



## Dijital ve Geleneksel Kitap Yayıncılığının Ülkelere Göre Değerlendirilmesi

Orhan BAYTAR, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Doç. Dr., obaytar@marmara.edu.tr,

0000-0001-8507-601X

### ÖZ

Kitap yayıncılığının iş akışını ve teknolojisini etkileyen üç kırılma aşaması görülmektedir: 1. Kitapların elle yazılması ve çoğaltılması aşaması. 2. Matbaanın baskı teknolojisine dayalı kitlesel üretimi aşaması 3. Dijital teknolojiye (e-kitap) dayalı üretim ve dağıtım aşaması. Günümüz bilgi toplumunda uzun tarihsel süreç içerisinde elle yazılan ve çoğaltılan kitap üretimini yerinden eden matbaaya dayalı iş modeli, kitap endüstrisinin rekabet koşullarını belirleyen kitap üretim (kâğıt, baskı vb.) ve dağıtım giderlerini ortadan kaldıran dijital yayıncılık (e-yayıncılık) tarafından etkilenmektedir.

Bu çalışmada kitap yayıncılığının mimarisini belirleyen üretim ve dağıtım teknolojisi tarihsel bağlamı üzerinden değerlendirilmiştir. Daha sonra özellikle Sanayi Devrimiyle ekonomik, teknik ve sosyal boyutuyla kitap yayıncılığını bir endüstriye dönüştüren bu taban üzerinden günümüze gelen kitap endüstrisinin ekonomik görünümü endüstrileşmiş ülkeler örneği bağlamında incelenmiştir. Kitap endüstrisinin tarihsel ve yapısal değişkenlerinin ekonomik ve teknolojik görünümünü ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma, “literatür taramasına” ve “betimleme çalışmasına” dayanmaktadır. Kuzey Amerika ve Avrupa Birliği ülkeleri (Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya, İspanya) ile Japonya ve Türkiye çalışmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Japonya büyük bir ekonomik güç olması dolayısıyla örnekleme dahil edilmiş, Türkiye ise kitap yayıncılığının adı geçen ülkelerin genel görünümü içindeki yerinin görülmesi amacıyla çalışmaya dahil edilmiştir. Matbaa teknolojisini geç benimseyen Osmanlı mirası üzerinde olan, Avrupa ve Amerika'nın yaşadığı Sanayi Devrimi tecrübesi dışında kalan Türkiye’de, bu durum kitap yayıncılığının istenilen düzeyde gelişmesine engel olmuştur.

**Anahtar Kelimeler** : Kitap Yayıncılığı, Geleneksel Kitap Yayıncılığı, E-Kitap, Kitap Endüstrisi

## Evaluation of Digital and Traditional Book Publishing According to Countries

### ABSTRACT

There are three breaking stages that affect the workflow and technology of book publishing: 1. The stage of writing and duplicating books by hand. 2. Stage of mass production of printing technology 3. Stage of production and distribution based on



*digital technology (e-book). In today's information society, the business model based on printing, which has displaced the production of books written and reproduced by hand in a long historical process, is changed by digital publishing (e-publishing), which decreased the costs of book production (paper, printing, etc.) and distribution, which determines the competitive conditions of the book industry.*

*In this study, the production and distribution technology which determines the workflow of the book publishing is evaluated in its historical context. Later, the economic outlook of the book industry which has transformed book publishing into an industry with its economic, technical and social dimensions has been examined in the context of industrialized countries. This paper which aims to reveal the economic and technological view of the historical and structural variables of the book industry, is based on "literature review" and "descriptive study". North America and European Union countries (Germany, France, England, Italy, Spain), Japan and Turkey were chosen as the sample of the study. Japan was included in the sample because it is a great economic power, and Turkey was included in the study in order to see the place of book publishing in the general view of the mentioned countries. In Turkey, which is on the legacy of the Ottoman Empire, which adopted the printing technology late, and which is out of the experience of the Industrial Revolution experienced by Europe and America, this situation prevented the development of book publishing at the desired level."*

**Keywords** : *Book Publishing, Traditional Book Publishing, E-Book, Book Publishing Industry*

### **EXTENDED ABSTRACT**

Technology has been a driving force that determines the production process and business model of the economic structure throughout history. Due to the rapid rise of e-book technology and the transformation of the business model in the publishing sector has begun to decrease the power of the dominance of the printing-based business model. Digital technologies and e-book publishing which have almost eliminated physical raw materials such as paper, ink etc. and completely changed the new business model by transforming the distribution network, are gaining authority in the book industry.

This study, which examine the technical and economic structure of the publishing sector, proceeds on two bases: theoretical and competition. First of all, it can be said that there are three basic stages that determine the historical development of book publishing: 1. Handwriting and reproduction of books. 2. Mass production based on printing technology 3. Production and distribution based on digital technology (e-book). In this study, after these three parameters are explained in the theoretical context, the general view of the publishing industry is developed by means of technological and economic developments is discussed by different countries.

The market size of book publishing goes parallel with economic development. When we look at the foundation dates of the publishing houses that dominated the market for a long time on the basis of the printing technology, the effect of the long-term dominance of the

printing press will be clearly seen: Harper Collins (1819 / England), Hachette (1826 / France), Macmillan (1843 / England), Random House (1925 / USA), Penguin (1935 / UK).

The size of the global broadcasting market is largely dominated by capitalist Western countries. The developed countries such as The USA, European countries and Japan are naturally come to the fore as the countries where book publishing is also developed.

The publishing industry, a mature market, accounted for approximately 8% of the entertainment and media industries' total revenues, with revenue of \$109 billion in 2009. North America, followed by Japan and the emerging economic powers China and India respectively stands out strongly in book publishing. Especially considering the rapid rise of China, it seems a strong possibility that Asia Pacific will be in the first place over the years.

After papyrus and parchment, which were used as the first-generation book technology for centuries, Gutenberg's invention of the "Moveable Type", which revolutionized the printing technology (typography), comes to the fore in the second generation book technology. However, with the effect of the Industrial Revolution on the development, the publishing technology of printing technology, which allows mass production, has revealed the 'Gutenberg Galaxy' in McLuhan's words.

The publishing industry, which is differentiated by new business models and competitive strategies, is facing international companies such as Google and Amazon on a global scale. E-books and e-readers have become an integral part of the book chain and are heavily influenced by their own book sales network service providers. Digital rights and property rights also provide large firms with a guarantee of protecting their gains. In developing countries where piracy is high, this situation will exacerbate the problem.

At the end of the research, it can be concluded that the publishing book sector is trying to survive against the digital sector. The USA, European Countries and Japan has similar in content of the dominance of the publishing (traditional and digital) industry because of their capital power. On the other hand, the condition of the traditional book publishing in Turkey has one step forward from digital publishing. The reason of this may be the economic and technical structure of the publishing market and digital competence of the society.

## **GİRİŞ**

Kitap yayıncılığının amaçları ortaya çıkışından günümüze değin fazla farklılık göstermezken, üretim mimarisi ve araçları büyük ölçüde değişmiştir. "Kitap yayıncılığının temel amacı, temelde bilgi sınırını bir nesilden diğerine genişletmek ve böylece sürekli entelektüel gelişmeyi sağlamaktır. Yayıncılık, öğrenmeyi teşvik etmeye ve bilgiyi genişletmeye kanalize edilmiştir."(Titiloye Oyeyink, Aganbi, 2016, s. 7). Kitap, geçmiş ve geleceği buluşturan bir aktarma aracı olduğu için sözgelimi "herhangi bir akademik alandaki

kitap basımı, gelecek nesil için tutulan bir kayıt." (Titiloye Oyeyink, Aganbi, 2016, s. 5) olarak görülmektedir.

Kitapları çok yönlü, dinamik bir ürün ve her toplumun anıtsal varlığı olarak açıklayan Kalejaye ve Akangbe (2007) şu görüşü dile getiriyor: "Kitap; öğretmenler ve öğrenciler için gerçek bir bilgi kaynağı, araştırmacılar ve akademisyenler için bilginin altın madeni ve genel okuyucular için bir zevk ve eğlence (boş zaman) kaynağıdır. Kitaplar, atılım için gelişmenin ve harekete geçiren liderlerin sıçrama tahtası olmasının yanı sıra kalkınmanın göstergesi, istikrarın ekseni ve sosyal gelişmenin katalizörüdür (Throsby, Zwar ve Morgan, 2018, s. 3).

Dijital teknoloji, kitap yayıncılığının özellikle üretim ve dağıtım koşullarını büyük oranda değiştirmiştir. Kitap yayıncılığının çehresi, son yıllarda "kendi kendine yayıncılığın" (self-publishing) popülaritesinin artması, yeni "hizmet başına ücretlendirilen baskı makinelerinin" (fee-for-service presses) piyasaya girişi ve büyümesi ve kitapçıların çevrim içi sitelerinde kendi kendine yayın yapan platformların mevcudiyetiyle önemli ölçüde değişmiştir (Throsby, Zwar ve Morgan, 2018, s. 2).

Amazon ve Apple şirketlerindeki uygulamalar ve basılı ve e-kitap üreten "hizmet başına ücretlendirilen baskı makinelerinin" boyut ve sayısında görüldüğü üzere küresel ölçekte kendi kendine yayın yapan platformlarda güçlü bir büyüme olmuştur. Bu tür hizmet başına ücret sağlayıcıları bir zamanlar "vanity presses"• olarak bilinirdi (Throsby, Zwar ve Morgan, 2018, s. 2).

Kitap yayıncılığını endüstri haline getiren matbaa teknolojisi temelinde uzun süre piyasaya hakim olan yayınevlerinin kuruluş tarihlerine bakıldığında uzun süre matbaa hakimiyetinin bıraktığı etki apaçık görülecektir: Harper Collins (1819 / İngiltere), Hachette (1826 / Fransa), Macmillan (1843 / İngiltere), Random House (1925 / ABD), Penguin (1935 / İngiltere).

Günümüz bilgi toplumunda ise dijital teknoloji firmalarının yayıncılık alanında gücünü hissettirmesiyle yeni rekabet ortamı farklı bir safhaya ulaşmıştır.

## 1. YÖNTEM

*Araştırmanın Amacı ve Yöntemi:* Kitap endüstrisinin yapısal değişkenlerinin genel görünümünü ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma, literatür taramasına ve betimleme çalışmasına/betimsel analize dayanmaktadır.

*Çalışmanın Kapsamı:* Kitap yayıncılık endüstrisi ekonomik, finansal ve teknik temel gerektirmesi dolayısıyla genellikle endüstrileşmeyle paralel gelişmektedir. Bu durumu, sanayileşmiş bölge ve ülkelerin kitap yayıncılığına olan etkisini 2012 tarihi itibarıyla ortaya ko"yan şu alıntıda görmek mümkündür: "AB pazarı, en büyük pazardır. Üç büyük AB pazarı (Almanya, Fransa, Birleşik Krallık) genel toplamın %50'sinden fazlasını oluşturmaktadır." (Simon ve de Prat, 2012, s. 27).

Çalışmanın evreni, kitap yayıncılığının gelişmiş olduğu ve sanayi kapitalizminin ileri düzeyde gelişim gösterdiği Kuzey Amerika, Asya ve Avrupa Birliği ülkeleridir. Çalışmanın örneklemini ise Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya, Japonya ve Türkiye'dir. Çalışmada "kolayda örnekleme yöntemi" seçilmiştir. Japonya büyük bir ekonomik güç olması, Türkiye ise kitap yayıncılığındaki durumunu diğer ülkelerin genel görünümü içindeki yerinin görülmesi amacıyla çalışmaya dahil edilmiştir. Ayrıca çalışmaya dahil ülkelere dair veriye ulaşma imkânı da belirleyici olmuştur.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE: KİTAP YAYINCILIĞININ TARİHSEL VE TEKNOLOJİK BAĞLAMI

Bu çalışmada kuramsal çerçeve, 1. Kitapların elle yazılması ve çoğaltılması. 2. Maatbanın baskı teknolojisine dayalı kitlesel üretimi 3. Dijital teknolojiye (e-kitap) dayalı üretim ve dağıtımını olarak üç aşamada anlatılmıştır. Daha sonra bu teknolojik ve ekonomik zemin üzerinde gelişen kitap endüstrisi gelişmiş kapitalist ülkeler ve Türkiye bağlamında seçilen örneklem üzerinden incelenecektir.

### 2.1. İlk Dönem Teknolojinin Yayıncılığa Etkisi

*Kitapların elle yazılması ve çoğaltılmasını içeren ilk dönemin vurgulanması gereken özelliği, kitap teknolojisi ve uygulamalarının başlangıcı ve geliştiricilerinin kolayca ayrıştırılmayacak kadar çok eski ve çok medeniyetli bir serüveni bağrında taşımış olduğu hakikatidir. Kesin olan şey, kitap teknolojisinin ilk çağ medeniyetlerinde din veya pagan olmak üzere birçok medeniyet, mucid ve düşünürün katkısıyla gelişerek günümüze geldiğidir.*

Kitabın geçmişi ancak 500 yıl öncesine kadar izlenebilirken, kitap fikri çok daha eskilere gitmektedir. Bilim insanları, Mısır'da yaklaşık M.Ö. 3 bin tarihine kadar gidebilen papirüs rulolarını modern kitabın ilk ataları olarak görmektedir (Titiloye Oyeyink, Aganbi, 2016, s. 3).

İnsanlığa mesaj verme amacını taşıyan tek tanrılı dinler ve takipçileri; dini metinlerin okunması, ezberlenmesi ve dini ilkelerin kayda geçirilmesine dönük çabalarıyla kitap fikrinin ortaya çıkmasında ve şekil almasında son derece önemli katkılar sağlayarak modern kitapçılığa giden taşları döşemiştir. Anand (1980) şöyle açıklar: "*Tanrı ilk yazar, papaz ilk yayıncı ve muska yazan yazıcı ilk kitapçıdır. Daha sonra yazarlığın bu üç işlevi sıradan insanların eline geçerek belirsizleşti.*" (Anand, 1980, s. 111-116).

Papirüs, Nil vadisindeki saz benzeri bir bitkiden ve benzeri kağıttan yapılmıştır. Kitap yazarları papirüs yaprağını yere serip üzerine yazı yazdılar. Yaprığın bir tarafına metni kopyalayıp, ardından bitmiş el yazmalarını topladılar. Yunanlılar, aynı şekilde Mısırlılardan

papirüs rulosunu öğrendiler. Çinliler ayrıca kitaplarını M.Ö. 1300 civarında ahşap ve bambudan yaptılar (Titiloye Oyeyink, Aganbi, 2016, s. 3).

Macioti'e (1989) göre Johannes Gutenberg, 1440 yılında, ilk hareketli metal baskı makinesini tanıtmıştır. Aslında pişmiş kilden ilk hareketli baskı milattan sonra 1045'te Çin'de yapılmıştır ve ilk pratik ahşaptan yapılmış baskı 1300'lerde Çin'de geliştirilmiştir (Simon ve de Prat, 2012, s. 27).

Köle emeğine dayanan papirüs rulolardan günümüzün kitabevleri (random house) arasında uzun bir tarihsel kesit vardır. Farklılığın bir kısmı kitabın görünümü (formatı) ve ona yönelik teknolojilerle ilgili olmuştur. M.S. 100 civarında Hıristiyanlar papirüs sayfalarının birbirine baktığı ve rulolar yerine birbirine bağlandığı bir belge olan Codex'i icat ettikleri zaman el yazmaları bir kitap görünümüne bürünmeye başlamıştır. (Titiloye Oyeyink, Aganbi, 2016, s. 3).

Modern kitaplarda kullanılan ve sayfalarla birbirine bağlı ciltli "kodeks" formatın (codex: ahşap blok, kitap) ilk kullanıldığı birinci asra kadar geri götürülebilen kitap; medya ve içerik endüstrilerinin alt sektörü olarak, "orijinal" olmasa da "en eski" sektörüdür. Kodeks yavaş yavaş parşömenin (papirüs rulosu, parşömen veya kağıt) yerini almıştır. Parşömenlere yalnızca sıralı olarak erişilebilirirken, bu yeni format teknolojide rastgele erişime izin verilmektedir. Bu, matbaanın icadından önceki en önemli "teknolojik değişim" olarak kabul edilir (Simon ve de Prat, 2012, s. 21).

## 2.2. Matbaa Teknolojisi ve Gutenberg Galaksisi

Asırlarca ilk nesil kitap teknolojisi olarak kullanılan papirüs ve parşömenden sonra ikinci nesil kitap teknolojisinde Gutenberg'in matbaa teknolojisinde (tipografi) devrim yaratan "hareketli baskı kalıbı" icadı öne çıkar. Kitlesele üretime imkân sağlayan tipografi; etkisi ve yaygınlığından ötürü McLuhan'ın deyişle "Gutenberg Galaksisini" ortaya çıkarmıştır.

Tarihe dönüp bakıldığında, Gutenberg'in yeni icadı hareketli baskıdan günümüze kitap üretimi ve kitap endüstrisinin birçok kez teknolojik değişimden etkilenmiş olduğu açıkça görülecektir. Bilahare el presi mekanik presle, elle dizgi mekanik dizgiyle yer değiştirmiştir ve sayfaların elle montajı yerini linotip ve monotip makinelere ve bunlar da yerini daha sonra bilgisayar tabanlı dizgiye bırakmıştır. Bu nedenle kitap endüstrisi, teknolojik değişimle başa çıkma ve buna uyum sağlama konusunda uzun bir geçmişe sahiptir. Toplam kitap üretimi, dağıtımı ve kullanımı sistemi dışındaki diğer alanlar teknolojik değişime daha az maruz kalmıştır (Bergström, Höglund ve diğ., 2017, ss. 13-14).

Asırlarca Çin ve Orta Asya'da kullanılan matbaa Avrupa'da ilk kez 15. yüzyılda kullanılmıştır. 1454 yılında Gutenberg'in ilk kez kullandığı matbaa makinesini Çin ve Orta Asya'da kullanılan şekillerinden ayıran ve hızlıca yayılmasını sağlayan şey, müteharrik harflere dayanan baskı tekniğidir. Bu teknik, ayrı ayrı harf kalıplarının (hurufat) (Kut akt.



Erken, 2016, s.40) bir bütün halinde dizilerek sayfalara aktarılması temeline dayanır. Matbaa, en geç endüstrileşen ve modernize olan sektörlerden biri olarak değerlendirilmektedir (Hemmungs Wirtén, 2007 akt. Erken, ss. 39-40).

Marshall Mc Luhan'ın (1962) ünlü “Gutenberg Galaxy” adlı eserinde iddia ettiğine göre ‘Tipografinin icadı, ilk tekdüze (uniform) tekrarlanabilir emtiayı ve ilk kitlesel üretimi sağlayarak uygulamalı bilginin yeni görsel hakimiyetini doğrulamış ve etki alanını genişletmiştir. Elizabeth Eisenstein’e (1980) göre ise tipografinin, Avrupa toplumunun ortaçağdan yeni çağa geçişini sağlayan derin bir etkisi olmuştur.” (Simon ve de Prat, 2012, s. 21).

Oso (2002)’a göre Johannes Guttenberg tarafından icat edilen tipografi,\* ilginç bir şekilde modern kitap yayıncılığının büyümesini sağlamıştır. Tipografi Gurusu Gutenberg, en ünlü yaratımı olarak bugünün baskı standartlarıyla mukayese edildiğinde bile oldukça güzel olan ilk basılan kırk iki satırlık İncillerinden çok daha fazla kitlesel doküman baskı üretimini sağlayan bir krediye sahip olmuştur. Tipografi (hareketli baskı), tahta baskıya karşı gerçekten olağanüstü bir teknolojik ilerleme olarak hemen kabul edilirken, Gutenberg’in fikirleri hızla yayılmıştır ve 1500 yılına gelindiğinde çeşitli ülkelerde 242 şehirde matbaalar kurulmuştur (Titiloye Oyeyink, Aganbi, s. 3).

Kitabı aristokrasi, din sınıfı ve elitlerden alarak kitleyle buluşturan tipografi devrimi, dijital yayıncılığa kadar yedi asır boyunca dünyada basılı kitap üretiminde tek hakim matbaa teknolojisi olarak kalmıştır. Günümüzde ise üçüncü nesil olan dijital teknolojiye direnmeye çalışıyor.

Dünyada 1970’li yıllarda, bir kitabın ortaya çıkışı tamamen otomatik bir hale gelmiştir (Banham akt. Erken, 2016, s. 69). Bu düzen içinde, ofset baskı kullanılmış, yanında da foto-dizgi makinelerin hizmet vermiştir. Batıda matbaa sistemlerinin otomatikleşmesi, eski tip makinaların gelişmekte olan ülkelere ihracına sebep olmuştur ve bu nedenle, Türkiye de dahil olmak üzere gelişmekte olan ülkelerde, teknoloji atılımı ancak 1985’li yıllardan itibaren yükselmeye başlamıştır (Erdoğanaras, akt. Eken, 2016, s. 69).

Taş baskı, ofset baskı, tipo baskı gibi farklı dizgi ve baskı teknolojisiyle olgunlaşarak günümüze gelen matbaa teknolojisindeki tarihsel gelişmeler hem bu çalışmanın hacmini aşmamak hem de dijital yayıncılık teknolojisine daha çok yer bırakmak amacıyla detaylar atlanmıştır.

\* Orijinal metinde yer alan ‘hareketli tip matbaa (movable type of printing press)’ yerine tipografi kullanılmıştır.

### 2.3. Dijital Teknoloji: E-Kitap ve E-Okuyucu Pazarının Yükselişi

Kitabın önemli bir özelliği taşınabilirliğidir: Trende veya otobüste, yatakta, plajda veya kütüphanede bir çalışma masasında okuyabiliriz (Bergström, Höglund ve diğ.; 2017, s.23). Ancak geleneksel kitaba erişimin zorluklarıyla kıyaslandığında *“internet ve yeni teknolojileri kullananlar internetten alışverişin avantajlarından yararlanmakta, zaman ve mekândan bağımsız olarak kendi evlerinin rahatlığında e-kitap satın almaktadırlar.”* (Zubac ve Tominac, 2014, s. 128).

‘E-kitap cihazı’ veya ‘e-okuyucu’ olarak da adlandırılan ‘e-kitap okuyucu’, öncelikle dijital e-kitap ve süreli yayınların okunması amacıyla tasarlanmış bir elektronik mobil cihazdır (Zubac ve Tominac, 2014, s. 124). ABD’de internet kitapçılarının faaliyete geçmesi, e-kitabı dünya pazarına taşıırken, e-kitabın geliştirilmesi için ön koşullar 1971 yılında Gutenberg Projesi (Project Gutenberg) aracılığıyla başlatılmıştı (Horvat ve Živković, 2012, akt. Zubac ve Tominac, 2014, s. 129).

20. yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri’nde ilk çevrim içi kitapçılarının ortaya çıkışı, elektronik kitabın çevrimiçi pazara girmesinin önünü açmıştır. Bugün, e-kitap dünya çapında yayıncılığın, kitap ticaretinin ve kütüphane faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası olmuştur (Zubac ve Tominac, 2014, s. 123).

E-kitap alanında Jeff Bezos’un şirketi Amazon liderliğini sürmektedir. Lebert (2009)’e göre Amazon’un kurucusu Bezos anket yöntemiyle yaptığı piyasa araştırmasında *“en çok satılan beş ürünün müzik CD’leri, filmler, donanım, yazılım ve kitaplar olduğunu keşfetmiştir”* (Zubac ve Tominac, 2014, s. 125). Bu sonuçlar, Bezos’un e-kitap konusundaki küresel açlığı farketmesini ve bu alanda onu dev haline getirecek adımları atmasını sağlamıştır.

E-kitap günümüzde kitap zincirinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. E-kitap satışı, kendi kitap satış hizmetlerini başlatan ağ hizmet sağlayıcılarından da büyük ölçüde etkilenmektedir. Elektronik mürekkepli e-okuyucular, yani piyasada ‘elektronik kağıtlar’ olarak adlandırılan genel amaçlı okuma cihazlarında e-kitap okumak ve kullanmak için iki ana platform olan IOS ve Android (Zubac ve Tominac, 2014, s. 129) hakimiyeti sürerken, aynı zamanda küresel devlerin rekabet üstünlüğünü de önemli ölçüde belirlemektedir.

İlk elde taşınan e-kitap okuyucuları 1990’lı yıllarının sonunda ortaya çıkmasına rağmen yüksek fiyatları, yetersiz e-kitap içeriği ve gelişmemiş teknolojisi nedeniyle piyasada yeterli düzeyde performans göstermediler (Stone, 2009). E-kitabın yeni pazar dönemi, Amazon.com’un e-cihaz Kindle’ı 399 ABD doları fiyatına, içinde dijital olarak 90.000 e-kitap (e-kitap) başlığıyla kullanıcıların erişimine satışa sunduğu 2007 yılında başlar. Amazon, diğer e-okuyucularla uyumlu olmayan AZW formu biçimindeki e-kitaplarıyla dijital haklar, kâr ve



pazar üzerinde kurduğu tekel yoluyla kullanıcıları cihazlarına kalıcı olarak bağlamayı amaçlamıştır (Zubac ve Tominac, 2014, s. 129).

Apple, ilk çok işlevli tablet bilgisayar olan iPad'i 2010 yılında piyasaya sürmüştür. Aynı yıl e-kitapların popülaritesi ABD'de daha da artmıştır. 2010 ve 2011'deki e-pazar araştırmasına göre, e-kitap satışları basılı kitap satışlarını aşmıştır. Bunun nedeni yalnızca Kindle cihazının ve Amazon'un düşük e-kitap içerik fiyatlarına yönelik agresif politikasından kaynaklanmamakta, aynı zamanda kitabı kalıcı olarak Kindle cihazlarına ve Dijital haklar yönetimini (DRM) Amazon modeline bağlayan AZW formatında da yatmaktadır (Zubac ve Tominac, 2014, s. 130). Ancak Apple ve Amazon'un hedef kitleyi kalıcı olmasını sağlayan politikaları sarsan gelişme olarak, üretilen Nook e-okuyucusunun piyasaya sunulmasıyla gelişmiştir.

Temmuz 2009'da, Barnes ve Noble dünyanın en büyük internet kitap mağazasını kurmuştur ve aynı yılın Ekim ayında, renkli dokunmatik ekranlı Android işletim sistemine dayalı Nook adlı e-kitap okuyucuyu piyasaya sunmuştur. 2010 yılında, Barnes & Noble, Google Kitaplar ile iş birliğine girmiştir (Zubac ve Tominac, 2014, s. 130). E-okuyuculardaki teknoloji, hedef kitleyi formatla bağlama ve fiyat indirme stratejileriyle devam eden sert rekabet, bu defa Çin taktiği uygulayarak ucuzluğuyla pazara girmeyi başaran Kobo şirketinin stratejisiyle devam etmiştir.

Kanadalı Kobo şirketi, Kobo eReader e-okuyucusunu Mayıs 2010'da piyasaya sundu. İki ay sonra, aynı yılın Temmuz ayında Kobo şirketi, e-okuyucuların fiyatlarını önemli ölçüde azaltarak ABD pazarındaki önde gelen internet kitapçıların ana rakibi olmuştur. Kobo'nun yazılımı, müşterilerin gereksinimlerine uyarlanabilir şekilde Black Berry, Playbook, iPad, iPhone ve Android cihazları tarafından desteklenmektedir. Kobo'nun aksine Kindle ve Nook çok daha az kitap başlığı saklar. Bahsedilen okuyucular dışında, bugün piyasada bulunan Sony sürümü okuyucular, Txxr eBook Reader, Prestigio App 3.0 vb. bulunan başka e-okuyucular da vardır (Zubac ve Tominac, 2014, s. 130).

#### **2.4. AB ve ABD'de E-Kitap Politikaları**

Ekonomik göstergeler, ABD ve Avrupa kitap pazarı ve teknolojisinde elektronik kitap satışından elde edilen gelirlerin sürekli arttığını gösteriyor (Zubac ve Tominac, 2014, s.130). ABD, 2010 yılında küresel harcamaların % 57'si ile elektronik kitap pazarına hakim (PWC 2011) olmuştur. 2010 yılında ABD'de 77 milyon genel kategoride dijital kitap satılmıştır ve satılan kopyalar açısından kitap pazarının % 9'unu (akademik ve profesyonel e-kitap pazarı dahil değil) ve tüm kitap pazarının % 6'sını oluşturuyor (759 milyon dolar civarında gelir) Poort vd. akt. Simon ve de Prat, 2012, s. 29).

ABD'den farklı olarak Avrupa'nın e-kitaplarda ve esas olarak elektronik mürekkepli e-okuyucularda mevcut olan piyasa işlemleri önemli ölçüde daha yavaş gelişmektedir. Avrupa Birliği üyesi devletler pazarında e-kitap ticaretinin alıcıya / kullanıcıya ulaşmasının önünde birçok engel durmaktadır. Bu pazarın daha hızlı gelişmesinin önünde duran engellerden bazıları şunlardır (Zubac ve Tominac, 2014, ss. 125-126): *Pahalı e-cihazlara yapılan büyük harcamalar, yeni teknolojiler hakkında yetersiz bilgi, alıcıların / kullanıcıların mahremiyet ve güvenlik haklarının korunması, AB'de dil kültüründeki farklılıklar, uyumsuz kitap tüccarlarının mülkiyet hakları - AB ülkeleri içerisinde Dijital Hak Yönetimi (Digital Right Management); platformlar, yeni iş modelleri, bunların kombinasyonları ve bu yeni medyanın pazarlanmasına yönelik yaklaşımlarla denenemelerin sürdürülmesi; korsanlık sorunları, hükümetlerin anlayış eksikliği, basılı kitap satışlarında azalma ve kitapçıların kapanma korkusu.*

Temel görevi satın aldıkları materyali kullanıcılarına ödünç vermek olan e-kitap müşterilerinden biri olan kütüphaneler, piyasanın gereklerine ve buldukları ülkenin mevzuatına uyum sağlamak zorunda kalıyorlar. "1990'ların sonlarında kullanıcılarına e-kitap satın almaya ve ödünç vermeye başlayan ABD kütüphanelerinin aksine, büyük Britanya'daki kütüphanelerin e-kitaplara ancak 2000'lerin sonlarında ilgi göstermeye başladığını" araştırmalar göstermektedir. Avrupa Birliği'ne üye diğer ülkelerde kütüphaneler; bugün hala *satın alma, işleme ve ödünç verme, e-kitap ödünç ücretlerinde telif hakkı koruması sorunları, telif hakkı bedellerinin miktarı, aşırı fiyatlı kitapçı indirimleri ve kitapçılar tarafından belirlenen uyumsuz iş modelleri ve mülkiyet haklarıyla (ownership rights) uğraşmaktadır* (Small, akt. Zubac ve Tominac, 2014, ss. 125-126).

Bir e-okuyucuda okunabilen elektronik kitabın ortaya çıkışı, kitap piyasasındaki değişimin gidişatını etkilemiştir. Öte yandan yayıncılar, kitap tüccarları, kütüphaneler ve müşterilerin / kullanıcıların çeşitli dijital kitap içeriklerinin (en çok satanlar, kurgu dışı, referans, profesyonel ve bilimsel literatür, çocuklar ve genç yetişkinler edebiyatı) teslimi ve okunmasıyla ilgili ihtiyaçları arasındaki ticari ilişkileri değiştirmiştir. E-kitap pratikte kitap zincirinin ayrılmaz bir parçası haline gelirken, e-kitap satışları kendi kitap satış hizmetlerini başlatan ağ hizmeti sağlayıcılarından da büyük ölçüde etkilenmektedir (Zubac ve Tominac, 2014, ss. 124-125).

Ekonomik gelişme ile e-kitap piyasasının gelişmesi arasında paralellikler vardır. ABD ve AB ülkelerinde e-kitap konusunda yaşanan piyasa rekabeti ve yasal çerçeve tartışmalarının erken başlamış olması, bu bölgesel pazarların küresel sistemdeki ekonomik, teknolojik ve finansal üstünlüğüyle yakından ilişkilidir. Ancak internet tabanlı yeni ekonomiden etkilenme dünyanın diğer bölgelerine hızla sirayet ederken, çok geç benimsediği matbaa teknolojilerinden farklı olarak Türkiye, sosyal medya başta olmak üzere dünyadaki teknolojik gelişmeden çok zaman geçmeden karşılaşmış, bazı şirketler kurulmuştur.

Türkiye’de ilk internetten satış sitesi olan pandora.com.tr, 1994 yılında faaliyete başlasa, internetten kitap satışının yaygınlaşması 2000’li yıllarda gerçekleşmiştir (Erken, 2016, s. 91). Zaman içinde pek çok internetten satış sitesi açılmış olsa da internetten satış noktasında en yaygın siteler, 2000 öncesinde kurulan internet siteleridir. Bunlar, pandora.com.tr’nin dışında, kitapyardu.com ve idifix.com.tr adresli internet siteleridir (Erken, 2016, s. 91).

### 3. KİTAP ENDÜSTRİSİNİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

#### 3.1. Kitap Endüstrisinin Piyasa Durumu

Yayıncılık sektörü, 2009’da 109 milyar dolar gelire sahip olan eğlence ve medya endüstrilerinin toplam gelirlerinin yaklaşık % 8’ini oluşturmuştur. Olgun bir piyasa olan yayıncılık sektörü, örneğin fiziksel harcamalardaki düşüşün dramatik olduğu kayıtlı müzik endüstrisi sektöründe gözlemlenen olumsuz eğilimlerle kıyaslandığında durum neredeyse sabit görünmektedir (Simon ve de Prat, 2012, s. 25). Küresel yayın pazarının bölgesel bazda büyüklüğü aşağıda verilmiştir.

**Tablo 1:** Dünya Bölgesel Yayın Pazarı

Bölge	2009 (Milyar Dolar)
Kuzey Amerika	32.7
Avrupa (Almanya, Fransa, İngiltere)	43.4
Asya Pasifik (Japon, Çin, Hindistan)	29.4
Latin Amerika (Brezilya)	2.7

**Kaynak:** Source: PWC, 2011 akt. Simon ve de Prat, 2012, s. 25).

Tabloya göre ikinci sırada Kuzey Amerika, ardından da Japonya ve yükselen ekonomik güçler olan Çin ve Hindistan’ı barındıran Asya Pasifik gelmektedir. Özellikle Çin’in hızlı yükselişine bakıldığında yıllar içinde Asya Pasifiğin ilk sıraya oturması güçlü bir olasılık olarak görünüyor. Öte yandan 2009 rakamlarını içeren bu tabloda, günümüz itibarıyla Avrupa Birliği üyeliğinden “Brexit” antlaşmasıyla çıkan İngiltere’nin payını çıkardıktan sonra üç bölgesel pazarın birbirine benzer ve yakın büyüklükte olduğu görülecektir.

AB şirketlerinin (Bertelsman, Hachette, Pearson, Wolters Kluwer) lider olduğu tek pazarın medya ve eğlence pazarları olduğunu belirtmekte fayda var. (PWC, 2011)’a göre 2009’da 109 milyar ABD dolarına ulaşan küresel gelirden AB pazarı 44 milyar dolarla toplam pazarın % 40’ını, ABD ise 33 milyar dolarla % 30’unu oluşturuyor. Almanya, 2010 itibarıyla yaklaşık 10 milyar Euro ile AB’deki en büyük pazardır. Avrupa Yayıncılar Federasyonu (FEP)’unun altını çizdiği gibi, “dünyanın üç büyük uluslararası kitap fuarı - Frankfurt, Londra ve Bologna - Avrupa’da düzenleniyor” (Simon ve de Prat, 2012, s. 25).

**Tablo 2:** Ciro Bazında Dünyanın Önde Gelen Yayın Şirketleri (2010, Milyon Euro)

Sıra	Şirket Adı	Ülke	Şirket Sahibi	Şirket Sahibi Ülke	Gelir
1	Pearson	Country	Pearson (corp.)	UK	6 102.09
2	Reed Elsevier	UK/NL/US	Reed Elsevier (corp)	UK/NL/US	5 387.47
3	Pearson Education	UK	Pearson	UK	4 880.51
4	Thomson Reuters	US	The Woodbridge Company Ltd	Canada	4 297.93
5	Wolters Kluwer	NL	Wolters Kluwer	NL	3 556.00
6	Lexis Nexis	NL	Reed Elsevier	UK/NL/US	3 073.12
7	Bertelsman	Germany	Bertelsman AG	Germany	2 897.00
8	Elsevier Science	UK/NL/US	Reed Elsevier	UK/NL/US	2 350.35
9	Hachette Livre	France	Lagardère	France	2 165.00
10	Mc Graw-Hill Education	US	The McGraw-Hill Companies	US	1 835.46
11	Grupo Planeta	Spain	Grupo Planeta	Spain	1 829.00
12	Random House	US	Bertelsman AG	Germany	1 828

**Kaynak:** Livres Hebdon°870, 2011, akt. Simon & de Prat, 2012, s. 25)

Piault (2011)'a göre kitap yayıncılığının yeni büyük oyuncuları, eğitim kitaplarında uzmanlaşmış Çin, Brezilya ve Güney Kore şirketleridir. Bu segmentin daha güçlü büyümesi ve görece gücünün yanı sıra beklenen büyümesini de açıklıyor. Çin'de Higher Education Press, 320 milyon Euro'luk bir şirket oluşturmak için China Education ile birleşti. Brezilya'nın önde gelen firmaları Abril Educacao, Saraiva ve Editora FTD eğitim kitapları şirketleridir (Simon ve de Prat, 2012, s. 26).

### 3.2. Ülkelere Göre Kitap Endüstrisi

Demokratik kültür derinliği olan Avrupa kıtası, kültür ve yayıncılık alanında önemli bir aktördür. Avrupa Yayıncılar Federasyonu'na (AYF) göre "2009 yılında 23 milyar Euro yıllık kitap satış gelirine sahip olan Avrupa Birliği'nde kitap yayıncılığının ağırlığı önemlidir." (Simon ve de Prat, 2012, s. 31). Covid-19 pandemisi, 2019 ve 2020 yılının kitap satış gelirlerini olumsuz etkileyerek 2009'un gerisine düşürmüştür. AYF'nin yaptırdığı ankete göre 2019'da Avrupa Birliği ve Avrupa Ekonomik Alanı Üye Devletler'de kitap yayıncılarının 22.4 milyar Euro olan yıllık kitap satış geliri 2020 yılında gerileyerek 22.2 milyar Euro olmuştur (European Book Publishing Statistics, <https://fep-fee.eu/European-Book-Publishing-1400>, erişim tarihi 28.11.2022).

Aşağıda geleneksel yayıncılık pastasına karşı yeni bir mecra olarak e-kitap yayıncılığının önemli bir çıkış trendine girdiği görülmektedir.

**Tablo 3:** AB Üyesi 5 Ülkenin E-Kitap Pazarları, 2008-2014 (Milyar Euro)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Basılı Yayıncılık	17.6	17.5	17.2	16.9	16.5	16.2	16
E-Kitap	0.1	0.2	0.4	0.6	1	1.3	1.6

**Kaynak:** Idate, 2011 Simon ve de Prat, 2012, p.24).

Tablo, daha ihtiyatlı olan AB’de bile e-kitap pazarının geleneksel pazara göre (7 yılda 16 kat) dramatik yükselişini göstermesi açısından ilginçtir. Günümüz oranlarıyla bu trendin çok daha yüksek olduğu bilinmektedir.

### Almanya

2010 yılı itibarıyla Alman kitap pazarı perakende satışlara göre % 0.4'lük bir büyümeyle 9.7 milyar Euro'ya ulaşmıştır (Börsenverein des Deutschen Buchhandels, 2011, akt. Simon & de Prat, 2012, s. 37). Almanya’da beş büyük perakende zinciri olan Thalia Holding, DBH, Mayersche Buchhandlung, Pustet and Wittwer satışların %22’sini topluyor (Simon ve de Prat, 2012, s. 37). Pazara büyük grupların egemen olduğu Almanya’nın Springer-Verlag şirketi, 2.000 bilimsel dergi ile dünyanın ikinci büyük yayın grubunu oluşturur (Benhamou, 2010). Almanya'daki kitap perakende ortamı, küçük kasaba kitapçılarından çeşitli departmanlara sahip oldukça uzmanlaşmış mağazalara (örneğin: hukuk, ticaret ve vergiler) kadar ülke çapında yaklaşık 3.800 satış noktası ile çeşitlilik göstermektedir (Simon ve de Prat, 2012, s.9).

### Fransa

2009 yılında, Fransız kitap pazarı 5 milyar Euro'nun üzerinde satış gerçekleştirmiştir. 74.800 kitap (başlık) yayınlanan Fransa’da 224 yayınevi tarafından 609.3 milyon kopya basılmıştır. 64 yayınevi (% 90) yılda 200'den fazla kitap yayınlanmıştır (Simon ve de Prat, 2012, s. 9).

Fransız Kültür Bakanlığı, kitap yayıncılığını sağladığı gelirler dolayısıyla en önemli kültür endüstrisi olarak görmektedir. (Geymard, 2009). Kitap yayıncılığının, "kültürel" sektördeki işgücününün beşte birini istihdam etmektedir (Simon ve de Prat, 2012, s. 9).

İnternet satışları, toplam satışların yaklaşık %10'una (hem değer hem de miktar olarak) ulaşmaktadır. Bu oran, hala posta siparişleri ve kulüplerden yapılan satışların yüzdesinden daha düşüktür. Kitap satışlarının % 45 kadarı (veya toplam piyasa değerinin % 43'ü) süper mağazalardan yapılmaktadır (Simon ve de Prat, 2012, s.9-10). Ülkenin pazar yapısı, sınırlı rekabetiyle oligopolistik bir piyasadır: Firmaların % 4.3'ü gelirlerin % 65.3'ünü elde ederken (Busson, 2011), en büyük 12 yayıncı ise pazarın % 80'nini temsil ediyor (Simon ve de Prat, 2012, s. 40).

Önde gelen iki firma (Hachette-Lagardère ve Vivendi Universal Publishing-VUP), dört aile şirketi (Albin-Michel, Flammarion, Gallimard, Le Seuil) ve sayısız küçük yayıncının hakim

olduğu bir piyasa yapısıyla belli bir süre stabil görünen Fransız yayıncılık sektörü, bazı dramatik değişikliklere uğramıştır (Simon ve de Prat, 2012, s. 39).

Pazarın büyük firmaları şunlardır: Hachette, Editis, France Loisirs, Éditions Atlas, Media Participations, Flammarion, Reed Elsevier. Independent publishers: La Martinière, Gallimard, Lefèbvre-Sarrut, Albin Michel (Simon ve de Prat, 2012, s. 41).

### **Birleşik Krallık**

Birleşik Krallık yayıncılık açısından önemli bir Avrupa ülkesidir. Brexit süreciyle AB'nden çıkan Birleşik Krallık, verilerin ait olduğu dönemde AB üyesi olduğu için bu başlık altında değerlendirilmiştir.

Birleşik Krallık yayıncıları, 2009 yılında 3.053 milyon £ fatura bedeli ile tahmini 763 milyon kitap satmıştır. 2009'da dijital ürünlerin satışının, 2008'e göre % 20 artarak 150 milyon sterlin üzerinde olduğu tahmin ediliyor (PA İstatistik Yıllığı 2009, Yayıncılar Derneği 2010). Ülkenin kitap piyasasının 2009'daki değeri, son alıcı fiyatlarına göre 3.4 milyar sterlin olduğu tahmin ediliyor (Simon ve de Prat, 2012, s. 52).

Birleşik Krallıkta kurumsal müşteriler, yayıncıların başka bir gelir kaynağını oluşturuyor. 2007/2009 dönemi için tahmin edilen 147.4 milyon £ gelirin kurumsal olarak dağılımı şöyledir: İngiliz Kütüphanesi (3.2 milyon), halk kütüphaneleri (92 milyon), üniversite, kolej ve okul kütüphanesi hizmeti (51.2 milyon) (Simon ve de Prat, 2012, s. 52).

### **İtalya**

İtalyan Editörler Birliği'ne göre, 2011 yılında İtalya'daki toplam yayıncılık pazarı 3.408 milyar avroya ulaşmıştır. İtalya'da yayıncılık sektöründe, 36.000 çalışanın istihdamından sorumlu olan yaklaşık 2.500 aktif yayıncı var. 2010 yılı itibarıyla İtalya'da pazar paylarına göre en büyük 5 firma şöyledir: Gruppo Mondadori (27.4), RCS Group (% 11.8), Gruppo GEMS (% 10.6), Gruppo Giunti (% 7.7) ve Feltrinelli (% 5.5) (Luisa Capelli 2011, akt. Simon ve de Prat, 2012, s. 46).

### **İspanya**

İspanya'da 2010'da 228 milyondan fazla kitap satılmıştır (ortalama fiyat: 12,67 avro), 300 milyondan fazla kopya yayınlanmıştır (Simon and de Prat, 2012, s. 50). İspanya Yayıncılar Birliği Federasyonu (FGEE) verilerine göre kitap satışlarından elde edilen gelir 2009'da 3.1 milyar avro iken, 2010'da bu oran düşerek 2.890 milyar avro olmuştur. İspanyol kitap endüstrisi, aynı yıl 457 milyon avro ihracat yapmıştır. İspanya, Latin Amerika'da önemli bir varlığa sahiptir (Simon ve de Prat, 2012, ss. 49-50).

Yayıncılık sektöründe 2010'da 2.994 özel ve 529 kamu kuruluşu aktiftir. Pazarda 19 yayıncı (ilk beşi: Editorial Mad, Anaya, Editorial CEP, Oxford University Press España, Susaeta Ediciones) yayınlanan kitap başlıklarının (başlık) %30'unu oluşturuyor ve her biri



yılda 700'den fazla kitap yayınlıyor. 1.617 yayıncı ise yılda dört veya daha az kitap çıkarır (Simon ve de Prat, 2012, ss. 49-50).

### Japonya

2017 tarihli bir kaynağa göre Japonya'da toplam kitap ve dergi satışları 1996'da zirveye ulaşmaktadır. O zamandan beri, 20 yılı aşkın süredir düşüş gösteriyor. 2015 tarihi itibarıyla toplam kitap ve dergi satışları şu şekildedir: *Kitaplar*: 742 milyar yen (Bir önceki yıla göre % 1.7 düşüş). *Dergiler*: 780 milyar yen (% 8.4 düşüş). Yeni başlık sayısı: 76.445 başlık (günlük 209 başlık). *Basılı başlık sayısı*: 980.000 başlık. *Dergi sayısı*: 2.991 (aylık) / 87 (haftalık). *E-kitap (E-dahil) dergiler*: 150.2 milyar yen (% 31.3 artış) (An Introduction to Publishing in Japan 2017–2018", 2017, s. 8).

### Türkiye Kitap Pazarı

Türkiye, siyasal örgütlenme modeli olarak 1945 sonrası Batı'nın çoğulcu demokrasi denemesiyle birlikte Batı bloğu ve onun kapitalist piyasa şartlarına yönelmiştir. Başta ithal ikame, 1980 sonrasında ise ihracata ve serbest rekabete dayalı ekonomik modeli içinde hem devlet hem de özel sektör yayıncılığının olduğu karma bir modele sahiptir.

Yayıncılık sektöründe hem düzenleyici hem de piyasa kurucu olarak dönem dönem değişse de devletin hep bir ağırlığı olmuştur. Piyasa düzenleme ve kurma fonksiyonlarının yanında devletin doğrudan kitap üretimini de gerçekleştirerek bir oyuncu olarak piyasadaki dengeyi etkilemiştir. Kitap üretiminde iki dönemde özellikle devletin piyasada ağırlığı net hissedilmiştir. 1940'lı yıllarda Hasan Ali Yücel'in dünya klasiklerini bastırması ve AKP döneminde öğrencilere ücretsiz kitapların devlet eliyle basılıp dağıtılması.

**Tablo 4:** Türkiye Kitap Perakende Pazarı (USD)

SEGMENTLER	2016	2017	2018	2019
Eğitim Yayınları	1.094	616	634	775
Kültür Yayınları	833	806	621	547
Akademik Yayınlar	45	35	25	28
İthal Yayınlar	153	134	106	113
TOPLAM	2.126	1.591	1.386	1.463

**Kaynak:** Türkiye Yayıncılar Birliği, <http://turkaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazarı-raporu/#.X1jho1UzbIV> (erişim tarihi 9.9.2020) verilerinden hazırlanmıştır.

Türkiye'de devletin bastığı kitapların yanında sınav ve yardımcı ders kitaplarının yüksek oranda olduğu bilinmektedir. Eğitim yayıncılığı, üretim ve cirosuyla sektörde yayıncılığın lokomotifine olmaya devam etmiştir.

Aşağıda 2016-2019 yılları perakende pazar verileri, TL ve dolar cinsinden yer almaktadır.

**Tablo 5: Türkiye Kitap Perakende Pazarı**

SEGMENTLER	2018 Yıl Sonu			2019 Yıl Sonu		
	Mevcut (Milyon TL)	Pazar Payı (%)	Milyon USD	Mevcut (Milyon TL)	Pazar Payı (%)	Milyon USD
Eğitim Yayınları	3.252	46.69	634	4.691	52.99	775
Kültür Yayınları	3.022	43.39	621	3.307	37.36	547
Akademik Yayınlar	141	2.02	25	171	1.93	28
İthal Yayınlar	550	7.0	106	683	7.72	113
TOPLAM	6.965	100	1.386	8.852	100	1.463
SEGMENTLER	2016 Yıl Sonu			2017 Yıl Sonu		
	Mevcut (Milyon TL)	Pazar Payı (%)	Milyon USD	Mevcut (Milyon TL)	Pazar Payı (%)	Milyon USD
Eğitim Yayınları	3.259	51.44	1.094	2.242		616
Kültür Yayınları	2.484	39.21	833	2.935		806
Akademik Yayınlar	135	2.13	45	128	2,21	35
İthal Yayınlar	457	7.21	153	489	8.44	134
TOPLAM	6.335	100	2.126	5.794	100	1.591

**Kaynak:** Türkiye Yayıncılar Birliği, <http://turkaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.X1jho1UzbIV> (erişim tarihi 9.9.2020) verilerinden hazırlanmıştır.

**Tablo 6. Türkiye’de Perakende Kitap Pazarı (Detaylı)**

SEGMENTLER	2018 Yıl Sonu			2019 Yıl Sonu		
	Mevcut (Milyon TL)	Pazar Payı (%)	Milyon USD	Mevcut (Milyon TL)	Pazar Payı (%)	Milyon USD
EĞİTİM YAYINLARI	3.252	46,69	634	4.691	52,99	775
a. Ücretsiz Dağıtılan Ders Kitapları	656	9.42	118	834	9.42	138
b. Yardımcı kaynak ve sınava hazırlık kitapları	2.596	37.27	516	3.857	43.57	638
KÜLTÜR YAYINLARI	3.022	43.39	621	3.307	37.36	547
a. Yetişkin kurgu (edebiyat)	475	6.82	98	546	6,17	90
a. Yetişkin kurgu dışı (inceleme-araştırma)	1.684	24.18	346	1.864	21,06	308

c. İnanç	533	7.65	109	493	5.57	81
d. Çocuk ve ilk gençlik	330	4.74	68	404	4,56	67
AKADEMİK YAYINLAR	141	2.02	25	171	1.93	28
İTHAL YAYINLAR	550	7.90	106	683	7,72	113
TOPLAM	6.965	100	1.386	8.852	100	1.463

**Tablo 7:** Türkiye Kitap Perakende Pazarı (Devamı)

SEGMENTLER	2016 Yıl Sonu			2017 Yıl Sonu		
	Mevcut (Milyon TL)	Pazar Payı (%)	Milyon USD	Mevcut (Milyon TL)	Pazar Payı (%)	Milyon USD
EĞİTİM YAYINLARI	3.259	51,44	1.094	2.242		616
a. Ücretsiz Dağıtılan Ders Kitapları	446		150	385	6,64	106
b. Yardımcı kaynak ve sınava hazırlık kitapları	2.813		944	1.857	32,04	510
KÜLTÜR YAYINLARI	2.484	39,21	833	2.935		806
a. Yetişkin kurgu (edebiyat)	334		112	441	7,61	121
a. Yetişkin kurgu dışı (inceleme-araştırma)	1.233		414	1.627	28,08	447
c. İnanç	654		219	491	8,47	135
d. Çocuk ve ilk gençlik	263		88	376	6,49	103
AKADEMİK YAYINLAR	135	2,13	45	128	2,21	35
İTHAL YAYINLAR	457	7,21	153	489	8,44	134
TOPLAM	6.335	100	2.126	5.794	100	1.591

**Kaynak:** Türkiye Yayıncılar Birliği, <http://turkyaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.X1jho1UzbIV> (erişim tarihi 9.9.2020) verilerinden hazırlanmıştır.

Yayıncılar Birliği 2019 Türkiye Kitap Pazarı Raporu'nda önemli görülen noktalar aşağıda özetlenmiştir (Türkiye Yayıncılar Birliği, <http://turkyaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazari-raporu/#.X1jho1UzbIV> (erişim tarihi 09.09.2020):

- Türkiye'de 2019 yılında toplam 423.602.825 adet kitap üretilerek satışa sunulmuştur. Milli Eğitim Bakanlığı'nın özel sektörden satın aldığı ve kendi matbaasında bastığı kitapların toplam adedi 2019 yılında 153.446.132 adet olmuştur. MEB'in bastığı kitaplarla birlikte toplam kitap üretimi 577.048.957 adet olmuştur.

- 2019 Perakende Kitap Pazarının büyüklüğü 8.852 Milyon TL oldu. 2019 yılında Türkiye yayıncılık perakende pazarı büyüklüğü, 2018 yılına göre cari fiyatlarla % 27.09 artış göstermektedir. Bu artışta, 2017 yılındaki sınav sistemi değişikliği nedeniyle yaşanan eğitim yayıncılığındaki kayıpların 2019 yılına da yayılarak telafi edilmesi ve döviz kurundaki dalgalanmalar sonucunda kitap fiyatlarında 2018 yılından gelen artışların etkili olduğu gözlenmektedir.
- Bandrol dağıtımı ve satışını yapan YAYFED'in (Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu) açıkladığı toplam kitap üretimi geçen yıla göre % 3.16 oranında artarken segmentlere göre düşüşler de olmuştur.
- TÜİK verilerine göre 31 Aralık 2019 itibarıyla nüfusumuz 83.154.997. Kişi başına düşen üretilen kitap sayısı 6.9'dur.
- Araştırma-inceleme, edebiyat ve çocuk yayıncılığı alanlarının oluşturduğu kültür yayıncılığı, 2019 yılında 147.961.782 adet kitap üretimiyle toplam üretimin % 34.93'ünü oluşturur.
- Çocuk ve ilk gençlik kitapları 41.271.110 adet bandrolle toplam üretimin % 9.74'ünü oluşturur.
- Her türlü dini yayınların üretimi 36.899.907 adet olarak gerçekleşirken, dini yayınlar kategorisi en fazla düşüş gösteren segmenti olmuştur.
- İthal yayınlar 5.290.731 adet kitapla %1.25'lik paya sahiptir.
- Akademik yayınlar 4.890.495 adet bandrolle toplam kitap üretiminin %1.15'ini oluşturmaktadır.
- ISBN Ajansı bilgilerine göre 2019 yılında 68.554 adet yeni başlık üretildi. Toplam başlık sayısının 61.512'si basılı kitap formatında, 6.487 adedi e-kitap. 1000'e yakın da sesli kitap başlığı vardır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknoloji, geçmişten günümüze yayıncılık sektörünü belirleyen itici güç olmuştur. Geleneksel yayıncılık sektörünü etkileyen e-kitap teknolojisi, yayıncılık sektörünü derinden dönüştüren faktörlerin başında gelmektedir. Kitap tarihinde uzun bir süre kullanılan papirüs ve parşömen gibi ilk dönem teknolojiler yerine kağıt ve mürekkep hammaddesine dayalı tipografi geçerken, günümüzde fiziksel hammaddeyi neredeyse ortadan kaldıran ve dağıtım ağını dönüştürerek yeni iş modelini tamamen değiştiren dijital teknolojiler ve e-kitap yayıncılığı kullanılmaktadır.

1971 yılında Gutenberg Projesiyle (Project Gutenberg) başlayan e-kitap pazarı ABD üstünlüğüyle her geçen gün kızışmaktadır. Zaman ve mekândan bağımsızlık nedeniyle e-kitapların geleneksel kitap satışlarına karşı üstünlüğü pekişmektedir. ABD başta olmak üzere gelişmiş piyasaların mobil e-okuyuculardaki hakimiyeti her geçen gün daha da güçlenmektedir.

İki büyük ABD kitapçısı Amazon ve Barnes & Noble, dünya e-kitap pazarı üzerinde tekele sahiptir (Zubac & Tominac, 2014, ss.124-125). Pazar lideri Amazon, tüketicilere ulaşan e-kitapların % 65'ini, önde gelen kitapçı zinciri Barnes & Noble e-kitap satışlarının % 25'ini oluşturuyor (Poort 2012, akt. Simon ve de Prat, 2012, s. 29).

Kindle satışlarını empoze ettiği mülkiyet haklarıyla, AZW formatı ve e-kitapların uygun piyasa fiyatıyla İngiltere, Almanya, Fransa ve daha sonra Lüksemburg, İspanya, İtalya ve diğer ülkelerdeki şubelerini açan Amazon firması; Avrupa e-kitap pazarında tek el oluşturmuştur (Zubac ve Tominac, 2014, s. 131).

Price Water House 2011 tarihli verilerine göre ABD, 2010 yılında küresel harcamaların % 57'si ile elektronik kitap pazarına hakimdir. Öte yandan e-kitap pazarı önünde ciddi rekabet engelleri vardır. Dijital hak yönetimi, mülkiyet hakları, format ve yazılım engellemeleriyle piyasa rekabet şartları daha da zorlaşmaktadır. Hükümetlerin yeni e-kitap pazarındaki dönüşümün hızına olan ilgisizliği veya değişimin farkında olmamaları, korsan satışlar, düzenleme eksiklikleri, rekabet dezavantajları, geleneksel kitapçıların e-kitap teknolojisine karşı önyargıları ve yeni iş modeline uyumsuzlukları, bilgi yetersizlikleri, rekabet ve kapanma korkusu önemli engeller olarak ortaya çıkmaktadır.

Küresel ölçekte ve yurtiçi yayıncılık piyasasında yabancıların payı artıyor. E-kitap yazılımı ve ticaretinde dünya lideri ABD'de bile başka ülkelerin e-kitap pazarı, "son birkaç yılda yeni bir ivme kazanmıştır. Fransız yayınevi Hachette, şu anda ABD gelirlerinin % 9'unu e-kitaplardan elde ediyor." (Simon ve de Prat, 2012, s. 13).

Kendi kitap satış hizmetlerini başlatan ağ hizmeti sağlayıcıları ve e-kitap zincirleri, kitap yayıncılığının ayrılmaz parçası haline gelmiştir. Yeni iş modelleri, rekabet stratejileriyle farklılaşan yayıncılık sektörü; küresel ölçekte Google, Amazon gibi devlerle mücadele edecek yoğunlaşmış küresel oyuncuları karşısında bulmaktadır. E-kitap ve e-okuyucular kitap zincirinin ayrılmaz bir parçası haline gelerek, kendi kitap satış ağ hizmet sağlayıcılarından da büyük ölçüde etkilenmektedir. Öte yandan e-kitap cihazlarında kullanılan IOS ve Android hakimiyeti ve hedef kitleyi sürekli kılmayı dayatan Amazon'un AZW formatı rekabet ölçeğini daha da yukarılara çıkarmakta, az gelişmiş ülkeler ile gelişmiş piyasalar arasında ulaşılması zor yeni bir eşik çizmektedir. Dijital haklar ve mülkiyet hakları da büyük firmalara kazanımlarını korumanın garantisini sağlamaktadır. Korsan yayıncılığının yüksek olduğu az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bu durum sorunu daha da büyütecektir.

Geleneksel yayıncılığın yeni teknolojiye karşı rekabet koşulları daha da zorlaşmaktadır. Pearson grubunun Avustralya CEO'su David Barnett, "yayıncılık sektörü genel olarak eski 'baskı ürününü desteklemek için teknolojiyi ücretsiz olarak verin' modeline sıkışıp kalmış durumda. Sektör için bu, sürdürülemeyecek stratejik bir sorundur." (Throsby, Zwar ve Morgan, 2018, s.6) diyerek geleneksel yayıncılığı eleştirmektedir.

Yayıncılar, ayakta kalmak için dijital teknoloji devlerini örnek almaya, bu şirketlerin savunma stratejilerini, iş modellerini ve telif haklarını uygulamaya başladılar. Zwar (2016)'a göre Avustralya'da yayıncılar yeni piyasalara girmek için Google, Apple ve Amazon şirketlerinde uygulanan tüketiciye "doğrudan baskı", "e-kitap satışları", "lojistik yönetimi" ve "pazara giriş hızlarında iyileştirme" gibi savunma stratejileri geliştirdiler. Yayıncılar, ayrıca dijital teknolojiyi kaldıraç olarak kullanmak için fırsatçı stratejiler kullandılar. Yayıncılar ve yazarlar arasında yeni telif hakkı anlaşma biçimleri, e-kitapların fiyatlandırmasıyla ilgili denemeler ve abonelik modellerine geçiş gibi farklı piyasalara açılmayı ve yeni iş modellerini uygulamayı sağlayacak stratejileri amaçladılar (Throsby, Zwar ve Morgan, 2018, s.6).

Avrupa Birliği üye ülkelerdeki kütüphaneler bugün hala satın alma, işleme ve ödünç verme, e-kitap ödünç ücretlerinde telif hakkı koruması sorunları, telif hakkı bedellerinin miktarı, aşırı fiyatlı kitapçı indirimleri ve kitapçılar tarafından belirlenen uyumsuz iş modelleri ve mülkiyet haklarıyla uğraşmaktadır.

Türkiye'de kitap endüstrisi alanında geçmişten gelen sorunlar vardır. E-yayıncılığın henüz ortaya çıkmadığı dönemlerde belirtilen kronikleşmiş bu sorunlar şöyle sıralanmıştır (Deliorman, 1981, akt. Erken, 2016, s.81): Milli Kültür politikası eksikliği, ideolojik aşırı eğilimler, istikrarsızlık, ekonomik sıkıntılar, hammadde sıkıntısı, teşvikten mahrumiyet, mevzuat sıkıntıları ve mesleğin kendi bünyesinden gelen sıkıntılar olarak sıralamıştır. Mesleğin kendi iç problemleri; köklü bir yayınevinin yokluğu, yayıncılık eğitiminin yokluğu, profesyonel işleyişin eksikliği ve satışların azlığı. Dağıtımcılığın en önemli meselesi ise nakliyatın rahat sürdürülememesi ve posta ücretlerinin fazlalığıdır.

Hız, zaman ve mekan üzerinde ciddi etkileri olan matbaa teknolojisini geç benimseyen Osmanlı Devleti, o günün dünyasında Avrupa'ya karşı önemli dezavantajlar yaşamıştır. Gutenberg galaksisinin trenini uzun bir süre kaçırdıktan sonra matbaa teknolojisine uyum sağladığımız bir zamanda bu defa yeni bir çağı sürükleyen dijital teknolojiler ve e-kitap yayıncılığı ortaya çıkmıştır. Bu defa yeni teknolojiyi ve e-kitap devrimini kaçırmaya şansımız yoktur. Çağımızda verimsiz ve çağdışıya doğru giden bu âtil matbaa teknolojisinden kurtulup dijital ve internet tabanlı teknolojiye geçmek için yayıncılık sektörünün zihinsel bir devrim geçirmesi gerekir.



## KAYNAKÇA

- Anand, M. R. (1980). "Authors, Publishers and Booksellers.", In D. N. Malhotra & N. Kumar (Eds.), Indian Publishing since Independence: A Festschrift Volume, <http://14.139.13.47:8080/jspui/bitstream/10603/218488/11/10%20chapter%203.pdf>
- Avrupa Birliği Yayıncılar Federasyonu, European Book Publishing Statistics, 12.5.2022, <https://efp-fee.eu/European-Book-Publishing-1400>
- Banham, R. (2007). "The Industrialization of the Book 1800–1970", A Companion to the History of the Book, Edit. Simon Eliot and Jonathan Rose, Oxford, Blackwell Publishing.
- Bergström A., Höglund L. and DC (2017). "Books On Screens: Players In The Swedish E-Book Market", Nordicom University of Gothenburg, Sweden, 2017.
- Deliorman, A. (1987). 1. Kitap Sempozyumu (15-17 Haziran 1981), Ankara; Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, 1987.
- Erdoğanaras, F. (2004). "Basım ve Yayın Sektöründe Yeni Teknolojilere Dayalı Yeniden Yapılanma Süreci: İstanbul Örneği", Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, Cilt 19, No 1, 2004.
- Erken M. (2016). Türkiye’de Yayıncılık Alanının Dönüşümü (1980-2015), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Hemmungs W. E. (2007). "The Global Market 1970–2000: Producers," A Companion to the History of the Book, Ed. Simon Eliot, Jonathan Rose, Oxford, Blackwell Publishing, 2007.
- Japan Book Publishers Association (2017). An Introduction to Publishing in Japan 2017–2018", <https://authorzilla.com/ZzJra/an-introduction-to-publishing-in-japan.html>
- Simon J. P., de Prat G. (2012). "Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Book Publishing Industry", European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, 2012.
- Throsby D., Zwar J. & Morgan C. (2018). "Australian Book Publishers in the Global Industry: Survey Method and Results", Macquarie University, Australia, 2018.
- Titiloye Oyeyink O., Aganbi V.E. & DC (2016). "Problems Of Book Publishing Industry In Nigeria", Journal of Research and Development (JRnD) Vol. 2, No. 10, 2016.
- Türkiye Yayıncılar Birliği (2019). "Türkiye Kitap Pazarı", <http://turkyaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazarı-raporu/#.X1jho1UzbIV> (erişim tarihi 9.9.2020)
- Zubac A., Tominac A. (2014) "A Research Of E-Book Market Trends: North America And The European Community", Knjižnica, 58, 2014.