

## 2000 Sonrası Türkçe Yayıncılıkta Yeni Dalgalar: Pratikler, İmkânlar ve Sınırlar\*

Merve Şen\*\*

Öz

2000 sonrası kurulan bağımsız yayınevlerinin etkisiyle Türkçe edebiyat okurlarının edebiyat algısında bir paradigma kayması yaşanmaya başladı. Klasikler, çok satanlar, ödüllü yazarlar gibi standartlaşan tercihlerin dışında, daha önce, yalnızca ayrıksı ya da kalburüstü olarak nitelendirilebilecek yazarların referans kaynakları ya da küçük bir kitlenin beğenileri olarak işitilebilecek deneysel, avangart ve post-modernist isimlerin metinlerinin Türkçeye kazandırılmakta olduğu bir sürecin içine girdik. Güney Amerika, Uzak Doğu, Doğu Avrupa ve Orta Doğu edebiyatlarından çevrilen ve ağırlıklı olarak roman türünde olan bu metinler, okurları dillerini ve kültürlerini bilmedikleri yeni anlatım ve ifade modelleriyle tanıştırdıkları edebiyatla ilişkilene biçimlerini de etkilemeye başladı. Bu makale de, bağımsız yayıncıların çeviri roman tercihlerine ve bu tercihlerin nedenlerine odaklanarak Türkçe edebiyat ortamında görülmeye başlanan değişimin izlerini yayıncılık faaliyetleri üzerinden yansıtmayı amaçlamaktadır. Söz konusu bu nedenler, bağımsız yayıncılarla gerçekleştirilen etnografik bir çalışma ile kişisel beğeniler, ekonomik tahakkümler ve ülkelerin sağladığı çeviri fonlarıyla ilişkiler gibi kriterler üzerinden sorgulanacak, bağımsız yayıncılığın konumu gereği ekonomik ve estetik beklentiler arasında nasıl bir müzakere alanı yarattığı tartışmaya açılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** yayıncılık, bağımsız yayıncılık, Türkiye’de yayıncılık, çeviri, Pierre Bourdieu

\* Bu makale, 19-21 Eylül 2018 tarihleri arasında Bamberg Üniversitesi’nde gerçekleştirilen Turkologentag 2018’de sunulan “Çeviri Romanda Yeni Dalgalar: 2000 Sonrası Türkçe Yayıncılığının Sunduğu Okuma Biçimleri ve Pratikler” başlıklı bildiriye yola çıkarak hazırlanmıştır. Çalışmanın oluşmasına katkı sağlayan tüm yayınevlerine, saha çalışmasının imkân ve sınırlarına dair zihnimi açan, bildirimde hakemli bir dergide yayımlanması konusunda cesaret aşılayan Yonca Güneş Yücel’e, makalenin hazırlanması sırasında fikir ve yayıncılığa ilişkin dikkatlerini paylaştığı için musti a’ya çok teşekkür ederim.

\*\* Boğaziçi Üniversitesi, İngiliz Edebiyatı Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi.

merve.sen221@gmail.com

Makalenin gönderim tarihi: 26.11.2018. Makalenin kabul tarihi: 14.01.2019.

# New Waves in Turkish Publishing After 2000: Practices, Possibilities, and Limits

## Abstract

Under the influence of the independent publishing houses founded after 2000, Turkish readers have experienced a paradigm shift in their sense of literature. As of 2000, there has been a period in which experimental, avant-garde and post-modernist works of fiction, which have been considered as influential writers' references or the representations of the taste of a minor audience until then, have been translated into Turkish, along with the standardized preferences such as classics, bestsellers, award-winning authors. Texts, mainly novels that were translated from South American, Far Eastern, Eastern European, and Middle East literatures, began to affect the readers' ways of connecting with literature while introducing new narrative models and expressions of various languages and cultures the readers were not familiar with. This article aims to trace the changes that were seen in the Turkish literary scene by focusing on the independent publishers' activities. These motivations will be investigated through an ethnographic study in terms of personal choices, economic impact, and the relation to translation grants, and the issue of how independent publishing, through its position, creates a space of negotiation between economic and aesthetic expectations will be open to discussion.

**Key Words:** publishing, independent publishing, publishing in Turkey, translation, Pierre Bourdieu

Bugün birkaç zincir mağaza ve orta ya da büyük ölçekli kitapçının çok satanlar raflarına şöyle bir göz gezdirdiğimizde karşımıza çıkacak olan tablo, kitap okuma edimiyle haşır neşir olan herkes için oldukça tahmin edilebilirdir. Bu raflar, klasikler, best-seller'lar, kişisel gelişim kitaplarından vücut bulmuş durumdadır. Aynı manzara, internet üzerinden satış yapan kitap sitelerinin çok satanlar listelerinde de kendisine doğrudan bir karşılık bulmaktadır. Bu durum şaşırtıcı değildir. Burada, okura tesis edilmiş, onun da alımladığı açık olan bir anlam dünyası mevcuttur. Bu anlam dünyası, okuru oldukça sabit bir döngünün içine sokan, kitabı salt bir tüketim nesnesiyle özdeşleştiren bir anlamlandırma modeline karşılık gelmektedir. Bu modele göre, okurun belli kodlamalar içinde hareket etmesi beklenir

ve bu beklenti kendine çoğu kez karşılık da bulur. Peki nasıl? Basite indirgeyerek ifade etmek gerekirse bu, “klasikler olmazsa olmazdır,” “okullarda zorunlu tutulur, öyleyse okuyalım” ya da “hafif bir şey okuyayım kafam dağılsın,” “başarıya kısa yoldan nasıl ulaşırım, şu kitapta formülü var, o zaman alıp okuyayım,” gibi bir düşünce silsilesiyle gerçekleşmektedir. Kuşkusuz, tüm bu ifade ve beklentiler pekâlâ okuma ediminin birer parçası olarak kabul görebilir. Pierre Bourdieu (1999) “Fransız Yayıncılığında Muhafazakâr Bir Devrim” başlıklı makalesinde, kitabın “hem ticari hem simgesel tarafı olan bir nesne” olduğunu söylerken bizi bu çift taraflı algının iştirakçisi kılar (s.12). Önemli olansa bu iki taraf arasında bir uzlaşa sağlayabilmektir. Bununla birlikte, çok satanlar raflarıyla karşımıza çıkan örneklem bize, kitabı yalnızca tüketim nesnesine indirgeyen pragmatik ilişkinin tek tipleştiren ve homojenleştiren yapısının başlı başına bir tehlike arz etmekte olduğunu göstermektedir; kültür ve düşünce alanının kapalı, içe dönük ve kısır bir algıyla şekillenmesi tehlikesidir bu. Üstelik bu tablo, hâlihazırda oranı oldukça düşük olan edebiyat yayıncılığını da belirli üretim biçimlerine bağımlı hâle gelmekle tehdit etmektedir.

Bu nedenle, satın alma ile okuma edimlerinin sıklıkla birbirine karıştırıldığı, okuma ediminin okurdan yazara, çevirmenden yayıncıya pek çok bileşenin müşterek çabasıyla var olabildiğini gözden kaçırdığımız bir dönemde, edebiyat metninin dolaşıma sokulma sürecinin peşine düşmek, yani düşünce ve üretim dünyamızı oluşturan bu hareketliliğe daha şeffaf bir noktadan dahil olabilmek, tam da şimdi ve burada üzerimizde bulunan söz konusu tehdit nedeniyle, dikkate değer bir çaba gibi gözükmektedir

Türkiye’de yayıncılık üzerine kapsamlı bir düşünce üretebilmek için bu faaliyete dâhil olan tüm aktör ve süreçlere, burada yayıncıdan, çevirmene, yazardan redaktöre oradan da telifler ile matbaa ve dağıtımına uzanan uzun bir liste mevcuttur, kulak vermek gerekmektedir. Bu bağlantıları birbiri ardına takip etmek, bir bildiri ya da makaleye sığdıramayacak ölçüde detaylı ve uzun bir araştırmanın kapsamına gireceğinden, bu çalışma için araştırma evrenini 2000 sonrasında kurulan bağımsız yayınevleri ve onların yayıncılık ala-

nındaki hareketliliği üzerinden oluşturmaya karar verdim.<sup>1</sup> Bu fikir oldukça kişisel birkaç meraktan doğdu. Konu yayınevleri olmalıydı, çünkü okur olarak bir kitabı elime her alışımında yayıncılık süreçleriyle aramızdaki mesafeyi düşünmekten, örneğin, aynı kitabın farklı yayınevlerinden çıkan baskıları ile karşılaştığımızda elimizin nede- se, çoğunlukla ismini daha çok duyduğumuz yayınevine sorgusuz sualsiz gidivermesinden, künye okuma tembelliğimizden, artık hayal kırıklığına evrilen bir yılgınlığa düşüyordum. Öte yandan, yayınevleriyle ilişkili olarak merak duyduğum konuların başında kitap tercihleri geliyordu ve raflardaki onlarca aynı kitap arasında bir vaha görüntüsü çizen, bakış açımızı genişleten kitapları dolaşıma sokan yayınevlerini daha fazla insan için görünür kılmamanın iyi bir okurun önceliklerinden olması gerektiğine inanıyordum. Fazla naif ve kişisel olarak değerlendirilebilecek bu düşünce ve merak silsilesiyle çıktığım yolda, bağımsız yayıncıların yayın pratikleriyle aramızdaki mesafeyi biraz olsun kapamaya çalışırken, aynı zamanda, yayınevlerinin kendilerini konumlandırma biçimleri ile piyasada varlıklarını sürdürebilmek için yokladıkları imkânlar ve kimisi ticari alana doğru genişleyebilen tercihleri ile karşılaştıkları sınırlar hakkında fikir sunabilecek kadar veri toplama olanağı buldum. Bu verileri aktarmaya başlamadan önce, yukarıda bahsettiğim edebiyat yayıncılığın- daki düşük oranla neyi kastettiğimi kısaca açıklamak istiyorum. Bu tabloyu netleştirdikten sonra, bağımlılık yaratma tehlikesi taşıyan kodlanmış üretim biçimlerine karşı geliştirilen pratikler olarak bağımsız yayıncıların faaliyetlerini tartışacağım.

Türkiye Yayıncılar Birliği'nin yayımladığı Şubat 2018 tarihli son pazar raporuna bakıldığında Türkiye'deki yayıncılığın dünya sıralamasında önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Türkiye, pazar hacmi açısından dünyadaki on altıncı en büyük yayıncılık sektörüne sahiptir. Edebiyat yayıncılığı ise, son birkaç senede, adı yetişkin kurgu (edebiyat) olarak geçen kategorinin içinde, %5-%7 arasında değişen

---

<sup>1</sup> Bu makalenin ortaya çıktığı bildirinin yer aldığı panel roman odağında oluşturulduğu için, ben de araştırmada 2000 sonrası kurulan bağımsız yayınevleri arasında (ağırlıklı olarak) dünya edebiyatından çeviri roman yayımlayanlara yer verdim.

bir dilimde kendisine yer bulmaktadır.<sup>2</sup> Yani, edebiyat yayıncılığının hâlihazırdaki durumu bu şekilde, dar alanda kısa paslaşmalarla ilerlemektedir. Edebiyat yayınları içerisindeki çok satanlar listelerine, çok satanlar raflarında somutlaşan eğilimlerin hâkim olması dikkat çekicidir. Ajans Press'in 2017 için sunduğu rapora bakıldığında en çok satılan çeviri edebiyat kitaplarının başında Stefan Zweig'in *Bilinmeyen Bir Kadının Mektubu* isimli eserinin geldiği görülür. Zweig ilk on kitabın açıklandığı listede üç kitabıyla birden yer almaktadır.<sup>3</sup> Avusturyalı yazarın Türkiye'de revaçta bir isim olduğu kuşku götürmez bir gerçektir. 2013'te telif hakkı kalktığından beri Zweig kitapları ülkemizde 40'ın üzerinde yayınevi tarafından Türkçeye kazandırılmış durumdadır (Öncü, 2017, s.49-50). Özellikle Zweig gibi klasikleşip kemikleşmiş isimler söz konusu olduğunda telif hakkındaki bu serbestliğin pek çok yayınevi için bir imkân olarak ortaya çıktığı açıktır. Burada üzerinde durulması gereken konu ise, durumun getirdiği mali avantajın yanında bir tekdüzeleşmeye de yol açıyor olmasıdır. Zira bu hareketlilikte metin ve içerikten ziyade safi satış pratiği hakimdir. Zweig'in yerine A. ismi de geçebilir ve bu yer değiştirilebilirlik okur-metin, okur-yazar, okur-dil, arasında gerçekleşebilecek karşılaşmalar ile bu karşılaşmaların doğuracağı yeni imkân ve düşünce biçimlerinin önüne geçiyor olur. Zira burada yaşanan Zweig'in yayınevine hizmet eden bir meta hâline getirilmesidir.

Peki, bu içinde bulunduğumuz tekdüzeleşen ve tekdüzeleştirilen sarmalın dâhilinde yapıyı sekteye uğratan, farklı teyellenen noktaların var olması mümkün değil midir? Çok satanlar listesinde gördüğümüz tür ve anlatılar üzerinden şekillenen okurun beğenisi, bugün, içinde bulunduğumuz globalleşen dünyadaki hâkim yayıncılık pazarıyla da uyumluluk göstermektedir. Öte yandan, dünyanın pazar payında en büyük pasta dilimini alan yayıncılık anlayışından

---

<sup>2</sup> Burada bir gerilemeyle de karşı karşıyayız, zira geçtiğimiz yıl Türkiye bu sıralamada 11. konumdaydı. Türkiye Yayıncılar Birliği başkanı Kenan Kocatürk, 2018 Şubat tarihli rapora ilişkin yaptığı basın toplantısında bu gerilemeyi, değişen sınav sistemi karşısında eğitim yayıncılığının uğradığı zarara bağlamıştı. Türkiye'de yayıncılığın pazardaki dağılımında en geniş yeri, %50-55'lik bir payla, eğitim yayıncılığının aldığı düşünüldüğünde bu tespitin olası anlamlarını daha net düşünme fırsatı bulabiliriz.

<sup>3</sup> Listenin tamamına buradan ulaşabilirsiniz: <https://www.birgun.net/haber-detay/2017-yilinin-en-cok-satan-kitaplari-belli-oldu-196047.html>

ve yalnızca makro ilişkilerden ibaret olmadığını görüp dünyanın farklı bölgelerinde gelişen edebiyatlarla etkileşime girmek ve bunları okura ulaştırmak isteyen yayınevleri de kendilerine bir varlık alanı oluşturmuş durumdadır. Kendilerine bu eğilimle bir varoluş kuran yayınevlerine bakıldığında bunların özellikle 2000 sonrasında kümelenedikleri görülmektedir. Bu yayınevlerinin yayıncılık pratiklerine göz atıldığında ise, klasikler, çok satanlar, ödüllü yazarlar gibi standartlaşan tercihlerin dışında, okurun daha önce hiç tanışıklığı olmayan edebiyatlardan, büyük ölçüde roman türünde metinlerin Türkçeye kazandırılmakta olduğu bir sürecin içine girdiğimizi söylemek mümkündür. Bu metinler, doğrudan dikkat çekici satış rakamlarına ulaşmıyor olsalar bile, yeni çıkan raflarında buldukları yerlerle, entelektüel çevreden aldıkları olumlu yorumlarla, okurun özellikle sosyal medya üzerinden aktardığı beğenisiyle, son yıllarda, okurları dillerini ve (ya) kültürlerini bilmedikleri yeni anlatım ve ifade modelleriyle tanıştırtırken onların edebiyatla ilişkilene biçimlerini de etkilemeye başlamıştır.

Nitel bir saha araştırmasının ardından gerçekleştirilen bu çalışma, yukarıda sözü edilen faaliyetleri ortaya koyan ve 2000 sonrası kurulan, odağında ya da yayın kataloglarında, ağırlıklı olarak dünya edebiyatından yaptıkları çeviriler bulunan 5 yayıneviyle yapılan görüşmelerden -Alef Yayınevi, Aylak Adam Yayınları, Cumartesi Kitaplığı, Jaguar Kitap ve Notos Kitap- ortaya çıkan verilerle şekillenmiştir. Bu yayınevlerinin, kuruluş nedenlerine, kataloglarında yer alan yayınların seçimlerine ve bu seçimlerde rol oynayan kriterlerle motivasyonlara, 2000 öncesi ve sonrasındaki yayın çeşitliliği ile edebi yayıncılığın değişim/dönüşümüne vurgu yapan sorulara verdikleri yanıtlar, bugün Türkiye’de gerçekleşen yayıncılık algısına dair bir izlenim sunar niteliktedir.

Yukarıda değindiğim soruları oluştururken iki teorik bakıştan yararlanmaya çalıştım. Bunlardan ilki Pierre Bourdieu’ye, ikincisiyse Bruno Latour’a ait. Burada Bourdieu’yü baz almamın öncelikli nedeni “alan” ve “habitus” gibi kavramlarının yayıncılık üzerine konuşmak için ideal bir çerçeve kuruyor olmasıyla ilişkili. Zira, yayıncılık, sahip oldukları belli bir güce göre konumlanan failerin hareketleri ve ilişkilerini kapsadığı için bir “alan” olarak değerlendirilebilir. İç-

selleştirilen davranış kalıbı olarak kabul edebileceğimiz “habitus” da, bağımsız yayınevleri için bir sınır “alan”ı oluşturduğundan soruların hazırlanması aşamasında yine önemli bir dayanak noktası hâline gelmişti. Bourdieu’nün sunduğu sosyolojinin, toplumsal yapıdaki her aktörün salt ekonomik olana göre bir hareket alanı oluşturmak yerine pratiğe ve sezgiye önem veren bir sosyoloji üzerinden kurulması da bir başka önemli noktaydı. Bourdieu bu ilişkileri nesnel olarak gözlemlememiz gerektiğini savunurken yayıncılığın ilişkisellik üzerinden şekillenen ve birçok failin parçası olduğu bir faaliyet olması bu ilişkiler ağını ortaya koyacak ve onun tüm aşamalarına ortak bir mesafeyle yaklaşabilecek bir sözcük dağarcığını da zorunlu kılıyordu. Bu nedenle Bruno Latour ve Michel Callon tarafından geliştirilen “aktör-ağ teorisi”ni araştırmanın teorik çerçevesini kuran eşit derecede önemli bir unsur olarak gördüm. “Aktör-ağ teorisi,” dünyanın sürekli olarak etkileşim ve müzakere içerisinde olan, insan ya da insan dışı, aktörlerden ya da *actant*’lardan oluştuğunu öne süren bir yaklaşımı benimseyerek tüm aktörlerin toplumsal ilişkilerin yaratılmasında dikkate değer bir rol oynadığına vurgu yapmaktadır (Latour, 2005). Ben de bu araştırmada, Latour’un sıklıkla dillendirdiği gibi, “aktörleri takip ederek,” onlara kulak vererek ilerledim (2005).

Dünya edebiyatından, ağırlıklı olarak da, Doğu Avrupa, Orta Doğu, Güney Amerika ve Uzak Doğu’dan roman çevirileri yapan bu aktörler, bağımsız bir grup yayıneviydi. Bu yayınevlerine baktığımızda, kendilerini tanımlamak için kullanılan bağımsız, butik ya da küçük gibi birkaç farklı ifadenin dolaşımında olduğu görülmektedir. Tüm bu ifadelerde kesişen ve ayrışan noktalar olduğu kadar, bunların Türkiye’de kullanıma sokulma şekliyle yurt dışında ele alınış şekilleri arasında belirgin farklar olduğu da söylenebilir. Butik, yurtdışında genel olarak, yazarın editöryal ve basım sürecini ekonomik olarak karşıladığı anlayışı temsil etmektedir (Usta, 2015). Türkiye’de ise yazarın masraflarını üstlendiği kitaplara ilişkin olumsuz bir algı mevcuttur. Bu durum, küçük bir anekdotla da gözler önüne serilebilir. Jaguar Kitap’ın sahibi olan Behlül Dündar, görüşmemizde, ilk kitaplarını yayımlayacakları sırada, yalnızca kitap ve yazar adını ön plana çıkarmak istedikleri için ön kapağa Jaguar logosunu koymadıklarından, bunun da dağıtımçıyla aralarında bir probleme yol

açtığından söz etmişti, çünkü Türkiye’de eğer kapakta yayınevinin ismi ve logosu yer almıyorsa yazar kitabı kendisi bastırılmış gibi bir algı oluşmakta, satış da bu algıdan olumsuz etkilenmektedir. Jaguar da bu algı çatışması üzerine tercihinde geri adım atmak durumunda kalarak yayıncılık “alan”ına adım atmış bir yayınevi. Bu anlamda, söz konusu karşılaşma bizlere, bağımsız yayıncıların “alan”a nasıl doğrudan bir tahakkümle yüz yüze gelerek giriş yapıyor olduğunu açık bir biçimde göstermektedir. Böyle bir seyrin yaşandığı yayın dünyasında, butik kelimesi, bağımsız ile neredeyse eş anlamlı, tamamıyla kişisel tercihe göre birinden biri seçilerek kullanılmaktadır. Görüştüğüm yayınevleri arasında da bu konuda bir fikir birliği bulunmamaktaydı. Kimi kendilerine bağımsız denilmesini tercih ederken, kimi hareketliliklerini butik kelimesi üzerinden ifade ediyordu. İçlerinde, bu tanımlamaların gereksiz olduğunu söyleyen de vardı. Görüştüğüm yayınevlerinden ikisi kendisini bağımsız olarak tanımlarken (Aylak Adam, Jaguar) ikisi (Cumartesi Kitaplığı, Notos) butik olduklarını dile getiriyordu. Bu yayınevleri kendileri için seçtikleri adlandırmayı gerekçelendirmiyor olsa da karşımıza çıkan, hemen hemen hepsinin yayın pratiklerinin bütçesi düşük, az kitap basan, ekonomik bir tahakkümle hareket etmeyen ve kişisel beğeni üzerinden kataloglarını oluşturan bir anlayışla şekillendiği yönündedir. Bu adlandırmalar, Alef Yayınevi’nin kurucusu Sinan Kılıç’ın ifadesiyle “yayınevi sahibinin ticari eğilimlere yüz vermeyip kendi istediği alanda kitap yapması” anlamına gelecek şekilde kullanılabilir. Kılıç, birçok bağımsız denilebilecek yayınevi olduğuna atıfta bulunup bağımsız yayınevini bir üst küme olarak tanımlarken bu adlandırmalardan birini sahiplenmeseler de, kendilerini daha çok küçük yayınevleri arasına dahil ettiklerini belirten ifadeler kullanmıştı görüşmemizde. Benim bu makale boyunca bağımsız kelimesini kullanmamda ise, düşük bütçe, az yayın ve kişisel beğeni gibi kriterlerin yanında bir de bu yayınevlerinin büyük bir ticari kuruluşa ya da yayın grubuna dahil olmamaları etkili oldu.

Görüşme gerçekleştirdiğim yayınevlerinin üçüyle -Alef, Cumartesi Kitaplığı, Jaguar- yüz yüze, ikisiyle -Aylak Adam, Notos- yazılı olarak bir araya gelme imkânı bulduk. Araştırmanın başlangıcında iletişime geçmek istediğim dokuz yayınevi vardı. Bu yayınevlerini,



ana akım dışındaki dünya edebiyatından yaptıkları çeviriler ağırlıkta ya da görünür olan, yıllık yayını 24 kitaptan az, çalışan sayısı 1-5 arasında olan ve herhangi bir yayın grubu ya da ticari kuruluşa bağlı olmayan yayıncılar olarak belirlemiştım. Bunlardan Dedalus Kitap, Monokl Yayınları ve Nebula Kitap'a çeşitli yollarla ulaşmayı denesem de, kendilerinden olumlu ya da olumsuz bir dönüş alamadım, Siren Yayınları ise araştırmaya katılmayı öncelikle kabul etmiş olsa da daha sonra gerekçe sunarak soruları yanıtlayamayacaklarını bildirdi.

Görüştüğüm yayıncılara yönelttiğim ilk soru, yayınevlerinin kuruluşu üzerineydi. Burada ortaya çıkan izlek, neredeyse her birinin içinde buldukları "alan"a karşı aldıkları eleştirel tutumda yatıyordu. Bu yayıncılar, ya içinde buldukları yayıncılık süreçlerinden memnun değildi ve bireysel inisiyatif almaya karar vermişlerdi ya da kendi edebiyat beğenilerini karşılayabilecek, yahut denenmemiş bir yayıncılık ortaya çıkarmak istiyorlardı. Örneğin, 2014 yılında kurulan Alef için Sinan Kılıç, görüşmemizde tam olarak şu ifadeleri kullanmıştı; "[Alef'i] kurarken amacımız yenilikçi metinler ortaya koymak[tı]. Özellikle o sırada Türkiye'deki roman tercihinin çok ortodoks olduğunu düşünüyorduk." Yayınevinin hoşnutsuzluk üzerinden gelişen bu faaliyetinde, "alan"ın sınırlarını yoklamaya yönelik bir eğilimi gözlemlemek mümkündür. Bu da bizi, belli bir eğilim ve ifade biçimini kendimizinmişçesine sahiplenmemiz anlamına gelen "habitus"a getirmektedir. Alef'in "alan"da yarattığı bu hareketlilikte, "habitus"u var eden eğilim ve beğenilere meydan okuyacak bir düşünce ve "alan"da belli esnemeler yaratacak bir eylemsilik isteği mevcuttur. Bourdieu'nün ifadesiyle kişiler kendi "habitus"larını şekillendiren bir alandayken "suda balık gibi" olurlar (Bourdieu ve Waquant, 1992, s.127). Bu kimseler, etraflarını çevreleyen suyun farkında olmaksızın kendilerini rahat hissederler. Burada ise bağımsız yayıncılık yerleşik tercihlerin ve bu tercihlerin ortaya çıkmasında etkili olan kuvvetlerin farkında olarak, kendini bir habitus-aşındırıcı, Aylak Adam Yayınları'ndan Gökhan Sarı'nın ifadesiyle söyleyecek olursak, ana akım yayıncılığa karşı bir "antitez" olarak kurar görünmektedir.

2000 sonrası yayıncılığın gidişatıyla ilgili konuşurken hem Alef, hem Cumartesi Kitaplığı hem de Aylak Adam, best-seller'lar etrafındaki tekelleşmeye değinmiş, Aylak Adam buna "sağmal inek"

modelini, yani telifsiz eserlerin, klasiklerin sayısız kez çevrilmesi durumunu da eklemişti. Burada gördüğümüz, yayınevlerinin kuruluş aşamasında düşünümsel bir hareketliliğin mevcut olduğudur. Bu yayıncılar, çevrelendikleri alanın dayattığı tahakkümlerin farkında olarak, bunun içinden ve buna karşı somut adımlar atmayı seçmektedirler. Aylak Adam'dan Gökhan Sarı, “Bu best-seller, sağlam inek, modelleri[nin] kaçınılmaz olarak bundan rahatsızlık/tatminsizlik duyanlar[1] da yaratacak” olmasından bahsetmekteydi. Bu duyarlılıkla hareket eden yayıncıların da çevrelendikleri alanın dışına taşılmasına imkân sağlayacak karşılaşmalar yaratmayı hedeflediklerini söylemek mümkündür. Bu yayıncıların, okura iletmek istediklerini söyledikleri birkaç nokta mevcuttur. Bunlar, estetik zevk, metnin geçirdiği duygu ve okurda yarattığı his, metinde ne anlatıldığını görebilmek gibi karşılıklı etkileşim yaratmayı hedefleyen temas alanlarıdır.

Kendileri de genellikle yayımladıkları türde kitapların okuru olan bu yayıncılar, söz konusu etkileşim arzusuna rağmen, görüşmelerimiz süresince, okur tercihlerine göre seçim yapmadıklarını birkaç defa ifade etmişlerdi. Mevcut okura karşı daha karamsar olan Sinan Kılıç, okurun, “habitus” olarak da adlandırabileceğimiz, kanaatlere göre hareket edebildiğini ve kültür dünyasını aşağı çekecek biçimde bir müşteri gibi kitaba yaklaşabildiğini düşünürken, Behlül Dünder, Türkiye'deki okuru iyi bir okur olarak tanımlayıp, kimi kitapları çıktığında “ah, sonunda” diyen okurların da mevcut olduğunu dile getirmişti. Bununla birlikte Dünder, kitap seçimini tamamıyla kişisel beğenileri ve kendi okuma birikimi üzerine kurduğunu da eklemeyi ihmal etmemişti. Okurun best-seller eğilimi nedeniyle ona odaklanarak çalışmadıklarını belirten Cumartesi Kitaplığı'nın kurucusu Selda Hızal ise, buna rağmen bu durumda bir evrilme gördüklerinden de söz etmekteydi; “[okurlar] dünyaya daha fazla temas etmek istedikleri için başka ne oluyor ne bitiyor öğrenmek istiyorlar. İnsanlar biraz daha vizyonunu açık tutmaya başladı, daha entegre yaşamak istiyorlar.” Hızal, tam da bu nedenle, dışarıda dünyaya temas etmek isteyen bir okur kitlesi olduğu görüşünde oldukları için, dünyanın her ülkesinden çeviri yapmayı hedefledikleri bir Dünya Edebiyat Atlası serisi hazırladıklarını belirtmişti.

Her biri, benzeri şekillerde dünyaya temas etmekte oldukları söylenebilecek bu yayınevleri, okura pek çok farklı ülkenin edebiyatlarından çeviriler sunmaktadır. Bu ülkelerden birkaçı, Hollanda, Katalanya, Küba, Avusturalya, Kolombiya, Sudan, Polonya, İsrail, Filistin, Macaristan ve Sırbistan'dır. Türkiye'de okur olarak daha aşına olduğumuz İspanyol, Alman edebiyatları gibi edebiyatlardan çeviriler de raflarda yer almakla birlikte bu dillerden yayımlanan isimler, çoğunlukla tanışıklığımız olmayan yazarlar ya da alışık olmadığımız metinler arasından seçilmektedir. Örneğin, İspanyol edebiyatının 20. yy'daki en iyi isimlerinden kabul edilen Juan Carlos Onetti, Türkçeye ilk kez, 2016'da Alef tarafından kazandırılmıştır. Birlikte anıldığı Marquez, Fuentes gibi yazarlar Türkiye'deki okurun severek okuduğu isimlerken Onetti'yle tanışmak için bu kadar geç kalmış olmamız şaşırtıcı kabul edilebilir. Ama kitabın çevirisi yayımlandığı sırada basında yer alan değerlendirmelerden yola çıkarak çevirisi ve çözümlenmesi zor bir isim olan Onetti'nin<sup>4</sup> keşfedilemediği için değil aslında uzun yıllar ticari bir risk olarak değerlendirildiği için Türkçeye çevrilmemiş olduğunu söylemek mümkündür.

Burada çeviri meselesine değiniyor olmak önemli, çünkü bu yayınevlerinin yayın kataloğunu oluşturan kitapların büyük bir çoğunluğu, en az %75'i, ki bu Jaguar örneğinde %100'e ulaşıyor, çeviriye dayanmaktadır. Bu metinlerin pek çoğu da roman türünde çevirilerden vücut bulmuş durumdadır. Yayınevleri, görüşmelerimiz sırasında, bu tercihlerini gerekçelendiren bir yorumda bulunmasalar da, Cumartesi Kitaplığı'ndan Selda Hızal'ın "roman ağırlıklı olsun diye gitmedik ama beğenilerimiz roman üzerinde yoğunlaştı," ifadesi, kişisel beğeni ve özne yönelimin dinamikleştirdiği bir seçim ve yayın pratiğiyle karşı karşıya olduğumuzun açık bir örneğini sunuyor denebilir.

Bu bağımsız yayınevlerinin odağında yer alan farklı ülke edebiyatları üzerinden gerçekleştirilen çeviri faaliyetlerinin, büyük ölçüde yayıncılık alanına dâhil olan çevirmen sayısı ve çeşitliliği ile doğru orantılı olduğu görülmektedir. Günümüzde çeviri alanının nasıl ol-

---

<sup>4</sup> Onetti'nin diline ilişkin yorumlar için Ömer Türkeş'in *Sabitfikir*'de ve Ali Bulunmaz'ın da *Kültür Servisi*'nde yayımlanan *Tersane* kitabına ilişkin değerlendirmelerine göz atılabilir.

duğuna değinen Sinan Kılıç, 2000 sonrası çeviri faaliyetlerini 70'ler, 80'lerle karşılaştırarak yaşanan sıçrama ve değişimin altını çizerken bugün çevirinin kalifiye bir etkinlik olduğunu söylemekteydi. Bu ifadenin tarihsel bir izdüşümünü Türkiye'de çeviri faaliyetinin uzun yıllar boyunca bir yorumlama pratiği olarak gerçekleştirilmesinde bulmak mümkündür. Kılıç'ın ifadesiyle; "70'li, 80'li yıllarda bir sayfa okuyup sonra daktilonun başına geçip aklında ne kaldıysa çeviren çevirmenler vardı, ünlü çevirmenler. Bakıyorsunuz bir sayfa üç cümleye yığılmış [oluyordu]." Behlül Dünder da bu argümanı destekleyerek, 60'lar, 70'lerde çeviri ve edisyon kalitesini tartışabilecek olsak da 12 Eylül sonrası, özellikle 85-90'lardan itibaren iyi çevirilerin yaygınlık kazandığını görebileceğimizi belirtmekteydi.

Bugün, dünya edebiyatından yapılan çevirilerin yaygınlığını mümkün kılan bir unsurun daha fazla çevirmen yetişmesi olduğu söylenebilirse, bir diğer unsurun da, yayıncı ve çevirmen arasındaki dinamik olduğundan söz edilebilir. Kalem Ajans'ın sahibi Nermin Molloğlu'nun bir soruşturmada belirttiği gibi (2010), 2000 öncesinde İngilizce, Fransızca ve Almanca dışındaki dillerden çeviri yapılmamakta, bu dillerin dışında yapılan edebiyatlar da yine bu üç dil üzerinden Türkçeye kazandırılmaktaydı. Burada baz alınan yayınevlerinin faaliyetlerine bakıldığında ise bunlardan büyük bir kısmının önceliğini farklı edebiyatlara ulaşmak üzerine kurduğu görülmektedir. Bu durum, yayınevleri ve çevirmenler arasında yalnızca bir işçi-işveren ilişkisi geliştirilmesinin ötesinde, hem düşünce hem de yürütme süreçlerinde bir ortaklık içine girilmesini sağlamıştır. Yayın faaliyeti, aktörler-arası bir diyalogla ortaya çıkmaktadır. Örneğin Cumartesi Kitaplığı, çevirmenlerle olan ilişkilerini şu sözlerle açıklamaktaydı: "Biz tanıştığımız çevirmenlere her zaman söylüyoruz. Sizin ilgi alanınız olan coğrafyada önereceğiniz bir kitap varsa bize lütfen bildirin. Onunla ilgili elinizde önceden bir çalışmanız olur ya da bir şekilde okumuşsunuzdur ve Türkiye'de niye yayımlanmadı diye aklınızdan geçmiştir, bize bunlarla ilgili bilgi verirseniz biz de bununla ilgili çalışmayı başlatabiliriz." Alef de yine çevirmenle aktif bir birliktelik yürüten yayınevleri arasında. İsveççeden bir roman çevirme kararı aldıklarında çevirmen araştırma yapması için bu ülkeye gönderilebilmekte ya da Hollanda edebiyatından bir metnin üslubu-

nu nasıl aktarabiliriz sorusu, çevirmenle dirsek dirseğe, beyin fırtınası yoluyla yürütülebilmektedir.

Bu ilişki modellerine karşılık, istisnasız tüm yayınevleri çevirmen eksikliği ya da meşguliyetinden dem vurmada konuya ilişkin sözlerini tamamlamamıştı. Selda Hızal, bir çevirmen havuzu oluşturmaya başladıklarından söz ederken yine de bunun henüz yetersiz olduğunu, örneğin Çekçe çeviri yapacak bir isme ulaşamadıklarını belirtmekteydi. Alef, Aylak Adam, Jaguar ve Cumartesi Kitaplığı'nın üzerinde durduğu bir diğer nokta da, çeviriyi yapacak bir kişi bulsalar bile kitabın telifini ellerinde tutukları sürede bu kişinin çeviri yapamayacak kadar meşgul olması yönündeydi. Bu nedenle, dört yayınevi de bir ya da iki defa farklı bir edisyondan çeviri yaptırmayı tercih ettiklerini dile getirmişti. Türkiye'deki okurun orijinal dil takıntısına değinerek "orijinal dilden kötü ve yanlış çeviriye, ikinci dilden yapılan daha doğru bir çeviriyi tercih ederim," diyen Behlül Dünder, görüşmemizde orijinal dili olan Japonca'dan değil, İngilizcede çevirttikleri Tanizaki'nin *Naomi* kitabının yayımlanma hikâyesini paylaşmıştı. Yayınevi, daha sonra bu dilden doğrudan çeviri yaptırmış olsa da, "alan"a adım attıkları ilk zamanlarda, yani 2012-2013 yıllarında, Japonca çevirmen sayısı az, hâlihazırdaki çevirmenler de dolu olduğu için Türkçe çeviriyi metnin İngilizce çevirisi üzerinden yaptırmak durumunda kalmış, edisyonu ise orijinal metinle karşılaştırarak yayına hazırlamıştı. Behlül Dünder, yayına hazırlama sürecinde İngilizcede yaşanan kayıpların üzerinden geçildiği için bu konuda içinin rahat olduğunu söylemekteydi. Konuyla ilişkili benzer bir örneği Aylak Adam da paylaşmıştı. Yayınevi, Sırpçadan çevirmediği bir kitabın çevirisini beklenebileceği üzere İngilizceden değil Fransızcadan yaptırdığını belirtmekteydi. Çünkü yapılan yorumları takip edip edisyon karşılaştırması yapmalarının ardından Fransızca baskının daha iyi bir kaynak oluşturacağına karar vermişlerdi. Bu duruma okur tarafından bakacak olursak, yayınevlerinin hassasiyetini görebiliyor olmanın rahatlatıcı olduğu söylenebilir. Fakat burada önemli olan, tanık olduğumuz bu dikkatin tespitini yapabilmektir. Yayıncının burada kitaba bir meta olmasının ötesinde, kendi iç dinamikleri, bütünlüğü ve etkileşim kanalı olan bir metin gözüyle yaklaşmakta olduğundan söz etmemiz mümkündür.

Röportajlar sırasında çeviri üzerinden açıklanan bir başka konu da, bu yayınevlerinin çeviri ve editörlük faaliyetlerinde beşeri ilişkilerinin de büyük ölçüde devrede olması üzerinedir. Örneğin, İngilizceden çevrilen Tanizaki kitabını yayına hazırlayan kişi, Behlül Dündar'ın iyi bir edebiyat okuru da olan ve çok iyi Japonca bilen turizmci bir arkadaşıydı. Görüldüğü üzere, bu yayıncıların yayın pratiklerinde, profesyonel bir çevirmen ya da editör ihtiyacı beşeri ilişkiler üzerinden doldurulabilmektedir. Selda Hızal, konuyla ilişkili olarak Cumartesi Kitaplığı'nda, metnin geçirdiği duyguyu önemsemeleri nedeniyle orijinal dili dışında bir dilden çevrilecek metne mesafeli durduklarını belirtmekle birlikte İbranice bir metin çevirisi için benzer bir yol izlediklerini aktarmıştı. Hızal'ın arkadaşı olan ve İbranice de bilen yazar Mahir Ünsal Eriş'in çevirmesini istedikleri kitap, Eriş'in o sıradaki yoğunluğu nedeniyle İbraniceden çevrilemez, fakat kitap İngilizceden çevrildikten sonra Eriş, herhangi bir kayıp olup olmadığını tespit edebilmek, okurla paylaşılması gereken dipnotlar olup olmayacağını görebilmek için oturup iki edisyonu karşılaştırır. Alef'ten Sinan Kılıç da, İspanyolcadaki çevirmen azlığı ve özellikle altını çizdiği dil bilen redaktör yokluğuna değinirken bu durumun kendileri için sorun oluşturmadığını çünkü ortağı da olan çevirmen eşinin (Çiçek Öztekin) İspanyolca yayınları üstlendiğini söylemekteydi.

Biraz mesafe alıp bakıldığında bu tercihlerin profesyonelce olmadığını iddia etmek olasıdır, fakat bunu dile getirirken söz konusu profesyonelliğin kriterlerini de açmak gerekmektedir. Bu yayınevleri, çevrili oldukları “alan”da, imkânları dahilinde yaptıkları aramalarda belli açmazlarla karşılaşmaktadır. Bunlar, kitabın dilini Türkçeye ulaştırabilecek hâkimiyette bir çevirmen olmaması, var olsa bile bu çevirmenin ihtiyaç duyulan aralıkta yayıneviyle çalışacak uygunlukta olmaması ya da beklentileri yayınevi tarafından karşılanamadığı için birlikte çalışma imkânının ortadan kalkması gibi açmazlardır. Peki, bu açmazlar ışığında yayınevi nasıl bir politika izlemeyi tercih etmektedir? Bu konu üzerine düşünmek için yine Bourdieu'nün “alan”ına değinebiliriz. “Alan”ı oyun metaforuyla açıklayan Bourdieu, oyuncuların, yani failerin belli hedeflere, kazanımlara ulaşabilmek, belli pozisyonlar elde edebilmek ve sahip oldukları

pozisyonları koruyabilmek için hareket ettiklerini ve bunu belirli kurallar çerçevesinde gerçekleştirdiklerini ifade etmektedir (Bourdieu ve Waquant, 2014). Burada da, söz konusu yayınevleri oyunda bir zorlukla karşılaştıkları zaman ne yapıyorlar sorusunu yöneltmemiz mümkündür; bu yayınevleri oyunu terk etmekte ya da güç dengesinde onlardan daha yukarıda olanların şartlarına mı uyum sağlamaktadır? Gözlemlenebildiği kadarıyla hayır. Çünkü yayınevleri kendilerine dayatılan kurallara bağlı kalmak, içinde buldukları alanın kendilerini yutmasına izin vermek yerine kendilerini hareket ettikleri alanın dışına taşıyarak beşeri ilişkilerini yayıncılık faaliyetleriyle diyaloga sokmaktadır. Bu durumu Bourdieu'nün (1999) "Fransız Yayıncılığında Muhafazakâr Bir Devrim" makalesinde küçük yayıncılara atfettiği yenilikçilik yaklaşımıyla özdeşleştirmek mümkündür. Zira, burada alınan karar oldukça mühimdir. "Madem çevirmen yok o zaman bu kitabı yayımlamıyorum," denilmez, yeni çözüm önerileri aranır, metni doğru konumlandırabilmek için destek yoklaması yapılır. Bu yayınevleri, kendilerine farklı "alan"ların ve ilişki modellerinin iç içe geçtiği bir "ağ" yaratmaktadır. Tabii burada kahraman bakkal süpermarkete karşı gibi bir durumdan söz edilemez, zira bu yayınevlerinin konumlarını belirlemek için "alan"ın kurallarına bir anlamda boyun eğiyor olup olmadıklarının tartışılabileceği etkinlikleri de mevcuttur. Fakat, Edward Said'in (1995) *Entelektüel* kitabında yer alan "Profesyoneller ve Amatörler" denemesinde sözünü ettiği gibi, bu profesyonelce görülemeyecek tavır, aslında "tabloyu daha geniş çizmeye" ve "belli çizgiler ve engeller arasında bağlantılar kurmaya" davet ederek "alan"ın temayüllerine direnen bir hareketi imlemektedir (s.76).

Çeviri meselesinde değinilmesi gereken bir diğer nokta da, ülkelerin sağladığı çeviri fonlarıdır. Bu fonların varlığı yayınevi ve çevirmen arasındaki etkileşimi düzenleyen bir diğer unsur olarak ilişki "ağ"ındaki yerini almaktadır. Örneğin, Alef, çevirmenleri arkadaşları, birlikte hareket ettikleri bir ekibin parçası olarak gördüklerinden, onların fon sayesinde Türkiye'de alamayacakları bir parayı kazanabilmelerini sevinçle karşıladıklarını belirtmektedir. Burada öncelikli olarak çevirmenin kazancı vurgulanıyor olsa da, söz ko-

nusu edilen, aslen bir kazan-kazan durumudur. Fonun gelişi hem yayınevini ekonomik olarak rahatlatmakta hem de ülkemizde, Çevirmenler Birliği'nin yayımladığı tip sözleşmeye göre brüt olarak %7'lik bir telif aldığını düşünebileceğimiz çevirmen, emeğinin karşılığını çok daha somut bir biçimde alabilmektedir. Bu noktada, araştırmanın kapsamında yer almamakla birlikte, bir parantez açarak şu iki notu düşmeyi önemli görüyorum; yayıncılık “alan”ında, fon başvurularının her zaman çevirmenler lehine sonuçlanmadığı, yayınevlerinin çevirmen payı üzerinde tahakküm kurduğu durumlara da rastlanabilmektedir. Aynı zamanda, fon başvurularının bu albenisi, Türkiye’de toplumsal statüsü prekarya konumunda olan (Ergüden, 2018), düzenli olarak “yalnızlaşma, güvencesizlik ve esnek çalışma saatleriyle ilişkili risklerle” (Yücel & Orhan, 2018) karşı karşıya gelen ve kazandıkları telifler %7'lik bir pay yerine çok daha dengersiz bir biçimde belirlenen çevirmenlerin karşılaştığı sorunların gözden kaçırılması riskini de beraberinde getirmektedir.<sup>5</sup> Parantezi kapatıp bu araştırmada söz konusu edilen yayınevlerine döndüğümüzde, fon başvurularının kendileri için de bir avantaj olduğunu söylemekten imtina etmediklerini gözlemek mümkündür. Örneğin, Aylak Adam, uygun kitaplarda fona başvurularını, bu başvurunun olumlu sonuçlanması durumunda hem “yayınevini maliyetten

<sup>5</sup> Yayıncılığa ilişkin literatürde, yayınevleri ve çevirmenler arasındaki girift ilişki başlı başına bir çalışma alanı oluşturacak kadar önem arz ediyor. Bu alanda çalışmayı zorlaştıran en büyük engel ise piyasanın kendi içinde dahi şeffaf olmaması. Örneğin, çevirmenlere verilen telif yüzdeleri yayınevlerine göre değişkenlik gösterirken aynı yayınevi içinde farklı tür ya da dizilere farklı telif yüzdeleri ayrılabilir ya da benzer hacimlerde kitap çevirisi yapan iki çevirmen beşeri ve profesyonel ilişkilerin yarattığı dinamiklerle aynı yayınevinden birbirinden farklı oranlarda ücret alabiliyorlar. Çevirmene yalnızca tek seferlik ödeme yapan yayınevleri olduğu gibi yeni baskılarda, yine değişen oranlarda, telif ödeyen yayınevleri de mevcut. Bu detayları bu kadar muğlak paylaşıyor olmamın sebebi ise şu, söz konusu bilgileri çoğunlukla nesnel yollarla değil, kulaktan kulağa yayılan haberlerle ya da arkadaş meclislerinde, etrafta çok da bahsini etmemek koşuluyla alabiliyorsunuz. Görüşüğüm yayınevlerinden Aylak Adam, çevirmen ödemelerinde telif yüzdelerinin değişmekte olduğunu belirtirken, Notos bu telifin kendileri için %8-%10 arasında değiştiğini belirtmiş, Alef ise çevirmene net %8 telif verdiklerini söylerken bu orandan stopaj vergisini kesmedikleri için aradaki farkı devlete kendilerinin ödemek durumunda olduğunu ifade etmişti.

Bu konuyu kamusal alana oldukça verimli ve detaylı bir şekilde dahil eden, güncel bir tartışmayı takip etmek isterseniz Işık Ergüden'in 22 Kasım 2018 tarihinde K24'te yayımlanan yazısına göz atabilirsiniz: <http://t24.com.tr/k24/yazi/cevirmenlik,2026>



kurtar[ması]” hem de “çevirmenler[in] biraz daha hakkıyla kazanabilmeleri” ile açıklamaktadır. Burada, sayfa başına 25 euro, ya da 800 sayfalık bir kitap için 15 bin Euro gibi rakamlardan söz edilmektedir. Böyle bir imkân varlık gösterince çevirmenin kendisinin de inisiyatif aldığı durumlar ortaya çıkabilmektedir. Jaguar, Norveççeden bir kitap çevirmeye niyetlenince çevirmen bu çeviriyi fonla karşılamayı teklif edip başvuruyu kendisi başlatabilmektedir. Tüm bu avantajlara karşın fon almak oldukça belge işi yüklü yoğun bir bürokratik bir sürece tabi olabildiği için, yayınevleri bu fonlara düşünebileceği kadar sıklıkla başvurmamaktadır. Sürecin, İskandinavya’da daha kolay, Doğu Avrupa’daysa daha zorlukla ilerlediğini öğrendiğimiz Alef, Aylak Adam ve Cumartesi Kitaplığı, fonlamanın yayınevlerinde yalnızca bu işle ilgilenen bir çalışanın bulundurulması gereken kadar yoğun bir mesaisi olduğu bilgisini de paylaşmaktadır. Ortaya çıkan sonuç, Cumartesi Kitaplığı dışındaki tüm yayınevlerinin daha önce bir ila dört defa bir çeviri fonundan faydalanmış olduğu yönündedir. Selda Hızal, görüşmemiz sırasında, yayınevinin ajans desteğiyle iki fona birden başvurduğunu ve henüz haber bekliyor olduklarını belirtmişti. Hızal, yayınevi yeni kurulduğu için bu başvuruların olumlu sonuçlanmayabileceğini öngörmekteydi.

Cumartesi Kitaplığı’nın fonlara ilişkin değerlendirmesi aynı zamanda iki önemli meselenin de altını çizmektedir; ajansla olan ilişki ve piyasadaki algı. Cumartesi Kitaplığı birlikte çalıştıkları ajansları yayıncılık faaliyetlerinde rol oynayan en önemli aktörlerden biri olarak tanımlamaktadır. Bu tavırda, ajanstan beklentilerini karşılayan, yayın tercihlerine uygun düşecek öneriler almalarının etkili olduğu söylenebilir. Ajanstan gelen “sizde Gürcü kitabı yok, bakın bu ilginizi çekebilir,” gibi bir ileti yayınevi için değerli bir done oluşturmaktadır. Notos Kitap ajansların önerilerini dikkate almadığını söylerken Aylak Adam ve Jaguar, ajanslarla çok sıkı bir ilişki yürütmeseler de kataloglarından yararlandıklarını ifade etmekteydi. Alef ise yayınevleri ve ajanslar arası ilişkilerde dengeli bir dağılım olmadığını düşündüğünden araştırmada yer alan yayınevleri arasında bu aktörlere en mesafeli olanıydı. Anglosakson dünyadan uzaklaşma sebeplerini de çoğu ajanslar tarafından temsil

edilen yazarların sahip olduğu yüksek telif oranları ve bunun ortaya çıkardığı, kazanma şanslarını zayıflatan rekabete bağlayan Sinan Kılıç, ajanslarla birlikte bir de *scout*'lardan söz etmekteydi. Belirli ajanslarla çalışabildikleri gibi serbest olarak da iş yapabilen bu kişiler, herkesin erişiminde olan bir katalog hazırlanmadan önce tespit ettikleri kitaplar, isimler için yayınevleriyle ya da ajanslarla iletişime geçerler ve oldukça yüksek meblağlar ile çalışırlar. Bu durum, ajanslar ile yayınevleri arasındaki ilişkiyi ve iki aktörün stratejilerini de doğrudan etkilemektedir. Bağımsız yayınevlerinin özellikle uluslararası arenadaki varlığı düşünüldüğünde ortada bir dengesizlik vücut bulmaktadır. Örneğin Alef, Londra Kitap Fuarı'na gittiğinde, orada kendisine daha önce sunulandan ayrı bir katalogun daha dolaşımında olduğunu görür, çünkü *scout*'ı olan yayınevleri ile olmayanlar için ayrı kataloglar basılmaktadır. Bu ilişkilere dışarıdan bakıldığında karşımıza çıkan, yayıncılık faaliyetinde hâkim güç olan tek bir fail olmadığıdır. Yayınevi-çevirmen-ajans arasında bir aktörlerarasılık mevcuttur. Lineer olmayan, katmanlı bir ilişkiler "ağ"ı vardır, çünkü tüm aktörlerin beklentileri, yönelimleri birbirinden farklı seyretmektedir.

Cumartesi Kitaplığı'nın fonlara ilişkin endişesi de yine üzerinde durulması gereken bir diğer noktayı imlemektedir. Selda Hızal'a göre, fon sağlayacak jüriler "karşısındaki yerleşmiş bir yayınevi olduğunu görmek ist[erler]." Öte yandan, Cumartesi Kitaplığı, yayımladıkları ve yayımlamaya hazırladıkları, tamamı internet siteleri üzerinden görülebilen kitaplarını, kendilerine avantaj getirecek iyi birer kartvizit olarak değerlendirmektedir. Yayınevi, burada, kültürel gücünün maddi eksikliklerini dengeleyebilecek bir unsur olduğunu ima etmektedir. Maddi eksiklik ifadesi, bağımsız yayınevlerinin hem ekonomik açıdan yetersizliklerini hem de faaliyet gösterdikleri sürenin kısıllığını kapsamaktadır. Bugün, yayıncılık dünyasında yayınevlerinin piyasaya sürdükleri bir kitaptan gelir elde edebilmek adına dâhil oldukları çarka bakıldığında, bunun bağımsız yayınevleri için tehdit oluşturur nitelikte olduğu gözlemlenebilmektedir. Devlete ödenen vergi ve dağıtımcıya düşen pay, bu konudaki iki belirleyici kriter olarak gösterilebilir. Devlet, kitap üretimi için %8'lik bir ver-

gi talep ederken,<sup>6</sup> yayınevi bu KDV'den artakalan miktarın %50'sini dağıtımçıya ödemek durumundadır.<sup>7</sup> Alef'ten Sinan Kılıç, bir kitabın dolaşıma girmesi için işleyen mali süreci daha iyi anlaşılması adına, kendileri üzerinden şu şekilde somutlaştırmaktaydı; 2000 adet basılan ve etiket fiyatı 34 TL olan 352 sayfalık bir kitabın tamamının satılması durumunda yayınevının kazanacağı gelir 68.000 TL. Bundan devletin %8'lik ve dağıtımıcının %50'lik payının yanında çevirmene ödenen %8'lik telif, yabancı yayıncıya ödenen ve beher kopya üzerinden hesaplanan yine %8'lik pay, matbaa ile kağıda ödenen, Kılıç'ın %15 olarak hesapladığı miktar, telif ajansına verilen ve 500 TL civarında olan sabit ücret düşürüldüğünde yayıncının eline geçen net gelir 12.420 TL oluyor. Bu net gelirin içinden bir de editörlük, grafik, kapak tasarımı gibi süreçlerin karşılanması için para ayrılması gerekiyor. Bu rakamlar, yayınevlerinin çevirmenlere ayırdığı değişken telif yüzdesi, kağıt ve matbaa seçimine göre farklılaşmakla birlikte piyasanın işleyişi ve ekonomik tahakkümleri hakkında açık bir biçimde bilgi sunmaktadır. Döviz kurundaki artış nedeniyle, özellikle kağıt fiyatlarında baş gösteren zamlar pek çok yayınevi gibi bu araştırmanın kapsamında görüştüğüm yayıncıları da genel olarak etiket fiyatlarında artışa gitmeye sevk etmiştir. Yeni maliyetleri yalnızca yeni yayımlanan kitaplara yansıttıklarını belirten Notos'tan Dilek Emir, doğru olanın tüm etiket fiyatlarını değiştirmek olduğunu çünkü öncelikli olarak bu kitapların yerine konacak kitapların

<sup>6</sup> Görüşmeler sırasında hâlen geçerli olan bu vergi, 7161 Sayılı Kanun'la Katma Değer Kanunu'nun "İstisnalar"a ilişkin 13. Maddesine eklenen (n) bendi ile Kültür ve Turizm Bakanlığınca yayıncılık sertifikası verilmiş yayıncılar için 1 Şubat itibarıyla kaldırıldı (Türkiye Yayıncılar Birliği). KDV muafiyetinin yayıncılık dünyası için ne kadar olumlu olacağı ve bu muafiyetin okura yansımaları ise henüz yanıt verilemeyecek sorular. Şimdilik gelen ilk eleştiriler, kitaba kitabevleri yoluyla ulaşan okurun KDV ödemeye devam edecek olması üzerinde yoğunlaşıyor.

<sup>7</sup> Uluslararası Yayıncılar Birliği ve Avrupa Yayıncılar Birliği'nin ortak yayımladığı rapora (2015) göre dünya genelinde basılı kitaptan alınan vergi %5.75 civarındadır. <https://publishingperspectives.com/2015/07/vat-rates-on-books-and-ebooks-around-the-world/> Yayıncılık ve dağıtım arasındaki sorunlu ilişkinin uzun yıllardır tartışıldığı Türkiye'de, yakın zamanda söz konusu edilen modellerden biri Fransa'ya aittir. Dağıtımın yayınevlerini kendi bünyelerinde barındırdığı dağıtımıcılar tarafından gerçekleştirildiği Fransa'da, bu dağıtımıcılar farklı yayınevlerine de hizmet verebilmektedir ve dağıtıma ayrılan pay net %12-%14 arasındadır.

[https://build.export.gov/build/idcplg?IdcService=DOWNLOAD\\_PUBLIC\\_FILE&Revisi onSelectionMethod=Latest&dDocName=eg\\_fr\\_109791](https://build.export.gov/build/idcplg?IdcService=DOWNLOAD_PUBLIC_FILE&Revisi onSelectionMethod=Latest&dDocName=eg_fr_109791)

maliyetini düşünmeleri gerektiğini söylerken aradaki farkı bilinçli olarak üstlenmeyi tercih ettiklerini ifade etmekteydi. Notos'un okura olumlu yansıyan bu tercihinin, aradaki farkı dergi yayıncılığından elde ettiği gelire dengeleyebileceği düşüncesinde yattığı öne sürülebilir.

Bu örnekler göstermektedir ki, bağımsız yayınevlerinin diğer tüm yayınevleri gibi "alan"daki hareketlerini görünür kılacak bir güce ihtiyacı vardır. Bourdieücü bir kavramla bu güç "sermaye" olarak tanımlanabilir. Bourdieu(1996) dört tip sermayeden söz etmektedir; bunlar ekonomik, toplumsal, kültürel ve simgesel sermayedir. Bağımsız yayınevleri ekonomik kaynaklar açısından alandaki diğer yayıncıların gerisinde oldukları için, daha çok kurdukları ilişki ağları (toplumsal); beğenileri, entelektüel birikimleri ve bunları ifade ediş biçimleri (kültürel) üzerinden oluşturdukları ve uzun vadede ekonomik bir kazançla da birleşebilecek simgesel bir sermayeden faydalanmaktadır. Bu sebeple de küçük ama temkinli adımlarla ilerlemeyi tercih etmektedirler. Selda Hızal, Cumartesi Kitaplığı'na ilişkin bir değerlendirmede bulunurken daha büyük bir adım atmadan, örneğin fuarlar aracılığıyla uluslararası arenada yer almadan önce, yayınevinin biraz oturması gerektiğini bildiğini söyleyerek öncelikle "iç piyasadaki ilişkilerini sağlıklı bir zemine oturtma derdinde" olduklarını dile getirmekteydi. Bu temkinli adımların bir işlerliği olup olmadığına ilişkin yanıtı ise Jaguar üzerinden aramızda mümkündür. Yayınevi ilk yayımlanan kitaplarının yeniden baskı sürelerinin uzun bir aralığa yayıldığını söylerken tanınırlıkları arttıkça bu sürenin kıaldığını tespit etmiş. İlk kitapları *Salamina Askerleri*<sup>8</sup> 2012'nin yılbaşı zamanı çıkmasına rağmen birkaç farklı değerlendirmede yılın en iyi kitapları arasında gösterilse de ilk baskıyı tüketmesi iki yıl almış. Son bir buçuk iki yılda ise simgesel sermaye birikiminin yansımalarını gören yayınevinde, kitaplar giderek daha kısa aralıklarla yeni baskı yapmaya başlamış.

Yaptıkları yorumlardan yayınevlerinin bu sermayeyi kendilerini görünür kılacak şekilde kullanmak için çeşitli stratejiler geliştiren

<sup>8</sup> Jaguar etiketiyle yayımlanan ilk kitap, Ezra Pound'un *Cathay* adlı şiir kitabı. Fakat röportajımız roman özelinde ilerlediği için Behlül Dünder, *Salamina Askerleri*'ni ilk kitapları olarak zikretmişti.

diğini de gözlemlemek mümkündür. Bu stratejilerin başında sosyal medya gelmektedir. Söz konusu yayınevlerinden hiçbiri sosyal medyada düzenli olarak aktif bir varlık sergilemese de bu mecraayı okurla iletişim kurmak için ideal bir kanal olarak görmeyi sürdürmektedir. Örneğin, Goodreads'in varlığı yayınevlerinin sosyal medya hareketliliklerinde ve kitap seçimlerinde, özellikle bu platformda son derece aktif olan Jaguar'ı buna örnek gösterebiliriz, önemli bir yer edinmektedir. Buradaki kültürel ve sosyal sermayeleri bu yayınevlerinin failliklerini dolaşıma sokmaktadır. Böylece bu sermayelerin birikimi uzun vadede, sermaye çeşitleriyle harekete geçtiğini bildiğimiz “habitus”un da aldığı şeklin değişmesi ihtimalini açık bir biçimde ortaya koymaktadır.

Peki, çizdiğim bu tablo fazla mı iyimserdir? Daha önce bağımsız yayınevlerinin yenilikçi yaklaşımından söz ederken konularını alanın belirli kurallarına boyun eğerek koruyup korumadıklarını tartışabileceğimizden söz açmıştım. Görüşme gerçekleştirdiğim beş yayınevinden üçü -Alef Yayınevi, Aylak Adam Yayınları, Jaguar Kitap- kendilerini ekonomik olarak destekleyecek ikinci bir yayınevi kuruyorlar; sırasıyla Paloma Yayınevi, Zeplin Kitap ve Olvido Kitap. Alef, Paloma'yı kişisel gelişim kitapları basmak için kuruyor ama daha sonra Sinan Kılıç'ın ifadesiyle “sermaye bağımlısı bir yayınevine dönüşmesi” gerekçesiyle başkalarına devrediyor. Buradaya ilginç bir nüans mevcut, Paloma'yı devralan bu isimler daha sonra edebiyata yönelip bir başka bağımsız yayıncı olan Nebula Kitap'ı kurmuşlardı. Burada son derece girift bir ilişkisellik varlık gösteriyor, çünkü belli bir dünya görüşü ve beğeniyi sürdürebilmek için yapılan ticari hamlelerden, yine ticari kaygının değil, nitelik ve nitelikli bir çeşitlilikten söz edilebilecek bir edebiyat yayıncılığına geçiş yapılıyor. Aylak Adam da kuruluşlarından iki yıl sonra Zeplin ile bir yan marka oluşturuyor. Aylak Adam'ın bu iki yayınevinin varlık hâllerine ilişkin oldukça net bir duruşu var; “[bu yayınevlerinden] ilki edebiyat bağımlılığından, ikincisi ise o bağımlılığı sürdürmenin yollarını aramaktan kurulmuştur.” Zeplin'de aforizma kitapları, klasikler özellikle göze çarpan yayınlar arasındayken üzerinde ünlü yazarların resimlerinin olduğu bardak, defter gibi ürünler de piyasaya sürülüyor. Zeplin, aynı zamanda, Zweig furyasına dahil olan

ve “sağmal inek” modelini işler kılan yayınevlerinden biri. Jaguar’ın yan markası olan Olvido ise bu noktada biraz daha ortada duruyor, çünkü karma olarak değerlendirilebilecek bir oluşum. Bugüne dek Olvido’dan hem daha ayrıksı metinler basıldı hem de daha popüler okumalar. Bu anlamda Olvido’nun Jaguar için bir çeşit deneme tahtası oluşturduğunu söylemek mümkün olabilir. Burada minik bir parantez açarak görüşmemiz süresince Olvido’nun bahsinin bir kere bile açılmadığını da eklemem gerekir.

Peki, bu anlattığım durumlar yayınevlerinin bağımsız sıfatıyla ne kadar örtüşmektedir? Görülen, “alan”ın kendisinin bağımsızlık tanımını sorunlaştırıyor olduğudur. Çünkü bir güven meselesi ortaya çıkmaktadır. Bu yayınevleri başta içinde buldukları sistemin okuma pratiklerinden rahatsız oldukları için kuruluyor olsa da bu tahammülsüzlüğe direniş olarak gelişen edimlerini sürdürebilmek adına yine sistemin içinden üretimde bulunmaktadır. Sinan Kılıç, Paloma’yı bırakmalarının ardından işin ticari kısmını azaltıp, daha emeğe dayalı bir yol seçmeyi tercih ettiklerini söylüyordu. Mesela ilk altı ay hiç kitap yayımlamıyor ama yılın diğer yarısında dört kitap birden basıyorlar. Arada geçen süreyi metin üzerinde çalışmaya ve aslında Alef-dışı yaptıkları işlerle, bu metnin dağıtımını mümkün kılacak sermayeyi elde etmeye ayırıyorlar. Aylak Adam ise bu yılın başından beri, değer verdikleri kitapları yayımlayabilecek birikimi ellerinde tutabilmek için bu kitaplar yayıma hazır olsa da bazı aylarda önceliği, örneğin klasiklere verebildiklerini söylemekteydi. Yine de şunu belirtmek gerekir ki, Aylak Adam için bahsi geçen bağımsızlık zemini oldukça kaygan. Yayınevi ticari ve sembolik sermayelerini birbirinden ayırıyor gözükse de istedikleri daha özgün ve ayrıksı kitapları basabilmek için yokladıkları imkânlar, ticari alana fazlasıyla açılırken, takipçisi ve paylaşımcısı olmak istedikleri edebi üretim biçimlerinin görünürlüğüne zedeleyen bir hareketliliğe de yol açmaktadır.

Bu ticari ile sembolik arasındaki müzakere zemininde kendi yöntemlerini, deney ve deneyim üzerinden belirleyen yayınevleri, yurt dışında net bir biçimde yapılan ticari kurgu ile edebi kurgu arasındaki farkın bilincinde olarak, varlık “alan”larını büyük ölçüde edebiyat üzerinden kurmaktadır. Hareketliliklerini sağlayan ve bir *actant* olan kitabın, “hem ticari hem de simgesel değere sahip” bir

nesne olduğunun ve üretimlerine devam etmek için bu değerler arasında bir uzlaşıda bulunmaları gerektiğinin farkında olarak hareket etmektedirler. Bu yayınevleri, farklı ülke ve dillere ulaşmayı, metne meta'sından ayrı bir değer de atfetmeyi sürdürebilmek, bu yolla da "habitus"ta aşınma yaratabilmek için, içinde hareket ettikleri "alan"ın ilkeleriyle de kendilerini donatmak durumundadır. Bu yönelim, büyük ölçüde başka seçenekleri olmamasından kaynaklanmaktadır. Zira, bağımsız yayınevleri şu anki konumlarıyla büyük bir dönüşüm yaratabilmek için ekonomik olarak yetersizdir. Fakat Bourdieu'nün yayıncılık dünyasında olup biten her şeyi bir tür kadercilikle ekonomik güçlere atfetmeyi eleştirirken belirttiği gibi, yayıncılık dünyasının ekonomik güçleri de yeniden yorumlayabilecek esneklikte bir "alan" olduğunu unutmamak gerekir (1999, s.6). 2000 ve sonrasında, önceliklerini "alan"ın koşullarına yenik düşmeden ve onu bir anlamda daha esnek bir forma kavuşturma ihtimaliyle faaliyet gösteren yayınevlerinin, kendi ifadeleriyle, "yeni bir şey arayanlar," "başka ülke ve yazarlara, dünyaya temas etmek isteyenler," tüketmek için değil "estetik bir zevkle" kitabı eline alanlar için sunduğu daha önce karşılaşmadığımız büyük bir imkânlar dünyası mevcuttur. Bunun, okura ve edebiyat pratiklerine olan etkisine ilişkin net veriler ise, inanıyorum ki, önümüzdeki yıllarda daha belirgin biçimlerde kendini gösterecektir.

## KAYNAKÇA

Bourdieu, P. (1999). A Conservative Revolution in French Publishing. Mieranda Vlot ve Anthony Pym (Çev.). [https://www.academia.edu/32257217/Pierre\\_Bourdieu\\_A\\_conservative\\_revolution\\_in\\_French\\_publishing](https://www.academia.edu/32257217/Pierre_Bourdieu_A_conservative_revolution_in_French_publishing)

\_\_\_\_\_. (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Richard Nice (Çev.). United States: Harvard University.

\_\_\_\_\_. Loic W. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Cambridge: Polity.

\_\_\_\_\_. Loic W. (2014). *Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar*. Nazlı Ökten (Çev.). İstanbul: İletişim.

- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social*. Oxford: Oxford University.
- Ergüden, I. (2018, 22 Şubat). Türkiye’de Sosyal Bilimler Yayıncılığı ve Çevirmenliği. <http://t24.com.tr/k24/yazi/isik-erguden,1607>
- Molloağlu, N. (2010). Yayıncılığımızın Görünmeyen, Ötelenen Kahramanları: Çevirmenler. *Sabitfikir*. <http://www.sabitfikir.com/dosyalar/yayinciligimizin-gorunmeyen-otelenen-kahramanlari-cevirmenler>
- Öncü, Mehmet T. (2017). *Türkçe Çeviriler Bibliyografyası*. İstanbul: Hiperyayın
- Said, E. (1995). *Entelektüel*. Tuncay Birkan (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Türkiye Yayıncılar Birliği (2018). 2017 Türkiye Kitap Pazarı Raporu. [http://turkyaybir.org.tr/2017-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.W\\_sIE-i3BIU0](http://turkyaybir.org.tr/2017-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.W_sIE-i3BIU0)
- Usta, B. (2015). Yayıncılığın Gizli Kahramanları. *Sabitfikir*. <http://www.sabitfikir.com/dosyalar/yayinciligin-gizli-kahramanlari>
- Yücel, Y. G. ve Orhan G. (2018). Yayıncılık Dünyasının Feminizasyonu Süreci: Kadın Çevirmenler Üzerine Bir İnceleme. *Kebikeç*, 46, 367-380.