşünülmektedir. Ancak Labarre’nin (2012) verdiği bilgilere göre; bu kanundan önce kitap basımındaki taklidin önüne geçmek ve haksız rekabeti önlemek adına “telif” hakkını koruma fikrine benzer eğilimlerin ise ilk 1479’da Würzburg Psikoposu’na tanınan ayrıcalıkla başladığı düşünülebilir. Bu; “bir yayın yapan

yayıncının, kamu yetkililerinden, belirli bir süre boyunca aynı eseri yayınlamayı kim olursa olsun yasaklayan bir ayrıcalık” olarak tanımlanır. Bahsi geçen olay 16. yy başında bütün Avrupa’daki yayıncıların haklarının korunması adına bir adım olarak düşünülebileceği gibi sonrasında yetersiz görülerek mevcut korumanın kanunlaştırılmak istendiği Patent Kanunu’nun mayası olarak anlaşılabilir (90-91). Yine çoğu zaman hukuk tarihçileri, analistler, ekonomistler, edebiyat eleştirmenleri ve tarihçiler tarafından yazara hakkı olanın verilmesi, “ekonomik bağımlılıktan kurtuluş bildirgesi” veya “hamilikten-himayeden kurtuluş” şeklinde betimlenen “Telif Hakları Yasası”nın uygulandığının örneği olarak İngiltere’de 1667’de Milton’un “Kayıp Cennet” adlı eserini yayıncısına bastırıldığında tekrar edilecek diğer bir basım sonunda aynı para miktarını alacağına dair sözleşme yapmış olmasını da benzer olarak bu noktada hatırlamak gerekir. Sonrasında “fikri mülkiyet hakkını yayınevinden asıl sahibine iade eden ilk modern düzenleme” şeklinde betimlenen 1709 yılında imzaları atılmış (Statue of Anne) İngiliz Kanunu kabul edilmiştir. Ancak bu kanun yazardan ziyade daha çok yazarın eserini basan yayımcıların ekonomik çıkarlarına yoğunlaşmıştır.

Fikri Mülkiyet Hakları ile ilgili gelişen teknolojik, ekonomik, kültürel, toplumsal ve sosyal nedenlerden dolayı zaman içinde bir takım değişiklikler yapılmıştır. 1709 tarihli İngiliz Kanunu’nun kabul edilmesinden sonra “Fikri Mülkiyet Hakları” adına bilinen ilk önemli düzenleme “Bern Sözleşmesi” olarak anılmıştır. 9 Eylül 1886 yılında imzalanan Bern Sözleşmesi İsviçre’nin Bern şehrinde düzenlenmiş olup sözleşmeye, Belçika, İspanya, İsviçre, Tunus, Almanya, İtalya, Haiti, Fransa, İngiltere ve Liberya olmak üzere 10 ülke katılmıştır. Sözleşmede “eser sahibinin haklarının hem kendi ülkelerinde hem de bu birlik dâhilindeki diğer ülke sınırları içinde koruma altına alınması” kararına varılmış ve bununla birlikte eserin çoğaltılması, dağıtımı gibi meseleler hakkında da düzenlemeler yapılmış ve yeni kararlar üzerinde durulmuştur. Türkiye bu sözleşmenin 1979 Paris değişikliğini kabul ederek sözleşmenin son haline katılmıştır.

Bern Sözleşmesi’nden sonra 26 Ekim 1961 tarihli Roma Antlaşması olarak bilinen ve Türkiye’nin de 1995’te desteklediği resmi olarak da 2003’te katıldığı “İcracı Sanatçılar, Fonogram Yapımcıları ve Yayın Kuruluşlarının Korunmasına Dair Antlaşma” fikri hakları koruma amaçlı yapılan diğer bir düzenleme olarak gelmektedir. Bunlardan sonra “WIPO Telif Hakları Sözleşmesi” ve “WIPO İcralar ve Fonogramlar Sözleşmesi” 178 ülkenin kabulü ile imzalanmıştır. Ayrıca Avrupa ve Amerika hukuk sistemlerindeki

uyuşmazlıkların giderilerek, fikir ve sanat eserlerinin dünya çapında korumasını sağlamak adına UNESCO ev sahipliği ile Cenevre’de 6 Eylül 1952 tarihinde “Evrensel Telif Hakları Sözleşmesi” kabul edilmiştir (Ateş, 2003; Çelik, 2012: 12-13). Sonrasında, bugüne kadar fikri mülkiyet alanında en kapsamlı anlaşma olarak bilinen TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rigths) anlaşması gelmektedir. Bu anlaşma şimdiye kadar gerçekleştiğini belirttiğimiz tüm anlaşmalara atıflar bulundurmasının yanında daha önce kabul edilmiş anlaşmaların eksikliklerini gideren, onaran ve ek maddeler içeren bir yapıya da sahiptir. Bu anlaşmanın temel amacı ve kapsamı, yerel ticaretteki iyileşmenin yanı sıra uluslararası ticaretteki akışı arttıracak hükümler bulundurmaya üzerine kuruludur. Ayrıca anlaşmanın amacı; “uluslararası ticarette fikri mülkiyet haklarının uygulanmasına ilişkin usul ve önlemlerin ticaret için bir engel teşkil etmemesi” kararını uygulamaktır. Türkiye’nin, fikri mülkiyet haklarını koruma hakkındaki kanunları bu anlaşmayla uyumludur ve Türkiye anlaşmanın hükümlerini kabul edip uygulayan ülkeler arasındadır (“Ticaretle Bağlantılı Fikri...”, 2021). Ayrıca bu kararname ve kanunları destekleyen Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO), Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) gibi uluslararası bilinen kuruluşların fikri mülkiyet haklarını korumada çalıştığını belirtmek gerekir.

Bu arada Osmanlı İmparatorluğu’nda ise; fikir ve sanat eserleri hukukuyla ilgili ilk kanun hükmünde metin, 1850 tarihli “Encümen-i Daniş Nizamnamesi” olarak kabul edilir. Bu nizamname “telif” sözcüğünün ilk defa kullanıldığı bir kayıt olarak oldukça önemlidir ki bu, eser sahiplerinin ekonomik haklara sahip olduğunu dile getiren ilk resmi belge olarak görülebilir. Sonrasında Türkiye’de en geniş düzenleme 8 Mayıs 1910 tarihinde yapılmış “Hakkı Telif Kanunu” ile yapılmış olup, bu kanun 1 Ocak 1952 tarihli ve 5846 sayılı kabul edilen ve yine çeşitli düzenlemeler geçirmiş olan “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu”na yerini bırakmıştır (Çelik, 2012: 6-7).

Eser sahiplerinin haklarını korsan ve taklitten korumayı amaçlayan tüm bu düzenleme, anlaşma, kararname ve kanunlara rağmen korsan kitap piyasası durmadan gerek dijital ortamda gerek geleneksel basım yayın ortamlarında varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Önceki yıllara göre az da olsa bir iyileşme veya azalmanın kaydedildiği korsan kitap piyasasının son 2020 yılı verilerine baktığımızda bu manada okurun

bilinçlendirilmesi ve hukuki boşlukların giderilmesi temelinde henüz alacağımız yolun olduğunu söylemeliyiz. Yayıncılar Telif Hakları ve Lisanslama Meslek Birliği (YAYBİR)'in her sene olduğu gibi çeşitli kolluk güçleri, kaçak ve sahte mallarla mücadele eden devlet amirlerinin yardımı ve işbirliği ile gerçekleştirdiği operasyonlar sonucunda birçok korsan kitap ele geçirilmiş, korsan kitap üreten kaçak yapılar tespit edilip cezalandırılmıştır. Bu vb. çalışmalar yapılırken “korsan ihbar hattı”na gelen ihbarlar değerlendirildiği gibi, “Valilik ve İl Denetim Komisyonları, İl ve İlçe Emniyet Müdürlükleri, Milli Eğitim Müdürlükleri, vergi daireleri, belediyeler, üniversiteler, Sosyal Güvenlik Kurumları ve Jandarma Komutanlıkları” ile birlikte hareket edilebilmektedir (YAYBİR, 2020).

Gerçekleştirilen tüm bu işbirlikleri sonucunda 2020’de “akademik”, “ithal” ve “fotokopi” başlıkları altında 147 baskın gerçekleştirilmiş ve toplam 466.758 adet korsan ürün ele geçirilmiştir. Bu 147 baskının 31’i “yerli kültür” alanındaki kitapların korsan tespiti için, 60’ı “yerli akademik/fotokopi” için, 13’ü “yerli akademik”, 17’si “yabancı eğitim” ve 26’sı “tasnifsiz” başlığı altında yapılmıştır. Bu baskınlarda ele geçirilen yayıncılık ürünü olarak tanımlanmış materyal türleri; kitap, kitap kapağı, forma, kalıp, matbaa makinası, fotokopi kitap, flash bellek ve hard disk olarak tanımlanabilir. Depolara yapılan baskınlar sonucu ise toplam 317.371 adet kitap, 7.567 kitap kapağı ve 15.000 forma olmak üzere toplam 339.938 adet korsan yayıncılık materyali ele geçirilmiştir (YAYBİR 2020).

OECD ve Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi (EUIPO)'nin hazırladığı (2019) “Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Books” adlı rapora göre; Türkiye 2014, 2015 ve 2016 değerlendirmelerinin yapıldığı tablolarda 2014 verilerinde, en çok sahte ve korsan malların ele geçirildiği ülkeler arasında yer almıştır. İlk sırada Çin, ikinci Hong Kong (China), üçüncü sırada Singapur ve dördüncü sırada Türkiye yer alarak; Tayland, Hindistan, Vietnam, Malezya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkeleri korsan ürün üretiminde geride bırakmıştır. Rapora göre korsan malların en çok ele geçirildiği ülkeler korsanın köken ekonomi oluşturduğu ülkeler olarak adlandırılmış ve uluslararası kültürel ürün güvenirliliğinde öncelikli izlenmesi gereken ülkeler olarak ifade edilmiştir. 2015 verilerine baktığımızda üzücü bir şekilde Türkiye korsan malların ele geçirilmesi sıralamasında üçüncü sıraya yükselmiş, 2016’da üçüncü sırada yerini korumuştur (27-29).

Korsan ticaret ve ekonomilerin tespiti üzerine yoğunlaşmış uluslararası araştırma grubu olarak IFPI'nin (2003) raporuna göre ise; Türkiye'nin korsan yayıncılık sektöründeki oranı % 60 civarında kaydedilmiştir. Bu oran yaklaşık 300 Trilyonluk bir pazar ekonomisinin varlığını göstermektedir ki bu oldukça ciddi bir pay olup neredeyse tüm eser sahipleri ve yayıncılık sektörüne hem uluslararası hem de yerel ticaret sektöründe ve kültürel ürün güvenilirliğinde ket vurabilecek bir rakam olarak değerlendirilebilir. Ayrıca belirtilen % 60'lık pay içinde en fazla korsan kitap üretiminin olduğu alanlar ithal kitaplar ve kültürel içerikli yayınlar olarak tespit edilmiştir. Bu iki alandaki toplam kaybın ise ortalama 80 Trilyona denk geldiği düşünülmektedir. Bu alanların ardından korsan kitap üretiminin en fazla olduğu ikinci alan ise ders kitaplarıdır. Korsan olarak basılmış ders kitaplarından kaynaklanan ekonomik kayıp yaklaşık 50 Trilyon'dur (aktaran Çelik 2012: 336).

Bu sonuçlara baktığımızda korsan piyasasında yer alan şahıslara uygulanacak cezai yaptırımlar ile kültürel üretimi sağlayan yaratıcı bireyler olarak eser sahiplerinin durumu akla gelmektedir. Her yönden olumsuz olarak etkilenen eser sahipleri için korsan; onca emek verdikleri eserlerinin karşılığını alamadıkları için ekonomik yeterliliğe ulaşamamalarına sebep olmakta ve bu onların nitelikli eserler üretmeleri yolunda kullanabilecekleri imkânları ve kültürel birikimleri sınırlandırmaktadır. Ayrıca “kaçak ekonomi” veya “kayıt dışı ekonomi” olarak adlandırabileceğimiz bir ekonomi doğmakta bu da devletin vergi kaybı yaşamasına sebep olmaktadır.

Gerek uluslararası kültürel güvenilirlik algısı, gerek sosyal-ekonomik manada birçok olumsuz etki faktörünü üzerinde bulunduran korsan piyasası ile mücadele kapsamında uygulanıyor olan hukuki yaptırımlar belli evrelerden geçmiştir. Korsanla mücadelede 5101 sayılı “Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun” un kabulü ile Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda (FSEK) bir takım olumlu değişiklikler yapılmasına dair kararlar alınmıştır. Yapılan bu değişiklikler sonucunda “korsanlıkla mücadelede en etkin yaptırım türü olan cezai müeyyideler uygulanabilir düzeylere getirilmiş suçun tekrarı halinde verilen hapis cezasının ertelenemeyeceği ve para cezasına veya tedbire çevrilemeyeceği” sonucuna bağlanmıştır. Bununla birlikte hukuki yaptırım gerektiren korsan materyallerin ithalat veya ihracatı ile karşılaşıldığı takdirde 4458 sayılı Gümrük Kanunu'nun yanı sıra 4926 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu'nun ilgili hükümlerinin

uygulanabileceği öngörülmüştür (Çelik, 2012: 333-335). Bu tüm yayın dünyası ve kültürel ekonomik diğer alanlar (müzik, yazılım, sinema endüstrileri vb.) adına korsanla mücadelede önemli bir değişiklik olarak görülebilir.

Diğer açıdan bildiğimiz üzere teknolojik temelde tüm dünyada yaşanıyor olan küresel değişim hiç şüphe yok ki bilginin yayılım, dağıtım ve kullanım alanlarını değiştirmiştir. Bu korsan kitap piyasasının hareket ettiği mekanizmaları da beraberinde değiştirmiş ve ilgisini aynı zamanda teknolojik-dijital tabanlara yönlendirmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla korsanla mücadelede uygulanıyor olan mevcut hukuki yaptırımlar, dijital korsan dağıtım ve yayımlama ortamları için her zaman aynı sonuçları verememiş ve en azından dijital korsan kitap piyasası için siber suçlar kapsamında yeni hukuki yaptırımların FSEK kanunu ile ortak çalışacak düzeyde düzenlenmesi gerektiği fikirlerini doğurmuştur. Bu da “kültürel güvenlik, kültür ve güvenlik ilişkisi, güvenliğin kültürel boyutu, kültürün güvenlik işlevi, gelenek kültürünün fikri mülkiyet haklarının korunması gibi konuların” gündeme gelmesine ortam yaratmıştır (Özdemir, 2018: 215). Bu temelde korsan ürün piyasasının yalnızca hukuki perspektifte değerlendirilmemesi gereken bir konu olduğunu, kültürün söz konusu olduğu her türlü alan ile birlikte, korsanın kültürü ilgilendiren tüm bu alanlar ağında tartışmaya açık olabileceğini bilmekte fayda vardır.

3.2.3 Kültürel Patronajlık ve Diğer Ortaklıklar

Yayıncılık -medya sektörü bölümleri ile reklamcılık sektörlerinin giderek çok daha fazla yaklaştığı bir aşamadan geçiyoruz. Bu süreç ayrı ayrı her bir sektörün bağlı olduğu diğer kültürel sektörleri de ilgilendiren bir devinimle ilerlemekte ve birbirini etkilemektedir. Bu manada tarihte *İstanbul Sergisi Gazetesi* bizzat fuar için çıkarılmış fuarın reklam işlevini gören ilk gazete veya broşür formudur denilebilir. Neşriyat ve basım yayın ile ilgili özel bir bölümün oluşturulup “Milli Eğitim Bakanlığı Neşriyatı” olarak adlandırılan reyona sahip “1951 Üçüncü İstanbul Sergisi” için çıkarılan *İstanbul Sergisi Gazetesi* edebi yazın dünyasının fuar için tanıtımlarının yapıldığı önemli bir kaynak olarak kabul edilmelidir. Fuar boyunca basılmış olan bu gazete, fuar için ayrılmış yorumlu-eleştirel ilk reklam örneklerini içermektedir. 1949 yılında yayımlanmaya başlamış gazetenin

sahipliğini Sırrı Enver Batur yapmıştır. *İktisadi Yürüyüş* 'te gazetenin çıkışından sonra yer alan yazıda şu ifadeler geçmiştir:

“Gazetenin asıl kurmay başkanlığı vazifesi espritüel hukukçu ve gazeteci arkadaşımız Rakım Çalapala tarafından ifa olunmuştur. Kendisine Şehir Meclisi azasından gazeteci Sait Kesler, Refik Kordağ, Sait Sudar yardım etmişlerdir. Gazete sergide bir canlılık yaratmış, ziyaretçilerin az çok alakasını celbetmiş ve expozanların reklam ve paropaganda yapma ihtiyacına cevap vermeye çalışmıştır (Akçura, 2009: 178)”

Fuar için neden böyle bir gazetenin çıkarılmış olduğuna dair açıklamaların yer aldığı gazetede; daha önce ülkede birçok sergi yapıldığına, ancak yeterli düzeyde ilan ve reklam olmadığı için de katılımın beklenen düzeyde olmaması gibi sorunların yaşandığına dikkat çekilmiştir. Bu gazetenin fuarın tanıtılması hedefinde fuarın reklam ihtiyacını ve boşluğunu karşılayacağını garanti eden açıklamalarda bulunulmuştur (Akçura, 2009: 178; Ülken, 1947).

Kitap fuarları gerçekleştirilmeden önce yürütülen her türlü reklam kampanyası ile kurumsal reklamcılık olarak adlandırabileceğimiz iletişim şekli şüphesiz fuarın bütün ekonomik performansına etki edecek bir durumdur. Tüketiciyi bir ürünü satın almaya götüren en etkili olgulardan biri reklamdır. Reklamlar, yayıncılık camiasında; yeni çıkanlar, en çok satanlar, editörün seçtikleri, başucu kitapları, bu yaz okunması gereken kitaplar, çocuklar için okunması gereken ilk 10 kitap, ölmeden önce okunması gereken kitaplar, tüm klasikler vb. şekillerde ilgi uyandıracak ve okuyucuyu kitapları almaya teşvik edecek şekilde tasarlanabilir.

Fuarlara katılmadan önceki ve süreç dâhilindeki reklam faaliyetleri kitap satışına etki eden çok önemli bir faktördür. Ancak bu aşamada, yayınevleri kendi kurumsal modellerini geliştirirken kuruluşun kültürel koşulları, bünyesinde bulundurdukları kitap sayısı, yayınevinin bütüncül olarak davranışı, “pazar” larda bulundurduğu edebi içerik, diğer ürün ve hizmet şekilleri, okuyucu ile iletişimi, faaliyet planları ve kurumsal logo tasarımı da reklamlarla birlikte satışa etki eden bir o kadar önemli detaylardır. Özellikle fuarlarda ve kamuya açık diğer pazar alanlarında yayınevleri, diğer edebi kuruluşlar ve yazarlar tarafından bu kitapların nasıl tanıtıldığı ve bu yolda hangi bilgilendirme

araçlarının kullanıldığı, yayınevinin kendi çalışanlarına verdiği kurumsal satış ve pazarlama ile ilgili eğitim olanakları, çalışma koşulları ve nesnelere, çalışılan yerin ne şekilde düzenlendiği gibi diğer başka değişkenler de reklam ile birlikte satışa etki eden faktörlerdir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 26 ili örneklem olarak yayınladığı “Okuma Kültürü Haritası”na (2019) göre; ankette sorulan sorulara verilen cevaplar temel alındığında elde edilen sonuçlar reklamın etki unsurları arasında değerlendirilebilir. Bu cevaplara göre; okuyucuların % 25.6'sı kitap satın alırken kitap adından, % 23.7'si dergi/ gazetelerin kitap eklerinden etkilendiğini dile getirirken, % 14.4'ü kitapevlerini gezmenin kitap satın almasına etki ettiğini, % 14.3'ü yazarın popülerliğinin, % 13.2'sinin kitap kapak tasarımının kendisine etki ettiğini, % 12.8'i internet sitelerindeki kitap tanıtım yazılarının, % 11.6'sı TV'deki kitap tanıtımlarının ve % 3.6'sı da yayınevinin tanınmışlığının kitap satın almasına etken oluşturduğunu, dile getirmiştir (9). Bir kitabı satın almaya etki eden bu kıstaslara baktığımızda neredeyse tamamının birbiriyle ilişkili reklam uygulamaları veya reklam uygulamalarının sonuçları –yazarın tanınması gibi- olduğunu görebiliriz.

Okay (2003), yayınevlerinin/firmaların fuarlara katılmadan önce reklam ile birlikte göz önünde bulundurması gerekenleri şöyle sıralamaktadır: “Ürün ve Kurum İle İlgili Faktörler”, “Pazara Yönelik Faktörler”, “Fuarla İlgili Faktörler”, “Diğer Çevreye Yönelik Faktörler.” Ürün ve kurum ile ilgili faktörler içinde; ürünün özellikleri, iletişim hedefleri ve stratejileri, diğer pazarlama karması, fuar danışmanları ile işbirliği vs. gibi alt kıstaslar yer alırken, pazara yönelik faktörler içinde; tüketiciler ve potansiyel hedef grupları, ilgili pazarın koşulları (rakipler, pazar, pazarın büyümesi, vs.) gibi etmenler yer almaktadır. Fuar ile ilgili faktörler ise; çevre niteliği, fuar yerinin imajı, düzenleyicinin servis faaliyetleri, fuara katılanlar ve ziyaretçilerin yapıları, düzenlemenin ulaşım mesafesi, gibi etmenleri içermektedir. Diğer çevreye yönelik faktörler; ekonomik çevre, hukuki çevre, sosyal çevre, siyasal çevre, politik çevre ve teknolojik çevre gibi etmenleri barındırmaktadır (194). Pazara yönelik faktörler dâhilinde reklamın fuar süresince devam ettiği düşünülebilir. Burada yayınevlerinin kendilerini ifade şekli olarak “stant”ı yayınevleri için temel parça, ilk uğranılacak olan yer, taşınabilecek dükkân, edebi ve sosyal marka/imaj, müşteri iletişiminin gerçekleştirildiği ve ilk intibanın oluşturulduğu alan hükmünde görebiliriz. Burası yayınevi kimliğinin ifade edildiği bir iletişim, tanıtım

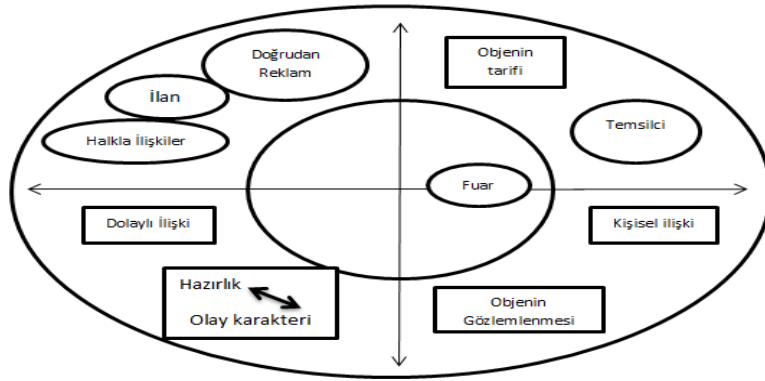
ve satış bileşkesidir. Dolayısıyla stant; fuar süresince reklamın hem sürekli uygulama alanı bulduğu, hem de reklamda hedeflenenin gerçekleştiği yer olarak satış karmasında oldukça önemlidir. Stantta ürüne “sembolik bir değer”, başka şekilde belirtmek gerekirse “ürünü kendi hedef kitlesine yönlendirme” şeklinde nitelendirilebilecek bir sorumluluk ve reklam işlevi yüklenmektedir.

Pazara yönelik reklam faaliyetleri içinde değerlendirilen firmaların kurumsal iletişimleri de, yine satışa etki ettiğinin düşünüldüğü önemli bir unsurdur. Kurumsal iletişim gerek fuarın düzenleneceği tarihe kadar geçen sürede, gerek fuardan sonraki sürede toplam iletişim zamanı olarak görülebilir. Tosun (2003)’un kurumsal iletişim olarak belirlediği kavramsal açılıma göre, fuar düzenleyicilerinin belirledikleri hedefe ulaşması kurumsal iletişimi sağlıklı bir şekilde gerçekleştirmiş olduklarını gösterir ve bu hedefi gerçekleştirmeye yönelik stratejilerini ve planladıklarını tüm farklı iletişim şekillerini kullanarak oluşturdukları yönünde bize fikir verir (175). Başarılı bir kurumsal iletişim örneğinde; hitap edilecek olan hedef grup belirlenmiş, sınırları çizilmiş, gerçek ile olan uyumu sağlanmış, daha geniş anlamı ile ne oldukları açıklanmıştır. Kurumun halkla ilişkiler ve reklamcılığı içeren iç ve dış iletişim modelleri ile hedef kitleye kuruluşun sosyal ve ekonomik anlamını netleştiren mesajlar iletilmiştir (Okay, 2003: 162; Peltekoğlu, 1997: 127).

Bugün Türkiye’de en çok bilinen kitap fuarlarından biri olarak TÜYAP ve TÜRKYAYBİR işbirliği ile gerçekleştirilen Türkiye’nin en büyük kitap fuarı olan Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı reklamcılık, halkla ilişkiler, yurtiçi ve yurtdışında gerçekleştirdiği işbirlikleri ile kurumsal iletişimini en sağlıklı ve sitemli yürüten kitap fuarlarından biridir. Reklam, farklı iletişim şekilleri, geliştirilen işbirlikleri ve fuar ilişkisini, kurumsal iletişim politikasında birleştiren Glöckler (1995)’e göre; reklamcılık, dâhili iletişim (kurum içi iletişim) ve halkla ilişkilerin yanında kurumsal satış geliştirme (promosyonu), doğrudan pazarlama, sponsorluk, sergi ve fuarlar ile ilgili toplam faaliyetler kurumsal iletişimi oluşturur. Birbirine bağlı bu unsurlar birbirini tamamladığı gibi birinin eksikliğinde diğer unsurlar zarar görebilir veya dışlanabilir. Kitap fuarlarına katılan yayınevlerinin kurumsal iletişimlerine tam olarak uyan bu şema, fuarların kurumsal iletişim çatısı altında gerçekleştirdikleri reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerini kapsamaktadır (aktaran Okay, 2003: 167). Yani bir yayınevinin başarısı onun edindiği

kurumsal kimlik ve sergilediği kurumsal iletişimle bütünüyle ilgiliyken, kurumsal iletişim ve kurumsal kimliği de gerçekleştirdiği reklam faaliyetleriyle yakından ilişkilidir.

Stantta çalışanların çalıştığı yayınevi veya kurum ile kendini bütünleştirmesinin ve başarılı bir kurumsal iletişim gerçekleştirebilmesinin arkasında, kurumsal kimliğin kurum tarafından çalışanlarına ne kadar başarılı bir şekilde aktarılıp aktarılmadığı ile ilgili detaylar da yok değildir. Kurumun kimliği kuruma bağlı olan tüm paydaşlarda kendini kurumsal iletişimin iyi kullanılma oranı şeklinde yansıtır.



Şekil 4: Fuarların İletişim Karmaşası İçerisindeki Konumu (Wenge ve Müller 1993: 735; aktaran Okay, 2003: 192)

Kurumsal iletişim içerisinde en önemli parçalardan biri olarak bir kitabı herhangi bir yayınevinden ilk kez satın alacak olan okuyucuyu/tüketiciyi, kitabı satın almaya teşvik eden stratejilerin ifadesi, satışla ilgilenen satış ekipleri tarafından üstlenilir. Satış personelleri/ekipleri tarafından belirlenen ürünü satış yerinde tanıtan, ürünü almaya okuyucuyu teşvik eden POP faaliyetleri “*Point of Purchase*” devreye girer. Buna “POP/Reklam Faaliyetleri” de denilebilmektedir. Yani “ürünün olduğu yerde tanıtıldığı ve yine orada satıldığı” bu durum kitap satışları ile ilgili fuarlar veya kitap satış mağazalarında yaşanan bir satış geliştirme şekli olarak tanımlanabilir. Reklam ve satışın bir arada gerçekleştiği satış geliştirme şekli olarak POP/Reklam Faaliyetleri Okay (2003) tarafından şöyle tarif edilmektedir; bu ürünün tanıtımı tanıtım elemanları veya video gösterileri aracılığıyla gerçekleştirilebilmektedir. Ürünler alındığı takdirde müşteriye memnun edecek ek ikramlar/hediyeler verilir (ör. Satın alınan bir kitabın üzerine kitabı satın alan kişinin isminin imzalanarak verilmesi vb.). Satış gerçekleştirilirken tanınmış kişiler kullanılıp, özel indirim fiyatları uygulanabilir. Satın alınan ürünün yanında verilen

hediye ürünler olabilir; kazanç oyunları, promosyonlar, çekilişler, hediye kartı vb. Bu faaliyetler satış ve reklamın bir arada uygulandığı satış geliştirme şekli olarak bilinmektedir (186). Fuarlarda satın alınacak kitabın okuyucunun ismiyle işaretlendiği ve yazar tarafından imzalanıp “şahsa özel” hale getirilerek satışının gerçekleştirildiği eylemler en çok karşılaşılan “POP/Reklam Faaliyetleri” arasındadır. Kitabı alacak olan kişi için kitap artık ona özeldir ve bizzat yazar tarafından imzalanmış olarak benzersizdir. Kitapların satışına yönelik gerek yazarlar, gerek yayınevleri tarafından gerçekleştirilen bu faaliyetlerde edebiyatın “uluslararası ekonomi, satış geliştirme, reklam ve pazarlama modelleri” ne gösterdiği uyum gözlemlenmektedir. Bununla birlikte edebiyatın onu üretenler tarafından salt edebiyat olarak düşünülmediği ve “pazardaki edebiyat” şeklinde de tasarlandığı dolayısıyla uluslararası satış geliştirme modelleri ile ilgili fikir ve muhtemel teorilere uyum sağladığı sonucu çıkmaktadır.

Fuar alanı için yapılmış olan her türlü hazırlığın karşılığı olarak ziyaretçilerin fuar alanına gelmesini ve satışların gerçekleştirilmesini sağlayacak çapraz işleyen (her açıdan bireysel veya kurumsal tüm faaliyetlerle) tüm reklamcılık faaliyetlerinin yanı sıra, bu aşamada gerçekleştirilen işbirlikleri de oldukça önemlidir. Bir fuarın düzenlenmesinde düzenleyici firma/firmalar tarafından yapılması istenen veya yapılıyor olan işler maddi/manevi temelde yetersiz gelebilir. Dolayısıyla eksikliğin hissedildiği noktada geliştirilecek olan işbirliklerine ihtiyaç duyulabilir ve bununla ilgili anlaşmalar, projeler imzalanıp toplantılar yapılabilir.

Özellikle yayın dünyasında sürecin uyumlu bir şekilde ilerlemesi ve maddi olarak sorunların hal olmasının yanında zaten iletişim sorunu yaşıyor olan tüm yazarların bir araya getirilmesi için bu işbirliklerine oldukça ihtiyaç vardır. Örneğin Türkiye’de TÜYAP’ın ev sahipliğinde gerçekleştiriliyor olan kitap fuarları önceki yıllarda yayıncılıkla ilgili çeşitli meslek birliklerinden aldıkları bazı yardımların dışında yalnızca kendi güçleri ile gerçekleştiriliyorken, şimdi TÜRKYAYBİR’in de katkıları ile gerçekleştirilmektedir. Bu katkı; organizasyon, panel, açık oturum, programları ile edebiyat/yayıncılık dünyasından her türlü konunun masaya yatırılması aşamasında düzenleyicilik görevinin üstlenilmesi şeklinde olabileceği gibi, ilgili yazarların davet programlarının, imza günlerinin, yurtdışından Türkiye’ye çağrılacak olan yazarların belirlenmesi işinin tasarlanması şeklinde de olabilir. İş yükünün bölüştürülmesi olarak da

düşünülen bu anlaşmalar fuarların çok daha renkli ve çok boyutlu bir hal üzere programlanmasına olanak sağlamakta, her bölge, kurum, ülke, yaş grubundan insanların haberdar olmasına geliştirilen çeşitli reklam, tanıtım, işbirliği faaliyetleri ile (radyo, Tv., internet, imza günleri, açık oturum bilgilendirmeleri vb.) ortam yaratmaktadır.

Bu bağlamda kitap fuarlarında Uluslararası Yazarlar ve Besteciler Topluluğu (CISAC) gibi kuruluşlar ile işbirliklerinin geliştirildiği dünyanın farklı yerlerinde bulunan birçok yazarın ve yayın kuruluşunun yaratıcı haklarını korumak, geliştirmek ve desteklemek için çalışan kuruluşlar vardır⁶⁹. Bu kuruluşlar fuarların düzenlenmesinde, tanıtılmasında, farklı diğer kuruluş ve etkinlik düzenleyici guruplar ile iletişime geçilmesinde yardım etmektedir. Küresel politikalar ile yasal düzenlenmelerde söz alarak yazar ve yayıncı kuruluşlarının istediği doğrultuda ilerlemelerine, ekonomik büyüme ve kültürel çeşitliliğin tanınmasına ön ayak olmaktadır. Örneğin bu bağlamda Türkiye’den henüz üyenin bulunmadığı Avrupa Yazar ve Besteci Dernekleri Grubu (GESAC), benzer bir kuruluş olarak Avrupa birliği ülkeleri ile çoğunluklu olarak İsveç ve Norveç eser sahibi birliklerinin temsil edildiği bir kuruluş şeklinde yapılanmıştır. Bu ve benzeri kuruluşlar birçok ülkedeki yazarların bulunduğu fuarlarda temsilcileriyle yer alarak imza günlerine reklam ve tanıtım faaliyetleri ile destek vermiştir. Telif hakları, kitapçılık, korsan, intihal vb. sorunların kültürel politikalarla çözüme kavuşturulması, ilgili yerlere (bakanlıklar, meclis vb.) ulaştırılması adına aracı veya temsilci konumunda yer almışlardır (GESAC 2020; CISAC 2020).

Türkiye’de de bu şekilde çalışan kuruluşlardan biri olarak Türkiye Basım Yayın Meslek Birliği (TBYMB)’ni anmak gerekir. TBYMB; WIPO, UNESCO, Latin Amerika ve Karayipler’deki Kitapların Tanıtımı Bölgesel Merkezi (CERLALC) gibi kurumların da temsil edildiği “*International Federation of Reproduction Rights Organisation*” (IFFRO)’ya⁷⁰ üyedir. TBYMB çeşitli devletlerin yayıncı kuruluşları ile anlaşma

⁶⁹ Türkiye’den; Türkiye Musiki Eseri Sahipleri Meslek Birliği (MESAM), Müzik Eseri Sahipleri Grubu (MSG), Sinema ve Televizyon Eseri Sahipleri Meslek Birliği (SETEM) ve Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği (SİNEBİR) Uluslararası Eser Sahipleri Birlikleri Konfederasyonu üyesidir (“Uluslararası Meslek Kuruluşları”, 2019).

⁷⁰ İlk olarak uluslararası yayıncılar birliğine bağlı olarak kurulmuş bir meslek birliğiyken (1980), daha sonra genişleyerek Kopenhag’da aldıkları bir kararla (1988) uluslararası üyelerinin haklarını koruyan bir federasyon halini almışlardır. İFFRO ilim edebiyat eserlerinin hukuka aykırı olarak çoğaltılması, taklit edilmesi vb. faaliyetleri önleyen, yazar ve yayıncıların her türlü haklarını korumayı hedefleyen uluslararası camiada oldukça itibarlı olarak bilinen bir guruptur. Türkiye’den bu kuruluşa üye olan diğer Türk yayıncı

sağlayan, Türk yayıncı birliklerinin, yazarların ve yayıncı gurupların çalışmalarının ve Türk eserlerinin tanıtılmasında yardımcı olan bir kuruluştur. Arap Yayıncılar Birliği, Afrika Yayıncılar Birliği ile işbirliği ve Dayanışma Protokolü olan TBYMB'nin uluslararası platformlarda Türk yayın sektörünün tanınması, ortak çalışmalara imza atılması yönünde önemli projeleri olmuştur. Ayrıca TBYMB Azerbaycan ile karşılıklı anlaşmalar imzalamış ve Türkî Cumhuriyetler ile bir köprü kurmuştur. Yine TBYMB'nin uluslararası ilişkiler komisyonu bünyesinde Avrupa, Amerika, Balkanlar, Türkî Cumhuriyetler, Arap Ülkeleri, Afrika ve Uzak Doğu ile ilişkileri takip eden alt komisyonları yer almaktadır. TBYMB'nin birçok dağıtım şirketi ve yayınevini içinde bulunduğu toplam 531 üyesinin olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda Türk yayıncı birlikleri adına en etkin çalışan ve temsilci görevini üstlenen kuruluşlardan biri olarak TBYMB, gerekli temsilcileri ile yazar ve yayıncıları buluşturan fuarlarda yer almakta ve güncel, senelik tüm gelişmelerden ilgili sektörleri haberdar etmektedir (TBYMB, 2020). Fuarlar bu noktada tüm yazar ve yayıncıları bir araya getiren, tanıtım, satış, toplantı, işbirliği, eğitim vb. tüm faaliyetleri bünyesine toplayan yuvarlak bir masa hükmünde, ilgili kuruluşların odağı konumuna geçmektedir.

Aynı şekilde Türkiye'de bulunan tüm meslek birliklerini sıralamamız mümkün olmasa da bu alanda YAYFED (Yayıncı Meslek Birlikleri Federasyonu), DEKMEB (Ders ve Kültür Kitapları Yayıncıları Telif Hakları ve Lisanslama Meslek Birliği), BASYAYBİR (Basın Yayın Birliği), BESAM (Bilim ve Edebiyat Eseri Sahipleri Meslek Birliği), çeşitli çalışmalar yürütüyor olup yazar ve yayıncıların uluslararası yayın camiasında tanınırlığını sağlayan, haklarının korunması, arttırılması ve iyileştirilmesinde yardımcı olan YATEDAM (Uluslararası Yayıncılık Telif ve Danışmanlık Merkezi)'da bu meslek birliklerinden biridir. Yine meslek birlikleri içinde en bilinen ve ilk kurulanlardan biri olarak TÜRKİYAYBİR (Türkiye Yayıncılar Birliği) yayıncılık mesleğini geliştirmek, kaliteli yayın yapılmasına katkıda bulunmak, yayıncılık mesleği ile ilgili sorun ve tikanıkları gidermede ilgili bakanlıklar, resmi/sivil kurum ve kuruluşlar ile bağlantı kurmada bütün camianın sözcüsü olmak, kültür, sanat ve edebiyatın geliştirilmesi hususunda maddi ve manevi ilerleme ve birikime katkıda bulunmak gibi bir takım görev ve sorumlulukları edinmiştir. Bununla birlikte diğer meslek birliklerinin üye olduğu

meslek birlikleri; Bilim ve Edebiyat Eseri Sahipleri Meslek Birliği (BESAM), Yayıncılar Telif Hakları ve Lisanslama Meslek Birliği (YAYBİR)'dir (İFFRO, 2020).

uluslararası önemli kuruluşlara üyeliğin yanı sıra Türkiye Yayıncılar Birliği, hem IPA'ya hem de uluslararası e-kitap ticaretinin geliştirilmesi ve iyileştirilmesini amaçlayan Avrupa Kitap Sektörü Elektronik Veri Değişim Grubu (EDItEUR) 'na üyedir. Bunların dışında Türkiye'de fuarlarda ve fuar dışında etkin olarak bulunan çalışan ve katkılarını sunan onlarca meslek birliği bulunmaktadır. Resmi bir meslek kuruluşu olarak yalnızca bugün TÜRKİYAYBİR'e üye olarak görünen dağıtımçı firma ve yayınevlerinin de içinde bulunduğu toplam 316 üye bulunmaktadır. Her yayınevi ve dağıtım firması bizzat kitap fuarlarına katılıp, değiştirici ve dönüştürücü bir etkiye sahip olmasa da TÜRKİYAYBİR'in onları temsil etme olanağı ve onların onayı ile birçok etki faktörü meydana gelmektedir denilebilir.

3.2.4 Dijital Kitap Yayıncılığı

Post-endüstriyel çağın en belirgin dinamiklerinden biri olarak teknolojinin gelişmesi bütün alanlarda devrim niteliğinde birçok değişikliğin yaşanmasını sağlamıştır. Kitle iletişim araçlarının neredeyse tümüne etki eden "1970'lerin ortası ile 1990'ların ortası arasında 20 yıldan kısa bir süre içinde yerküreye ışık hızıyla yayılmış" olan yeni enformasyon teknolojileri kendini özellikle yayıncılıkta göstermiştir. WTO 2019 verilerine göre; bu bağlamda yayıncılık ve tasarım faaliyetlerinde etkin olarak kullanılan 3D baskı teknolojileri gelişmiş ve yaygın olarak benimsenmiş, küçük ölçekli masaüstü yazıcıların esas olarak eğitim kurumları tarafından kullanılan örnekleri eş zamanlı olarak artmıştır. Yeni çalışma alanları doğuran bu sürece göre teknolojik dijital gelişmeler hizmet sektöründeki yeni girişimci çalışan sayısını ve dijital teknoloji ticaretini de arttırmıştır. İnternet ve dijitalleşme dünya ticaret anlayışını değiştirmiş dolayısıyla firmaların, fuar düzenleyici gruplarının yine dijital uygulamalar ve teknoloji ile bütünleşen yeni adımlar atmasını sağlamıştır. Üretilen akıllı uygulamalar sayesinde firmalar herhangi bir ürünü tarayabilir, dijital tasarım dosyası haline getirebilir, ardından bu dosyayı, tüketici, dünyanın herhangi bir yerinde istenilen zamanda görüntüleyebilir, diğer benzeri ürünler veya aynı ürünün farklı fiyatlandırmalarını izleyebileceği şekilde karşılaştırmalar yapabilir hale gelmiştir. Diğer yandan ticari faaliyetlerin dijitalleştirilmesiyle ilgili gelişmeler birçok hizmet sektöründe -özellikle yayıncılık alanında- vergilendirme ve telif ile ilgili sorunların çıkmasına, geleneksel sistemle ticaret

yapan esnaf, kitapçı ve sahafların geçinme zorluğu gibi sorunlarla karşı karşıya kalmasına yol açmıştır (WTO, 2019: 102-103).

Olumlu yanları ile enformasyon teknolojileri ile küresel rekabet artmış, şirketlerin yeniden yapılanması ve çalışma şekillerinde değişim yaşanmaya başlamıştır denilebilir. Yönetim merkezileşmiş, çalışmanın bireyselleşmesi, sipariş üzerine iş yapma gibi durumların yaygınlaşmasına ortam yaratmıştır (Castells, 2005: 357). Bu ortam özellikle e-ticareti bütün fonksiyonları ile geliştirmiş, her yayınevinin ve yazarın kendisine ait elektronik kurumsal mağazalarını kurmasına vesile olmuştur. Yazarlar kendi kişisel web sayfalarından işlerini, senelik takvimlerini, yapılacaklara dair bilgilendirme ve projelerini, etkinlik ve imza günlerini yayınlayıp okuyucular ile sürekli iletişim sağladıkları bir evreye geçmişlerdir. Elektronik dünyanın özellikle ekonomik olarak yazar ve yayıncıların hayatında yeni bir devrin başlamasına sebep olduğu bu süreçler, beraberinde reklam satış teknikleri üzerine kurulu yeni bir okuyucu/tüketici/müşteri ve mağaza/mağaza sahibi/yazar/yayıncı iletişimini başlatmıştır. Fuarların düzenlenmesinden aylar hatta bazen bir yıl önce fuarın teması hakkında -o sene fuarın ne ile ilgili, ne ağırlıklı düzenleneceği ile ilgili- kamuoyuna bilgilendirmelerin tüm dijital iletişim kanallarından yapılabildiği bir düzen oluşmuştur. Fuar düzenleyicileri ve yayıncılar arasında, yayıncılar ve yazarlar arasında çoğunluklu olarak web üzerinden işbirlikleri sağlanarak, bu işbirlikleri temelinde fuarın tanıtım aşaması ve düzenleneceği tarihe kadar olan gelişmeler hakkında (okuyucular, firmalar, okullar, diğer eğitim kurumları, yayınevleri, yazarlar, sivil toplum kuruluşları, meslek birlikleri, medyanın vb içinde bulunduğu) kamuoyunun bilgilendirilebileceği düzenekler elektronik ağlar üzerinden planlanmıştır. Elektronik aygıtların kullanılması “internet ekonomisi” denen bir kavramı başlatmış satış ve reklam/tanıtım tekniklerinde yaşanan yapısal değişimler, entelektüel sermayenin iyileşmesi yönünde dikkate değer gelişmelerin oluşmasını sağlamıştır. Ancak bu durum diğer yandan geleneksel kitapevlerinin satışında azalmalara sebep olduğu gibi telif, korsan ve taklitçilik gibi sorunların yaşanmasına da ortam yaratmıştır.

Teknolojinin gelişmesi yayıncılıkta işin örgütlenmesine sebep olmuş, esnek üretimin yaygınlaşarak geçmişteki stokla çalışma sisteminin yerine “Just in Time” denilen sıfır

stokla ve sipariş usulü çalışma anlayışının yaygınlık kazanmasına olanak sağlamıştır (Bozkurt V., 2014: 127). Kitapların elektronik ortamdaki satışının bu anlayış ile hareket etmesi hem üretim biçimini farklılaştırmış hem de bireylerin taleplerine daha kolay cevap verilebilir bir sistem doğurmuştur. Ancak her ne kadar elektronik pazaryerinin zaman ve mekân konusunda sağladığı kolaylıklar olsa da, geleneksel satış tekniklerinin-teknolojik ve çağa uygun satış teknikleriyle harmanlanmış olarak- uygulandığı fuarlar günümüzde her manada okuyucular için ayrı bir değer anlayışı ile tanımlanmaktadır. Şimdiki satış, pazarlama ve tanıtım/reklam tekniklerinin elektronik doğrultuda düzenlendiği çağımızda, fuarlar; okuyucu için artık dokunarak, iletişime geçerek, etkinliklere katılıp, gezerek ve satın almaya niyetlendikleri kitapları diğer kitaplarla karşılaştırdığı, eleyebildiği, gözlemlediği ve öyle almaya karar verdiği bir deneyim güzergâhı olarak şekillenmiştir. Diğer pazarlama ve iletişim araçları içinde fuarların hala daha önemli kabul edilmesinin nedeni, ürünün her yönüyle tanıtılma imkânının olması, tüketici ile doğrudan bir iletişime geçilebilmesi, ürünle birlikte ürünün üretildiği yerin imajının doğrudan tüketiciye aktarılabilmesinden kaynaklanmaktadır denilebilir.

Kişisel bilgisayarların kullanılmaya başlanması, akıllı telefonlar, okuma tabletleri, internetin her gün daha çok gelişerek farklı dijital ara yüzler, simge, fotoğraf, sesleri kullanma olanağını vermesi “masaüstü yayıncılık” diye adlandırılan bir kavramın doğmasını sağlamıştır. Kâğıda bağlı kalmadan, daha az maliyetle elektronik yayıncılığı tercih eden okuyucular tarafından en çok dile getirilen “ağırlıksız” olması özelliği ile elektronik/masaüstü yayıncılık, bugün hala üzerine düzenlemelerin yapıldığı bir alan olarak gelişmeye devam etmektedir. Elektronik yayıncılık geri bildirim, karşılıklı etkileşim, metnin yeniden düzenlenmesi gibi konularda ciddi bir esneklik sunmuş, çevrimiçi iletişim, metnin esnekliği ile birleşince aynı anda her yerde olabilen, asenkronize bir uzam/zaman programlanmasını mümkün kılmıştır (Saxby, 1990; aktaran Castells, 2005: 39-40). Enformasyon teknolojilerinin gelişimi, bilgiyi dijital ortamlara taşımış, onun saklanması, dağıtılmasını, farklı ifade şekillerinin üretilmesini sağlamıştır. Bu da örneğin herkes tarafından alınması pek mümkün olmayan sözlüklerin, ansiklopedik bilgilerin olduğu seri çalışmaların, ağır, külfetli yapıtların ufak bir CD’ye taşınmasını ve kullanılmasını kolaylaştıracak imkânları yaratmıştır. Gazete bayiye yürüyen okuyucuların yerini, yayın yelpazesini dijitale taşımış ve taşımakta olan gazetelerin sitelerini ziyaret etme kavramı almaya başlamıştır. Gazeteler, dergiler ve

sürelî yayınların yıllardır çevrimiçi olarak yayımlanmasından sonra yazılı dilin sayısallaşmasında en son noktaya ulaşılmış, 2000'li yılların başından itibaren e-kitap yayıncılığı endüstrisi ortaya çıkmıştır. Dijital medya ve ağlar birçok ürün ve pazarlar yaratmıştır; e-kitaplar ağ toplumunun kitapları olarak yerini almıştır.

E-kitap kavramı ilk kez Amerika'daki Brown Üniversitesi'nde teknoloji profesörü olan Andries Van Dam tarafından kullanılmıştır. Andries Van Dam 1967-1968 yıllarında IBM 360 ana bilgisayarında ilk hypertext sistem üzerine çalışırken “Elektronik Kitap” terimini kullanmıştır. E-kitap bir donanıma eklenen, taşınabilir bir araçta bulunan, kişiye ait dijital bir yardımcıyla (Personal Digital Assistant – PDA), kişisel bir bilgisayarda ya da bir dizüstü bilgisayar üzerinde okunabilen bir metnin elektronik sürümü, olarak tanımlanabilir. E-kitap üretildiği yerden saniyeler içinde bir başka yere aktarılabilir, çoğaltılabilir, hızlıca analiz edilebilir, birbirinden farklı okuma seçenekleri ve ara yüzleri sunabilir özelliktedir. Geçmişten bugüne farklı gelişim evrelerinden geçen e-kitap teknolojilerinin ilk adımı ise “1930'larda Vannevar Bush tarafından geliştirilen “Bush's Memex” adı verilen mikrofilm tabanlı sanal aygıt” ın geliştirilmesi olarak kabul edilir. Bu aygıt kişisel kullanım kolaylıklarını hedeflemiş olarak çeşitli dosyaları, verileri ve kitapları taşıyabilme amacıyla üretilmişti. İkinci olarak 1968 yılında Alan Kay'ın *Dynabook* adını verdiği çocuklara bilgisayar kullanımını öğretmek fikriyle geliştirdiği günümüz dizüstü bilgisayarlarına benzeyen ve Kay tarafından “kültürün bilgi kaynak ve kurumlarına sürekli ve kolayca erişimi sağlamayı amaçlayan bir simülatör” olarak adlandırdığı aygıt gelir. “Dynabook” şimdiki dizüstü bilgisayarların ilk şekli olarak kabul edilip elektronik kitapların mekân sınırlaması olmadan okunmasında ve geliştirilmesinde diğer önemli adımlardan biri olarak görülür (Chen 2003: 8-9). Bu adımlardan sonra dünyanın farklı yerlerinde e-kitapların gelişimine bazen dolaylı bazen bizzat yardımcı olabilecek diğer dijital teknoloji tabanlı projeler üretilmeye başlanmıştır. Hala kullanımı devam ediyor olan Michael Hart tarafından 1971 yılında başlatılmış ve geliştirilmiş olan “Gutenberg Projesi (Project Gutenberg)” bunlardan biridir. Bu proje elektronik kitapların gündeme gelmesi ve geliştirilmesi temelinde bilinen ilk ciddi projedir. Illinois Üniversitesi Malzeme Araştırma Laboratuvarı'nda Xerox Sigma V bilgisayarları ile geliştirilen proje kitapların ücretsiz olarak kullanılmasını ve kamu malı olarak yayılmasını sağlamıştır. Projede sayısı diğer kitap türlerine göre daha fazla olan edebi ve kültürel eserlerin

elektronik ortama aktarılması öncelikli düşünölen hedef olmuştur (Project Gutenberg, 1992).

Yapılan ilk denemelerden sonra 1990'lı yıllara gelindiğinde artık e-kitapların geliştirilmesi, ticari alana taşınması, farklı yazılım türlerinin denenip uygulanması üzerine yeni adımlar atılmıştır. Çeşitli elektronik kitap okuyucu kartları, ses düzenekleri, uygulamaları ve e-kitap okuyucu donanımları (Softbook ve Rocketbook gibi) geliştirilmiştir. E-kitaplarla ilgili ortak projeler artmış, bu projeler çeşitli firmaların kurulmasına vesile olmuş, çevrimiçi aboneliklerle çevrimiçi kitaplıklar kurulmuş, web tabanlı dijital kütüphaneler geliştirilip buradan okuyucuların çevrimiçi ücretli veya ücretsiz kendi kişisel kütüphanelerinin oluşturulması sağlanmıştır. Örneğin yapılan araştırmalara göre, bilimsel araştırma sonuçlarının yayımlandığı elektronik dergilerin sayısında 1991-1997 yılları arasında 30 katlık gibi bir artışın olduğu kaydedilmiştir. Bu elektronik yayıncılığın başladığı günden itibaren ne kadar hızlı geliştiğini gösteren önemli bir detaydır (Tonta, 2000: 1-13).

Haliyle diğer tarafta normal seyrini sürdürüyor olan geleneksel yayıncılık ve onun ticari gelişimini gösterdiği mekânlar dizisi (fuvarlar, geleneksel kitapevleri, kütüphaneler, kitap-cafeler vb.) sanıldığıının aksine bu teknolojik gelişmelerden bütünüyle olumsuz bir halde etkilenmemiş, eş zamanlı ve birbirlerinin özellikleri ile harmanlanmış bir düzeyde gelişim çizgisini çeşitlendirmeye çalışmıştır. Geleneksel üretim ile piyasaya çıkan basılı kitaplar eş zamanlı olarak yayıncı ve yazarları tarafından elektronik kitap (e-kitap) hali ile de çıkarılabilmiş veya mali sorunları en aza indirmek için (basım, depolma, postalama ücretleri vb.) yalnızca elektronik ortamda üretime konu olabilmiş ve maddi haklarını elektronik yayın yaparak elde etmeyi tercih etmişlerdir.

Ancak belirtmek gerekir ki ekonomik ve akademik yayıncılık temelinde e-kitap ekonomisi değerlendirildiğinde Yaşar Tonta'nın tespit ettiği üzere (2000); sanılanın aksine elektronik dergilerde yayımlanan makaleler basılı dergilerden çok daha ucuza mal olmamaktadır. Çünkü bir yayının "ilk kopya"sının üretimi için yapılan harcamalar (editoryal giderler) elektronik yayınlar için de aynen geçerlidir. Buna ek olarak elektronik yayınlar için ağ ve sunucu maliyetleri gibi maliyetler de bulunmaktadır. Bu nedenle basılı dergilerde sayfa başına maliyet 23 dolar iken elektronik dergilerde bu rakam 40-45 dolar olarak hesaplanmıştır. Hatta elektronik yayıncılıkta bir makalenin ortalama yayın

maliyetinin 1000-8000 dolar arasında değişebileceğini ve değişik yayınevlerinin verdikleri maliyet rakamları arasındaki büyük farkın nedeninin ise bilimsel yayıncılıkta fiyat rekabetinin olmaması şeklinde açıklanabileceğini, dile getirmektedir. Ayrıca iş modellerinin ve ekonomik modellerin de tam olarak oturmamış olması buna etkindir. Kimi yayıncılar tıpkı basılı dergilerde olduğu gibi aboneliğe dayalı sabit fiyat modelini yeğlemekte, kimileri işleme dayalı (transaction-based) modeli yeğlemekte ve erişim başına ücret istemekte, kimileri ise kişisel, kurumsal ve konsorsiyumlu lisans anlaşmaları yoluyla elektronik olarak ürettikleri bilgileri satmaktadırlar (Akay, 2012: 1-16).

Elektronik yayıncılığın dünyadaki gelişim seyrini gözlemek ve anlamak adına kaydedilen istatistikî verilere baktığımızda gelişimin sürekli olarak devam ettiği sonucu çıkarılabilir. Bu gelişim basılı yayıncılığı bozan, engelleyen veya geriletken bir halde değildir. Çünkü dünyadaki basılı yayıncılık devlerinin basılı yayıncılıkta takip ettiği ticari politikaları elektronik sektöre uygulama ve taşıma isteği basılı yayıncılığın teknolojik yayıncılık dolayısıyla karşılaşabileceği olumsuzlukları aza indirmiştir.

Bu aşamada WIPO ve IPA'nın 2018'de ortak projesiyle yayınlanan ve oldukça kapsamlı bir araştırma olan "The Global Publishing Industry" raporu; dünyanın elektronik yayıncılıktaki durumunu görmemiz açısından aydınlatıcı olacaktır. Bu rapora göre örneğin, Birleşik Krallık'ta toplam ticaret sektörünün % 54,9'u gibi bir oranla çevrimiçi satışların toplam satışlar içinde oldukça yüksek bir paya sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu ABD'de % 37,3, Özbekistan'da % 35,2 ve Brezilya'da % 25, İtalya'da % 24 ve İsveç'te % 23,5 olarak hesaplanmıştır. İnternet alışverişi ile 2018'de eğitim sektöründen en yüksek geliri elde eden ABD 7.1 milyon dolar ile en yüksek geliri elde etmiştir. Ondan sonra Kore Cumhuriyeti 2.6 milyon dolar, İngiltere 2.3 milyon dolar ve İtalya 0.9 milyon dolar ile ilk sıralara yerleşmiştir. Basılı yayıncılıkta en yüksek paya sahip ülke (2018) % 98 ile Estonya'dır. Dijital yayıncılıktan elde ettiği gelirinin en yüksek paya sahip olduğu ülke % 32.6 ile Danimarka'dır. Daha sonra sırasıyla % 28.8 Norveç ve % 19.6 Birleşik Krallık gelir. Yerli ve yabancı pazar geliri ile eğitim sektöründe basılan yayınlarda elde edilen gelire baktığımızda toplam gelir ile en yüksek paya sahip ülke % 55.9 ile Birleşik Krallık ve % 24.9 ile Belçika'dır. Eğitim gelirlerinin neredeyse tamamını iç pazardan karşılayan ülkeler Danimarka, Finlandiya, Norveç, Güney Afrika ve ABD'dir. Başlık hesaplamalarında 28 ülkenin dâhil olduğu ve eğitim sektörü tarafından yayınlanmış başlık

sayılarının temel alındığı tabloda açık ara farkla Türkiye (% 21,628) en çok başlığa sahip ülke olmuştur. Sırasıyla Brezilya (10,726) ve Fransa (9.934) gelmektedir. Tüm başlıkların hesaplandığı verilere göre en çok başlığa sahip ülkeler ise sırasıyla İtalya (126.196), ardından İspanya (81.228), Fransa (77.221), Japonya (71.661), Kore Cumhuriyeti (63.476) ve Türkiye (56.991)'dir (1-19). Görüldüğü üzere Türkiye en çok başlığa sahip olan ülke olması dışında elektronik kitap yayıncılığında henüz iyiler arasında yer almamaktadır. Bunun alt yapısal, takip edilen kültürel politikalar, teknolojik gelişmelere uyumluluk, dil vb. gibi birçok nedeni olabilir.

Dijital kitap yayıncılığının yaygınlaşmaya başlaması yayınevlerinin, okuyucuya bazen mali olarak kendilerine de fayda sağlayabilecek yeni seçenekler sunmasını sağlamıştır. Bu seçenek yayınevinden kitap satın alan okuyucunun aldığı basılı kitabın yanında aynı kitabın elektronik sürümüne ulaşma imkânı olabileceği gibi, yalnızca elektronik halde satılarak kitabın daha ucuza dolaşımını hem okuyucu hem de yayınevi açısından sağlama seçeneği de olabilmektedir. Bu aşamada yayınevleri ile birlikte kütüphanelerin izlediği mali stratejilerde de değişiklikler yaşanmıştır. Elektronik yayıncılıkta sunulan pratiklikler dolayısıyla süreli yayınların kütüphaneler tarafından satın alınmasında azalma yaşanmıştır. Ekonomik nedenler ile birlikte, basılı süreli yayınların saklanması, depolanması vb. faaliyetlerinin -depolama, saklama, taşıma, dağıtma düzenleme- kütüphaneleri zorlaması gitgide tercih edilmeme nedeni olarak düşünülebilir. Buna karşın kütüphaneler için elektronik ortamda belgeler ve bu belgelerin mükemmel röprodüksiyonları çok kolay üretilebilmekte ve internet aracılığıyla hemen hemen sifıra yakın bir maliyetle dağıtılabilmektedir (Mogge, 1999; aktaran Tonta 2000, s-13). Ancak elbette hala, basılı yayıncılık bünyesinde barındırdığı kitap kapasitesi ve yoğunluk olarak elektronik yayıncılıktan öndedir. Ulusal ve uluslararası yayın kuruluşlarının yaptığı çalışmalar, satın aldıkları veya ürettikleri elektronik yazılımlar, elektronik yayıncılıkta uygulanması gerekli görülen eğitimler, toplantı, bilgi şöleni gibi her türlü faaliyetlere rağmen bugün dünyada e-yayıncılık hala birçok sorun yaşamaktadır. Elektronik yayıncılık, fikri hakların uygulanması, e-akademik yayınlardan alınan ücretlerin yüksek ve adaletsiz olduğuna dair kanaatler, temelinde özellikle hukuki olan bir takım boşluklar içerdiği dolayısıyla -her ne kadar hemen ulaşılabilir olarak görülse- de basılı yayıncılık kadar ulaşılabilir seviyede değildir. Araştırmacılar herhangi bir bilgiye ihtiyaç duyduklarında, hala çoğunluklu ve ilk olarak başvurdukları fiziksel basılı yayıncılık

olmaktadır. Ancak elektronik yayıncılığın en çok kullanıldığı hatta araştırma ölçeklerinin en çok uygulandığı alan olarak üniversitelerin, enstitülerin vb. alanların olduğu da unutulmamalıdır.

Bu aşamada belirtmek gerekir ki özellikle son yıllarda, e-kitap çeşitliliğinin azlığı, bunun yanı sıra e-kitap cihazlarının yüksek fiyatlara satılıyor olması ülkemizde bu alana getirilen en büyük eleştiriler arasında yer almaktadır. Yine hukuki meseleler temelinde daha önce de bahsettiğimiz üzere yayıncılar tarafından eleştirilen diğer bir konu ise vergi oranlarıdır.

“19 Aralık 2018 Çarşamba günü Resmi Gazete’de yayımlanan değişiklikler sonucu gazete ve dergilerin elektronik ortamda satışı, elektronik gazete ve dergi okuyucu, tablet ve benzerlerinin teslimindeki KDV oranı %1’den %18’e, elektronik kitap (e-kitap) ve benzeri yayınların elektronik ortamda satışı, elektronik kitap okuyucu, tablet ve benzerleri teslimindeki KDV oranı %8’den %18’e yükseltilmiştir (TÜRKYAYBİR, 2019a: 20)”

şeklindeki ibare elektronik kitap alanında yeni girişimcilik faaliyetlerine başlayan, yatırım yapan yayıncılar için tepki ile karşılanmıştır. Bunun neticesinde Türkiye Yayıncılar Birliği tarafından Hazine ve Maliye Bakanlığı’na çağrıda bulunulmuş, basılı ve e-kitapta KDV’nin kaldırılması için görüşmeler ve toplantılar gerçekleştirilmiştir. Türk yayın sektörü, basılı kitaplardan alınan vergilerin düşürülmesi için verdiği mücadele aşamasında, e-kitap (e-kitap) yayınlarından alınacak vergi haberi ile karşılaşınca, henüz yeni olan elektronik kitap yayıncılığı sektörü için besledikleri umudunu yitirmişlerdir.

Daha sonra 1 Şubat 2019 tarihinde yürürlüğe giren “KDV İstisnası Kanunu” ile bu durum düzeltilmeye ek düzenlemeler ile mevcut mağduriyetler giderilmeye çalışılmıştır (TÜRKYAYBİR, 2019a). Yazar ve yayıncıların talepleri ve çalışmaları üzerine elektronik yayıncılığa uygulanan vergi % 18’den yüzde 8’e düşürülmüş ve yapılan bu düzenlemeler ile e-kitaplara olan rağbetin ivme kazanacağı düşünülmüştür. Daha önce de ayrıntıladığımız üzere Avrupa’nın pek çok ülkesinde e-kitaplardaki vergi oranı yüzde 3,5 ile yüzde 7 arasında değişmektedir. Basılı kitaplar ise vergiden muaf tutulmaktadır. Yayıncılık ve edebiyat dünyasını zorlayan vergi, telif, korsan, hukuki düzenleme sorunları vb. göz önünde bulundurulduğunda özellikle e-kitap yayıncılığında almamız gereken epey bir mesafemiz olduğu düşünülebilir (Şen, 2017: 167-174). Bu kapsamda

III. Milli Kültür Şurası Sonuç Raporu'nun (2017), Araştırma-Geliştirme (AR-GE) çalışmaları kapsamında, elektronik yayıncılık ile ilgili yapılacak çalışmaların desteklenmesi gerektiği kararlaştırılmıştır. Basılı kitaplarla birlikte, dijital kitap, yapay zekâ gibi gelecekte yayıncılığın evrileceği sahalara dönük çalışmaların yapılması, bu çalışmaların yönlendirilmesinin aciliyet gerektirdiği belirtilmiştir. Meslek örgütlerinin yaptığı çalışmaların dışında, kalıcı planlama ve AR-GE çalışmalarının yok denecek kadar az olduğu, bu temelde Kültür ve Turizm Bakanlığının yayıncılığın gelecekte evrileceği sahalara dönük altyapı çalışmalarını meslek örgütleri ile birlikte planlamasının ve ön açıcı AR-GE çalışmalarına destek vermesinin gerekli olduğu, yönünde öneriler getirilmiştir (5).

Bunlarla birlikte benzer iki sektörden biri gelişim aşamasına giriyorken diğersinin gerileme dönemine girebileceğine dair fikrin, basılı yayıncılık ve elektronik yayıncılık arasında da yaygın olduğunu belirtmek gerekir. Oysa elektronik yayıncılık ve basılı yayıncılık arasındaki durumun bir rekabet olarak değil birbirini besleyen iki kanal olarak görülmesi daha doğru olacaktır. Elektronik yayıncılıkta yaşanan gelişmelerin basılı kitapların satışında azalmalara sebep olabilir yönündeki görüşlerin aksine yayıncılığın geleceği olumlu yönde ilerlemektedir. Hatta dünya çapında teknolojik adımlar yaratıcı endüstrinin ağlarını genişletmekte, yeni iş modelleri yaratmakta, yeni uzmanlık alanları oluşturulması ve bunların eğitim programlarının da kurulması yönünde teşvik modellerinin doğmasına vesile olmaktadır.

Teknoloji, yayıncılığın hayatın her yönüne sirayet eden kolları ve ekonomik cephesi ile edebiyat için bir tehdit değil, edebiyatın daha çok insana, daha fazla coğrafyaya ve yerelden ulusala uzanabilme şansını yakalayabileceği bir ağlar platformu olarak kabul edilmelidir. Yapılan istatistikî verilere bakıldığında da her gün basılan kitap sayısının arttığı, içeriklerin dijital dosyalar halinde, e-kitap halinde veya basılı olarak okuru ile buluşmaya devam ettiğini görebiliriz. En son yapılan araştırmalardan biri olarak 2019 Eylül ayında Türkiye geneli yayıncıların toplam bandrol (denetim pulu) talebi üzerine yapılan hesaplamada, 56.458.626 gibi bir rakam elde edilmiştir. Bu çalışma YAYFED tarafından yapılmış olup, diğer çalışma verileri ile kıyaslandığında şimdiye kadar elde edilen en yüksek rakam olarak kayda geçmiştir. Buradan hareketle denilebilir ki teknolojik ve dijital yenilikler oluştuğunda elektronik yayıncılık gelişmekte ve bu basılı yayıncılıkta tersi bir durum veya tehdit oluşturmamaktadır. Elektronik yayıncılıktaki

tercih edilme değer aralıkları artarken bu basılı yayıncılıkta da devam etmektedir. 2018 Eylül ayında bandrol adedi ise 53.063.735 olup kitap üretimi 2018 yılından 2019'a %6,4 oranında bir büyüme gerçekleştirmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ISBN Ajansının yaptığı araştırmaya göre 2018'de 67.135 yeni başlık üretilmiştir. 2019 yılında ise bu veri yükselerek 68.554 şeklinde olup % 2,11'lik bir artış kaydedilmiştir. Bu başlıkların 61.512'si basılı kitap formatında, 6.487 adedi elektronik kitap olup 1000 kadar adet ise sesli kitap sürümüdür (YAYFED 2019a, TÜRKYAYBİR, 2019b).

Bu fuarlar alanında yürütülen ticari faaliyetler açısından düşünüldüğünde de aynı sonucu vermektedir. Okuyucular artık rahatlıkla e-kitaplara ulaşabildiği için basılı kitaba olan tercihlerini sınırlandırmamaktadır. Fuarları özellikle bekleyip indirimli kitaplara ulaşabilmek bütün kitapları aynı anda görebilme şansına eribilmek ve tüm kategorileri, etkinlikleri, söyleşileri takip edebilmek elbette okuyucular için elektronik kitaba erişme aşaması ile bir tutulmamaktadır. Okuyucu açısından fuarların, elektronik yayınların gelişimi söz konusu olduğu için tercih edilip edilmeme durumundaki bu açıklık nettir. Ancak elektronik kitapların çıkmaya başlamasından sonra yayıncılık sektöründeki basılı kitapların satışında bir değişiklik olup olmadığı yukarıda da gösterildiği ve yayıncılık bölümünde de ayrıntılı bir şekilde anlatıldığı gibi istatistiki veriler ve değişkenlerle izlenebilecek bir düzeydedir.

Son zamanlarda yayıncılık ile ilgili yapılan ulusal çalışmalarda basılı yayıncılık prosedürleri için ne uygulanıyorsa, bu elektronik yayıncılık için de eş zamanlı düşünülmekte atılan adımlar birbirlerine uyumlu halde atılmaktadır. TÜRKYAYBİR'in yaptığı "Sabit Kitap Fiyatı" çalışmaları arasında özellikle değinilen konulardan biri de elektronik yayıncılık olmuştur. Almanya'da uygulanan kitap satış fiyatları ile ilgili düzenlemelere dair "her kitap için yayıncının yasaya göre bir fiyat belirleyebileceği, belirlediği fiyatta özgür olduğu gibi bu fiyatın karton kapaklı hali ve elektronik hali gibi durumlarında değişiklik gösterebileceği" ifadeler Türkiye'de yapılan çalışmalara da uyarlanmaya çalışılmıştır (Pleimling ve Sprang, 2017: 5). Bununla birlikte IV. Ulusal Yayın Kongresi'nde "yayıncılara ve yayıncı guruplarına, yazarlara elektronik yayıncılık hakkında bilgi ve eğitim verilmesi" ne dair madde yer almış bununla ilgili çalışmaların Türkiye'de başlatılması komisyon üyelerince yetkili kuruluşlardan talep edilmiştir.

Sonuç olarak denilebilir ki, internet ve teknolojik yeniliklerin getirdiği imkânlar dâhilinde elektronik yayıncılık karmaşık bir ilerleme kaydetmektedir. Haliyle ilgili bakanlıklar tarafından uygulanan kültürel politikalar, meslek birliklerinin dile getirilmesine aracı olduğu sorunlar ve talepler ile bunların analizleri, yayıncılık alanında geliştiriliyor olan projelendirmeler, kurultaylar, toplantılar vb. çoğunluklu olarak basılı yayıncılık odaklı yapılmakta ve acilen bunların e-yayıncılık sektörü için de uyumlu hale getirilmesi, çoğaltılması, denenmesi ve uygulanması gerekmektedir. Türk kitap fuarlarında çeşitli meslek birlikleri tarafından mevcut sorunlar haricinde pek üzerinde durulmayan dijital kitap yayıncılığı, fuarlar platformuna da taşınmalı ve tartışılmalıdır. Çeşitli öneriler geliştirilerek mevcut öneri analizleri yapıp bu konuda Türkiye’yi dünya elektronik yayıncılık ortalamasına taşıyabilecek adımların atılmasındaki önem anlatılmalıdır. Dünyanın önde gelen kitap fuarlarında olduğu gibi, basılı kitap ile birlikte e-kitap satışı da yapılabilmesi, bununla ilgili tanıtım, bilgilendirme, alt yapı çalışmaları oluşturulmalıdır. Geleceğin yayıncılık sektörü olarak görülen e-kitap yayıncılığı adına tekno-şirket yapılanmaları ile yayıncılık şirketleri, edebi kuruluşlar, ekonomi uzmanları bir araya gelmelidir.

3.2.5 Sesli Kitap Yayıncılığı

Elektronik kitapların yayıncılık sektöründe yeni bir dönemi başlattığı süreçle bağlantılı olarak yaşanan en önemli gelişmelerden biri e-kitap sektöründe yaygınlaşmaya başlayan kısıtlı bireylerin (görme engelli, yürüme engelli vb.) de kitaplara ulaşmasını sağlayan “sesli kitaplar”dır. Bu çalışmalar ışığında üretilen “sesli kitap” uygulamaları ve donanımları özellikle görme engellilerin hayatında yeni kapıları aralamaya başlamıştır. Basılı kitapta 1821 yılında Louis Braille tarafından görme engelli bireylerin okuyup yazması için geliştirilen “kabartmalı alfabe/yazı” olarak da bilinen “Braille Alfabeti” ne ek olarak dünyada sesli kitapların yaygınlaşması üzerine birçok çalışma yapılmaktadır. Yazarların yazdığı kitaplarının elektronik sürümünün yanında, sesli kitap sürümünün olması için bilgilendirmeler yapılmakta, halk kütüphanelerinde bulunan kitapların sesli sürümlerinin arttırılması ve bununla ilgili çalışma gruplarının oluşturulması teşvik edilmektedir. Aynı zamanda sesli kitapların çoğaltılması için yeni yazılımlar geliştirilmeye devam etmekte, belli bir yerin kitaplarının sesli sürümlerinin oluşturulması

için gönüllü gruplar oluşturulmakta ve halk kütüphanelerinin yanında sesli kütüphanelerin de olması ve geliştirilmesi için mali projelendirmeler yapılmaktadır. Bütün bu çalışmalar bugün dünyada yaşanıyor olan yayıncılıktaki teknolojik sürecin evreleridir. Daha önce basılı yayıncılıkta her yayın gurubu veya yazar Braille Alfabeti ile kitaplarını bastırma eyleminde bulunmuyorken, aksine bugün teknolojinin verdiği imkânlar ve ortak çalışmalar dolayısıyla bu durum daha hızlı ve pratik bir şekilde işlemektedir.

Avrupa’da “erişilebilir kitap” olarak nitelendirilen “sesli kitap” herhangi bir kitabın bütün bireyler tarafından elde edilip edilemeyeceğine, yani kısıtlı olsun olmasın istediği bireyin istediğinde o kitaptan faydalanıp faydalanamayacağına dair bir gönderme içerir. Dünyada şu an 253 milyon görme engelli birey bulunmaktadır ve mevcut “erişilebilir kitaplar” ne yazık ki kısıtlı bireylerin yalnızca % 10’una yetebilmektedir. Dahası sesli kitapların arttırılması zorunluluğu ile birlikte akıllı uygulamalar ve yazılımların, görme engelli okuyucunun kitapta istediği bölümü bulamaması sorununun çözümü gibi, mevcut talep analizleri dikkate alınarak iyileştirilmesi gerekmektedir.

Türkiye’de kültür politikaları ile ilgili atılan adımlarda “engelsiz kütüphane” oluşturulması yönünde çalışmalar yapılmış ve bununla ilgili komisyonlar kurulmuştur. Aile, Çalışma ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın işbirliği ile veya ayrı olarak yaptıkları çalışmalar neticesinde bu manada tam manası ile olunması gereken standartlarda olunmasa da her yıl engelsiz kütüphane kapsamında basılan “erişilebilir kitaplar” ın sayısı arttırılmaktadır. III. Milli Kültür Şûrası Sonuç Raporu’nda (2017); “Yayıncılık Kararları” kapsamında alınan kararlara göre; tüm kütüphane türlerinde engelli ve dezavantajlı guruplara yönelik olarak engelsiz bilgi hizmeti verilmesini (sesli kitap seslendiren programlar, işaret dili vb.) temin etmek üzere gerekli teknik, idari ve hukuki altyapı çalışmaları”nın başlatılması gerektiği yönünde gerekli kurumlara çağrıda bulunulmuştur.

Türkiye’de kurumsal düzeyde yeni yeni atılmaya başlanan bu adımlar, yayıncılık endüstrisinin hitap ettiği alanlarda da benzer şekilde yeni oluşmaya başlamıştır. Yaptığımız araştırma ve gözlemlere göre Türkiye’deki kitap fuarlarının “erişilebilir

kitap” konusunda eksik kaldığını söylemeliyiz. Kısıtlı bireylerin yararlanabileceği kitap türlerinin azlığının yanında, kitap fuarları içinde sesli kitap mağazaları yoktur ve fuar alanı kısıtlı bireylere de hitap edebilecek şekilde düzenlenmemiştir. Çeşitli bakanlıkların desteği, fuarı düzenleyen edebi kuruluşlar ile yayıncı şirketlerinin işbirliğiyle vb. giderilebilecek bu eksiklikler çok daha fazla kişinin kitap fuarlarını ziyaret edebilmesini sağlayacak ve tüm bireylerin kitap fuarlarına ulaşabilmesine ön ayak olacaktır. Frankfurt kitap fuarları gibi Türkiye’de düzenleniyor olan kitap fuarlarının da “engelsiz fuar” tasarımına kavuşması gereklilik olmanın ötesinde zorunluluk olarak görülmelidir. Bu temelde çeşitli projelendirme, ihale, yarışma gibi mimari veya tasarımı teşvik eden adımlar atılabilir. Kitap fuarlarımızın dünya standartlarında, teknolojik alt yapısıyla uzaktan erişilebilir bir zemine sahip olan ve kısıtlı bireyler tarafından fuarı ziyareti her manada kolaylaştıran bir formda olması Türkiye’nin yayıncılık endüstrisi adına grur verici olacaktır.

Bu manada örneğin sesli kitapların çoğaltılmasını ve görme engellilerin bütün yayınlara ulaşabilmesini amaçlayan uluslararası bir proje olarak bilinen “Accessible Book Consortium (ABC)” dünyada yapılan en önemli projelendirmelerden biri olarak bilinmektedir. Projeye destek vermek isteyenlerin “erişilebilir kitaplar bildirgesi” ni imzalaması sesli kitap seferberliğine katıldıkları anlamına gelmektedir. Bu bildirge bir yazar tarafından imzalandığında imzalayan yazar tarafından “kitaplarım erişilebilirdir”, bir yayıncı grubu tarafından imzalandığı takdirde “yayınlarımız erişilebilirdir” garantisi verilmektedir. IPA tarafından desteklenen bu projedeki amaç, tüm yayın gruplarını bu bildirgeyi imzalamaya davet ederek dünyadaki “erişilebilir kitap” sayısını arttırmaktır. Şu an yaklaşık yüzün üzerinde yayıncı bu bildirgeyi imzalamıştır.

Uluslararası Erişilebilir Kitaplar Konsorsiyumu (ABC), Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından yönetilen bir kamu-özel ortaklığı olup, Dünya Körler Birliği (WBU)’ni ve diğer görme engelli bireyleri temsil eden bir gruptur. ABC, görme engelliler için; kütüphaneleri, yazarları, yayıncıları ve yönetim kuruluşlarını temsil eden standart organların ve diğer kuruluşların ortak çalışmaları ile ilerleyen programları yönetmekte ve organize etmektedir. Bu kuruluş, dünya çapında erişilebilir kitapları çoğaltmak üzerine projeler geliştirmekte ve yine görme engelli kişiler gibi başka engeli/kısıtı olan bireylerin bu kitaplara ulaşabilmesine, bu kitapları kullanabilmesine yardımcı olmaktadır. ABC’nin

yasal çerçevesi Marakeş VIP Anlaşması' na dayanmaktadır ve Türkiye de bu anlaşmayı imzalayan devletler arasındadır. Ancak Türkiye bu anlaşmayı her ne kadar imzalamış olsa da henüz herhangi bir yayıncı kuruluşu bu organizasyona katılmamıştır. Marakeş VIP Anlaşmasının hükümlerini onaylayan ve uygulayan ülkelerde, bu tür kitaplar telif hakkı sahibinden izin talep edilmeksizin katılımcı yetkili tüzel kişiler arasında sınır ötesi takas edilebilir. Eğer herhangi bir kitap bu anlaşmaya tabi olmayan bir devletin yazarına aitse, o zaman telif hakkı sahibinden izin alınmaktadır. ABC'de bugün yaklaşık 80 dilde 635.000 başlık bulunmaktadır (ABC, 2020). Türkiye'nin kitap fuarları, yayıncı birlikleri, yazarları, edebi kuruluşları ve çevirmenleri ile bu kuruluşlara katılması, en azından Türkiye kültür politikalarında kısıtlı bireylerin de düşünüldüğü projelendirmelere fikir vermesi açısından buralarda bulunması tüm yayıncılık adına kültürel ekonomik, sosyal ve psikolojik anlamda çok değerli olacaktır.

3.3 KİTAP FUARLARININ DİĞER BOYUTLARI

3.3.1 Kitap Fuarları Kent Kimliği, Markası ve Ekonomisi

Kentler, geçmişten bugüne insanlar arasındaki ilişkilerin inşası, devamı, değişim ve dönüşümünün gerçekleştiği ve bu ilişkileri şekillendiren koşulların olduğu mekânlar bütünüdür. Her kent tarihi süreç içerisinde kendisi ile birlikte çevresini de içine alan birçok kültürel alan yaratır ve bu kültürel alanların işlerlik derecesi ile tanınma, bulunduğu çevreyi, ülkeyi temsil etme, kültür-sanat merkezleri olma gibi misyonlar üstlenebilir. Kentler yaşattıkları veya devraldıkları kültürel mirası birikimli olarak sonraki nesillere taşır ve bunu yaparken kente özgü kültürel niteliklerin korunması devresinde bu nitelikleri oluşturan “bağ”ların devamlı olması gerektiği sinyallerini verir. Politik, kültürel, hukuki, sosyal ve psikolojik olarak kurulması gereken bu “bağ”lar kentin kendi tüm mirasını içine alan kimliğinin de belirgin, anlaşılır ve küresel camiada söz sahibi olmasını mümkün kılar.

Kentlerin karmaşık yapıları kültürel manada atılması gereken adımlar temelinde genelde disiplinlerarası yaklaşım ve çözüm metotlarını gerekli kılmaktadır. Bu da kentlerin mevcut sorunlarına karşı çözüm geliştirmede veya gelişim projelerinde yapılması gerekenlerin tespitinde farklı bilim dallarından farklı fikir sahiplerinin ortak masada

buluşmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla kültürün çok katmanlı yapısı kendisi ile ilgili meselelerde de çok katmanlı bir yapının oluştuğu bakış açılarını, çalışmalarını zorunlu kılmaktadır. Hal böyleyken ve kültürel alanlarda bilimsel bir değerlendirme yapılırken tek bir bilimin veya yalnızca “uzman”ı olunan alanın yaklaşım ve yöntemleri ile hareket etmek yetmemektedir. Sosyolojik, psikolojik, mimari, tarihi, folklorik, siyasi, felsefi, arkeolojik, edebi, teknolojik, teknik vb. açılardan yaklaşım ve yöntemlerin gözlemlenmesi ve tahlil edilmesi gerekmektedir. Farklı bilim dallarının getirdiği önerilerin diğer bilim dalları temelinde ele alındığında veya uygulandığında kentin kültürel kaderi için nasıl sonuçlar doğuracağı da incelenmelidir. Farklı uzmanlık alanlarının bilimsel çalışma platformu ve çözüm masasında birbirlerine tahammül derecesini yoklayacak olan bu durum, özellikle ülkemiz için oldukça gerekli olan bir yaklaşım şeklidir.

Her ne kadar farklı bilimsel alanlardan yapılmış olan veya yapılıyor olan ‘kültür’ odaklı çalışmalarda sürekli olarak Türkiye’nin hem nitelik hem nicelik olarak kültürel -somut olan veya olmayan- hazinelerinin oldukça ‘zengin’ olduğu dile getirilip ancak bu ‘zengin’liklerin değerlendirilmesi veya korunması temelinde ortak çalışmalar hiç denecek kadar az olsa da, bu durumun giderilmesi adına atılacak adımlar için hala geç değildir. Disiplinlerarası çalışmaları gerekli kılan kent çalışmalarında yalnızca geçmişten şimdiye uzanmış kültürel miras olarak değerlendirilen mekânlarla ilgili meseleler değil, aynı zamanda modern, kültürel birikimin yeni yüzyılda vücut bulduğu haliyle oluşturulmuş olan yeni kültürel mekânların durumu da tartışılmaktadır. Bu mekânlar son dönemlerde uygulamalı yaklaşımlar temelinde oldukça üzerinde durulan bir yapıya sahip olması şeklinde parklar, konser salonları, sergi salonları, fuarlar, tema parklar, yaşayan müzeler, festivaller, kitapevleri, tiyatrolar, edebiyat-kültür binaları (bunlar edebi amaçlar doğrultusunda oluşturulmuş bir cafe, kurs, okuma-şiir-yazma odaları, yazarlık kulüpleri olabilir) olarak vücut bulmaktadır. Zaten bütüncül bir kent üslubu, dokusu hem geçmişten şimdiye taşınmış yapıları hem de sonradan oluşturulmuş alanları ile bunu gerekli kılmaktadır.

Kent yaşayan bir mozaik olarak hem yerele hem evrensele dokunabilecek bir güce sahiptir. Kentler göstergeler ve imgeler coğrafyası olarak sokakları, caddeleri, insanların yeme içme alışkanlıkları, giyimi, okulları, kütüphaneleri, mimarisi ile bütünsel bir

karışım dilinin ifadesidir ve bu ifade şekli hem kentin kimliğine karşılık gelir hem de kentin bu kimlik ile oluşumunu sürekli olarak devam ettirmesini sağlar. Kentin tarihi mekanları için yapılan çoklu çalışmalar dışında (restorasyon, müze çalışmaları vb), sonradan yapılmış/tasarlanmış mekanlar kültürel ekonomik temelde birçok önemli meseleyi içermektedir. Bu mekânların günlük yaşamda kullanımı/kullanım derecesi, ne kadar gerekli olduğu, ihtiyaçları karşılayıp karşılamadığı, bir kentin kimliğinin oluşmasındaki katkıları veya rolü, uluslararası kültürel ekonomik zeminde görünürlük derecesi, modern bir yapıyken geleneksel motifleri üzerinde bulundurup bulundurmadağı, gelenekseli ve modern harmanlayıp harmanlamadağı harmanladıysa eğer bunun ne kadar uyumlu veya doğru olduğu gibi noktalar bu meselelerden birkaçıdır. Kentsel bileşenlerin bu uyumu ile birlikte yani niteliğinin dışında niceliği/varlığı da kentte bulunan kentliyi etkilemektedir. Bu mekânların varlığı kentlinin ifadesine, eğitimine, gelişmişlik düzeyine, kültürel ve tarihi bilincine, kültürel duyarlılığı ve hassasiyetlerine dolaylı veya doğrudan etki etmektedir. Örneğin, bir şehrin kütüphanelerinin çok olmasından, bir iki kütüphanenin o kentte yaşayanlara yetmediği sonucu çıkarılabileceği gibi konser salonlarının oldukça çok olması yine konser vb. etkinliklere orada yaşayan kentlinin ilgi gösterdiği sonucu da çıkarılabilir. Dolayısıyla kültürün ekonomik perspektifi ile kültürel ürünlerin, mekânların veya olguların da arz-talep ile bağlantılı olarak artacağı veya azalacağı yönünde bir takım sonuçlara varılabilir. Buradan hareketle denilebilir ki kentin bütünsel kimliğinin oluşması kentliye, kentlinin kimliğinin oluşması ise kentin kimliğine -kültürel mekânların nitelik ve niceliğine- bağlıdır.

Tarihi kent algısının değişmeye ve bu kentlerin yerini hiperkentlerin almaya başladığı günümüzde, kültürel alışkanlıklar, tüketim alışkanlıkları ve tüketim gerçekleştiği mekânlar da değişim göstermiştir. Zamanla yeni mekânların üretimi, eski mekânların yeni nitelikler kazanarak farklı formlara kavuşmasına, kültürün ekonomik temelde kent merkezli gelişimindeki farklı somut tablolarını gözlemlememize neden olmuştur. Kent yaşamının yerleşik sosyo-kültürel belleğine de etki eden bu süreç eski belleğin bazen tahrip olmasına bazen de kendine yeni unsurlar katarak zenginleşmesine olanak sağlamıştır. Bu da kültür ekonomisi alanının profesyonelleri tarafından yeni yaklaşımların geliştirilmesinde, ülke ekonomisinin gelişmesi, kültürel ekonomik alan analizlerinin arttırılması gerektiği yönünde çalışmaların yapılmasında tetikleyici olmuştur. Süreç dâhilinde üretilen yeni anlamlar; yeni ürün ve yeni tüketim sistemlerini

oluşturmuş, “yaratıcı kent” algısına uyumlu olarak “yaratıcı projeler”in ortaya çıkmasını sağlamıştır.

“Sanayi kentinden yaratıcı kente dönüşüm” olgusunun ekonomik ve sosyal temelde neredeyse her alan için önemli olduğu “kültürel yaratıcı çağ”ımızda kitap fuarları, sergiler, sanat galerileri, festivaller ve diğer fuarlar gibi eğlence ekonomisinin birçok halinin görülebileceği sosyal faaliyetlere ciddi görevler düşmektedir (N. Özdemir ve E. Özdemir, 2020: 1-5). UNESCO’nun 2004 yılında geliştirdiği “Yaratıcı Kentler Ağı” projesi de bu bağlamda kentlerin özgünlüğü, yaratıcılığı, eğlence kültürü, kültürel faaliyetleri, üretimleri ve çeşitliliğini esas alarak, bir kenti diğer kentlerden ayıran özellikleri tespit etmeyi hedeflemektedir. Kentin kültürel ekonomi ve yaratıcı ekonomi temelinde sürdürülebilir kalkınmasına koşul olarak görülen kentin “özgünlük ve yaratıcılığı” bu projede üzerinde durulan en önemli detay olarak bilinmektedir. Yaratıcı kentler kapsamında kültürel ve ekonomik temelli iki yaklaşımın vardır; bunlardan ilkinde yaratıcı kentler kültürün, çeşitliliğin ve sanatın mekânları olarak tanımlanmaktadır. İkinci yaklaşımda ise yaratıcı kentler buluşçu, yaratıcı, rekabetçi/yarışmacı sektörlerle ekonomik açıdan varlığını devam ettirebilen sanatçıların ve sanatsal organizasyonların ön plana çıktığı mekânlar olarak algılanmaktadır (Aksoy ve Enlil, 2011, 20- 24). Kitap fuarları yaratıcı kent algısının oluşmasındaki payı ile ikinci yaklaşıma uyum sağlamaktadır.

Rekabetçi pazar ekonomisinin ölçüldüğü kitap fuarları “yaratıcı yapılanmaların” iç içe geçtiği kültürel ekonomik bir bütünü temsil etmektedir. Kent kimliğinin yalnızca tarihi doğal miras ile oluşmayacağına dair göndermeleri içinde barındıran bu yaklaşımdan hareketle denilebilir ki kitap fuarları bir kentin markalaşmasında, kültürel kimlik kazanmasında önemli unsurları üzerinde barındıran kuruluşlar bileşkesinin örneğidir. Yaratıcı yazar, yayınevi, yeni fikirlerin tartışıldığı seminer, açık oturum ve tartışma kulüplerinin oluşturulması, müzik, resim vb. alanların sergi ve kendini ifade imkânı ile kitap fuarları; hem kentin ve kent insanı sanatının, ekonomik temsil şekillerinin görüldüğü hem de birçok yaratıcı sanat alanının kurduğu ekonomik işbirliklerinin takip edebileceği bir alandır. Kitap fuarları kentin kültürel olarak markalaşması yolunda modern, dinamik, ekonomik ve yaratıcı kültürel yapılanmaların beraber çalıştığı kent sanatının pazar ekonomisindeki uyumunu göstermektedir.

UNESCO'nun "Yaratıcı Kentler Ağı" na göre edebiyat bir kentin markalaşması yolunda en etkili alanlardan biri olarak kabul edilmektedir. Yaratıcı Kentler Ağı'na göre bir kent edebiyatın yaratıcı kenti olarak kabul edilirken basılı/yazılı ve sözlü edebiyat bir arada değerlendirilmeli ve değerlendirmeden beklenen basılı/yazılı ve sözlü edebiyat arasındaki özgünlüğün, iletişimin sorunlu, kopuk veya bağımsız olmamasıdır (N. Özdemir ve E. Özdemir, 2020: 5-19). Edebiyatı üreten dinamikler olarak yazarların/yazarın kişiliği, eserleri, yaratıcılığı, edebi, siyasi, psikolojik, felsefi, bilimsel vb. yaklaşımları, hayat hikâyesi bir kentin uluslararası camiada tanınması, hatırlanması ve markalaşması yolunda kültürel ekonomik bir alan olarak edebiyatı söz sahibi kılmaktadır. Shakespeare, Kafka, Marks, Dostoyevski, Freud gibi yazarların doğdukları şehir ile bütünleştirilmesi bu yargıyı doğruladığı gibi örneğin son zamanlarda ressam Frida Kahlo'nun adının, resminin veya fikirlerinin her yerde karşılaşılabilecek derecede kullanılması aynı yargıya bağlı olarak hatırlanabilir. Sanatın ekonomik tüketim malzemesi şeklinde de değerlendirilebilecek olan Frida Kahlo örneğinde, Frida Kahlo'nun yaşadığı şehir, sıradışı hayat hikâyesinin geçtiği ev, meraklıları tarafından araştırılmakta bu da Frida Kahlo'ya doğduğu yer olan halkının kültürü, kenti ve geleneksel yapısı konusunda edebi/sanatsal temsil görevi yüklemektedir. Kentler yazarlarından/sanatçılarından, sanatçılar/yazarlar da kentlerinden bağımsız düşünülmemektedir.

Yaratıcı Kentler Ağı "edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatı, tasarım, gastronomi ve medya sanatları" başlıkları altında şekillenmekte olup, bu alanların birbirleri ve yaratıcı kentlere sahip olan ülkelerin birbirleri ile etkileşim ve iletişiminin hedeflendiği bir kompozisyon oluşturmaktadır. Bu temelde "Edinburg, Seattle, Krakow, Milan, Melbourne, Bağdat, Heidelberg, Barselona, Prag, Dublin ve Manchester" UNESCO'nun "edebiyat" alanındaki yaratıcı kentlerinden bazılarıdır. Türkiye 2015 yılından beri bu ağa dâhil olmuş ve Türkiye'nin kentleri bu temelde "kendini yaratan kentlerin" bulunduğu bir ülke olarak tanımlanmış ve 2007'de İstanbul tasarım kenti olarak seçilmiştir. Türkiye'nin "edebiyat, film ve medya sanatları alanındaki yaratıcı kenti" olarak kabul edilen herhangi bir kenti henüz yoktur. Türkiye'nin edebi, kültürel, müzik ve medya sanatları alanındaki özgün zenginliği düşünüldüğünde, bu yokluğun yaratıcı ve kültürel endüstriler alanındaki ekonomik ve markalaşma üzerine geliştirilebilecek farkındalıktaki eksiklikten kaynaklanabileceği düşünülebilir. Bu eksikliğin giderilmesi ve Türkiye'nin medya ve edebiyat alanındaki yaratıcı etkinliklerinin geliştirilmesi yolunda büyük bir zenginlik ve

fırsatlar kavşağı olarak görülebilecek festivaller, fuarlar, sergi ve sokak etkinlikleri yaratıcı kentlerin kültür turizmi boyutunun fark edilmesi bağlamında önemli niteliklere sahiptir. Bu yapılanmalar mevcut yaşayan kültür ile geleneksel kültürü bir araya getirmekte, kültürün korunmasına ve geliştirilmesine gelecek kuşaklara aktarılmasına aracı olmaktadır. Yaratıcı kent algısının oluşmasına ortam sağlayan bu etkinliklerin birçok nitel ve nicel etken ile birlikte gelişimi “yaratıcı etkileşim”e bağlı olarak şekillenmektedir. Fuar süreci boyunca ulusal veya uluslararası gerçekleştiriliyor olan fuarın yarattığı “yaratıcı etkileşim”in potansiyeli ve turizmi dolayısıyla kentin markalaşma gücünü etkilemektedir. Farklı kültürlerin tanınması veya kent kültürünün farklı kentlere tanıtılması etkileşim kanalıyla yaratıcılığı arttırmakta, yaratıcı zümrenin üyesi olarak yazarların kendini ifade ettiği kitap fuarları yaratıcı etkileşimin etkin olarak gerçekleştiği yer olmaktadır ve bu etkileşime bağlı olarak kültürel turizmin gelişmesinde rol oynamaktadır. Özellikle kitap fuarlarında kültürel ekonomik ve kültürel yaratıcı endüstrilerden biri olarak edebiyat, yaratıcı kentler programında yaşayan kültürel belleği besleyen ve geçmiş-şimdiki kültürleri buluşturan, farklı yaratıcı alanları bir araya getiren alan olarak görülmektedir.

Özdemir’in (2011a; 2011b; 2012) üzerinde durduğu ve farkındalığın oluşmasında ciddi katkılarının olduğu okuma ve gezme/seyahat etme arasındaki ilişki; okur olarak turist kavramı ve kültürel turizm kavramsallaştırması ile bir arada düşünülmektedir. Özdemir’e (2011a; 2011b; 2012) göre; okuma eylemi okuru, okuduğu malzeme yoluyla uyarıp harekete geçirebilir. Ancak birey çoğunlukla üzerindeki tesirin farkında değildir. Bu tesirin etki boyutunun belirlenmesi ve ispatına yarayacak olan çalışmaların yapılması edebiyatın ekonomik, kültürel, politik, psikolojik ve sosyolojik etki noktalarının görülmesi açısından oldukça önemli olacaktır. Bu temelde çalışmalar yapılırsa “edebiyat, insanların derin duygularıyla farklı boyutlarının ve yaşantılarının güzel ve etkileyici dilsel yaratılarla aktarılması” şeklindeki genel kalıbın terk edilmesine yardımcı olacak, edebiyatın bilinen başka yönlerinin keşfedilmesi yolunda teşvik edici bir dalga yaratacaktır.

Kendi kültürlerini farklı kültürel coğrafyalara taşıyan, gittikleri yerin kültürlerini de kendi kültürel coğrafyalarına aktaran veya gittikleri yer ile kendi kültürlerini harmanlayan yazarlar geçmişten bugüne bu görevi farklı şartlarda farklı yollarda yerine getirmiştir.

Geçmişte büyük seyahat turları, göç, savaş, sürgün, dini ziyaret, tayin, zorunlu görev vb. sebeplerle yer değiştiren yazarlar için bugün durum çok daha farklı ve çeşitlenmiş imkânlar dâhilinde gelişmeye devam etmektedir. Teknolojinin de gelişmesi ile farklı kültürlerin birbirleri ile etkileşime geçmesi saniyeler içinde gerçekleşmekte, neredeyse dünyanın her coğrafyasına istenilen zamanda ulaşılmaktadır. Örneğin uluslararası bir yazar birliğinin yaptığı toplantı ister dijital ortamda ister yüz yüze olsun farklı ülke ve şehirlerden yazarların aynı yerde buluşmasına, yerel kültürleri ile şekillenmiş fikirlerinin tanıtılması yolunda en doğru yere –kültür taşıyıcısı olarak diğer yazarlara- ulaşmasına olanak tanımaktadır.

Dünyadaki edebi turizm hareketinin görünür bir şekilde izlenebildiği kitap fuarları bu minvalde fuarlara davet edilen yazarlar, ağırlanan yabancı ziyaretçiler, yayınevi kuruluşları, dernek, vakıf ekipleri ve yarattıkları etkileşimler ile önemli bir yerdedir. Etkileşim sonucu elde edilen çıktılara göre her yazar kendi ülkesine döndüğünde gittiği ülkenin fuarı, sergisi, toplantısı sonunda yapılan kısa kültürel gezisi hakkında fikirlerini, eleştirilerini konu alan bir röportaj verebilmekte, kültürel edebi bir gezi yazısı, köşe yazısı, anı veya eleştiri yazısı yazabilmektedir. Bir kentin tanıtılması, bilinmesi yolunda doğrudan veya dolaylı olarak etken olan kitap fuarlarının geliştirilmesi kültürel turizm eksenli edebiyat alanında yaratıcı kentlerin oluşturulması niyetinde önemli bir etki gücüne sahiptir.

Bu bağlamda medya, edebiyat eserlerinin kitle iletişim araçları, reklam, tanıtım vb. araçlarla dünyayı dolaşmasına imkân yaratmakta, turizm-edebiyat ilişkisinin güçlenmesi yolunda farklı tanıtım, gelişim seçeneklerine fırsatlar doğurmaktadır. Bu da doğrudan veya dolaylı olarak kentin kültürel ekonomik kalkınmasında faydalı olmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle kitle iletişim araçlarının katkısı, dünyadaki yazarlar arasındaki iletişimi, hayal dahi edilemeyecek seviyeye ulaştırmış kent/şehir edebiyatı, köy edebiyatı, dijital edebiyat vb. küresel edebiyat formuna kavuşmuştur. Çağımızda farklı edebiyatlar arasında yaşanıyor olan bu etkileşim yaratıcı kültürel endüstriler temelinde üretkenliği arttırmış bu basımda, yayında, sözlü kültür ve dijital kültürde eser çeşitliliğinin çoğalmasına vesile olmuştur.

Ancak bilindiği üzere akıllı kentlerin oluşmaya başlaması, teknoloji ve kültürün paydaş alanlarda nasıl şekilleneceği ile ilgili bir takım tartışmaları beraberinde getirmektedir.

Teknolojinin gelişmesi kültürel alanların nasıl kullanılacağı, teknolojik yeniliklerden kültürel kodlar ve özgünlükler yitirilmeden nasıl faydalanılacağı, bu yeniliklerin uygulanması neticesinde birbirlerine uyumun gerçekleştirileceği alanların neler olması gerektiği gibi sorular bugün kültür ve teknolojinin birlikte hareket ettiği bölgelerde gerek kültür politikacıları, ekonomistler, tarihçiler ve kültür araştırmacıları tarafından gerek kültür yaratıcıları ve taşıyıcıları olan ressam, sergi düzenleyicileri, yazarlar ve müzisyenler tarafından üzerinde durulmaya başlanan konular arasına girmiştir.

Günümüzde zamanın hızla akıyor oluşu zamanın bünyesinde kendisi ile birlikte geliyor ve değişiyor olan alanlar hakkında mevcut bilgi ve pratiklerin de akışını, değişimini zorunlu hale getirmektedir. Herhangi bir bilimin veya kültür yapısının zaman içinde değişiyor olan paradigmalara uyum sorunu yaşandığının karşılaşıldığı bölgelerde birçok değer yıkılmaya ve çürümeye mahkûm olarak yaşam mücadelesi vermektedir. Çağın şartları ülkeleri turistik ve ekonomik amaçlı izlenen yollar temelinde değişime ve dönüşüme mecbur etmektedir. Kültür bilimi ile uğraşan birçok bilim adamına bu noktada özgünlüğün muhafaza edilerek kültürel değerlerin teknoloji ile birlikte hareket etmesi gerektiği noktalarda neler yapılması gerektiği konusunda görev yüklemektedir. Türkiye'nin belli şehirlerinde gözlemlendiği üzere -özellikle Ankara ve İstanbul- teknoloji ve kültürün uyumluluğunu sağlayan dijital kent algısı yaratılmaya başlanmakta, müzelerde, kütüphanelerde, tarihi ibadet yerleri, şehir yerleşimleri, sergi salonları ve fuar alanlarında kullanıcı ve ziyaretçilere kültürel bilgi ve eğlenceye kolaylıkla ulaşılabilmesini sağlayan alanlar oluşturulmaktadır. Uluslararası fuarlarda ve sergi salonlarında yerli ve yabancı ziyaretçilere geleneksel yollar takip edilerek dağıtılan kent tanıtım broşürleri bazen dijital imkânlar kullanılarak da yapılmaktadır.

Özellikle kültür planlamacıları tarafından kentin tanıtımı yolunda fırsat olarak görülen kitap fuarları, zaman zaman fuarın yapıldığı şehir ile şehri temsil eden yazarın bir arada verildiği edebi illüstrasyonlar, haritalandırmalar vb. dijital yeniliklerle oluşturulmuş içeriklerin sunulduğu alanlar görülmektedir. Fuarlar; yayıncı birlikleri, evrensel yazar algısı oluşturmak isteyen yazarlar, kültür müdürlükleri, belediyeler ve çeşitli dernek, meslek birlikleri vb. tarafından kent, edebiyat ve turizmi bir araya getirip kentin ekonomik ve kültürel kimliğine bir gönderme olarak çalışmaktadır. Kültürel ekonominin kent merkezli hareket ettiği ilerleme stratejisine göre fuarlarda, kültürel ekonominin tüm

ana ve alt dallarının yardımı, uyumu ve çoğu zaman birbirinden ayırt edilemeyecek ürünlerinin bir arada sunumu söz konusu olabilmektedir.

Tarihi kültürel mirasın somutlaştığı bir müzede, kültür ekonomisinin ana dallarından biri olan edebiyatın yazılı/basılı, sözlü veya dijital içeriklerinin olduğu bir program veya proje ile karşılaşılabilir gibi, uluslararası bir kitap fuarında bienal havasında bir resim sergisi, yerel kültürel bir müzik grubu, bir illüstratör sergisi veya dijital gösterimine müzik eşliğinde şahit olunabilir. Bu kitap fuarları ekseninde kent merkezli hareket eden kültür ekonomisinin dalları arasındaki uyumu ve bütün sanatlar ile yaratıcı alanların birbirleri ile var olduğu düşüncesinin somut halini göstermektedir. Yazılı edebiyatta bir şiirin bir resim çizer gibi veya bir müzikali andırır havada bilinçli bir üslup amaçlaması ile bugün teknolojik yenilikler ile birbirlerinin içeriklerine katkıda bulunan sanatların, ortak mekânlarda buluşması veya birbirine yer açması aynı niyetin mahsulüdür. Sanatın tanıtıldığı veya kendini ifade ettiği mekânlar (festival, fuar, sergi vb.) dizisi sürekli olarak değişip dönüşse de, farklı sanatlar arasındaki yaratıcılığa dolaylı veya doğrudan katkı sağlayan niyet unsurları değişmemektedir.

Son zamanlarda farklı sanat dalları ve farklı bilim dallarının uyumlu ve birlikte hareket etmesi gerektiğine dair bilgilendirmelerin olduğu çalışmalar ve programlar yürütülmektedir. Örneğin III. Milli Kültür Şûrası'nda bir kentin kültürel belleğinin gün yüzüne çıkarılması ve yaşatılması kapsamında yayıncılığın diğer alanlarla işbirliği gerçekleştirerek etkin rol üstlenebileceğine dair kararlar oluşturulmuştur. Bu kapsamda bir takım projelendirmeler ile ülkenin gerek fuarlar, gerek yayıncı meslek birlikleri, kitapçılar ve yayıncılık faaliyeti yürüten diğer guruplar ile kent projelerinin kültürel ekonomik yapılanmalarına katkıda bulunabileceği belirtilmiştir.

“Ortak Mekân Oluşturma” başlığı altında alınan kararlarda yayıncıların sadece dernek ve birlik çatısı altında bir araya gelebildiği, yayıncı grupları ile ilgili iyileştirme, düzeltme, işbirlikleriyle ortak projeler yürütme ve iletişimin kolay sağlanabileceği mekânların yaratılmasına ihtiyaç olduğu dile getirilmiştir. Başta İstanbul olmak üzere birçok şehrimizde yayıncıların bir araya gelebilecekleri ortak mekânlara ihtiyaç olduğu, son on yıldır gündemde olan ve son dönemde yeniden yoğun bir şekilde çalışmalarına başlanan “Kitap Kent Projesi”nin yayıncıların destekleriyle Türkiye yayıncılığının merkezi olan İstanbul ilimizde gerçekleştirilebileceği ve bunun gerekli olduğu üzerinde durulmuştur.

Türkiye’de yayıncılığının başladığı yer olan Cağaloğlu’nda bir sokağın, kültürel belleğin devamını sağlamak açısından kitap sokağı olarak düzenlenebileceği ve burada kitap müzesi, kitabevleri vb. mekânlar açılmalıdır.” şeklindeki önerilerin gerçekleştirilebileceği üzerinde tartışılmıştır. Şüphesiz bu yayıncılığın, kitap sergileri ve fuarlarının vb. bir kentin kimliğini ve kültürel belleğini yaşatmada önemli unsurlara ve güç modüllerine sahip olduğunu ve bunların değerlendirilmesi gerektiğine dair çıkarımlar yapmamamıza olanak sağlayabileceğini göstermektedir (“Sonuç Raporu”, 2017). Edebiyat gerek yarattığı tüm ekonomik kanallar, gerek kültürel temsil gücüyle doğduğu/yaşadığı yer olan mekânlar dizisi şeklindeki kentlerden bağımsız düşünülemez. Edebiyat ve onun ekonomik işlerlik kazandığı tüm olgular (fuarlar, festivaller vb.) bir kentin kültürel belleğini yaratırken, kent de tüm içerik oluşturucu panelleriyle edebiyatı yaratmaktadır.

3.3.2 Kitap Fuarları ve Kültür Turizmi

Levi Strauss’un belirttiği üzere (1962); kültür hayata karşı konumlanmış veya onun üzerinde olan bir şey olarak değil, yapıcı ve dönüştürücü bir güç olarak hayatın içine geçmiş bir süreç şeklinde algılanmalıdır. Hayat kültürü, kültür hayatı inşa etmektedir. Tarihsel veya güncel olarak bakıldığında bu bağlamsallaştırma bugün kültürlerin ticari yaşam içerisinde, ticari değerlerin de kültürel yaşam içinde olup birbirini beslediğine dair düşüncelerimizin daha iyi anlaşılmasına yardım edecektir. Ulusal ve uluslararası bir değişim-dönüşüm sistemi olarak turizm, kavramsal olarak küreselleşmenin yerelden ulusala uzanan bütün iletişim deneyimlerini gerek siyasi, gerek ticari, sosyal ve kültürel olarak yaşar ve yaşatır.

Robinson ve Smith (2006), fuarlar, sergiler, festivaller tarafından ulusların bu ifade edilmiş şeklindeki fuar/sergi stantlarının, ulusların mikrokozmosları olarak var olduğunu ve buna bağlı olarak ekonomik sahnede kültürel turizm sahasında uluslararası turizmin doğasında sürüyor olan bir gerilimin doğduğunu ve bu gerilimin üretim tarzları ile tüketim tarzları arasındaki ikili karşıtlıktan kaynaklandığını, ifade ederler. Bunun tarihsel bir gerçeklikle veya sosyo-antropolojik bir gerçeklik göreceliği ile ilgili olmadığını, daha çok bir hareket olup eşit derecedeki iki set arası makro-mikro düzeylerde ve bunlar arasında işleyen

uygulamalar ile ilgili olduğunu dile getirirler. Onlara göre uluslararası turizm, uygun şekilde belirsiz bir şemsiye terim olarak mevcuttur ve modern ulus-devletin sürekliliği ve bireysel turistin deneyimleri ve uygulamaları ile ilgilidir. “Kültür turizmi ise fiilen, dünyanın hareketlerine ve akışlarına kapılmış olarak”, temsil görevi gören fuarlar, festivaller, kültürel yapılar, filmler vd. ile yaşamaya devam etmektedir (1-3).

1980’ler ve 1990’lar arasında “kültürel turizm” tabiri ilk defa WTO ve Bileşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından kullanılmıştır. WTO ve UNWTO dünya ekonomisi içindeki “kültür turizmi” payını hesaplamış ve şaşırtıcı olumlu sonuçlar elde etmiştir. Bu durum tüm ülkeler tarafından kültürel turizm alanlarının ilerleyebileceği ve rekabet edebileceği sahalar şeklinde görülüp, bu temelde yeni adımlar ve stratejiler geliştirilmesine vesile olmuştur. Sonrasında akademik çalışmaların yapılıp, ders kitaplarının basılması, kültür-ekonomi-turizm üçgeninde koyulacak hedeflerin oluşturulması, “kültür turizmi” nin aşamalı ve hızlı bir şekilde bilim dünyasında, devlet politikalarında, özel ticari hayatta yer edinmesini sağlamıştır. Ulusal ve uluslararası seyahatlerin artması ile kültürel turizme karşı ilgi “patlaması” başlamış ve öncesinde “1990’ların başından itibaren kültürel turizmin elit müşterilere yönelik ilk baştaki yöneliminden farklı olarak, kitle piyasasına yönelmesi kararı ile” yeni bir kültürel ekonomik akım meydana gelmiştir (Richards ve Raymond 2000).

1960’lı yıllarda karayolu taşımacılığı ile birlikte gelişmeye başlayan Türkiye’deki turizm sektörü, yerelin özgünlüklerinin belirginleşmesine ortam yaratmıştır. Turizm, yerele özgü doğal, tarihi ve kültürel değerlerin keşfini, imgeleştirilmesini ve markalaştırılmasını sağlayan temel sektörlerden biri olarak kabul edilebilir hale gelmiştir. Bilinçsizce başlayan bu uygulamalar, kısa sürede bilinçli ticari faaliyetlere dönüşmüştür. Yerel olan, kentli yaşamda özgünlükleriyle var olabileceğinin farkına varmıştır. Geç de olsa turizmin (kültür turizmi, eko-turizm türlerinin de etkinleşmesiyle) belirli bazı kentler dışındaki yerleşim birimlerinin sosyo-kültürel, tarihi ve coğrafi zenginlik ve özgünlüklerinden yararlanılarak geliştirilebileceğinin anlaşılması bu süreci daha da hızlandırmıştır (Özdemir, 2011b: 48).

Yaratıcı ekonomi eksenli çalışmaların yapılarak, somut mirastan somut olmayan kültürel mirasa kaymanın yaşanmaya başlaması, “Kültürel İktisat Dergisi” gibi yalnızca alana yönelik yeni bakış açılarının ve çalışma alanlarının (dil turizmi, dans turizmi, yemek

turizmi, vd.) yaratıldığı bilimsel yapılanmaların doğmasına da vesile olmuştur. Şüphesiz bu yeni bilimsel ifade şekillerinin doğması, yeni çalışma gruplarının oluşturulması, dünyada artmaya başlayan bir şekilde kültürel ekonomik sektörlerin tanımlanmasına ve üzerine araştırma-modelleme çalışmalarının yapılmasına ortam yaratmıştır. Turizm ve küresel ekonomi arasındaki tüm bağlantılar kültürel turizmin, festivaller (film, fotoğraf, müzik, moda, gıda vb.), mimari yapılar, fuarlar, müzeler temelinde var olmasına, dolayısıyla yeni ekonomi temelinde mekân odaklı yeniden ele alınmasına ortam hazırlamıştır.

Bu düzlemde denilebilir ki kültürel miras, artık yalnızca şehrin imajını temsil eden bir kavram olarak değil “yaratıcılık”ı da harekete geçiren bağlamların oluşmasına kaynaklık eden bir kavram olarak algılanmaktadır (Platt, vd., 2010). Şehrin yaşayan mirası, mevcut kültürel mirasa dâhil edilmekte yeni mekân ve yeni ekonominin getirdiği ticari ilkelerle şehrin dünyada markalaşabilen festivalleri ve fuarları bu noktada temel işlev görmeye başlamaktadır. Berlin Film Festivali, Cannes Film Festivali, Frankfurt Kitap Fuarları, Venedik Karnavalı, Rio Karnavalı, Los Angeles/Madrid/Londra Sanat Fuarları gibi marka etkinlikler, ülkelerin küresel ekonomik dengelerinin başarılı olmasını dolayısıyla kültürel miras zenginliklerinin devamlı olarak katmanlanmasını sağlamaktadır. Haliyle kültürel miras sanılanın aksine yalnızca bitmiş, tamamlanmış olanı değil, süreklilik ifade eden bir fuar, festival veya uluslararası bir pazarı da bünyesine dâhil etmektedir. Bugün kuruluyor olan ulusal veya uluslararası tüm kitap fuarları, bu noktada edebiyatın kültürel miras etkinliği ve onu var eden yazarların ve eser üreticilerinin bu mirasın temel taşı olduğunu, hatta edebi kültürel ekonomik mirasın bizzat kendisi olduğunu göstermektedir.

Son yıllarda olgun kapitalist sistemlerde en belirgin olarak görülen durum, ekonomilerin yeniden yaratılması eylemidir. Bu ekonomilerin yeniden yaratılması eyleminde temel etmenlerden biri olarak kültür, politik rolleri ve ulusal ideolojileri ve belirli güç hiyerarşilerini güçlendirmede önemli bir paydaş olarak görülmektedir. Uluslararası turizm faaliyetlerinin temelinde kesinlikle kültürel kaynaklar vardır ve kültür çeşitli toplumsal evrelerin gelişim evrelerindeki süreçte buna katkı ve katılım sağlayarak yer almaktadır. Ancak kültürü ele alırken onun yalnızca değer kavramıyla değil bürokratik, sosyal, siyasi “büro işleri” ile alakalı yönlerini de -yani yalnızca içsel değil dışsal olarak

da- ele almak gereklidir. Bu bir anlamda “turizmin turist tarafından nasıl okunduğuna” bakmakla ilgili olup, ölçümleri kültürel değerlere olan rağbet oranları, iktisadi dönüt seviyeleri ile çözümlenebilecek bir durum olarak görülebilir. Uluslararası bir kitap fuarının yabancı ziyaretçi sayısı, uluslararası platformlarda konuşulma dereceleri, haber sayıları veya bir festival-fuarın kurulduğu şehirle algıda ne kadar bütünleşmiş olduğu ile ilgili somut mekanizmalar bu dönütü yorumlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu Özdemir’in (2012) dile getirdiği gibi, Prag’ın Kafka ile Yahya Kemal’in İstanbul, Victor Hugo’nun Paris ile hatırlanması algısına benzer işlemektedir (19-20). Aynı şekilde Rio Karnavalı denilince akla Brezilya ve Brezilya’nın Rio de Janeiro, Frankfurt Kitap Fuarı denilince akla Almanya ve Frankfurt şehrinin gelmesi gibi şehirler kültürel faaliyetleri ile özdeşleşebilmekte ve birbirlerinden ayrı düşünülemezlerdir.

Aynı şekilde edebiyata, kültüre ve turizme sınırlandırıldıkları anlamın dışında bakıldığında, bu olguların birbirleri arasındaki ciddi bağlantıları da görmek kolaylaşacaktır. “Gezen, gezgin bir edebiyattır” fikri ile tarihçi Priskos’un eseri, Kilikyalı Zemarkos’un tuttuğu gezi notları, İranlı şair Nasır Hüsrev’in gezilerini anlattığı Sefername, Arap seyyah İbni Batuta, Venedikli tüccar Marko Polo ve Osmanlı gezgini Evliya Çelebi gibi seyyahların seyahatnameleri, Yirmi Sekiz Mehmet Çelebi’nin sefaretnamesi, Kâtip Çelebi’nin Cihannüma’sı gibi kültürel coğrafya kapsamındaki eserler edebiyat, kültür ve turizm arasındaki denge ve bağlantıların ifadesi hükmünde binlerce eserden yalnızca birkaçıdır (Özdemir 2009: 32-49).

Bu eserlerin tarihte okur için yerine getirdiği görev, bugün benzeri eserler, dijital gezi günlükleri, eleştiri yazıları, turistik/ kültürel dergi, broşür, reklam düzeneklerinin yerine getirdiği görev ile bir yerde aynıdır. Fuarlarda belediyeler ve kültür ve sosyal işler daire başkanlıkları tarafından dağıtılan turistik gezi rehberleri ve tanıtım broşürleri de yine kültürün ve kentin kendini turizm diliyle ifade ediş şekli ve birbirleriyle kurdukları iletişimin ürünüdür. Kitap fuarlarında şehrin turistik ve kültürel tanınırlığını, fuarları ziyaret edenlere taşımaya hedefleyen fuarın düzenlendiği şehre ait bu tanıtım broşürleri kentin ulaşım güzergâhları ve ulaşım şekilleri, önemli yeme-içme noktaları, tarihi mekânları, coğrafi işaret almış veya alması düşünülen “meşhur”ları, gezi rehberi formunda veya haritalandırılmış olarak tarihi ve sosyal tanıtımı şeklinde ele alınmaktadır. Kitap fuarını ziyaret edip ayrıca ilgili bakanlık, belediye vb. kurumların stantlarını ziyaret

edenlere verilen bu gezi rehberi veya tanıtım broşürleri oldukça titizlikle hazırlanıp, şehrin tarihi ve sosyal turizmini etkileyecek önemli bilgiler içermektedir. Ücretsiz olan bu broşürler genellikle belediyelerin kültür ve sosyal işler daire başkanlığı müdürlükleri tarafından hazırlanmakta ve ilgili görevlilerce kitap fuarlarında dağıtılmaktadır. Sonuç olarak denilebilir ki kültürel ekonomik sektörlerin bir bütünün parçaları gibi uyumlu olduğu kitap fuarlarında, kentin kültürel turistik faydasını arttıracak bağlantılar geliştirilebilmekte ve tüm bu bağlantılar edebiyatın ekonomik işlevsellik edindiği mekânlarda gerçekleştirilebilmektedir. Bu ilişki düzleminde kitap fuarları turistik-ekonomik-kültürel bir alan olarak var olmaktadır.

3.3.3 Kitap Fuarları ve Çevrecilik

Kitap fuarlarının bildiğimiz üzere edebiyatın ekonomik olarak kendini ispat etmeye başladığı 1400’lü yıllardan bu yana -hatta daha eskiye gidilirse 1200’lü yıllar (Weidhaas, 2007)’dan bu yana- devam ettiği ancak resmi kanalda ilk 1949 yılında düzenlendiği zikredilmektedir. Bu çalışmada daha önce belirtildiği üzere “küresel değişim ve dönüşümün” veya “küresel çöküş”ün (Drucker, 1990; Drucker 1993) temsili hükmündeki yeni ekonomi, dijital çağ ve teknolojik yeniliklerle birlikte geçmişi bunca eskiye dayanan tarihi kitap fuarlarının da yapısında gitgide değişimler oluşmaya başlamıştır.

“Özel sürüm” olarak adlandırılan son 2020 verilerine göre Frankfurter Buchmesse, gibi büyük fuarlar ‘çevreci’ ‘ulaşılabilir’ ‘evrensel’ ‘özgür’ sloganlarıyla kitap etkinliklerini ve fuarlarını teknolojinin getirdiği yeniliklerle artık dijital ortamda gerçekleştirmeye ve tüm dünyanın bir ‘tık’ uzağında olabilecek bir seviyede küresel okuyucuya ulaşmaya başlamışlardır. Elde edilen verilere göre “2020 Frankfurter Buchmesse”ye dijital ortamda 200.000 katılımcı iştirak etmiş, 103 ülkeden dijital olarak yabancı katılımcı adedi başlığı altında 4.440 kişi kaydı alınmış olup, 124 ülkeden 1.500.000 ‘dijital tıklanma’ olduğu” tespit edilmiştir (Frankfurter Buchmesse, 2020). Bu veriler yeni ekonominin getirdiği ‘hız’ faktörüne bağlı olarak en hızlı olanın hayatta kalabileceği yeni küresel ekonomik bir kültürü haber verdiği gibi, birçok yönden “yeşil yeni düzene” uyum sağlama ilkelerini gösteren eylemlerin ifadesi hükmünde değerlendirilebilir. Mevcut düzene uyum sağlama hızının aynısını gerek en az israfın hedeflenip, doğaya en az zarar verme ve geri

dönüşümlü üretim şekillerinin amaçlandığı “yeşil ekonomi” temelinde, gerek küresel teknolojik gelişim hızı ve yeniliklerine uyum temelinde olsun Türkiye’nin yayıncılık sektörünün kalbi olan İstanbul kitap sektörü ve Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı için söylemek ne yazık ki henüz erkendir.

Frankfurter Buchmesse’de (2020) yaşanan küresel sıkıntı ve krizleri (salgın hastalık Covid 19, siyasi değişimler, ekonomik zorluklar vd.) “krizi fırsata çevirmek” refleksi ile ele almış dijital ve çevreci bir üslup ile olabilecek en hızlı şekilde küresel yeni yeşil düzende teknik alt yapısını önceden hazır halde bekletmiş ve uygulamaya geçirmiştir. Bu bize şüphesiz küresel yayın sektörleri, öğrenme platformu profesyonelleri, eğitim ile ilgili her türlü basılı/basılı olmayan tema uygulayıcıları, materyal, kitap vb. içerik kütüphaneleri yöneticilerinin dijital taşıma yolunda nasıl adımlar atabileceğini sorgulama yolunda olduğunu göstermektedir, demek yanlış olmayacaktır.

Bu bağlamda bilgi ekonomisinin temsili mahiyetindeki kitap fuarlarının ekolojik düzlemde yeni ekonomi içindeki modelleri yeni yeni oluşmaktadır. Frankfurt Buchmesse’nin “*Digital Buchmesse*” adı ile son olarak (2020) gerçekleştirdiği dijital fuar bu temelde çevreci, dijital ilk geniş kapsamlı ve donanımlı kitap fuarıdır. Fuar ücretsiz olup, kayıt olunarak gecikilmiş veya kaçırılmış herhangi bir içeriğe yeniden ulaşma imkânı sunduğu gibi, yalnız fuar sayfasından değil, fuarın yer aldığı (YouTube, Facebook vd.) birçok dijital ortamdan panel, iş ortaklıkları, sunum vb. içeriklere ulaşma imkânı sağlamaktadır. Fuarda programlar (*Dijital Bookfest*) çeşitli temalarda gruplandırılmış (çocuklar, gıda, seyahat vd.), her programı yönetebilecek iki veya üç kişilik sunucular tayin edilerek yaşanacak herhangi bir aksaklıkta ziyaretçilerin bilgilendirilmesi amaçlanmıştır. Çevreci temaların hâkim olduğu fuarda sürdürülebilir yaşam şekilleri, iklim değişiklikleri gibi konulara ağırlık verilmiş dijital dünyanın ekolojik felsefe temelinde üretime konu olması bizzat fuarın düzenleniş hali ile örneklendirilmiştir.

Birçok bilim dalı, endüstriyel ve ekonomik diğer sektör ve alanlarda bu düşünce ekolu ile yapılan etkinliklerin temelleri yeni yeni oluşmaya ve bu temelde yaklaşım, yöntem ve çalışma modelleri de yeni yeni üretilmeye başlamaktadır. Bilgi ekonomisini “yeşil ekonomi” perspektifi ile ele alan ve bu konuda hayli çalışmaları bulunan Peters (2012c; 2013b); bilgi ekonomisini “yaratıcılık” “öğrenme” ve “açık bilim” ekonomileri ile bir arada düşünüp tüm bunların eğitimin birer profili olduğunu ve yeni bilgi ekonomisi ve

sektörlerini şekillendiren enerjinin şu an yeşil ekonomi ilkeleri ile beslendiğini, dile getirir. Yeni ekonomi içinde var olmaya devam ettikleri için tüm bilgi kanallarını ve sektörlerini ilgilendirebilecek bu yaklaşım, dünyadaki kitap fuarlarının öncüsü sıfatına yaraşır halde 2020 Frankfurt Kitap Fuarları örneğinde görüldüğü gibi artık fuarları da ilgilendirmeye başlayacak, dijital kitap yayıncılığına uyum sürecinin bir parçası olarak dijital kitap fuarları artık belki çok daha fazla görülebilecektir. Ekolojik felsefenin bilimsel düzlemde çalışmalara konu olması tanıdık olsa da, çevreci felsefenin uygulamalı olarak endüstriyel ve kültürel sektörlerde görülmeye başlaması oldukça yenidir. Bu bağlamda denilebilir ki neredeyse tüm sektörler için yeni olan bu durumun Frankfurt Kitap Fuarları örneğinde görülüp ilkler arasında yer alması kültürel ekonomik sektörlerin temsili hükmündeki yayıncılık sektörleri adına gayet önemlidir. Türkiye’de düzenleniyor olan uluslararası kitap fuarlarının da aynı düzlemde dijital, çeşitli kayıt ağları ile yeniden kullanılabilir, “uzaktan” daha fazla insana ulaşabilecek şekilde, dil olanakları sunan ve “engelsiz” tasarımlara sahip olmayı hedefleyen bir alt yapıyla iyileştirilmesi ve geliştirilmesi edebiyatın ekonomik etkinliği temelinde Türkiye’nin tüm yayıncılık endüstrisi adına çok faydalı olacaktır.

SONUÇ

Çok uzun yıllardır tekrarlanan veya arttırılmaya çalışılan tanımlarının verilmesinin ötesinde, bu çalışmada özellikle bünyesindeki üretim potansiyelleri sarmalında sürekli bir yaratım alanı olarak görülmüş kültürün, gözlemlenebilir ekonomik çıktıları üzerine yoğunluk verilmiştir. Kültürün ekonomik bir yaratım alanı olarak ele alındığı bu zeminde, edebiyat da kitap fuarları örneğinde ve geçmişten bu yana yazılı/sözlü uygulama alanı bulduğu gerek sanat alanı gerek bilim alanı işlevinde ait olduğu kültürün ekonomik üretim, dağıtım ve paylaşım alanı olarak kabul edilmiştir. Bu kabulün geçerliği kitap fuarlarının tüm ekonomik eylemlerinin ölçüt kabul edildiği bir doğrudur sorgulanmış ve edebiyatın bütüncül bir bilim olmasının yanında bir kurum gibi çalıştığı neticesine varılmıştır. Edebiyatın teknoloji, medya kanalları, yeni ekonomi ve politikaya katkılarının yanında kitap fuarları ile oluşturduğu ticari hareketlilikle bile, ekonomik bir alan olduğu gösterilmiştir.

Bu çalışmada temel alınan fikir, edebiyatın yalnızca bir eserin yaratım aşamaları, şiir bilgisi, sanat alanı ve sanatlara temel oluşturan fikirlerin eleştirisi veya tarihi olmadığıdır. Ayrıca bu fikirde edebiyat, yazar-eser ilişkisi temelinde değerlendirilebilecek eserlerin birikimli kütüphanesi ve çoğunluklu olarak yazılı ve sözlü edebiyatın ölçüt alındığı ve çözümlendiği bir alan olarak da algılanmamalıdır. Edebiyat ait olduğu kültürün ekonomik üretim döngüsünde yer alan yaratıcı ekonomik bir döngü oluşturmakta, bu yaratıcılığı onu var eden ‘üretici’ olarak yazar kanalıyla gerçekleştirmekte ve ‘sanatçı’ olarak yazar konumuyla da kültürel/entelektüel bir kimlik üstlenmektedir. Ayrıca bu çalışmada, hukuk edebiyatın veya yazarın ekonomik haklarını ürettikleri çıktıları temel alarak koruyorsa, edebiyatı veya üretici olarak yazarı ekonomik bir alan/kişi olarak tanımlamaktadır, şeklinde bir sonuca varılmıştır. Bu değerlendirmeye göre; hukuk yüzyıllardır edebiyatı ekonomik bir alan olarak tanıyıp, edebiyatın ekonomik haklarını güvence altına almasına rağmen, özellikle Türkiye’deki bilimsel çalışmalar tarafından bunun dile getirilmiyor oluşu, kısır bir döngünün yarattığı sürekli körlük olarak betimlenmektedir.

Bu döngüde edebiyatın kültürel ekonomi kapsamında değerlendirilmesine ve edebiyatın ‘üretici’ konumunda yazar kanalıyla ekonomik ilişkilerini gerçekleştirdiği çoklu ticari

zemine örnek olarak, kitap fuarları görülmüştür. Kitap fuarları bu özelliğiyle yalnızca yazar ve okuyucu iletişiminin eser üzerinden sağlanıp kitap satışlarının gerçekleştirildiği yerler olarak kabul edilmemelidir. Yapılan araştırmalara göre kitap fuarlarının; uluslararası iletişimin sağlanıp uluslararası edebi ticari anlaşmaların gerçekleştirildiği, yayıncılık ve medya odaklı sektörel toplantı ve analiz çalışmalarının yapıldığı, yayıncılık dünyasına dair telif, vergi, korsan, basım ile ilgili sorunların konuşulup gerekli makamlara çözüm önerili teklif paketlerinin hazırlandığı kültürel bağlamlara sahip olduğu ortaya konulmuştur. Kitap fuarları ayrıca kültürel ekonomik alanlar dahilinde olan diğer sanatların ve sektörel yapılanmaların (konser, resim sergileri, illüstratör eğitim ve sergileri vb.) edebiyat kanalıyla kendini ifade ettiği ve söz konusu planlarını -kitap fuarlarının yoğun insan hacmine sahip olması dolayısıyla- duyurduğu yerlerdir. Fuar odaklı işveren-işçi ilişkilerinin gerçekleştirildiği, endüstriyel birçok alanın dolaylı veya doğrudan insan istihdamına yardımcı olabileceği edebi ticari yapılanmalar olarak kitap fuarları, aynı zamanda uluslararası kıdemli kitap fuarları gibi senelik toptan, perakende alışveriş sözleşmeleri ve anlaşmalarının yapıldığı mekânlar bütünü görülmelidir.

Edebiyat bilimi için farklı bir yorum, araştırma ve uygulama anlayışının hedeflendiği bu çalışmada, Türkiye’de edebiyatın ekonomik boyutuna eğilmenin gerisinde, bu boyuttan bir iki cümle ile bahsetmek bile olsa birkaç çalışmanın dışında herhangi bir çalışmayla karşılaşılmamıştır. Bu yüzden bu çalışmada bilimsel kaynak yetersizliği nedeniyle uluslararası kaynaklardan yararlanma yöntemi kullanılmıştır. Edebiyat ekonomi ilişkisine ağırlık vermiş eserlerin tespiti beraberinde çeviri çalışmaları yapılırken, bu eserlerin ait olduğu milletlerde aynı zamanda Türkiye’de gerçekleştiriliyor olan kitap fuarlarının modellemelerine benzer kitap fuarlarının olup olmadığı ölçüt olarak kabul edilmiş ve bu kapsamda batılı kitap fuarlarına ağırlık verilmiştir. Sonrasında ise edebiyat ekonomi ilişkisinden bahseden eserlerin tespiti yapılarak mevcut fuar incelemelerinin çıktılarını ile bu teze temel oluşturan fikirler desteklenmeye ve çözümlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmaya temel oluşturan kavram ve yaklaşımların incelendiği çalışmanın birinci kısmında; edebiyatın ekonomik bir alan olarak kültür ekonomisi içindeki yeri belirlenmeye özen gösterilmiş, bu yapılırken kültürel ekonominin metodolojik tahlillerine ağırlık verilerek Türkiye içindeki istatistikî verileri de beraberinde aydınlatılmaya çalışılmıştır. Bu yöntem edebiyatın kültürel ekonomi çatısı altındaki yerini görmek,

kültürel ve özellikle okuma/edebi odaklı harcamaların Türkiye hane halkı içindeki paylaşım oranını algılamak açısından faydalı olmuş üçüncü bölümde fuarların okuma oranlarına etki yelpazesine dair verileri güçlendirmiştir.

Yine kültürel ekonomi çatısı altında edebiyat ekonomisi, edebiyatın ürettiği enformasyon-bilgi ekonomisi kanalları ve yazarların ürettiği ekonomik dalga boyutları ile gösterilmeye çalışılmıştır. Bu seyirde yazarın ekonomik beklentisinin olup olmadığı ve ekonomik konumu tarihi ve güncel fikir cereyanlarının olduğunun tespit edildiği çalışmalar ile tartışılmıştır. Bu konuda Türkiye’de yapılmış birkaç çalışmanın dışında başka çalışmanın olmadığı, Türkiye dışında ise edebiyatın ve yazarın ekonomik etki normlarından bahseden çalışmaların olduğu ve giderek arttığı tespit edilmiştir. Yazarın ekonomik beklentisi olmayan tarihsel/anıtsal sanatçı konumu, ekonomik beklentisi ve ihtiyaçlarının söz konusu edildiği ‘üretici’ konumu, bu aşamada yazarın fuarlarda ne zaman yer almaya başladığı ve yazarın ekonomik konumunda fuarların oynadığı rollerin neler olduğu belirlenmiştir. Yazarın eserine biçilen ‘değer’ kavramı, ekonomik beklentisi olan yazar konumu odağa alınarak tartışılmış ve ekonomik kaygıları olan yazarın eserinin ‘değer’ hükmü, felsefi düşünce ekollerıyla sorgulanmıştır. Sonuç olarak sanatın ekonomik eleştirisi tabanında edebi üretimlerin ‘emtia’ konumuna da geçebileceği ve bunun eserin ‘değer’inden bir şey kaybettirip kaybettirmeyeceği durumunun çeşitli ölçütlere göre değişebileceğine dair fikir yapılanmalarından yana bir sonuca varılmıştır.

Ayrıca birinci bölümde; edebiyatın evrensel olarak dolaşımını sağladığı edebi ‘bilgi’ ile edebi bilginin ekonomisi, edebi bilginin kaynakları, edebi bilginin medyaya dayanak oluşturabilmesi, teknolojik ve yeni ekonomi temelli edebi ‘işçi’lerin olup olmadığı ve bunların kimler olduğu üzerinde durulmuştur. Yeni ekonominin bu perspektifte nasıl tanımlanabileceği tartışılmış ve edebiyatın bazen yazardan bağımsız bütüncül ve kendisi olarak, bazen ‘işçi’si ve “yeni kapitalist”i olarak yazarıyla birlikte yarattığı geleneksel ve modern kültürel katkı paylarının olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın bu aşamasında medya ekonomisinin edebiyatı iktisadi kültürel bir kaynak gibi algıladığı ve yaratıcı kültürel üretimlerde edebiyatın bir kurum gibi çalışabileceği ve edebiyatın bu döngüde yazılı halinden çok teknolojik/dijital görsel ve işitsel olarak konumlanabileceği sonucuna varılmıştır. Haliyle bu tespit bağlamında edebiyat, yıllardır tekrarlanan tanımlarına

sıkıştırılmış bir halde yalnızca yazılı ve sözlü bir olgu olmaktan uzaklaşmış, teknolojik ve iktisadi yapılanmalarda ham ve işlenmiş kaynak olarak yer alabilmiştir.

Devletlerin ‘bilgi’ politikaları, entelektüel ve edebi sermayeyi koruma, dönüştürme (turizme, kent kalkınması, markalaşmasında vb. kullanmak gibi) projelendirme ve yatırımları, enformatik bilgi ile alakadar alan ve insan potansiyellerinin kalkındırılması yolunda rekabetin olduğu görülmüş, bu aşamada bilişsel ve dijital kapitalizmin etki faktörleri tartışılmıştır. Edebiyatın ekonomik boyutuna temel oluşturan kültürel ekonomi çatısı altında edebiyatın enformasyon ekonomisi, yazarlık ekonomisi ve ekonomik yaklaşımlarının tartışıldığı çalışmanın birinci kısmında bir diğer temel kavram olarak ‘fuar’ kavramının ne olduğu aydınlatılmıştır. Fuarların tarihi seyirde nasıl algılandığı üzerinde durulmuş, kitap ve kitap materyallerinin satışlarının başlangıçta başka fuarlar içinde ufak tefek yerleşimlerle yer aldığı, daha sonra yayıncı müzayedeleri ve sahaflar ile birlikte gitgide ticari anlaşmalara sahne olduğu, en erken 1920’li yıllarda kitapların ‘sergi’ adıyla tanıtım ve satışlarının başladığı tespit edilmiştir. Genel olarak çalışmanın birinci bölümünde temel kavramların tarihi arka planına yoğunluk verilmiş ve kültüre ekonomik yaklaşanlar ile kültür ekonomisi çatısı altında edebiyata dolaylı veya doğrudan ekonomik yaklaşım geliştirenlerin tespiti hedefine yoğunlaşmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, birinci bölüm sonunun devamı hükmünde bütünlük sağlanmasına özen gösterilerek dünyadaki ve Türkiye’deki kitap fuarlarının tarihi gelişimi aydınlatılmıştır. Türkiye’de şimdiye kadar gerçekleştirilmiş kitap fuarlarının tarihi arka planı araştırılırken; başlangıçta bir ‘sergi’ kültürü ile okuma yazmayı yaymak, gezici kütüphane modelinde yurdun çeşitli yerlerinde bulunan öğretmenleri eğitmek ve onlara kitap bırakmak, herhangi bir meslek biliminin bilgilerini konu almış kitapların o meslekte bulunanlara tanıtımını yapmak vb. amaçlarıyla kurulduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık Türkiye dışındaki ülkelerde kitap fuarı kültürü ise tamamen edebi ticari amaçlar ve edebi buluşmalara sahne yaratma doğrultusunda başlamış ve devam etmiştir.

Türkiye’deki kitap fuarlarının gelişim aşamaları ile yurt dışındaki kitap fuarlarının gelişim aşamaları, amaçları, gücü, teknolojik alt yapısı, tarihi, hitap ettiği kitle, işlevleri, etki alanı ve tabi olunan ülkelerin kültür politikaları farklı olduğu için, izlenen araştırma yöntemleri de farklı olmuştur. Bu araştırma yöntemi neticesinde Türkiye’de gerçekleştirilen kitap fuarlarının tarihinin en fazla 1920’li yıllara gittiği, Frankfurt gibi

oldukça kıdemli kitap fuarlarının tarihinin ise 1400'lü yıllara kadar götürülebileceği bilgisine varılmış ve tarihi gelişim seyirleri detaylandırılmaya çalışılmıştır. Haliyle örneğin Almanya'da hala kuruluyor olan kitap fuarlarının araştırılması yapılırken bu konudaki kaynakların zenginliği nedeniyle olabildiğince sınırlamalara gidilmeye çalışılmış, ancak Türkiye'de bu konuda yapılmış araştırma, çalışma ve kaynakların yokluğu nedeniyle de bu minvalde elde edilmiş her bilgi belirtisine ciddi derecede kıymet verilmiştir.

Çalışmanın bu aşamasında dünyadaki ve Türkiye'deki kitap fuarlarının tarihi seyirden günümüze kadar üzerine yoğunlaşılırken, kitabın ve onu var eden edebi bilginin ekonomik 'emtia' konumuna da nasıl geçmiş olabileceği belirginleştirilmiştir. Matbaanın bulunması, yayılması, kullanılması, dünyadaki ve Türkiye'deki yayıncı birliklerinin oluşumu ve farkları, bu aşamada oluşmuş ve güçlenmiş Almanya ve Türkiye kitap piyasasının önceki ve son durumu aydınlatılmıştır. Türkiye'de diğer birçok ülkeden farklı olarak uzun yıllar yazma kitap piyasasının söz hakkına hâkim olması meselesi, matbaanın gecikmesine neden olarak gösterilebilecek fikirlerin gerçekliği, basılan ilk kitaplar, bu kitapların öncesinde diğer kitapların yayılması ve basılmasına etki eden İstanbul'da kurulmuş yabancı milletlerin matbaalarının etkileri gibi faktörler tartışılmıştır. Genel olarak kitabın geçmişten bugüne sahip olduğu ekonomik bir tarihe sahip olduğunun altının çizildiği bu bölümde, edebiyatın çekirdeği kabul edilen kitabın ekonomisine ve bu minvalde verilmiş savaşların, mücadelelerin örneğindeki edebiyatın bütüncül olarak ekonomik tarihine atıfta bulunulmuştur. Sonuç olarak bu bölümde edebiyat, tarihten bugüne verdiği tüm iktisadi rekabetin varlığı ile hatırlanabilir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; edebiyatın geçmişten bugüne verdiği iktisadi mücadelelerin olumlu bir nihayete erdiğini görmek mümkündür. Bu bölümde artık ekonomik olarak var olmuş edebiyatın, bugün Türkiye'de kitap fuarları ekseninde aldığı konum farklı yönleri ile ele alınmaya çalışılmıştır. Kitap fuarlarının gerçekleştirilmesine ön ayak olan yayıncı birlikleri ve yazarların edebi ekonomik durumları, yayın dünyasına dair yaşadıkları vergi, telif, korsan, dijital kitap piyasası, kitapçılık ve uygulanıyor olan kültürel politikalar eksenli yaşadıkları sorunlar üzerine yoğunlaşmıştır. Ayrıca yayıncı ve yazar birliklerinin kitap fuarlarında satıcı ve üretici olarak okuyucu ile ilgili aldıkları kararlar, kitap fuarlarında uygulanacak olan indirimler, bu indirimlerin mevcut kitap

piyajasını canlandırma amaçlı kitap fuarları üzerinden nasıl kullanılabilceği, Türkiye’de hala yaşanıyol olan kâğıt sorunları ve bunun edebi üretime etkisi gibi konuların çözümlenmesi hedeflenmiştir.

Kitap fuarlarına katılan okurun konumu, Türkiye’deki ve diğer ölkelerdeki okuma oranları, bu oranların fuarlar ile ilişkilendirilip ilişkilendirilemeyeceği, kitap okuma oranlarının Türkiye’deki okuma oranlarını arttırmada nasıl işlevlendirilebileceği, okumaya etki eden değişkenlerin olduğu sonucuna varılmıştır. Türkiye’deki okuma oranlarını arttırmada kitap fuarları kanalıyla veya bağımsız hareket eden bir takım eğitim yapılanmalarının ve gönüllü kuruluşların olduğu aydınlatılmış, bunların gerekli devlet kurumları ile desteklenmesi gerektiğinin aciliyet gerektirdiği neticesine varılmıştır. Ayrıca kitap fuarlarının eğitim boyutunun olduğu, her yıl binlerce çocuğun çeşitli eğitim kurumları veya ebeveynleri kanalıyla bu fuarlara katıldığına dair istatistiki kayıtların tutulduğu verisi elde edilmiştir. Dolayısıyla kitap fuarlarının çocukların ve yetişkinlerin okuma oranlarını arttırmada etki faktörlerine sahip olabileceği ve bunun okuma oranlarını daha fazla arttırma yolunda kullanılabilceği sonucuna varılmıştır.

Yayıncılıkta eğitim yayıncılığının yazar kanalında üretim engellerine maruz kalabileceği gözlemlenmiştir. Yine kitap fuarlarının edebi ekonomik perspektifte reklam kurumları, dernek, vakıf vb. kuruluşlar ile olan işbirliklerinin olduğu, edebiyatın bu minvalde yine bir kurum gibi çalıştığı sonucuna varılmıştır. Sesli kitapların dünyada arttırılmasına yönelik çalışan uluslararası kıdemli kuruluşların olup, bu kuruluşlarda gönüllü olarak birçok farklı ölkeden farklı yayın kuruluşlarının yer aldığı ancak Türkiye’den bu kuruluşların içinde hiçbir yayıncı birliğinin olmadığı tespit edilmiştir. Sesli-işitilebilir kitap üretiminin birçok ölkede iyi konumdayken, Türkiye’nin kendi içinde de pekiyi durumda olmadığı bilgisi elde edilmiştir. Kitap fuarlarının bir kentin markalaşma, tanınma ve milli ekonomiye turizm odaklı katkı sağlamada çeşitli rollere sahip olduğu belirlenmiş, kültürel turizmin geliştirilmesi, yaşatılması ve tanıtılması temelinde kitap fuarlarının edindiği rollerin tanımlanması ve sıralanması yoluna gidilmiştir.

Netice itibariyle son yıllarda hızla üzerine eğinilen bir alan olarak bilimlerin ‘ekolojik’ döngüde aldığı yerin edebiyat ekonomisindeki konumu tartışılmıştır. Dijital kitap piyasası, küresel okuma değişimleri, çevreci ve ulaşılabilir bir seviyeye çekilmeye çalışılan bilimin ‘hızlı’, ‘teknolojik’ ve ‘özgür’ ağlarla yaşatılabilme düşüncesinin, kitap

piyahasına olađan etkilerinin neler olabileceđi üzerinde durulmuştur. Bu çalıřmada dijital kitap piyasası ile var olduđunun dűřünűldűđü hızlı ve teknolojik ađa dayalı kitap piyasasının, en son dűzenlenmiř 2020 Frankfurt Dijital Kitap Fuarı ile rneklendirilebileceđi ve ekolojik kitap fuarlarının bu örnekten hareketle műmkűn olabileceđi sonucuna varılmıřtır. Okuyucular açısından bu fuarın ilk etkileri ile Tűrkiye endeksli yapılacak dijital kitap fuarlarının nűndeki engelin, teknolojik alt yapı eksikliđi olduđu kanaatine varılmıřtır. Bundan sonra yapılacak çalıřmalarda edebiyatın ekolojik felsefe perspektifi ile ele alınması ve dahası ekolojik ekonominin edebiyattaki yerinin tartıřılması Tűrkiye ve uluslararası akademik çalıřmalar adına son derece faydalı olacaktır.

Çalıřmanın bűlűmlerine göre elde edilen bu çıkarımların yanında ayrıca edebiyatın kűltűrel ekonomi çatısı altında ekonomik etkilerinin belirlenmesi ve diđer yaratıcı sektörel alanların tanımlanması adına, bařta kűltűrel politika çalıřmaları olmak űzere, kamunun ve yöneticilerin yaratıcı yenilik sistemlerine uyumunun ve bu sistemlere ne derecede olumlu cevap verdiđinin çok önemli olduđunun altı çizilmelidir. Yaratıcı edebi iřletmeler, bu iřletmelere verilen Ar-Ge destekleri, vergi indirimleri gibi planlamaların gerekliliđi bu noktada sűreklilik adına hayati önem tařımaktadır. Kamu ile ilgili ihaleler yapıldıđında daha kűűk iřletmelere de řans verilecek programlamaların geliřtirilmesi, “Entelektűel Bilgi Komisyonu Ofisi”, “Kűltűrel/Edebi Tartıřma Buluřma Meydanı” gibi adlarda kurum veya yapıların oluřturulması yayıncılık piyasası ve edebiyat dűnyasında özellikle yazarlar arasındaki kopuk olan iletiřimin iyileřtirilmesi, sektöre dair sorunların hızlıca belirlenmesi ve ozűmű adına oldukça faydalı olabilir.

Potansiyel olarak ktűye kullanılabilen dijital ađlar, korsanın piyasalařmasını önlemede edebiyatın lehine çevrilebilecek “erken uyarı sistemi” gibi sađlam ve zamanında karar vermeyi sađlayabilen uygulamalar ile gűcűlendirilebilir. Edebi hakların lisanslanmasını sađlayacak ve bu konu dâhilinde yapılacak iřlemlerin daha hızlı yűrűmesine katkıda bulunabilecek Tűrkiye’nin de dâhil olabileceđi “Avrupa’nın Ortak Dijital Telif Kurumu” gibi kurumların oluřturulması dűnya kitap piyasasının mevcut telif ile ilgili yařadıđı sorunları en aza indirebilir. Çeviri faaliyetlerinde yařanan sorunların giderilmesi ařamasında “Tűrkiye eviri Ofisi” adıyla devlet destekli ve tam teřekkűllű yayıncılarla iřbirliđi içinde çalıřan yapıların meydana getirilmesi yine bu temelde

yaşanan aksaklıkların veya boşlukların giderilmesine yardımcı olabilir. Yapılan araştırmalara göre yayıncılıkta ortaya çıkan sorunların özellikle yayıncılıkta yaşanan kurumsallaşma eksikliği dolayısıyla olduğu düşünülmüştür. Bu manada yayıncılıkta meslek tanımlamalarının yapılması, ekonomik standartların belirlenmesi, sektörel olarak insan istihdamını sağlayacak meslek eğitimlerinin verilmesi ve üniversiteler, enstitüler gibi eğitim kurumlarıyla işbirliklerinin gerçekleştirilmesi sağlanabilir. Edebi üretkenliğin arttırılması yolunda FSEK kapsamında çalışanların lehine olabilecek kararların alınması yine sektörel ve edebi ekonomik yapılanmalardaki hareketliliğin arttırılması yönünde faydalı olabilir.

KAYNAKLAR

2019 Yılı Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı Sonuç Raporu. (2020, 9 Ağustos). Erişim adresi: <http://istanbulkitapfuari.com/infografik/infografik-2019>

ABC. (2020, 5 Ağustos). *About Us* içinde. Erişim adresi: <https://www.accessiblebooksconsortium.org/about/en/> adresinden alınmıştır

Acaroğlu, M. T. (1986). Selim Nüzhet Gerçek. *Türk Kütüphaneciliği*, 35(3), 14-26.

Acaroğlu, M. T. (1995). Yeni Bir Derleme Yasası Gereklidir. *Türk Kütüphaneciliği*, 9(4), 448-453.

Adorno, T. W. (2004). *Edebiyat Yazıları*. (S. Yücesoy ve O. Koçak Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Adorno, T.W. ve M. Horkheimer. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (M. S. Durgun ve S. Gümüş, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Akay, T. (2012). *Türkiye’de E-kitap Teknolojisi: Yazılım, Donanım, Protokol ve Uygulamalar*. (Uzmanlık Tezi). Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

Akçura, G. (2009). *Türkiye Sergicilik ve Fuarçılık Tarihi*. İstanbul: TÜYAP .

Akdede, S.H. (2011). *Kültür ve Sanatın Politik Ekonomisi-Devlet Tiyatroları Örneği*. Ankara: Efil Kitabevi.

Akkaya, M. (2008). Türk Kitap Basmacılığı Tarihçesi ve Beşik Devri. *Bilgi ve Belge Araştırmaları*, (1), 55-75.

Aksoy, A. ve Enlil, Z. (2011). *Kültür Ekonomisi Envanteri: İstanbul 2010*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Aksoy, Y. ve Yurdkoru Özgünel, N. (2001). *70 Yıllık Sevda İzmir Fuarı*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Yayınları.

Altuğ, F. (2012). Yazarlık Figürleri. K. Alver (Ed.), *Edebiyat Sosyolojisi İncelemeleri* içinde (63-99). Ankara: Hece yayınları.

Amariglio, J. ve Ruccio, D.F. (1999). Literary/Cultural “Economies”, Economic Discourse and the Question of Marxism. M. Woodmansee ve M. Osteen (Ed.), *The New Economic Criticism-Studies at the Intersection of Literature and Economics* içinde (381-401). London ve Newyork: Routledge.

Ammannati, F. (2018). Book Prices and Monetary Issues in Renaissance Europe. G. Granata ve A. Nuovo (Ed.). *Selling & Collecting: Printed Book Sale Catalogues and Private Libraries in Early Modern Europe* içinde (161-176). European Research Council: EUM.

Ateş, M. (2003). *Fikir ve Sanat Eserleri Üzerindeki Hakların Kapsamı ve Sınırlandırılması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Aydın, D.G. ve Akdere, Ç. (Der.). (2014). *Edebiyattaki İktisat*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Aymankuy, Y. (2018). Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları. Ankara: Detay Yayıncılık.

Babinger, F. (2004). *Müteferrika ve Osmanlı Matbaası- 18. Yüzyılda İstanbul'da Kitâbiyat (Osmanlı Matbaasının Kuruluşu ve Başlangıcı)*. (N.K. Burçoğlu ve M. Kiel, Çev.). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Bain, W. (1969). *Performing Arts: The Economic Dilemma*. *Journal of Research in Music Education*, (gözden geçirilmiş). 17(1), 170-172.

Bal, A. (2010). Fuarçılık ve Tarihi Gelişimi. *Türktarım*. (194). 13-19.

Balkanlı, R. (1961). *Mukayeseli Basın ve Propaganda*. Ankara: Öğüt Kitabevi.

Başvekil Dün Neşriyat Sergisini Açtı. (1939, 2 Mayıs). [Gazete Küpürü, Ulus Gazetesi]. Erişim adresi: <https://www.gastearsivi.com/gazete/ulus/1939-05-02/1>

Berkes, N. (2012). *Türkiye'de Çağdaşlaşma*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Beydilli, K. (1995). *Türk Bilim ve Matbaacılık Tarihinde Mühendishane, Mühendishane Matbaası ve Kütüphanesi (1776-1826)*. İstanbul: Eren Yayıncılık.

- Bianchi, M. (2013). Kültür Tüketiminde Zaman ve Tercihler. M. Hutter ve D. Throsby (Der.), *Paha Bıçilemez- Kültür Ekonomi ve Sanatta Değer Kavramı* içinde (224-242). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Birinci, A. (1995). Türk Matbuatının İlk Tarihçisi: Selim Nüzhet Gerçek (1891-1945). *Kebikeç* 2(7-20).
- Birinci, A. (1996). *Gerçek, Selim Nüzhet*. TDV İslam Ansiklopedisi içinde (Cilt 14, 25-27) Erişim adresi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/gercek-selim-nuzhet>
- Boggs, J. (2010). An Overview of Canada's Contemporary Book Trade in Light of (Nearly) Four Decades of Policy Interventions. *Publishing Research Quarterly* 26(1), 24-25.
- Borgman, C. L. (2003). *From Gutenberg to the Global Information Infrastructure: Access to Information in the Networked World*. Cambridge: Mit Press.
- Bozkurt, C. (2019). Türkiye Cumhuriyeti'nin Bir Propaganda ve Tanıtım Hamlesi: 1926 Seyyar Sergi ve Avrupa Seyahati. *BELLETEREN*, (83)1097-1130.
- Bozkurt, V. (2014). *Endüstriyel ve Post-Endüstriyel Dönüşüm*. Bursa : Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Braudel, F. (2017). *Maddi Uygarlık: Ekonomi ve Kapitalizm XV.-XVIII. Yüzyıllar - Dünyanın Zamanı*. (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Britez, R., Bulut, E. ve Peters, M.A (2013): *Cybernetic Capitalism, Informationalism and Cognitive Labor*. A.C. Besley, M. A. Peters, C. MCarthy, F. Rivzi (Ed.), *Education, Science and Knowledge Capitalism* içinde (15-40). Newyork: Peter Lang Publishing.
- Burke, P. (2001). *Bilginin Toplumsal Tarihi*. (M. Tunçay, Çev.) İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Büyükyazıcı, D. (2016). Kültür ve Sanat Ekonomisi Kapsamında Talep Analizleri Yardımı ile Kültür Politikasına Teorik Yaklaşım: Türkiye Örneği. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 1(1), 71-83.

Canbey Özgüler, V. (2003). *Yeni Ekonomi Anlayışı Kapsamında Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler: Türkiye Örneği*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür (Ağ Toplumunun Yükselişi)*. (Çev. Kılıç, E.). İstanbul : İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları .

Caves, R.E. (2000). *Creative Industries*. Cambridge: Harvard University Press.

Chen, Y. N. (2003). Application and Development of Electronic Books in an e-Gutenberg Age. *Online Information Review Emerald*. 27(1), 8-16.

CISAC. (2020, 10 Eylül). *CISAC Overview* içinde. Erişim adresi: <https://www.cisac.org/about/cisac-overview>

CNR Kitap Fuarı. (2020, 10 Haziran). Erişim Adresi: <http://cnrkitapfuari.com/>

Coppens, C. ve Nuovo, A. (2018). Printed Catalogues of Booksellers as a Source for the History of the Book Trade. G. Granata ve A. Nuovo (Ed.). *Selling & Collecting: Printed Book Sale Catalogues and Private Libraries in Early Modern Europe* içinde (145-160). Macerata: EUM

Cowen, T. (2000). *In Praise of Commercial Culture*. Cambridge: Harvard University Press.

Çelik, A. (2012). *Kültür Endüstrisi- Üç Yanlış Bir Doğru*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Çocukları Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu (2014). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.1117.pdf>

D. Throsby ve M. Hutter (2013). Sanatta ve Kültürde Değer ve Değer Biçme: Giriş ve Genel Bir Bakış. M. Hutter ve D. Throsby (Der.), *Paha Biçilemez- Kültür Ekonomi ve Sanatta Değer Kavramı* içinde (11-27). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Darnton, R. (1987). *The Business of Enlightenment: A Publishing History of the Encyclopédie, 1775–1800*. Cambridge: Harvard Univ. Press.

Darnton, R. (2018). *A Literary Tour de France: The World of Books on the Eve of the French Revolution*. New York: Oxford University Press.

David, M. (2018). *Kitapta Sabit Fiyatı Korumak: Hollanda Deneyimi*. Erişim Adresi: http://turkyaybir.org.tr/wp-content/files_mf/1566824024HollandaSabitFiyat_web.pdf

De Beukelaer, C., ve Spence, K. M. (2018). *Global Cultural Economy*. London: Routledge.

Driscoll, B. ve Squires, C. (2020). *The Frankfurt Book Fair and Bestseller Business*. Cambridge: Cambridge University Press

Drucker, P. (1990) *Managing The Non-profit Organizations: Principles and Practices*. Newyork: Harper Collins Publishers.

Drucker, P. (1993). *Kapitalist Ötesi Toplum*. (B. Dişbudak Çorakçı, Çev.). İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Dura, C. ve Atik, H. (2002). *Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Dünyada Uluslararası Kitap Fuarları. (2020, 25 Temmuz). Erişim Adresi: <http://turkyaybir.org.tr/dunyada-uluslararasi-kitap-fuarlari/#.YCB3F-gzbiU>

Ergüney ve Pilehvarian (2015). Ondokuzuncu Yüzyıl Dünya Fuarlarında Osmanlı Temsiliyeti. *MEGARON* 10(2), 224-240.

Erünsal, İ.E. (2013). *Osmanlılarda Sahaflık ve Sahaflar*. İstanbul: Timaş Yayınları.

European Studies Section (2020, 20 Temmuz). *Book Fair Reports*. Erişim adresi: <https://ess.lib.byu.edu/resources/european-book-fairs/dareports/>

EUROSTAT. (2016). *Culture Statistics*. Erişim adresi: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7551543/KS-04-15-737-EN-N.pdf/648072f3-63c4-47d8-905a-6fdc742b8605?t=1470404888000>

EUROSTAT. (2020, 4 Haziran). *World Book Day* içinde. Erişim adresi: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/EDN-20180423-1>

Faroqhi, S. (1978). 16. Yüzyılda Batı ve Güney Sancaklarında Belirli Aralıklarla Kurulan Pazarlar. *Türkiye İktisat Tarihi Üzerine Araştırmalar, ODTÜ Gelişme Dergisi*, 39-85.

- Faroqhi, S. (2002). *Osmanlı Kültürü ve Gündelik Yaşam- Ortaçağdan Yirminci Yüzyıla*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Faroqhi, S. (2003). *Osmanlı Dünyasında Üretmek, Pazarlamak, Yaşamak*. (G. Çağalı ve Ö. Türesay, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Faucault, M. (1969). Qu'est-ce qu'un auteur?/ (Yazar Nedir? M. de Gandillac, L. Goldmann, J. Lacan, J. d'Ormesson, J. Ullmo, J. Wahl. ile tartışma). *Bulletin de la Société Française de Philosophie* 63(3),73-104.
- Frankfurter Buchmesse (2018). *Topics and Program* içinde. Erişim adresi: <https://www.buchmesse.de/highlights/rueckblick2018>
- Frankfurter Buchmesse (2019a). *Fact and Figures*. Erişim adresi: https://www.buchmesse.de/files/media/pdf/FBM_2020_FactsFigures_EN.pdf
- Frankfurter Buchmesse (2019b). *About us* içinde. Erişim Adresi: <https://www.buchmesse.de/en/about-us>
- Frankfurter Buchmesse (2020). *Exhibit* içinde. Erişim adresi: <https://www.buchmesse.de/>
- Freedman, J. (2012). *Books Without Borders in Enlightenment Europe: French Cosmopolitanism and German Literary Markets*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- Frey, B. S. (2000). *Arts and Economics: Analysis and Cultural Policy*. New York: Springer Science ve Business Media.
- Friedrich von Hayek (1945). The Use of Knowledge in Society. *The American Economic Review* 4 (XXXV), 519–30.
- Fukuyama, F. (1999). *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*. New York, NY: Free Press.
- Gagnier, R. ve Dupré, J. (1999). *Reply to Amariglio and Ruccio's Literary/Cultural 'Economies', Economic Discourse, and The Question of Marxism*. M. Woodmansee ve M. Osteen (Ed.), *The New Economic Criticism-Studies at the Intersection of Literature and Economics* içinde (401-408). London ve Newyork: Routledge.

GESAC. (2020, 20 Ağustos). *Who we are?* içinde. Erişim adresi: <https://authorsocieties.eu/>

Gill, R., ve Pratt, A. (2008). Precarity and Cultural Work in the Social Factory? İmmaterial Labour, Precariousness and Cultural Work. *Theory, Culture ve Society*, 25(7-8), 1-30.

Girard, A. (1981). A Commentary: Policy and Arts: the Forgotten Cultural Industries. *Journal of Cultural Economics*. 5 (1).61-68.

Granata, G. ve Nuovo, A. (2018). The Development of the Book Market and Book Collecting in the Sixteenth Century. G. Granata ve A. Nuovo (Ed.). *Selling & Collecting: Printed Book Sale Catalogues and Private Libraries in Early Modern Europe* içinde (7-10). European Research Council: EUM.

Güran, M. C. ve Seçilmiş. E. (2012). *Ankara Kültür Ekonomisi: Kapsam ve Ölçüm Tartışmaları Çerçevesinde Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Gürcan, H.İ. (1997). *Kitap Yayıncılığı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Hançerlioğlu, O. (1993). *Ekonomi Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Handke, C., ve Dekker, E. (2013). From Austria to Australia: Mark Blaug and Cultural Economics. M. Baumas ve M. Klaes (Ed). *Mark Blaug: Rebel with Many Causes* içinde (225-244).

Hayek, F. A. (1945). The Use of Knowledge in Society. *The American Economic Review*, 35(4), 519-530.

Heaton, H. (1995). *Avrupa İktisat Tarihi-İlkçağdan Sanayi Devrimine*. (M.A. Kılıçbay, Çev.). Ankara. İmge Yayınları.

Heinzelman, K. (2013). İvır Zıvır ve Aura: Arşiv Ekonomisi. M. Hutter ve D. Throsby (Der.), *Paha Biçilemez- Kültür Ekonomi ve Sanatta Değer Kavramı* içinde (104-120). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Houston, R.A. (2014). *Literacy in Early Modern Europe: Culture and Education, 1500-1800*. Londra ve New York: Routledge.

Hutter, M. (2013). Ekonomik Değerden Sanatsal Değer Yaratmak: Değişen Girdi Fiyatları ve Yeni Sanat. M. Hutter ve D. Throsby (Der.), *Paha Biçilemez- Kültür Ekonomi ve Sanatta Değer Kavramı* içinde (64-74). İstanbul: Sel Yayıncılık.

III. Milli Kültür Şûrası (2017). *Sonuç Raporu*. Erişim Adresi: <https://kultursurasi.ktb.gov.tr/Eklenti/50571,raporsurasonucpdf.pdf?0>

III. Milli Kültür Şûrası (2017). *Şûra Komisyonları*. Erişim adresi: <https://kultursurasi.ktb.gov.tr/TR-174640/sura-komisyonlari.html>

İFFRO. (2020, 27 Temmuz). *İFFRO History* içinde. Erişim adresi: <https://www.iffro.org/content/iffro-history>

İhsanoğlu, E. (2006). *Mısır'da Türkler ve Kültürel Mirasları: Mehmed Ali Paşa Günümüze Basılı Türk Kültürü Bibliyografyası ve Bir Değerlendirme*. İstanbul: İrcica Yayınevi.

İhsanoğlu, E. ve Uygur, H. (2003). Yazmadan Basmaya Geçiş: Osmanlı Basma Kitap Geleneğinin Doğuşu (1729-1848). *Osmanlı Araştırmaları*, 22(22), 219-255.

İnuğur, M.N. (1999). *Basın ve Yayın Tarihi*. İstanbul: Der Yayınevi.

İstanbul Kitap Fuarı (2020, 8 Ağustos). Erişim adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0stanbul_Kitap_Fuar%C4%B1

Jaszi, P. (1991). Toward a Theory of Copyright: The Metamorphoses of "Authorship", *Duke Law Journal* 455-502.

Kabacalı, A. (2000). *Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Matbaa, Basın ve Yayın*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Kauppinen, A. ve Clavier, B. (2018). Tarihsel Ontoloji Olarak Kültür Politikası: Sanatın Hükümetleşmesi Üzerine. M.Dragicevic Sesic ve J. Vickery (Der.), *Kültür Politikası ve Popülizm* içinde (156-165). İstanbul: İletişim Yayınları.

Kayseri'ye Varan Sergiyi Yollarda 500 Kişi Gezdi. (1933, 30 Nisan). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim Adresi:

https://www.cumhuriyetarsivi.com/sign/buy_page.xhtml?clip=13976703

Kaplan, M. ve  n, S. (2014). Bir Kent Bir Gelenek: Ankara'da Sahaflık. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi* 54 (2), 133-154.

Kellner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and Post-modern*. London: Routledge.

Kellner, D. (2003). Culture Industries. T. Miller ve R. Stam (Ed.), *A Companion Film Teory* içinde (202-221). Oxford: Blackwell Publishing.

Kerofilos, K. (1938). Atina Sergisinde Türk Kitabı. *Yabancı Gözüyle Cumhuriyet Türkiye'si 1923-1938* içinde (150-151). Ankara: D hiliye Vekâleti Matbuat Umum Müdürlüğü.

Kitap Fuarları Takvimi. (2020, 10 Haziran). Erişim adresi:

<https://www.magaradakiler.com/2019-kitap-fuarlari.html>

Kitap Panayırı Açıldı. (1932, 31 Ağustos). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim Adresi:

http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/cumhuriyet//cumhuriyet_1932/cumhuriyet_1932_agustos_/cumhuriyet_1932_agustos_31_.pdf

Kitap Sergisi Bugün Açılıyor. (1932, 30 Ağustos). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim Adresi:

https://www.cumhuriyetarsivi.com/sign/buy_page.xhtml?clip=13989326

Kitap Sergisi D n Açıldı. (1935, 20 Nisan). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim Adresi:

http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/cumhuriyet//cumhuriyet_1935/cumhuriyet_1935_nisan_/cumhuriyet_1935_nisan_20_.pdf

Kitap Sergisinde. (1941, 17 Ocak). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim Adresi:

http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/cumhuriyet//cumhuriyet_1941/cumhuriyet_1941_ikincikanun_/cumhuriyet_1941_ikincikanun_17_.pdf

- Koloğlu, O. (2006). *Osmanlı'dan 21. yüzyıla Basın Tarihi*. İstanbul : Pozitif Yayınları.
- Kula, O. B. (2013). *Marx, Benjamin, Adorno: Sanat ve Edebiyat*. İstanbul: Kültür Yayınları.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2008). *Frankfurt Kitap Fuarı Raporu*. Erişim adresi: https://testsite.ktb.gov.tr/Genel/TestGiris.aspx?_returnUrl=http://testsite.ktb.gov.tr/TR-48367/59-frankfurt-kitap-fuari-raporu.html
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011). *2019 Okuma Kültürü Haritası*. Erişim adresi: <https://kygm.ktb.gov.tr/Eklenti/55,yonetici-ozetipdf.pdf?0>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019). *PISA 2018 Türkiye Ön Raporu*. Erişim Adresi: http://www.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2019_12/03105347_PISA_2018_Turkiye_On_Raporu.pdf
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *2017'de Katılım Sağlanan Kitap Fuarları* içinde. Erişim adresi: <https://kygm.ktb.gov.tr/TR-226/kitap-fuarlari.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *III. Milli Kültür Şûrası*. (2020, Ağustos 7). Erişim adresi: <https://kultursurasi.ktb.gov.tr/>
- Labarre. A. (2012). *Kitabın Tarihi*. (I. Ergüden, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Langenscheidt. (2020, 5 Ağustos). “Zentner”. Erişim adresi: <https://de.langenscheidt.com/deutsch-tuerkisch/zentner>
- Lazzeretti, L., Capone, F., ve Seçilmiş, İ.E. (2014). Türkiye’de Yaratıcı ve Kültürel Sektörlerin Yapısı. *Maliye Dergisi*. 166, 195-220.
- Levi-Strauss, C. (1962). *The Savage Mind*. London: University of Chicago Press.
- Lytard, J.F. (1993) *Libidinal Economy*. Bloomington: Indiana University Press.
- M. Baumans ve M. Klaes (Ed.). (2013). *Mark Blaug: Rebel with Many Causes* içinde (225-244). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Machlup, F. (1962). “*The Production and Distribution of Knowledge in the United States*”. Princeton: Princeton University Press.

McCloskey, D.N. (1983). The Rhetoric of Economics. *Journal of Economic Literature*. 21(2), 481-517.

Melish, C.D. (2013). A Local-Transnational Business: The Book Trade in Late Renaissance Bologna. G. M. Anselmi, A. Benedictis ve N. Terpstra (Ed.). *Bologna. Cultural Crossroads from the Medieval to the Baroque: Recent Anglo-American Scholarship* içinde (27-42). Bologna: Bononia University Press.

Mikhailov, A. M., ve Kopylova, A. A. (2019). Interrelation of Information and Knowledge in the Economy of the Post-Industrial Society. *SHS Web of Conferences*. (Vol. 62, p. 01003). EDP Sciences.

Moles, A. (2012). *Belirsizliğin Bilimleri- İnsan Bilimleri İçin Yeni Bir Epistemoloji*. (N. Bilgin, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Mortan, K. Ve Küçükerman, Ö. (2011). *Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Nelles, P. (2017). Conrad Gessner and the Mobility of the Book: Zurich, Frankfurt, Venice (1543). D. Bellingradt, P. Nelles ve J. Salman (Ed.), *Books in Motion in Early Modern Europe Beyond Production, Circulation and Consumption* içinde (39-65). Londra: Palgrave Macmillan.

Neşriyat Kongresi Dün Açıldı. (1939, 3 Mayıs). [Gazete Küpürü, Son Posta Gazetesi]. Erişim adresi: http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/son%20posta/son%20posta_1939/son%20posta_1939_mayis /son%20posta_1939_mayis_3 .pdf

Neşriyat Kongresi Dün Açıldı. (1939, 3 Mayıs). [Gazete Küpürü, Son Posta Gazetesi]. İstanbul Üniversitesi Gazete Küpürleri Arşivi. http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/son%20posta/son%20posta_1939/son%20posta_1939_mayis /son%20posta_1939_mayis_3 .pdf

Newman, K. ve Tylus, J. (2015). (Ed.). *Early Modern Cultures of Translation*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.

OECD ve EUIPO .(2019). *Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods*. Paris: OECD Publishing ve European Union Intellectual Property Office.

OECD. (2020). *Reading Performance PISA*. Erişim adresi: <https://data.oecd.org/pisa/reading-performance-pisa.htm>

Okay, A. (2003). *Kurum Kimliği* . İstanbul : Mediacat Yayınları.

OKUYAY. (2020, 15 Ağustos). *Ortaklar ve İştirakler* içinde. Erişim Adresi: <http://okuyayplatformu.com/ortaklar-istirakler/>

Özcan, K. (2006). Anadolu'da Selçuklu Dönemi Yerleşme Tipolojileri-I: Pazar ya da Panayır Yerleşmeleri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6(1), 205-224.

Özdemir, N. (2009). Turizm ve Edebiyat . *Milli Folklor* , 32-49.

Özdemir, N. (2011a). Edebiyat ve Ekonomi: Kültürel Ekonomik Bir Alan Olarak Edebiyat. *Milli Folklor*, 23(91),101-114.

Özdemir, N. (2011b). Kentlerin Gezgin İmgeleri veya Kent İmgeleri Giydirilen Otobüsler. *Milli Folklor*, 41-53.

Özdemir, N. (2012). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi* . Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları

Özdemir, N. (2015). *Medya, Kültür ve Edebiyat* . Ankara : Grafiker Yayınları .

Özdemir, N. (2017). Kültür Bilimi ve Yönetimi. Ankara: Grafiker Yayınları.

Özdemir, N. (2018). Dördüncü Sanayi Devrimi ve Gelenek Kültürü. *Dokuzuncu Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi* içinde (207-241). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Özdemir, N. ve Özdemir, E. (2020). Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 2-23.

Panzanelli Fratoni, M. A. (2018). Building an up-to-Date Library. Prospero Podiani's Use of Booksellers' Catalogues, With Special Reference to Law Books. *JLIS.it* 9 (2)74-113.

Parlatır, İ. (2009). *Osmanlı Türkçesi Sözlüğü*. Ankara: Yargı Yayınevi.

Peltekoğlu, F. (1997). Kurumsal İletişim Sürecinde İmajın Yeri . *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 4.

Peters, M. A. (2013a). Global Science and Knowledge Capitalism. A.C. Besley, M. A. Peters, C. MCarthy, F. Rivzi (Ed.), *Education, Science and Knowledge Capitalism* içinde (1-12). Newyork: Peter Lang Publishing.

Peters, M.A. (2012c). Greening the Knowledge Economy: A Critique of Neoliberalism. *Truthout*.(10).

Peters, M.A. (2013b) Greening the Knowledge Economy: Ecosophy, Ecology and Economy. A.C. Besley, M. A. Peters, C. MCarthy, F. Rivzi (Ed.), *Education, Science and Knowledge Capitalism* içinde (59-91). Newyork: Peter Lang Publishing.

Peters, M.A. (2013d). Three Forms of Knowledge Economy Learning, Creativity and Openness. A.C. Besley, M. A. Peters, C. MCarthy, F. Rivzi (Ed.), *Education, Science and Knowledge Capitalism* içinde (135-161). Newyork: Peter Lang Publishing.

Peters, M.A. (2013e). Knowledge Economy; Economic Crisis and Cognitive Capitalism: Public Education and Promise of Open Science. A.C. Besley, M. A. Peters, C. MCarthy, F. Rivzi (Ed.), *Education, Science and Knowledge Capitalism* içinde (191-216). Newyork: Peter Lang Publishing.

Peters, M.A. (2013f) Education, Creativity and Economy Passions: New Forms of Educational Capitalism. A.C. Besley, M. A. Peters, C. MCarthy, F. Rivzi (Ed.), *Education, Science and Knowledge Capitalism* içinde (41-58). Newyork: Peter Lang Publishing.

Pettegree, A. (2010). *The Book in the Renaissance*. New Haven: Yale University Press.

Platt, S., Durmaz, B., ve Yigitcanlar, T. (2010). Creativity, Culture Tourism and Place-making: İstanbul and London Film Industries. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 4(3), 198-213.

Pleimling, D., ve Sprang, C. (2017). *Güçlü ve Çeşitli Bir Piyasa Örneği İçin Sabit Kitap Fiyatı: Almanya Örneği*. İstanbul: TÜRKİYAYBİR.

Project Gutenberg (1992). *The History and Philosophy of Project Gutenberg* içinde. Erişim adresi:

https://www.gutenberg.org/about/background/history_and_philosophy.html

Rautenberg, U. (2000). From Mainz to the World: Book Printing and the Book Trade in the Incunabula Period. A. Andreas vd., (Der.), *Gutenberg Man of the Millennium; From a Secret Enterprise to the First Media Revolution* içinde (146-156). Mainz: City of Mainz Publisher.

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23(8), 16-20.

Rovelstad, M. (1973). The Frankfurt Book Fair. *Journal of Library History, Philosophy, and Comparative Librarianship*, 8(3/4), 113-123.

Ruediger Wischenbart Content and Consulting. (2020). *Global 50 the Ranking of the Publishing Industry 2019*. Erişim adresi:

https://www.wischenbart.com/upload/Global50-Publishing-Ranking-2020_ScreenOpt.pdf

Safa, P. (1932). *Kitap Panayırında Bir Gezinti*. Cumhuriyet. Erişim adresi: http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/cumhuriyet//cumhuriyet_1932/cumhuriyet_1932_agustos_/cumhuriyet_1932_agustos_31_.pdf

Seçilmiş, İ. E. (2015). Türkiye’de Yaratıcı Endüstrilerin Kümelenmesi. *Ege Akademik Bakış*. 15(1),9-18.

Setzer, H. (2019). *Yayıncılık Sektörüne Global Bir Bakış: Dünyada Yayıncılıkta Son Yıllardaki Gelişmeler, Tehditler, Sorunlar, Trendler ve Fırsatlar*. İstanbul: TÜRKİYAYBİR

Seyyar Sergi 15 Nisan’da Ankara’dan Ayrılacak. (1933, 29 Mart). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim adresi:

https://www.cumhuriyetarsivi.com/sign/buy_page.xhtml?page=5815152

Seyyar Terbiye Sergisi Ankara’ya Dönüyor. (1933, 5 Haziran). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim adresi:

https://www.cumhuriyetarsivi.com/sign/buy_page.xhtml?clip=14026804

Seyyar Terbiye Sergisi Havza'da. (1933, 26 Mayıs). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim adresi:

https://www.cumhuriyetarsivi.com/sign/buy_page.xhtml?clip=14061764

Seyyar Terbiye Sergisi Kırıkkale'de. (1933, 23 Nisan). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim Adresi:

https://www.cumhuriyetarsivi.com/sign/buy_page.xhtml?page=5815689

Seyyar Terbiye Sergisi Samsun'da. (1933, 29 Mayıs). [Gazete Küpürü, Cumhuriyet Gazetesi]. Erişim adresi:

https://www.cumhuriyetarsivi.com/sign/buy_page.xhtml?clip=14062207

Shell, M. (1995). *Art and Money*. Chicago: Chicago University Press.

Shell, M. (1978). *The Economy of Literature*. London: The John Hopkins University Press.

Shell, M. (1982). *Money, Language and Thought: Literary and Philosophical Economics from the Medieval to the Modern Era*. London: The John Hopkins University Press.

Smith, M. and Robinson, M. (Ed.). (2005). *Cultural Tourism in a Changing World- Politics, Participation and (Re)presentation*. Toronto: Channel View Publications.

Sohodol, . ve G ksel, A.B. (2005). *Stratejik Fuar Yönetimi*. İstanbul: Mediacat Yayınları.

Song, S. (2012). *The Digital Challenge for the Book Industry: A Viewpoint of Frankfurt Book Fair*. United Kingdom: Emerald ve Bingley.

Şen, F. (2017). *Türkiye'de Kültür Ekonomisinin Boyutları*. İstanbul : Kaynak Yayınları .

Şen,  . (1996). *Osmanlı Panayırıları (18. -19. Yüzyıl)*. İstanbul: Eren Yayıncılık.

Talu, E. (1939). *Ankara Neşriyat Sergisi*. Son Posta. Erişim adresi: http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/son%20posta/son%20posta_1939/son%20posta_1939_mayis_/son%20posta_1939_mayis_3_.pdf

- TBYMB. (2020, Ağustos 7). *Hakkımızda* içinde. Erişim adresi: <http://www.tbym.org/menu/tbym-hakkimizda.html> adresinden alınmıştır
- TDK Sözlük (2020). “Fuar”. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Telif Hakları Genel Müdürlüğü (2019, Aralık 28). *Uluslararası Meslek Kuruluşları*. Erişim adresi: <https://www.telifhaklari.gov.tr/Uluslararası-Meslek-Kuruluşları>
- Telif Hakları Genel Müdürlüğü. (2021). *Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Anlaşması*. Erişim adresi: <https://www.telifhaklari.gov.tr/Ticaretle-Bağlantılı-Fikri-Mülkiyet-Anlaşması-TRIPS>
- Throsby, D. (2010). *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2013) Sanatçının Değer Yaratımı: Hector Berlioz ve *Symphonie Fantastique* Örneği. M. Hutter ve D. Throsby (Der.), *Paha Bıçilemez- Kültür Ekonomi ve Sanatta Değer Kavramı* içinde (77-103). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- TOBB. (2020, 7 Şubat). *Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar*. Erişim adresi: <https://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/FuarlarMevzuat.php>
- TOBB. (2021, 3 Ocak). *2017 Yılı Fuar İstatistikleri*. Erişim adresi: <https://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.php>
- TOBB. (2021, 3 Ocak). *2019 Yılı Fuar İstatistikleri*. Erişim adresi: <https://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.php>
- Toderini, G. (1990). *İbrahim Müteferrika Matbaası ve Türk Matbaacılığı*. Ş. Rado, (Ed.). (R. Kunt, Çev.). İstanbul: Tifdruk Matbaacılık.
- Tonta, Y. (2000). Elektronik Yayıncılık Elektronik Yayıncılıkta Son Gelişmeler. *Bilgi Dünyası*, 1(1),89-132.
- Tonta, Y. ve Küçük, M.E. (2000). Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna Geçiş Sürecinde Temel Dinamikler. *Türk Kütüphaneciliği*, 19 (4) , 449-464.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi* . İstanbul: Remzi Kitabevi.

Tosun, N. (2003). Kurumsal İletişim Sürecinde Reklam ve İmaj Yönetiminin Bütünleşik Konumu. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 18(1), 173-191.

Towse, R. (2000). Cultural Economics, Copyright and the Cultural Industries. *Társadalom És Gazdaság Közép- És Kelet-Európában / Society and Economy in Central and Eastern Europe*, 22(4), 107-134.

Towse, R. (2019). *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.

TUİK. (2015). *Zaman Kullanımı Araştırması 2014-2015*. [Basın Bülteni]. Erişim adresi: <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18627>

Turriago-Hoyos, A., Thoene, U. ve Arjoon, S. (2016). Knowledge Workers and Virtues in Peter Drucker's Management Theory. *SAGE Open*. 6(1).

TÜRKYAYBİR. (2019a). 23. Olağan Genel Kurulu Çalışma Raporu. Erişim Adresi: <http://turkyaybir.org.tr/wp-content/uploads/2019/08/23.-D%C3%B6nem-11-Nisan-2017-18-Nisan-2019-Y%C3%B6netim-Kurulu-%C3%87al%C4%B1%C5%9Fma-Raporu-.pdf>

TÜRKYAYBİR. (2019b). 2019 Türkiye Kitap Pazarı Raporu. Erişim adresi: <http://turkyaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.YBVYG-gzbIU>

TÜYAP Akademi. (2020, 7 Eylül). *Biz Kimiz?* içinde. Erişim adresi: <http://www.tuyapakademi.com.tr/biz-kimiz>

Tylor, C. (1998). *In Praise of Commercial Culture*. Cambridge: Harvard University Press.

Ulusal Yayın Kongresi (2020, 12 Ağustos). *Birinci Türk Neşriyat Kongresi*. Erişim adresi: <http://www.ulusalyayinkongresi.gov.tr/TR-207941/tarihce.html>

Unat, F.R. (1953). Türk Kütüphaneciliğine Hizmet Edenler: Selim Nüzhet Gerçek 1891-1945. *TKDB*. 2(1), 40-43.

UNCTAD ve UNDP. (2010). *Creative Economy Report 2010*. Erişim adresi: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf

UNCTAD. (2018). *Creative Economy Outlook (Trends in International Trade in Creative Industries 2002-2015- Country Profiles 2005-2014)*. Erişim adresi: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf

UNESCO (2015). *Komite Raporları*. Erişim Adresi: <https://www.unesco.org.tr/Pages/346/31/K%C3%BClt%C3%BCr%20Y%C3%B6netimi%20ve%20K%C3%BClt%C3%BCr%20Politikas%C4%B1%20Akademik%20Alan%20Ara%C5%9F%C4%B1rmas%C4%B1>

UNESCO. (1982). *Mexico City Declaration on Cultural Policies*. Erişim adresi: https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals401.pdf

Ülgen, P. (2013). Geç Ortaçağ Avrupa'sında Lonca Teşkilatı. *International Journal of History*, 5(2)

Ülken, H.Z. (1947). İktisadi Yürüyüş. *İstanbul University Journal of Sociology*, 2 (4-5) , 294-294.

V. Ginsburgh ve S. Weyers (2013). Sanatta Değer Biçme Konusuna Niceliksel Yaklaşımlar ve Bir Sinema Uygulaması. M. Hutter ve D. Throsby (Der.), *Paha Biçilemez- Kültür Ekonomi ve Sanatta Değer Kavramı* içinde (171-190). İstanbul: Sel Yayıncılık.

VEKAM. (02-01-1939). *Türk Harf İnkılabı'nın Onuncu Yıldönümü Dolayısıyla Düzenlenen Türk Neşriyat Sergisi'nin Açılış Daveti*. [Dijital Görsel] (Envanter No: A131). Erişim adresi: <https://libdigitalcollections.ku.edu.tr/digital/collection/ABK/id/153/>

Vickers, M. (2018). Artists and the Antique in Fifteenth Century Italy: Some of the Archaeological Background to the Early Printed Book Trade. Akademik Konferansta Sunulan Bildiri '*Humanities in the Information Society-III*' (1-17) içinde. Batum: Batumi Shota Rustaveli State University

Wallerstein, İ. (2012). *Modern Dünya Sistemi-Merkantalizm ve Dünya Avrupa Ekonomisinin Güçlendirilmesi, 1600-1750..* (L. Boyacı, Çev.). İstanbul: Yarı Yayınları.

Weidhaas, P. (2007). *A History of the Frankfurt Book Fair*. Toronto: Dundurn Press.

Wellek, R. ve Warren, A. (2013). *Edebiyat Teorisi*. (Ö. F. Huyugüzel, Çev.) İstanbul: Dergâh Yayınları.

WIPO ve IPA. (2018). *The Global Publishing Industry in 2018*. Erişim adresi: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1064_2019.pdf

Wilde, C. (2013). Sanat Yapıtının İçsel Değeri: Massacio ve Chapman Kardeşler. M. Hutter ve D. Throsby (Der.), *Paha Biçilemez- Kültür Ekonomi ve Sanatta Değer Kavramı* içinde (ss 209-223). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Woodmansee, M. (1984). The Genius and the Copyright: Economic and Legal Conditions of the Emergence of the 'Author'. *Eighteenth-Century Studies*, 17(4), 425-448.

Woodmansee, M. (1997). On the Author Effect: Recovering Collectivity. *Cardozo Arts & Ent. LJ*, 10, 279.

Woodmansee, M. ve M. Osteen. (1999). Taking Account of the New Economic Criticism: An Historical Introduction. M. Woodmansee ve M. Osteen (Ed.), *The New Economic Criticism-Studies at the Intersection of Literature and Economics* içinde (1-50). London ve Newyork: Routledge.

WTO. (2019). *World Trade Report*. Erişim adresi: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/00_wtr19_e.pdf

YAYBİR. (2020). *2020 Korsanla Mücadele Raporu*. Erişim adresi: <https://www.yaybir.org.tr/yaybir-2020-yili-korsanla-mucadele-raporu/>

YAYFED. (2019a). *Eylül 2019 Bandrol Verileri*. Erişim adresi: <https://www.yayfed.org/eylul-ayinda-rekor-yenilendi.html>

YAYFED. (2019b). *5. Olağan Genel Kurulu Raporu*. Erişim adresi: <https://www.yayfed.org/yayfed-5-olagan-genel-kurulu.html>

Yediyıldız, M.A. (1991). İbrahim Müteferrika (1670-1674/1745). *Vakıflar Dergisi*, 441-447.

EKLER

EK-1 TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

EK-2 ETİK KURUL MUAFİYET RAPORU

