



Dijital Çağda Kitle Kültürü, Eğlence ve Sanat

Kayıhan, B. (2020). (Ed.) Dijital Çağda Kitle Kültürü, Eğlence ve Sanat. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Hasan Yurdakul, YÖK 100/2000 Dr. Bursiyeri, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, hasanyurdakull@hotmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5606-6469>
Nurşah Ferah, YÖK 100/2000 Dr. Bursiyeri, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, nursahf@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2398-3164>

Kitap Eleştirisi

Book Review



İnsanlığın gelişiminde teknolojik yeniliklerin doğrudan etkisi söz konusu olmuştur. Yaşadığımız çağın teknolojik görünümünün ulaştığı boyut olan dijitalleşme, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin yeni form ve biçimlerini toplumsal yaşamda daha görünür hale getirmiştir. Dijitalleşme bilginin üretim, işletim, paylaşım ve aktarım süreçlerinin dijital teknolojiler dolayımı ile gerçekleştiği dönüşümü ifade etmektedir (Özcan ve Keskin, 2020: 2217). Diğer bir ifadeyle dijitalleşme günümüzde insanların ve toplumların enformasyon ve iletişim ağlarıyla birbirine bağlandığı, analog formdaki kültürün sayısal kodlara dönüştüğü dijital bir format düzenidir. Dijitalleşmenin oluşturduğu bu yeni format, dijital bir kültürün de temeli olmuştur. Özellikle iletişim araçlarının dijitalleşmesi ile beraber birçok toplumsal olgu yeni bir görünüm kazanmıştır. Dijitalleşmenin iletişim mecralarındaki form değişikliği ve kitlelere ulaşabilme olanağındaki

etkili gücü her tür bilgi ve imajın yeniden üretilmesine, yeniden yorumlanmasına ve farklı şekillerde alınılarak dönüşmesine yol açmaktadır. Öte yandan, geleneksel olanın somutluğunun yerini soyut ve sayısal olana bıraktığı, uzamsızlığın ve zamansızlığın hâkim olduğu, kavramsal ve biçimsel değişikliklerin yaşandığı ve tüm bunlara bağlı olarak algılama biçimlerinin de dönüştüğü dijital dünyada her şeyin -miş gibi doğası, gerçekliğin doğasının sarsılmasına neden olmaktadır.

İletişim araçlarında yaşanan her bir teknolojik gelişme kendi dönemi içerisinde yeni bilgi formları oluşturmuştur. Bu açıdan toplumsal alan yeni bir organizasyon süreci yaşamış, kültürel değişimler meydana gelmiştir. İletişim araçlarının dijitalleşmesi ile birlikte zaman ve mekân kavramı değişmiştir. Günümüzde kültürel üretimin dijital boyutlara taşınması tüketici bireylerde yapısal değişikliklere yol açmış, tüketici olan bireyin kendisi de kültürel üretimin içerisinde yer almıştır. Bu açıdan dijitalleşme tüm toplumsal yaşamı etkisi altına almış, bireyler arası etkileşimi ön plana çıkarmış ve yeni bir topluma geçişin ilk adımları atılmıştır. Giderek dijitalleşen toplumda araçsal bir mesajın etrafında insanlar yeni anlam çerçeveleri içerisinde McLuhan'ın (1967) ifade ettiği gibi küresel bir köyün içerisinde yaşamlarını sürdürmektedir. Bunun da ötesinde,

küreselleşen dünya Castells'in de (2006: 4) dediği gibi enformasyona dayalı yeni bir toplum biçimini ortaya çıkarmıştır.

Dünyanın giderek dijitalleşen görünümünde iletişimsel süreçler de etkili olduğundan kültürel üretim hem araçsal hem de anlamsal bir değişime uğramıştır. Frankfurt Okulu düşünürlerinin görüşlerini de dijitalleşme çerçevesinde yeniden ele almak mümkündür. Frankfurt Okulu'na göre kültür giderek endüstriyel bir hal almış, insan bilinci parçalanmış ve tek tipleştirilmiştir (Yaylagül, 2006: 90). Bu açıdan dijital iletişim ortamları kültür endüstrisinin yeni üretim merkezleri olmuştur. Kültür endüstrisinin merkezinde yer alan eğlence ise giderek bir endüstriye dönüşmüş (Adorno ve Horkheimer, 2014: 180-182) ve kültürel tüketimin merkezine yerleşmiştir.

“Dijital Çağda Kitle Kültürü, Eğlence ve Sanat” adlı kitap da dijitalleşmeye yönelik olarak Frankfurt Okulu düşünürlerinin görüşlerini yeniden yorumlamaktadır. Ancak, sadece eleştirel düzeyde olmayan bu eser kitle kültürünün günümüzdeki yeni biçimlerini çok boyutlu şekilde ele almaktadır. Eğlence ve sanat içeriklerine yönelik hem eleştirel hem de liberal bakış açısının mevcut olduğu kitapta dijital emek, tüketim, dijitalleşme ile gazeteciliğin dönüşümü, sanat, sinema, çevrimiçi oyun, kimlik, dijitalleşme ile eğitimin dönüşümü gibi konular ele alınmıştır. Bu kapsamda kitap on dört kısımdan oluşmaktadır. Dijital çağda hem kitle kültürüne, hem de eğlence ve sanat içeriklerine odaklanan **“Dijital Çağda Kitle Kültürü, Eğlence ve Sanat”** isimli eser ele aldığı konu ve öne çıkardığı bağlamlarla kitle kültürünün dijital görünümü üzerine yeni bir sorgulama getirmektedir.

Kitapta ilk olarak dijital emek ve tüketim konuları ele alınmıştır; çünkü dijital emek konusu eğlence ve sanat içeriklerinin dijital çağdaki mevcudiyeti açısından merkezidir. Dijital bir dünyada yaşadığımızı düşündüğümüzde insan, bıraktığı dijital izle ve her veriyle dijital bir emek süreci içine girmektedir (Fuchs, 2018: 65). Demir'in (2020: 17-43) **“Dijital Çağda Ücreti Ödenmeyen Emek, Bedava Emek ya da Eğlenceye Gömülü Emek”** başlıklı çalışması dijital çağın **“üretüketicisi”** kavramını hem emek açısından, hem de ekonomik, siyasi ve toplumsal yaşamda belirleyici hale gelen internet ve sosyal medya kanallarını Fuchs ve Smythe'nin görüşleri doğrultusunda değerlendirmektedir. Marx'a göre burjuvanın gücünü pekiştiren bir kavram olarak sermaye, Bourdieu'de ise sosyal bir anlam içermektedir. Bourdieu, kültürel zevklerin, buna bağlı tercih ve yargıların sosyal etkiler tarafından belirlendiğini ve sınıfsal olduğunu öne sürmektedir (Bauman, 2015: 5). Dijitalleşmekteki beğeni, takip kavramlarının sınıfsal yönünün sosyal sermaye ile olan bağı, dijitalleşen yardım kavramının da biçim değiştirmesine sebep olmuştur. Salimoğlu'nun (2020: 44-65) **“Sefaletin Metalaştırılması: Kapitalizmin Gölgesinde Bir İyilik Hareketi Olarak Ahbap Platformu”** isimli çalışmasında bir yardım derneği olarak kurulan Ahbap Platformu, dijital platformlar üzerinden (özellikle Twitter), yardım talebinde bulunanların kimliklerinin ifşası ve yenilenen yardım talepleri dolayısıyla sefaletin kimliklendirilip, pekiştirilmesi yönüyle tartışmaya açılmıştır. Yazara göre platform insanların yardım talep ettiği konu hakkında sorun çözücü değil; ancak erteleyici bir işlev görmektedir. Bu da sistemin bir nevi yeniden üretimini desteklemektedir.

Bauman (2013: 84), toplumların bugüne kadar modern, endüstriyel ve üretici toplum olarak adlandırılmasının temeli olan üretici topluma işaret ederken, bugün yaşanan toplumu da tüketim toplumu olarak adlandırmaktadır. Ona göre günümüz toplumu, bireyi en başta tüketici rolü ile görevlendirmektedir. Özbey (2020: 67- 98) **“Yeni Medya ve Tüketimin Yeni Kültürü”** adlı çalışmasında dijital platformlarda tüketim pratiğindeki değişimlerin izleyici beklenti ve arzu odaklı haline odaklanmaktadır.

Kitapta ele alınan bir diğer konu dijitalleşme ile gazeteciliğin dönüşümüdür. Kayıhan (2020: 101-121) “Kültür Endüstrisine Karşı Dijital Hikâye Anlatıcılığı ile Yeni Bir Gazetecilik Anlayışı Mümkün Mü?” adlı çalışması ile hikâye anlatıcılığının da dijitalleştiği çağda gazeteciliğin dijital dönüşümüne odaklanmıştır. Modern dünyanın çalışma şartları uzmanlaşma odaklı ve rasyonalize edilmiş biçimden dijitalleşme ile birlikte daha farklı bir görünüme bürünmüş, dijital ortamda bulunan her bir birey gazeteci olma potansiyeline sahip olmuştur. Bu açıdan bu süreç yeni bir kavram olan yurttaş gazeteciliğini literatüre dahil etmiştir. Bu kavram günümüzde gazetecilik mesleğinin anlamını ve pratiğini değiştirmiştir. Öte yandan estetikten uzak, standardize olmuş kültür ürünleri bugünün bireyini kuşatarak tüketim toplumunu ekmektedir; ancak gazetecilik açısından sahiplik-güç ilişkileri söz konusu olduğunda durum sadece erk’in sesi olmaktan çıkıp, bireysel var oluş biçimi açısından bir şans olarak da görülebilmektedir. Bu tartışmalar ekseninde Kayıhan, çalışmasında kökleri Antik Yunan’a dayanan hikâye anlatıcılığının günümüzde dönüşmüş bir biçimi olan dijital hikâye anlatıcılığının, mevcut gazetecilik anlayışını dönüştürüp dönüştüremeyeceğine odaklanmaktadır.

Dijitalleşmenin gazetecilik ile ilgili bir diğer dönüşüm noktası da Feyyaz Fırat’ın (2020: 122-144) “Tekno-Büyücülük ve Simüle Edilmiş Haberler: Haberin Yeniden İnşasında Artırılmış Gerçeklik Teknolojisi Kullanımı” isimli çalışmasında ele alınmıştır. Fırat, haber üretim süreçlerinin dijitalleşmesiyle birlikte artırılmış gerçeklik teknolojisinin haber sunum formatlarından biri haline gelmesine odaklanmaktadır. Haberler dijitalleşmenin etkisiyle topluma ulaşırken, gerçeklik açısından yeni bir görünüme bürünmektedir. Haberin üretiminden, topluma sunulmasına kadar her bir aşaması dijital teknolojilerin etkisi içerisindedir. Bu da haberin gerçeklikle olan ilişkisini farklı bir boyuta taşımaktadır.

Kültür endüstrisinin, kültürün etkisiz elemanı olarak gördüğü kitleler ideolojik anlam taşıyan, sistemin devamlılığı için üretilmiş ürünlere maruz kalmaktadır. Bu açıdan Adorno, müziği üretilmiş bir kültürel ürün olarak ele almış ve müzikteki beğenin politik kodlar taşıdığını ileri sürmüştür. Yurdakul’un (2020: 147- 192) “Gündelik Hayatın Ritmi: Dijital İletişim Çağında Müziğin Toplumsal Kodlarını Frankfurt Okulu ve Bourdieu ile Yeniden Anlamak” isimli çalışması, Adorno’nun görüşlerinin yanına Bourdieu’yu da dikkate alarak müziğin sadece ideolojik değil aynı zamanda tarihsel ve sosyolojik yönünü de tartışmaya açmaktadır. Yurdakul, Bourdieu’nun sanata dair beğeni yargısının iktidarın yapısını güçlendirdiğini vurgulamaktadır. Bu açıdan gerek Frankfurt Okulu, gerek de Bourdieu için sanat ve müzik sınıflaşma bağlamında ele alınmıştır. Diğer yandan dijitalleşmenin beğeni ve sınıflaşma eksenindeki yeni inşası bu bölümde öne çıkan bir bağlam olmuştur.

Kitapta, dijitalleşme ve müzik bağlamında bir başka çalışma ise Birol’a aittir. Birol (2020: 193-242), “Gençlik Kültürü Bağlamında Popüler Müzik: Sezen Aksu Şarkılarının Sözleri Üzerinden İçerik Analizi” adlı çalışmasında hem söz yazarı, hem besteci, hem de solist kimliğiyle tanınan Sezen Aksu’nun 70’lerden bu yana sürdürdüğü müzik hayatındaki dönüşümünü teknolojik gelişmeleri de göz önünde bulundurarak ele almaktadır. Birol çalışmasında, Adorno ve Horkheimer’in kültürün sanayileşme ve ticarileşme dozunun artışıyla, aynı tepki ve duyguyu yaratan kültür endüstrisi ürünlerine göre değişen “çağa ayak uydurma” anlayışının duygunun metalaşarak ticari kaygının gölgesinde kaldığı eleştirisi ile standart bir eğlence sunduğu yargısına varmaktadır. Dijital çağda görsel sanatı inceleyen Biçer (2020: 243-282) ise “Dijital Çağda Görsel Sanat Alanı: Mimari Mekan ve Performans” başlıklı çalışmasında mekânın iletişimin temel taşlarından biri oluşunun sarsıldığı dijital dönemde, sanal deneyimi öne çıkaran dijital platformlarda etkileyici bir görüntü paylaşma yarışına girildiğini vurgulamaktadır. Ayrıca Biçer, izleyicinin eserin içinde olma isteğini ve sanat eserinin estetik haz uyandıran bir nesne değil eğlenceye dönüştüğünü ifade etmektedir.

Simülasyonların rağbet gördüğü, somut gerçeklikle olan temasın ve tanık olmanın mesele edilmediği bu çağ sinema için de bir dönüşüme sebep olmaktadır. Ulusal (2020: 283-302), “Dijital Çağda Sinemanın Dönüşümü” adlı çalışmada, dijital platformların içeriğini oluşturan küresel boyutlu yapımların kültürün melezleşmesine sebep olurken, küreselliğin görünmez ana aktörlerinin güçlerini pekiştirme işlevi gördüğünü vurgulamaktadır.

Geleneksel olanın, teknolojinin içine sirayet ettiği bir diğer alan oyunların dijitalleşmesidir. 1962’den bugüne dönüşen ve gelişen teknoloji, tüketimin arzulaştığı kültürel metalar üretmeye devam etmektedir. Olgun’un (2020: 305-336) “Dijital Oyun Endüstrisi ve Değişen Eğlence Biçimleri” başlıklı bölümü hem tarihsel olarak oyunlara hem de eğlencenin dönüşümüne odaklanmaktadır. Adorno ve Horkheimer’in kültür endüstrisinin bütün ürünlerinin birbirinden beslendiği görüşünün bir diğer yansıması da oyunlarda görülebilmektedir. Edebiyat, resim, sinema, müzik bugünün insanını her mecrada sistem devamlılığı sloganıyla yakalamaya çalışmaktadır. Oyun oynamanın bir eğlence olarak sınıfsızlaşması teknolojinin en küçük noktaya kadar sızmasıyla herkese açık bir hale dönüşmüştür. Oyunun teknolojik yönü dışında toplumsal bir rolü olduğu noktasında konumlanan Ercansungur ve Talimciler (2020: 337-368) ise dijital oyunları bir tür sosyal medya olarak ele aldıkları “Dijitalleşme ve Tüketim: Metadan Mecraya Dijital Oyunlar” isimli çalışmalarında etkileşime ihtiyaç duyan insanın oyunlarla birlikte eğlence üzerine kurulu sanal cemaatlerin birer üyesi haline geldiğini belirtmektedirler. Adorno ve Horkheimer’a göre (2014: 183) eğlence üzerine düşünce ve çaba harcanmayan bir niteliğe sahipken, bugün emek ile nitelenen bir boyuta gelmiştir. Tüketimin içinde geçtiği her şeyin birbirine dönüştüğü bu düzende oyunlar sadece eğlence araçları olarak değil, somut bir figür ve birer meta olarak lisanslı ürün başlığı altında satın alınabilir nesnelere dönüşerek, yeni bir tüketim damarı oluşturmaktadır.

Kitap, Demet Fırat’ın (2020: 369-393) ele aldığı “cosplay” kavramı ile devam etmektedir. Kostüm giyerek rol yapmak anlamına gelen bu kavramı “Kurgusal Bedenlerin Karnavalı: Cosplay” isimli çalışmada değerlendiren yazar, Amerika ve Japonya özelinde gerçekleşen etkinlikler üzerinden kültür merkezli farklılıklara değinerek, kurgusal karakterlerin metalaşmasını insanın kendi bedeni ve diğer kurgusal karakter hayranlığı ile buluşturduğu bir mecra olarak değerlendirmektedir. Etkinlik kavramının yaratıcı bir güç taşıması da burada sadece tüketim değil, aktif bir üretimin de hakimiyeti ile dönüşmektedir.

Gerçeklik algısını yitirdiğimiz bu dönemin kaçınılmaz uğrağı olan kimlik kavramı, “Dijital Çağda Değişen Kimlik Algıları: Hibrit Kimlik(ler)” başlığıyla Çağırkan (2020: 394-424) tarafından ele alınmıştır. ‘Kimliği belirleyen toplumdur’ görüşüyle, dijital çağın, kültür endüstrisi içindeki ürünlerle sadece toplumsal değil aynı zamanda küresel bir belirleyici dinamiğe dönüştüğü bu çağda melez anlamına gelen “hibrit” sözcüğü yazar tarafından kimliği sıfatlandırmaya olanaklı görülmüştür. Gerçek ve sanalın bir aradalığının ayırt edilemezliği, bireyin benlik algısı, kökleri, bireysel ve toplumsal faaliyetlerini belirlemeye; küresel bir kimlik inşa etmeye başlamıştır. Şahin (2020: 427-461) ise “Dijitalleşen Toplumda Eğitimin Dönüşümü: Bağlantıcı Öğrenme Sorunları ve Okuryazarlığı” isimli çalışmada, dijital çağın bütün kurum, kavram ve mecralardaki dönüştürücü etkisini eğitim ile ilişkili olarak incelemiştir. Şahin, bağlantılılık ve etkileşimin öğrenci-öğretmen ilişkisine taşınmasının, verimli ve sorunlu yönlerini bilginin yeni biçiminin kaygan zemininde tartışmaktadır. Sonuç olarak, kitapta yer alan bölümlerin, dijitalleşmeyi ve dijitalleşme ile dönüşen eğlence pratiklerini metalaşma, emek, sistem, sanat, müzik, mimari, oyun, kimlik, eğitim yani insanın kültürel sermayesini oluşturan boyutları ile ele aldığı anlaşılmaktadır.

Kaynaklar

Adorno, T. & Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği: Felsefi fragmanlar*. (Çev. Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan). İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.

Bauman, Z. (2015). *Akışkan modern dünyada kültür*. (Çev. İhsan Çapcıoğlu, Fatih Ömek). Ankara: Atf Yayınları.

Biçer Olgun, H. (2020). Dijital çağda görsel sanat alanı: Mimari mekan ve performans. İçinde Kayıhan, B.(Ed.). *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.243-282). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Birol, M. (2020). Gençlik kültürü bağlamında popüler müzik: Sezen Aksu şarkılarının sözleri üzerinden içerik analizi. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.193-242). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Castells, M. (2006). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür*. (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çağırkan, B.(2020). Dijital çağda değişen kimlik algıları: Hibrit kimlik(ler). İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.394-424). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Demir, İ. (2020). Dijital çağda ücreti ödenmeyen emek, bedava emek ya da eğlenceye gömülme emek. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.17-43). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Ercansungur, D. O.,& Talimciler, A. (2020). Dijitalleşme ve tüketim: metadan mecraya dijital oyunlar. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.337-368). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Fırat, D. (2020). Kurgusal bedenlerin karnavalı: Cosplay. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.369-393). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Fırat, F. (2020). Tekno-büyücülük ve simüle edilmiş haberler: Haberin yeniden inşasında artırılmış gerçeklik teknolojisi. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.122-144). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Fuchs, C. (2018). *Sosyal medya: Eleştirel bir giriş*. (Çev. İlker Kalaycı, Dilay Saraçoğlu). İstanbul: NotaBene.

Kayıhan, B. (2020). Kültür endüstrisine karşı dijital hikaye anlatıcılığı ile yeni bir gazetecilik anlayışı mümkün mü? İçinde Kayıhan, B. (Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.101-121). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Marx, K. (2003). *Kapital*. Cilt 1. (Çev. Alaattin Bilgili), Ankara: Sol Yayınları.

McLuhan, M. (1967). *The medium is the message: an inventory of effects* (1.Baskı). England: Penguin Books.

Olgun, C.K., (2020). Dijital oyun endüstrisi ve değişen eğlence biçimleri. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.305-336). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Özcan, M. ve Keskin, B. (2020). Dijitalizasyon bağlamında sosyal dönüşüm. OPUS—Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 16(29), 2214- 2229. DOI: 10.26466/opus.775748

Özbey, K. (2020). Yeni medya ve tüketimin yeni kültürü. İçinde Kayıhan, B.(Ed.). *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.67-98). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Rigel, N., Batuş, G., Yücedoğan, G., Çoban, B. (2005). *21. yüzyıl iletişim çağını aydınlatan kuramcılar: Kadife karanlık*. İstanbul: Su Yayınevi.

Salimoğlu, M.(2020). Sefaletin metalaştırılması: Kapitalizmin gölgesinde bir iyilik hareketi olarak ahbab platformu. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.44-66). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Şahin, M. (2020). Dijitalleşen toplumda eğitimin dönüşümü: Bağlantıcı öğrenme sorunları ve okuryazarlığı. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.427-461). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Ulusal, D.(2020). Dijital çağda sinemanın dönüşümü. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.283-302). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları*. Ankara: Dipnot.

Yurdakul, H.(2020). Gündelik hayatın ritmi: Dijital iletişim çağında müziğin toplumsal kodlarını frankfurt okulu ve bourdieu ile yeniden anlamak. İçinde Kayıhan, B.(Ed.), *Dijital çağda kitle kültürü, eğlence ve sanat*. (ss.147-192). Ankara: Ütopya Yayınevi.