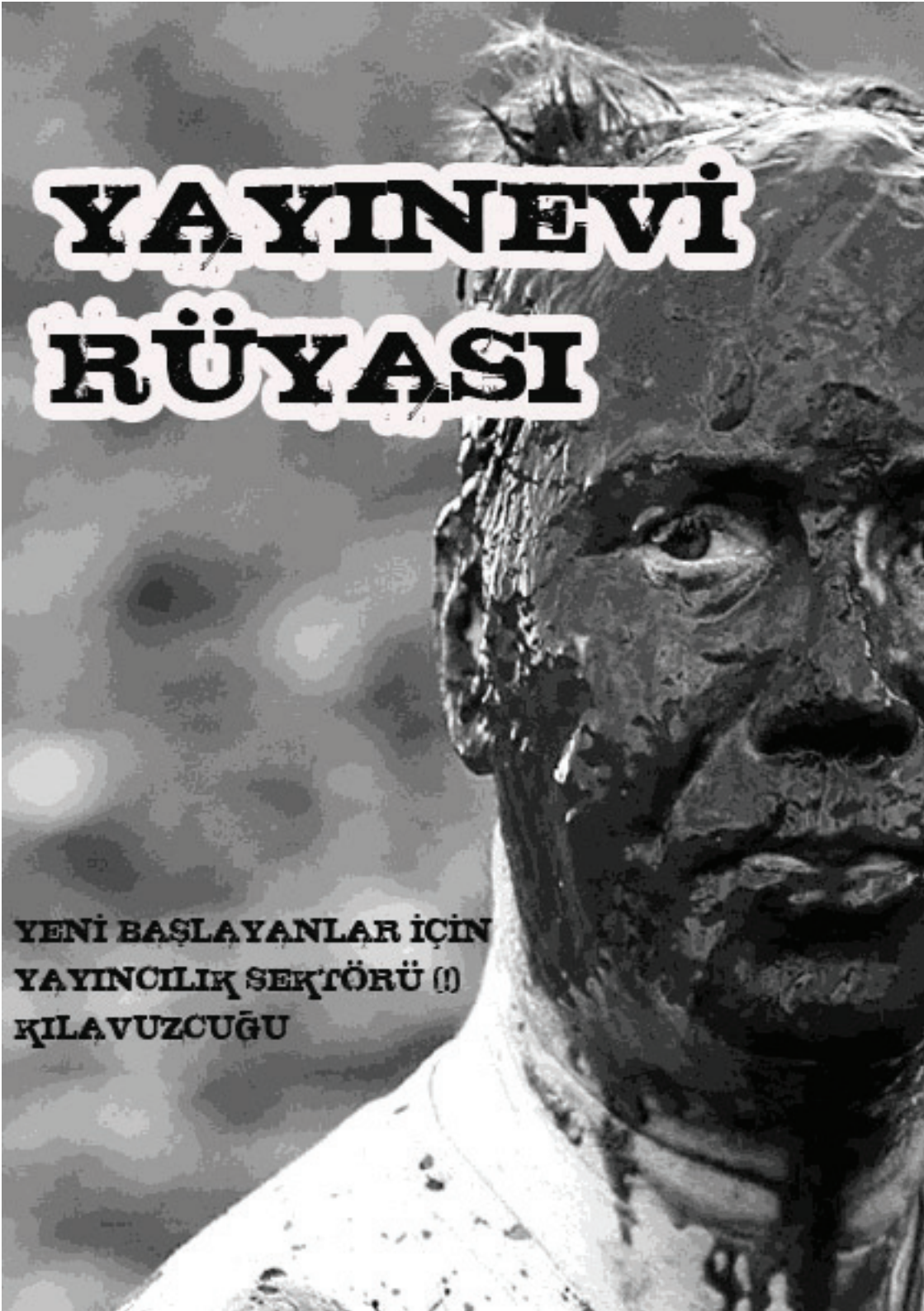
YAYINEVİ RÜYASI



YENİ BAŞLAYANLAR İÇİN
YAYINCILIK SEKTÖRÜ (!)
KILAVUZCUĞU

yazan
efe elmastaş

nokta, virgül
muhammet aldemir

çok teşekkür
serkan üstündağ

FANKİT HAREKETİ

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

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

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

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

FANZİN APARTMANI

Bu fankit; kendi yaşadıklarım ve gözlemlediklerimden ziyade, bildiğim tanıdığım, işlerini takip ettiğim, kitabı çıkmış, 20'ye yakın yazarla yapılan anketler sonucunda tam şeklini almıştır. Katkıda bulunan, yayınevi çekinceleri ve ***yazar duruşu***ndan dolayı bilgi saklayan veya ardına kadar gönlünü açan tüm dostlara teşekkürler.

Bu metnin bir amacı var.

Ahkam kesmekten ziyade, çelişik yapıları ortaya koymak ve kısmen bir alternatif sunmak...

Temelde, pazarlamaya tabii olan *sözde* duruşları, yayınevlerinin de içinde bulunduğu koşullar üzerinden değerlendirip şeffaflıkla gözler önüne sermek. Dışarıdan bakan gözlere, konuya dair kapı açmak ve yaygın okur profiline de bir gönderme yapmak. Şayet bu fankit okunduğunda, kafalarda en az bir soru işareti meydana gelmişse yazı amacına ulaşmış demektir.

Popüler Püre ve Kültür Edim Kaosu

Karşımızda duran dünyanın genel geçerliği bilinen bir olgu. Dönemsel ünlülük, günün en çok tıklanan videosu olmak ve politik çerçeve içinde en çok paylaşılan tweeti atmak, derinlikli bir şey gerçekleştiriyor olmaktan daha amaç edinilen bir durum. Bahsettiğim tablo, meşhur tüketim kültürü ve yarattığı tüketim toplumunun bir sonucu. Soğuk Savaş zamanından başlayarak, Sovyetler Birliği'nin pasifize olmasıyla başka bir boyuta evrilen, *Yeni Dünya Düzeni ve Küreselleşme…*

Ayrıştırılmış sınıfsal yapılar ve statü ayrımları yok sayılarak, bireysel tüketim tarzlarına dönen çağda, modernizmi aşan yeni bir kültür meydana ge(tiri)lir: Postmodernizm. Aslında karşımızda yeni bir ideoloji yoktur. Olsa olsa kapitalizmin döngüsel anlamda hızlanması, yaratılan algı dolayısıyla bireyin mutlu olmasının tüketimle özdeştirilmesi var. Sürekli sahip olma istenci üzerinden, talepkar bir kitleye pazarlanıp piyasaya sürülen ürünlerden ibaret. İşte bu noktada temas ettiği her şeyi, hızlı bir şekilde kapsamış ve ürünleştirmiştir. Buna; günümüz edebiyatı, müziği ve sanat anlayışı da dâhil. Elbet sanat, geleneksel anlamda ekonomik değer üzerinden kendini ileriye taşıyan bir olgu. Geçmişten bu yana değişen şey ise, ortaya çıkan eserin ekonomik değere dönüşmesinden ziyade, ekonomik değere dönüşebilecek veya daha baştan bir değer için üretilen eserin, sanatçı tarafından meydana getirilmesi. Tam da bu noktada "Neden sanatta bir akım meydana gelmiyor?" sorusunun cevabı da burada saklı. Metalaşma amacıyla kendini var eden ve "oyunu kuralına göre oynayan" sanatçı, üretimini değişimden yana kullanamaz; içsel kaynamayı karşı duruşa dönüştüremez. Dönüştürse bile bireysel tepkimeleri, mikro boyuttaki atakları aşamaz. Kimseyi ürkütmek istemez; "işine bakar". Bahsi geçen, bu toplu uysallığın nedenini iki başlık altında toplayabiliriz: **Genel kapsayıcılık ve eleştirinin yitimi**

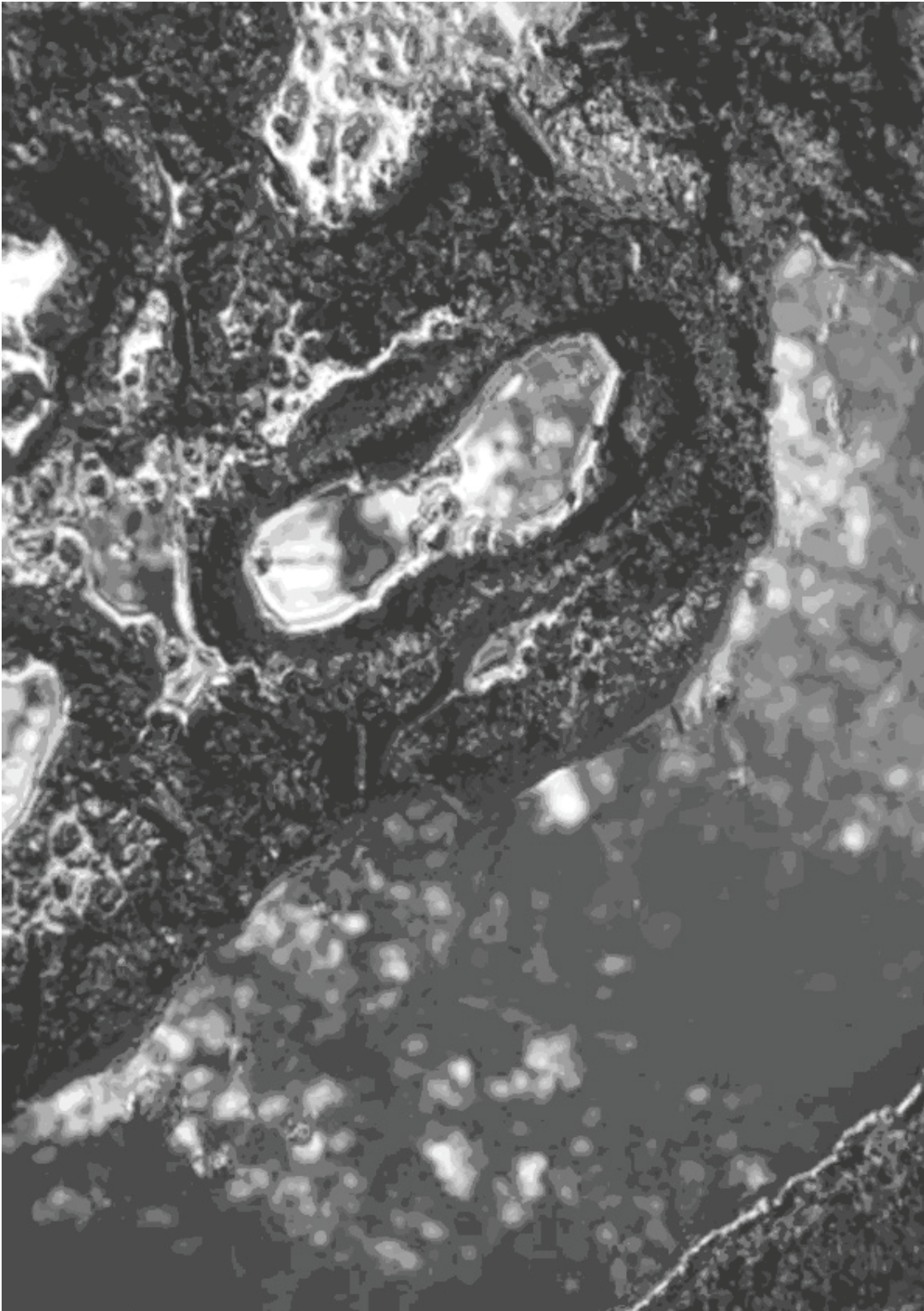
Popüler Kültürün attığı en büyük kazık, genleştiği alanda bir karmaşa yaratması ve içine katıp püre yaptığı olguları, cicili bicili ambalajlara sarıp genel alıcıya hitap eden bir ürün hâline getirmesi. Türkiye'de ilk olarak basılı medyada temeli atılan bu püreleri artık elimizi attığımız her alanda görmek

mümkün. Yayın ilkesi denen şeyin "daha çok satış" anlamına geldiği, kelli felli markalar ve meydana getirdikleri toplumsal akıl bulanıklığının yarattığı "ne gösterilirse onu kabullenme" durumu, bahsi geçen tablonun bir sonucu. ***Al-Tüket-Yenisine Geç***

Devamlı, yeni aktörlerle yenilenen ve meydana getirdikleri artı değer bittikten sonra köşeye bırakıldığı bir ortamda, daha eskisinin ne olduğu sindirilmeden, bir yenisinin ortaya çık(arıl)masının getirdiği hız, kuşkusuz toplumu neyi, neden aldığını, onda ne bulacağını bilmeden tüketen hücreler hâline getiriyor. Tabii gerisinde bıraktığı enkaz yığını ve ürün kirliliği de ortada.

"On Adımda Başarının Sırları" ile kişisel gelişim alanında başlayan sıralama hastalığı bugün, aynı amaçla edebiyat ve kültür alanında da kendini göstermekte. Hap şeklinde sunulmuş, Popüler Dergi kapaklarında gördüğü, bilmem ne kitabından alıntılarını okuduğu yazara hayran olup hakkında duyduğu başka bir şey dolayısıyla nefret eden bir kitlenin kolaycı, temelsiz ama hızlı kültür edim kaosuyla karşı karşıyayız. Kuşku yok ki, burada bahsi geçen pürenin ve eleştiri temelinden yoksun ortamın payı büyük.

Postmodernist çağın meydana getirdiği türler arası birleşik yapılar ve sanat anlayışı, görece bir özgürlük alanı ortaya koyduğu gibi, kültürel zemindeki tüm şekil pratiklerini aşındırdı. Artık neyin, neye göre değerlendirileceği kısmında oluşan boşluk kadar, eleştiri yöneltenin omuzlarındaki yük bir hayli ağır. Bir şekil çerçevesi belirlenmeli mi? Bana sorarsanız hayır, ihtiyaç duyulan şey, artı değer beklentisinin geri plana iten, hatta hiç olmayan, ne yapmak istediğini bilen bir duruş. Edebiyat açısından söylemem gerekirse, metnin yazar kimliğinden, arkasındaki yayınevi ve sponsorlarından, aldığı ödüllerden ayrı tutularak bir değerlendirme yapılabiliyor olması lazım. Büyük yayınevlerinin şerrinden korkup fısıltı yoluyla oynana kulaktan kulağa oyununun bir son bulması ve eleştiri boyutunun internet sözlüklerinden taşarak, belli karşıt duruşlar ve iskeleti olan yapılar çevresinde bir araya gelmesi gerekli. Kültür edim kaosuna direnç noktası olacak birliktelikler artmalı. Belki bu yolla, devam eden serseri seyir, bütünlüklü bir tarih algısıyla kendi geniş zeminini inşa edebilir. Düzen içi, ortaya çıkan çözümlerin akışı gene, düzen içine geri dönecektir. ✹



Yazdıklarını herkes kitaplaştırmak ister. Beklenti ve niyetler kişiden kişiye farklılık gösterse de yazan her kişinin arzu ettiği bir durumdur. Elbet, her ilk dosyanın hataları, eksiklikleri ve fazlalıkları olabiliyorsa da bireyin kendini, yazan kişiden, yazar kişiye evrilmesini sağlayan önemli bir adımdır. Yazdığınız şeyin edebi olup olmamasının, genel kalıplara uyup uymamasının, satılabilir olmasının veya bir yayınevi tarafından basılıp basılmamasının da bir önemi yoktur. Çıkılan yolun her zaman doğru ve istenen sonuca ulaşması önemli değildir. Bazen sadece yola çıkmak gerekir. Kitabınızı basabilecek bir yayınevine gereksiniminiz olduğunu anladığınızda arayış başlar ve dâhil olunmak istenen dünyaya dair gerçekleri öğrenmeye başlarsınız. Kuşkusuz, sıralayacaklarım bu zamanın yayıncılık dünyasına dair olan şeylerdir ve küçük istisnalar hariç, sıradan insanları kapsar.

Büyük yayınevlerinin hiçbiri dosyanızı beklemiyor

Saygı duyduğunuz, yeni çıkan kitaplarını merakla beklediğiniz, internet sitelerinde indirim zamanlarını kovaladığınız büyük yayınevlerinin hiçbiri, sizin dosyalarınızla ilgilenmez. Belki bu söylediklerimi yanlış bir tümevarım olarak değerlendirebilirsiniz ama ortada bir edebiyat algısından çok, amaçlanan bir kârlılık oranı vardır. Siz ne kalitede bir eser yazıyor olursanız olun (ki çoğunlukla dosyanızı bile okumaz, bazıları maillerinize cevap vermez, gönderilen kargolarınız bile geri döner) aileniz ve çevrenizdekilerden başka bir okur kitlesine sahip olmadığınız için zaman harcanacak biri değilsinizdir. Bu tür yayınevlerinin bastıkları "yeni yazar" kitaplarına bakar ve şaşırırsınız. "Ulan bunu bastın, benimkini neden geri çevirdin?" gibi içsel söylenmeler yaşayabilirsiniz ama çoğunlukla sorun sizin metninizde değil, bir yazar olarak sizin ederinizde(!) veya onlara olan yakınlık mesafenizdedir. Keşke(!) edebiyat haricinde bir özelliğiniz olabilseydi. Mesela, yıldızı ne idiği belirsiz şekilde parlamış

bir TV profili, tıklanma rekoru kıran bir internet fenomeni, Wattpad yazarı veya popüler herhangi bir şey. Tabii bu alanda yıllarını edebiyata vermiş ve geçmişten bugüne gelen okur kitlesiyle bir yerlere gelmiş yazarlardan söz etmiyorum ama bu gibi yazarları portföyüne almış yayınevleri bütçelerinde, "yeni yazarlar" için ayırdıkları küçük bütçeleri de bu gibi, satış olasılığı yüksek popilerde değerlendirdiklerini söylemek istiyorum. Elbet marjinal olaylar da yok değil. Bazı günümüz yazarlarının kendi ifadelerinden yola çıkarak bildiğimiz, istisnai şekilde şans yüzüne gülmüş olsa da kaideler sabittir.

Yayınevleri açısından bakıldığında durum biraz daha farklı. Bilinen bir işletme mantığı üzerinden olayı değerlendirirsek, yayınevi sizin kitabınızın basım maliyetini üstlenerek bir yatırım sürecine girer. Elindeki yayın ekibi ile size zaman harcar ve misal olarak, bir yılda piyasaya 100 kitap çıkartan bir üretim bandı olduğunu düşünürsek, birim başına katlanılan sabit maliyetten en yüksek verimi almaya çalışır. Çakılan(!) kitabın yayınevindeki macerası bu kadarla da bitmez. Depoda kalan her kitap, bir stok maliyeti yaratır ve ölü(!) aşamasına geldiğinde ise toptan kitap alıcılarına tanesi 25 kuruşa gelen miktarlarda çöp parasına satılır. Sağda soldaki işporta satıcılarında yıllar önce çıkmış ama sıfır kitapları bulabilmenin sırrı burada yatar. İşte böyle bir duruma gelmekten olabildiğince çekinen yayınevleri sizler için risk almak istemezler ve "programımız dolu" derler. Şu da unutulmamalı ki, neredeyse bütün yayınevlerinde, var olan iş kapasitesini karşılayacak sayıda kişi istihdam edilmemesinin açtığı sıkıntılar hep vardır. ✹

Orta Yayınevlerinde Karşılaşılabilecek Sıkıntılar ve YOMA'lar (Yayınevcilik Oynayan Matbaa Aracıları)

Aslında bu bahsi geçen büyük, orta tarzı derecelendirmelerin belirlerken bakılan bazı doneler var ama ne yazık ki ülkede, paradan başka olayın ölçütünü koyacak bir kurum yok. Geri kalanlar ise sermayesi, bir yılda çıkardığı kitap adedi ve teliflerini bulundurduğu yazarlara göre yapılan öznel değerlendirmeler. Elbet bunlar arasında, yazarına telif ödemesi yapan, üzerine yatmayan ve rica minnet durumuna getirmeyenler de saygıyı hak ediyor.
Ülkemizde, an itibariyle 557 yayınevi var. Mevcut listeden son OHAL'de kapatılan 30 yayınevini çıkardığımızda bu sonucu elde ediyoruz. Bu kadar seçeneğin bol olduğu bir ortamda "Neden kitap yayınlatmanın bu kadar zor?" diye düşünüyor olabilirsiniz ama bilinen manada yayınevi olan "işletme" sayısı hayli az. İşte burada en tartışmalı derece Orta Yayınevleri diye düşünüyorum.

Tabii burada genel bir şablon koymak zor olsa da üç aşağı beş yukarı olay aynı kapıya çıkıyor. Buradan yola çıkarak Orta Yayınevlerinin türlerinden biri hakkında kabaca bahsetmek istiyorum. Başında gene edebiyattan bir abimizin bulunduğu, daha çok ilişkide olduğu çevre üzerinden, onların kitaplarını basma eğiliminde olan kimselerdir. Bu çevreyi konsolide etmek için görece bir edebiyat dergisi çıkartan, önüne gelen dosyalara bakarak damara göre şerbet veren ve sürekli "Her şeye rağmen ayaktayız!" nidalarıyla yürüyüşünü sürdüren, iliklerine kadar başındaki edebiyatçı abimizin genetiğini yansıtan yayınevleridir. Özellikle şu dergi olayının önemli olduğunu düşünüyorum. Bence sistem içi, alternatif bir tanıtım çabası olduğu kadar, yarattığı illüzyonla da yazar üzerinde bir görünürlük algısı yaratır. Normal şartlarda, bağlantıda olmadıkları herhangi bir yazarlarla bile, bir ilişki içine girmek için bir bahane olur; ama gerçekte, bu dergilerin her ne kadar bir yayın, içerik, tavır iddiası varmış gibi davranıyorsa da, aslında yoktur. Olsa

olsa dosya konularının arkasına kendi yazarlarını sıkıştırıp edebiyat arkası tanıtım yapılmaktadır. Zaten derginin belli bir kısmını devlet desteği kapsamında milli kütüphaneler için alınmasıyla basım maliyetinin bir kısmı da çıkmış olur. "Bu dergiler neden bu kadar pahalı" sorusunun cevabı da burada saklı zaten. Tirajları ne kadar düşük olursa olsun "ısrarla" çıkmaya devam eden bu dergilerin nasıl olsa tek bir merkezden indirimli fiyata, toplu alan bir kurum var. Bir de üzerine belediyeler ve yerel bağlantılar üzerinden alım yapan kurumlar da oldu mu olay, oldu-bittiye geliyor. Hala bu tür yayınların nasıl var olduğunu anlamakta güçlük çekiyorsanız, çekmeyin. Elbet bu bahsettiğim dergi mevzusu başka bir yazının konusu olabilir fakat günümüz edebiyat anlayışını da içine alan, altını çizmek istediğim bir nokta. İlerleyen zamanda gene bahsedeceğim sistemsel, okur temelli bir problem olsa da üzücü olan şey; anlatılan, vaadedilen ile yaşanan arasındaki derin uçurum.

Tabii yukarıda bahsettiğim yayınevleri, Orta Yayınevleri arasında bir türdür ve diğer yayınevlerine göre daha agresif ve bütünlüklü pazarlama yöntemleri vardır. Fuarlar, çeşitli yerlerde ayarladıkları imza günleri vs. Diğer Orta Yayınevleri ise aynı büyük yayınevlerinde olan bir duruşa sahip olmaya çalışırlar ama daha baştan bazı aksaklıklar hemen göze çarpar. Editöryel çalışmalardan kaynaklanan sıkıntıları, imla hataları ve kimi baskı hataları olur. Elbet bunlar, her yayınevinde yaşanabilecek sıkıntılar ama çoğunlukla titiz çalışılmadığı için, her ne kadar yayınevi "Biz hallederiz." deyip olası problemler konusunda aksini iddia edecek olsa da, büyük beklentilerde bulunulmaması ve kendi payınıza düşen kısımları onlara bırakmamanız en güzeli.

Orta Yayınevi olarak bahsettiğimiz yayıncılar basım maliyeti karşılandığı zaman kitabınızın yayınlayabilecekleri gibi tekliflerle gelebilirler ve bu sık karşılaşılan bir durumdur. Basım maliyeti karşılanarak basılan kitapların izlediği yol aslında YOMAlarla kısmen benzerlik gösterir. Hatta bazılarında birbirlerinden ayırt etmek zordur. Aralarındaki farklar, Orta Yayınevlerinden çıkan kitapların YOMAlara göre daha derli toplu olması, metin

üzerinde biraz olsun durulması, internette daha fazla yerde satışa çıkması ve kitapevleri raflarında yer alma olasılığınızın daha fazla olmasıdır. Belki bir internet sitesinde de kitabınız hakkında tanıtım yapılabilir. Ama YOMAlar baskı maliyeti anlamında, her zaman en düşük fiyatı verir.
Yeni bir yazarsanız, ne yazmış olursanız olun, çoğunlukla karşılaşılacağınız durum, basım maliyetini yüklenmeniz veya dosyanızın kabul edilemeyeceği yönünde, nazik bir geri dönüş olur. Yoğun yayınevlerinin çoğu cevap vermeye bile tenezzül etmez. Telif konusunda ise internet satışlarından başka görünür bir veriye sahip olunmadığı için bütünlüklü bir tutarı tespit etmeniz ve onu yayınevinden tahsil etmeniz deveye hendek atlatmaktan daha zordur. Sözleşmeyle belirlenen haklarınız ise çoğunlukla "lütfedilir" bir yaklaşımla, can sıkan ısrarlarınız veya noter aracılığıyla çekilen ihtarname ile kavuşabilirsiniz. Ya size sunulan fırsattan dolayı bu tutarın üzerine sünger çekmeniz ve yeni kitaplarınızda daha iyi olacağınıza dair yayınevi sahibinin sözüne güvenirsiniz ya da yukarıdaki tatsızlıklarla telifinize kavuşabilirsiniz.

Buna değer mi, o tarafı size kalmış ama piyasada, basım maliyetini üstlenen yazarların telif oranı %10'un üzerinde olabileceği gibi, basım maliyetini yayınevinin üstlendiği kitaplarda %3 ile %7 arası bir sayı ile karşılaşırsınız ve bazı yayınevlerinde internet sitesi satışlarını bu orana dâhil edilmediği görebilirsiniz.

Kaba bir hesap yapmak gerekirse 18 TL'den satışa sunulan kitabınızın 300 adet satıldığını düşünelim ve telif rakamınızın %7 gibi, iyi bir oranla sözleşmenizde olduğunu varsayalım. Yayınevinden alacaklı olduğunuz bakiye 378 TL'dir. ✹

Peki YOMAlarda işler nasıl yürür?

Öncelikle yayınevi görünümündeki bu işletmelerin başındaki insanlarda sıradan (varsa) bir okurdan fazla, edebi bilgi olduğunu ve dosyanızı okuyarak üzerine kafa yorduğunu düşünmeyin. Neden Matbaa Aracıları diyorum, çünkü bir kitabın dijital şablonunu ve oradan buradan koydukları resimlerle kapak yapıp iş gönderen acente gibidirler. Orta Yayınevlerinde bulunan "en az bir editör" burada yoktur. Olaya sadece basılacak kitabın sayfa sayısı, dizgisi, kapağı ve kâğıt maliyeti üzerinden değerlendirirler ve anlaşmalı oldukları matbaadan aldıkları fiyata belli bir oranda kâr payı ekleyerek size sunarlar. İşin tek güzel tarafı Orta Yayınevlerine oranla daha aşağı bir fiyat çekerler ve editörlük hizmeti almanız ve benzeri ekstra talepleriniz karşılığında fiyat yükselir. Editörlük adına bir para öderseniz büyük enayilik yapmış olursunuz çünkü yaptıkları tek şey WORD üzerinden kırmızı çizgili bölümleri düzeltip geçmektir. Bir kurgu bütünlüğü üzerinden kitabın değerlendirilmesi, anlam bozukluklarının gözden geçirilmesi falan, bu birikimi zaten bu gibi yerlerde bulma beklentiniz bir hata. "Çok güzel, çok güzel" deyip geçerler, hepsi bu.

Yazarın üstlendiği basım maliyetinin üzerine, örneğin 1.000 adet basılan bir kitaptan 100 ile 300 adet arası kitap yayınevinde kalması eklenir. Geri kalan kitap adedi de kucağınıza bırakırlar ve onca kitapla ne yapacağınızı bilemezsiniz. Elden satmak bir zaman sonra size hoş gelmeyebilir ki, birçok tanıdığınız da genel olarak içten içe yadırgarlar. Sözün kısası siz kitaplarınıza, kitaplarınız da size bakar. Yeni bir yazar olarak zaten satılacağınız miktar bellidir. Onun da internet aracılıyla satışı yayınevinde kalan kitaplardan yapılır, o da yayınevinin kârı olur. Telif filan zaten unutun. Yayınevinde kalan kitaplar bittikten sonra internet sitesinde kitabınızın tükendiğini görürsünüz. Arayıp konuşmaya çalışırsınız, elinizde kitap olduğunu, internet üzerinden satışın devam edebileceğini söylersiniz ama bir çoğu uğraşmaz bile. Bahaneler, bahaneler, bahaneler…

Elbet bu yukarıda saydığım durumlar, sözleşme koşulları toptancı bir algıysa sizlere sunulmuş olduğunu düşünmenize neden olmuş olsa da, kitabı çıkmış veya elinde dosyası hazır olan, araştırma yapan yazan arkadaşlardan edindiğim, tecrübeyle sınanmış genellemelerden ibarettir. Elbet başka başka uygulamalar, sözleşmeler de mevcuttur. Ne de olsa her yiğidin yoğurt yiyişi farklı. Koşullar, kişinin şansına, dosyasına, tanıdıklıklarına ve bağlantılarına göre değişkenlik arz edebilir ama vitrin okurunun hâkim olduğu bir ülkenin durumuna göre kitap çıkardığınız gerçeğini değiştirmez. Eş, dost, akraba için kitap basarsınız ve maliyeti ödenmiş, diğer ek masraflarına katlanmış olsanız da, gene de okunamazsınız. Kitabınız ya evinizin gardırobunda çürür ya da bir süre kitabevi arka raflarında kaldıktan sonra, iade edilerek yayınevi deposuna gider. ✹

Küçük bir veri: (TÜİK'ten)

2016 yılına satılan kitap bandrolü sayısı verilerine göre

Yıl içerisinde basılan toplam kitap sayısı: 404.129.293 adet
Geçen yıla oranla büyüme oranı: %5,2
Yayınlanan kitapların adet üzerinden yüzdelik dilimlerine bakıldığında:
Eğitim kitapları %56
Yetişkin araştırma inceleme %16
İnanç kitapları %13
Çocuk ve gençlik kitapları %8
Yetişkin edebiyat sanat kitapları %5
Akademik yayınlar %1
İthal kitaplar %1

2016 yılı basılan materyal üzerinden bakıldığında

Yıl içerisinde yayınlanan toplam materyal sayısı: 54.446
Geçen yıla oranla büyüme oranı: -%3,8
Çıkan kitapların tür üzerinden yüzdelik dilimlerine bakıldığında:
Eğitim %27
Yetişkin araştırma inceleme %20,5
Yetişkin edebiyat %16,8
Çocuk ve gençlik kitapları %15,8
Akademik %13,7
İnanç %6,1

İşte bu da analiz:

Bu verilerden çıkışla 2016 yılında:
Çıkan yetişkin edebiyat kitapları sayısı 9.147 adet olmasına rağmen basım adedi olarak 20.206.465 tane olduğuna göre, çıkan kitap basına düşen baskı adedi 2.209 adettir, bu baskı adedi oranı çocuk ve gençlik kitaplarında 3.758 adet, akademik kitaplarda 543 adet ve dini kitaplarda 15.820 olarak gerçekleşmiş oluyor.

Genç Yazar: Peki kitabım internet sitelerinde olacak mı?

Yayınevi: Tabii! Basılır basılmaz biz bülteni geçeceğiz.

Genç Yazar: Peki, kitapevlerinde?

Yayınevi: Tabii tabii, tüm kitapçılarda.

Örümcek Ağı

Tüm yayınevlerinin sıkıntı yaşadığı, her mikrofon uzatıldığında üstünden basmadan geçmedikleri en büyük sorun, dağıtım firmalarında yaşadıkları problemlerdir. Dağıtım yerlerinde çıkan aksaklıklar ve ödemelerdeki vade aralıkları, yayınevlerini zorlayan bir konu. Bir kitabın satış fiyatı üzerinden %40 %50 iskonto uygulanılarak dağıtım firmalarına gönderildiğini, bir de bunun üzerine 6 ayı bulan vadeler de eklendiğinde yayınevinin ne kadar zorlandığını tahmin edersiniz. Gene yayınevi açısından bakıldığında; dağıtım ve tanıtım birbirine birleşik konular. Talep edilmeden hâliyle dağıtım da olmuyor. Tanıtım olanaklarının sınırlılığı ve (arz/talep dengesi dolayısıyla) maliyetlerinin yüksekliği büyük yayınevlerinin bile yakındıkları arasında. Sistemin ve günümüz medyasının bizleri getirdiği son nokta bu. Gittikçe tekelleşen bir piyasada "Birkaç yerde varsanız, varsınız. Yoksa siz de diğerleri gibi yoksunuz, bilinmezsiniz". Zaten bir eleştiri mekanizmasının olmadığı ülkemizde gözler, büyük gazetelerin kitap eklerinde, reklam sayfalarında ve en çok satanlar sıralamalarında. Kim neye göre bu listeleri düzenliyor, listelere girmenin kısayolları var mı, onu yukarıdaki "abiler" daha iyi bilirler. Bizler sadece aralarında olan çekişmelerden ve fısıltı gazetelerinden durumları takip ediyor olsak da, birinci elden duymadıkça bahsedebileceğim şeyler değil. Ama şu bir gerçek ki; bir köşe yazarı veya popüler bir kimliğin eline almadığı kitap, raflarda tozlanmaya mahkûm. Okurun "ne gösterilirse onun sattığı" bir koyun sürüsü olarak görülmesi korkarım onlar için ***tecrübe edilmiş bir gerçek***. Gene de iyi kitaplar uzun vadede de olsa hak ettiği yere ulaşıyor. Tabii, ondan önce kitapevi, iade faturasını keserek dağıtım firmasına geri postalamazsa. Elbet, kitap enflasyonunun olduğu bu zamanda, raflarda yer bulmak da hayli zor. Bir yayınevi sahibi gözünden mevzuya nasıl bakıldığını görülmesi açısından ***Truva Yayınları sahibi Sami Çelik***'ten bir alıntı yapayım. Aynen şöyle demiş: *Artık Türkiye'de kitabı olmayana kız vermiyorlar. Eskiden böyle miydi? Şimdilerde her eline kalemi alan "Yazar" oluyor. Bugüne kadar çok yazar adayı*

ile karşılaştım. Gerçekten de kalemi çok sağlam olanlar da var yalnızca kalem oynatıp şansını deneyenler de… Bir de Truva ile "Yazar" olan ama ilk fırsatta başka yayınevleriyle ilişkiye giren ve kaybolup giden yazarlar da var. Allah herkesin yolunu açık etsin. Şuna her zaman inandım: Bencil yazarlarınız olup zengin olacağınıza; dik duran ve dürüst yazarlarınız olsun fakir kalın. Gerisi hikâye! (*Ben de aynı dik duruş ve dürüstlüğü yayınevlerinin de göstermesini temenni ederek konuya devam edeyim.*)

Kitabevleri daha çok, hızlı satılan kitaplara yöneliyor ve tanıtımı yapılan, reklamlara çıkan ürünlere vitrininde yer ayırıyor. Zaman içinde kitabın satıldığı yerler hatta kitapevi çalışanlarının donanımı bile değişti. İşe olan yeterliliğinden çok, hamallık özellikleri daha değerlendirilir bir konu. Ne de olsa kitap için yapılan yapılıyor, son satıcının niteliğinin, ne yazık ki bir önemi yok. İsterseniz yukarıda saydığım konuyu bir de yayınevi sahiplerinden ve ilgilisinden dinleyelim. Dağıtım ve tanıtım kanalları konusundaki sıkıntıları şöyle dile getiriyor.

Daha ayrıntılı okumak isterseniz journo.com sitesinden bakabilirsiniz.

İrfan Sancı (Sel Yayınları)

Bunun çözümünün de sihirli bir formülü yok ne yazık ki. Tanıtım mecralarında fiyatlandırma da yine pahalı bir kalem olarak çıkıyor karşımıza.

Metin Solmaz (Ağaçkakan Yayınları)

Kitabımız dağılmıyor. Şöyle bir dağılır gibi oluyor. Ama sonra pek çok yerde bulunmaz hâle geliyor. Çünkü o "son bir aydaki nakit akışı" içinde az yer bulunca kitaplar gidiveriyor. Hâlbuki yayınladığımız kitapların satış frekansı zamanla azalmıyor ki… Velhasıl, uzun satan kitap basmak zor bir iş hâline geldi. Kitabevi satışları, ya Orhan Pamuk olsun Sabahattin Ali olsun hem çok hem uzun satan kitaplara yahut sabun köpüğü, bugün satıp yarın görünmeyen kitaplara kilitlenmiş durumda. Dolayısıyla, iyi kitap kitapçılardan uzaklaşıyor. Bu da canımızı yakıyor. En büyük iktisadi derdimiz budur.

Şeniz Baş (Yazım Kılavuzu)

Dağıtım kanallarının ve kitabevlerinin ciro kaygısı ile çok satanlar dışındaki

eserleri raflarda tutmak istememesi, nitelikli eserlerin hızla piyasadan çekilmesine hatta dağıtılmamasına neden oluyor. Güçlü bir kalemin ilk kitabının yeterli dağıtılmaması ve dolayısıyla satmaması "eğer işinin ehli bir yayıncı ile çalışmıyorsa" yeni kitabının basılmaması demek.

Böyle bir ortamda kitap basılmış, bastırmış yeni yazarlar için nefes almak, okur tarafından fark edilmek hayli zor. Konuya başlarken, yukarıda geçen konuşma kuşkusuz her yayınevi sorumlusuyla, yeni yazar arasında geçen, bilindik bir diyalog ama korkarım yayınevinizin yapabileceği tek şey dağıtım firmasına bülten geçmek. Gerisi okurunuza ve kitabevine kalmış.
Okur isterse kitabevi alır, yoksa getirtir, talep çoksa vitrinine de koyar. Şayet isteyen bir, iki kişiyse "Bizde yok." der geçer. Onlar kütüphane değil, ticarethanedir. Yakınmak, veryansın etmek en kolayı. Sorunu tespit edip başka çözümler üretmek bana daha anlamlı geliyor. Bu arada "Artık herkes kitabını internetten alıyor." denmesine bakmayın. Şu anda Türkiye'deki pazar payının sadece %27sini kapsıyor. Kimileri için bu rakam düşük olarak değerlendirilse de Avrupa'daki internet kitap satışı yüzdesinden daha yüksek, ama Avrupa'da kitap alım rakamları da bir o kadar fazla. Fakat bu ülkelerde kitapçı kültürünün ölmemesi adına kitapevlerine devlet tarafından kimi teşvikler uygulanıyor. Bizde ise kitabın KDVsi %18, havyar %8. "Yani devlet, 'kitap okuma, havyar ye!' diyor." demişti Emrah Serbes. Hak vermemek mümkün mü?
Aslına bakarsanız günümüzde yaşanan bu durumun sebebi, sistem dışı bir eleştiri mekanizmasının işler çarklarının oluşamamasında. Kötüye KÖTÜ denebilen ve aşağılarda kalmış iyi işleri görünür kılabilen mecralar ve akabinde alternatif bir kültür oluşmadığı, kitleyi çevresinde devindirmediği için vitrine konan, gazete kitap eklerinin sayfalarında yer alan her kitabı alma telaşına düşen, kolay güdülebilir bir çoğunluklu okur toplamıyla karşı karşıya olmamız. Yayınevlerinin bile etik problemler üzerinden bazı söylemleri var. Gölge Yazarlık gibi, kapakta adı yazan yazarın kalem oynatmadığı, başkasının yazdığı metni satın alma yoluyla meşhur yazarımızın adıyla basılan kitapların olduğu bir memleket burası. Ama bahsi geçen etik mevzular yönünde süren tartışmalara dair bir örnek verilebilir. Misal, 2013

yılında bir konuşma üzerinden Metin Celal'in twitterda "*Bir haftada üç baskı övünülecek bir şey değil. Yayınevinin hesap hatasıdır. Bir hafta içinde üç baskı yapmak teknik olarak da mümkün değildir. Bandrolü bile iki günde alamazsınız, kitabı üç günde basamazsınız*" sözleriyle başlayan tartışma Sabit Fikir'de haber olmuştu. Yayınevi sahipleri, eleştirmenler ve editörler olaya dâhil olmuşlardı. Tabii olayın teknik imkansızlıklarının (iki günde anca bandrol alınır, basım yetişmez vs.) üzerinden başlayan konuşmalar, kitapların üzerine basılan **50.000** Basım gibi ibarelerle tüketiciye değer algısı aşılama çabalarıyla (hileleriyle) devam etmiş ve sonunda Semih Gümüş'ün, ***Etik İlkeler Manifestosu*** çıkışıyla belki de haklı bir noktaya isabet etmişti:

"Nitelikli kültür yayıncılarının da bir araya gelip bir Etik İlkeler Manifestosu açıklamasının zamanı geldi. Ötekilere uyarı olsun diye..." / "Kötü yayıncılara karşı KİTABA SAYGI kampanyası başlatacağım da, çok içinde olduğum için kaçınıp bekliyorum."

Elbet sonuca dair herkesin düşüncesi aynı yere ulaşmıştı: ***Bu manifesto yapılır da, kaç kişi sallar?*** Kitlesel, bağlayıcı bir noktanın olmadığı bir ortamda, böyle değerler anca bu ölçü koyanı bağlar. Döndük eleştirmen kısmına. Küçük bir alıntıyla kapatıyorum.

Can Öz'ün (Can Yayınları) diken.com'da kendisiyle yapılan bir röportajda sorulan *"Eleştirmenler, okurun tercihinde etkili mi?"* sorusuna net bir şekilde cevaplamıştı. *"Eleştirmenlerin bir kitap hakkındaki olumlu ya da olumsuz görüşleri satışları neredeyse hiç etkilemiyor."* diyor ve başka bir soruda konunun altını doldurmaya devam ediyor "*Ayşe Arman ya da Ertuğrul Özkök gibi yazarların köşelerinde bir kitaba yer vermeleri her zaman satışları arttırır. Üstelik bahsettikleri kitapları sevmeleri ya da sevmemelerinin bir önemi yoktur. Kitaptan bahsetmeleri bile yeter. Özellikle Mirgün Cabas'ın yayından kaldırılan programında, bir kitap değerlendirilmesi yapıldığında satışlar muazzam artıyordu.*"

Fazla söze gerek yok, aslında konu bundan ibaret. ✹

Kirlenme-me bir tercihtir

Birçok yeni yazarın "Ya, şöyle sıkı bir kitap patlatsam da, köşeyi dönsem..." kafasında olmadan, yazma edimine başladığını gerek gözlemle, gerekse yazanın kendini sorgulamasından görebileceği bir gerçek. Herkes yazdıklarının kitle tarafından okunmasını, beğenilmesini ister. "İstemiyorum" diyen de yalan söyler çünkü kendi yazdığını bir adet çoğaltıp başkasının görmesini mümkün kılan bir kimse bile bu itkiyle hareket etmiş demektir; üzerinde ismi olsun olmasın, bir mahlas kullansın veya kullanmasın. Bu, dünyaya getirdiği çocuğun büyümesi gibi, insanlar da meydana getirdiği etkiyi görmek istemesi kadar doğaldır. Bıraktığı işaretlerin izinin sürüleceğini umut eder.

Ama kimi de mevcut sistemde yer almadan, kapı kapı gezmeden ve beğeni unsurunu bir otoriteye bağlı kalmadan yaymak ister. İşte bunun adı UYUMSUZLUK'tur. Günümüzün geldiği noktayı dilim döndüğünce, fazla da uzatmadan anlatmaya çalıştım. Göründüğü üzere bireyin yazma ediminden çok farklı bir yönde akmaya devam eden bir sektör ve bunun dengeleriyle karşı karşıyayız. Niteliğin satış oranlarıyla belirlendiği bir ortam ve ürünün yarattığı ekonomi çevresinde örgütlenen yapılar… Söz konusu çarkta, salt yazdıklarınız üzerinden bir bilinirlik yaratmak oldukça zor olduğu gibi, dümen suyuna giderek ünlü olmak da zor değil. Kendi gibi olarak devam etmek son derece güç. Dönüşüme uğrayıp bazı değerlerinizi bir köşeye itmek, talep edilen ve kafanıza uymayan yazılar çıkarıp eklemek, dolaylı baskılar nedeniyle yapmak istemediğiniz şeylere boyun eğmek kadar, tamamen reddederek yazmaktan vazgeçmek de olası. Ne olursa olsun ikisi de birbirinden kötü sonuçlar. Elbet önünüze gelen durumlar çok farklı olabilir. İstemediğiniz, razı olmadığınız şeyler yaptırılmaya çalışılmadan, kitabını sattırarak yayıncısına para kazandırmak zorunda olan bir yazar durumuna sokmadan bir yayınevinin sizin kitabınızı basmasında kötü bir şey yok. Bu durum da diğer tüm durumlar gibi tercihtir. Yeni yazan açısından bakıldığında burada meydana gelecek negatif durum olsa olsa, üzerine

konan fiyattır; dolayısıyla okur tarafından kitabınızın okunamama sıkıntısı olabilir. Bu sıkıntıyı aşmak da gene yazana kalmış bir şeydir. "Her seçim bir kaybediştir."

Tamamlanmış bir dosyanın kitap olma yolunda iki problemi vardır.
BASIM ve DAĞITIM

BASIM

Gerek amatör gerekse profesyonel açıdan bir metni, dosyayı birden çok basma yöntemi vardır. Bir matbaa ile görüşülüp çok miktarda basım yaptırılacağı gibi fotokopi ve ciltleme yoluyla da basım yapılabilir. Hatta; günümüz ofsetleri bu konularda oldukça beceriklidir. Eğer bir yayıneviyle uğraşmak istemiyor, ama iyi bir basım olsun arzu ediyorsanız, ortalama bir matbaa ile anlaşmanız yeterli. YOMAlardan bile daha ucuza mal edilebilir. Zaten cebinizden çıkacak olan paraya ve telif kandırmacasına bulaşmadan, yayın haklarınızı başkasına vermeden, istediğiniz miktarda, özgürce dağıtabilirsiniz. Çalıştığınız matbaa sadece basım işi yapacak olsa bile gerekli şablonları internetten temin ederek evde dizgi yapmanız mümkün. Redakte işlerini ise tanıdığınız bir Türkçe öğretmeninden rica etmeniz yeterli. İnanın, Orta Yayınevlerinden bile daha iyi sonuç çıkaracaklardır.

DAĞITIM

Bir kitabın, kitapevi raflarında yer alabilmesi için bandrollü olması gerekir. Çoğu kitabevi bırakın yazardan kitap almayı, yayınevlerinden bile kitap çekmez. Onların doğrudan muhatap olduğu, sınırlı sayıda çalıştıkları ***dağıtım firmalarıdır***. Çok satıcıyla uğraşacaklarına tek elden iş görürler ve belli oranda bir iş yükünü başlarından atmış olurlar. Herhangi bir yayınevinde yer almak için onların çekmesi gerektiğini daha önce yazmıştım zaten. O sebeple yayınevlerinden kitap çıkartsanız bile onlar bunu istemeden pek mümkün değil. Tabii zincir mağazalarda işlem biraz daha farklı. Oralarda yer bulma imkânınız olsa bile ömrü ne yazık ki pek uzun olmaz.
Yukarıda bahsettiğim gibi kitabınızı kendiniz bastığınızda zaten kitapevleri raflarında yer alması mümkün olabilecek bir durum değil. Bandrolsüz

olduğundan dolayı korsan muamelesi görme olasılığı yüksek. E, o zaman kitabı bastırıp ne yapacaksınız? Fanzinlerin yaptığı gibi bir girişim olabilir mesela. Ülkenin birçok yerinde 40 kadar fanzin, aktif olarak şehirlerarası dolaşım hâlinde. Kimisi 15'ye yakın şehre her sayı gönderim yapıyor ve alternatif mekânlar üzerinden yürüyor. Benzeri bir yapı kurularak, destek verecek kitabevleri ve mekânlarla bağımsız bir ağ kurulabilir. ***Şayet amaç okunmaksa***, bunun en bağımsız, yaygınlaştırıcı yol olduğu kanısındayım. Kurulacak ağ içindeki okurların duyarlılığıyla, hem belirlenen noktalara kitaplar bırakılıp okura ulaşır, hem de yerelliklerde oluşan gruplarla bir topluluk meydana getirilebilir. Tabii buralarda bir para döngüsü kurmak zor ama birçok fanzin, bir kitap maliyeti kadar parayı, basım gideri olarak her sene katlanıyor zaten. "Olmaz" bir şey değil.

Şu ISBN meselesi nasıl olacak?

Bahsi geçen kod, kitabı uluslararası ölçekte numaralandırılarak eserin size ait olduğuna dair tescillenmesinden ibarettir. Başvuru koşulları zaten internette mevcut ama şu bilinmelidir ki, özellikle günümüz koşullarında bir eserin size ait olup olmadığını kanıtlayıp hırsızı afişe etmek hiç de zor değil. Belki hukuki olarak bir yaptırımınız olmaz ama genel kabulde ipliğini pazara sermiş olursunuz.

FANKİT HAREKETİ

fanzinapartmani.com

FANKİT diye bir şey varmış

Fanzin gibi ama zine formatından biraz farklı, tercihen tek kişilik, dolaşıma kolay girebilen, bağımsız ve kâr amacı gütmeyen, istenildiği zaman, istenildiği yerde kolayca çoğaltılıp aynı zamanda PDF formatıyla dağıtımı yapılabilen hızlı bir yayın türüne ihtiyaç vardı. Benzer örnekleri elbet bizden önceki zamanlarda, dünyanın birçok yerinde mevcuttu ama bir tür olarak değerlendirilmekten uzaktı. En önemlisi, yazar kişiler tarafından bilinir bir imkân değildi. Henüz kısa bir süre olmasına rağmen çeşitli yansımaları görmek güzel. Bir nokta üzerinden veya buna bağlı kalmadan dağıtımı yapılacak, belirli mekanlara ulaşabilecek bir ağ meydana getirme düşüncesindeydik. İngiltere ve Amerika'da 1850li tarihlerde Amatör Basın Dernekleri ile başlayan sürecin devamı niteliğinde, alternatif sesi duyulur yapma isteğinin bir yolu olarak bugün önümüzde duruyor.

Buradaki tutum, aynı zamanda basım klişeleri ve bilinen hâliyle kitap şekilciliğine (ciltli olacak, en fazla şu kadar sayfa olacak) bir tepkidir. Bir adım ötesinde ise yayınevlerinin yazan kişiler üzerindeki sorgulanamaz, kitap olma tekelini elinde bulunduran tahakkümüne, satış politikalarına, köpürtme reklamlarına karşı bir hareket olarak da okunabilir. Tek isteği okuruna ulaşmak olan bir yazarla, yeni yazarlar keşfetmek için okurun katlanmak zorunda olduğu satış tutarlarını ortasından kaldıran bir olgu. Bizim üstlendiğimiz bir şey olduğunda dolayı ilk örneklerini Fanzin Apartmanı basıyor olsa da, her yazarın evindeki imkânlarla bile basıp yayabileceği, belirlenen noktalar aracılıyla okura ulaşabilecek kolaylıkta bir yayın türüdür. ✹

Ya Kitap?

Bilinen manada kitap, fankite göre hantal bir yapıya sahiptir. Basıma girme olanakları, çoğaltım sayıları, maliyetleri ve ağırlığı sebebiyle külfetlidir, ama güzel bir şeydir. Günümüz imkânlarıyla bakıldığında çok sayfalı metinleri bir araya getirmenin, bozulmadan dolaşımda kalmasının en iyi yoludur. Dediğim gibi, bir tercih meselesidir.

İnsanın inandığı şeyler için bazı bedellere katlanması onu daha da değerli kılar; anlamı özümsemesini sağlar. Yapmak istenilenler uğrunda çalışarak, biriktirerek, emek vererek istenilenin gerçekleştirilmesi... İnanın bu, bir yayınevinin tahakkümünden daha değerlidir. Amacım bahsettiğim konular hakkında ukalalık etmek değil, kendimce bir yol sunmak. Zaten ilk ben de bulmadım. Dada'yı ve Fluxus'u hatırlayalım istiyorum. APA ile başlayan adımları… Her zamankinden daha fazla imkâna sahibiz: Daha kolay iletişime geçebiliyor, daha hızlı çoğaltabiliyoruz ama çoğalamıyoruz. Zihin oyalayıcılar veya geçim derdi bizi tutup kendimizin en uzak köşelerine terk ediyor. Ne gariptir, hâlbuki hep kendimizi arıyoruz. Buraya kadar gelen meraklı gözlerin böyle düşünmesini arzu ediyorum. Bizim gibiler için manzara pek değişmiyor ve kendiliğinden değişecek gibi de durmuyor ama gene de duramıyor insan. Devinim sürdükçe duracağa da benzemiyor.

fanzin
apartmanı

fanzinapartmani.com