

# TUTUMBİLİM İLE YAZIN

Ertuğrul EFEÖĞLU\*

## Özet

Bu yazıda, yazınsal yaratımlar birer ürün olarak değerlendirilmektedir. Ürün, bir tüketim nesnesidir. Her ürün gibi, yazınsal nesne de başlıca üç aşamadan geçmektedir: üretim aşaması, basım-sürüm aşaması, tüketim aşaması. Bu aşamalar birbirlerinden tümüyle kopuk değildir. Aşamaların her biri birtakım iç işlemlerden oluşmaktadır. İşlemler, tutumbilimin yasalarına uygun biçimde gerçekleştirilir. Tutumbilimin yasaları, toplumsal-siyasal düzenin öğretisine göre çatılır. Toplumcu ve anamalcı düzenlerin her biri kendi tutumbilimsel yasalarını çatıp uygularlar. Yazınsal ürünler bu süreçlerin dışında değildir. Onlar da, birer tutumbilim nesnesi olarak dolanıma girerler. Ama toplumları özdeksel bakımdan değil, tinsel bakımdan kalkındırırlar.

**Anahtar Sözcükler:** Yazın tutumbilimi, tutumbilim nesnesi, ürün, üretim, sürüm, tüketim

## Giriş

Yazınsal yapıtların yararları ve işlevleri üzerinde çok durulmuştur. Bireylerin ve toplumların tinsel (*manevi*) gelişimlerinde yazınsal yapıtların yadsınmaz katkılarının olduğu, toplumun geniş kesimlerince benimsenmiş bir görüştür. Bu yaygın görüşe karşın, yazınsal yapıtların pek çoklarının birer tutumbilim nesnesi olarak algılanmadığı da bir gerçektir. Bu algı eksikliği, yazın nesnesinin niteliğinden ve getirisinin özgüllüğünden kaynaklanmaktadır.

Yazın nesnesinin tutumbilimsel bir ürün olarak gereğince algılanmaması, onun gerçek değerini de bir anlamda görünmez kılmaktadır. Bireylerin ve toplumların algıladığı ve değer verdiği tutumsal etkinlik, özdeksel-somut (*maddi*) getirisi gecikmeden gelen tutumsal etkinliktir. Oysa yazınsal ürünlerin tinsel-soyut (*manevi*) getirileri görece biçimde gecikerek gelir. Bu durum, yazınsal yaratımın ürüne dönüşmesini ve tüketicisiyle buluşmasını yavaşlatmakta, gitgide azaltmaktadır. Bu da, pazarın daralması, önemsizleşmesi sonucunu doğurmaktadır.

Bu sonuç özellikle ülkemizin ve gelişmekte olan öbür ülkelerin somut bir geçiştir. Sanayileri gelişmiş anamalcı (*kapitalist*) ileri Batı ülkelerinin, yazınsal yaratımları da birer sanayi ürünü gibi değerlendirdikleri apaçık ortadadır. Bu ülkeler, özdeksel (*maddi*) ve tinsel (*manevi*) güçlerini bu yolla da artırarak öbür toplumlar ve ülkeler üzerindeki dolaylı ve dolaysız egemenliklerini daha da pekiştirmektedirler.

Ülkemiz, egemenliğini, bağımsızlığını ve saygınlığını gelişmiş ülkeler önünde baş eğmeyecek bir düzeyde tutmak zorundadır. Bunun araçlarından biri de yazınsal ürünlerin tutumbilimine vereceği önemde yatmaktadır. Yazımızın amacı, yazın tutumbiliminin niteliğini göstermeye ve "iş" in önemini anımsatmaya yöneliktir.

## Tutumbilim

12 Eylül yönetimince 19 Ekim 1983'te kapatılan eski Türk Dil Kurumu, Batı Avrupa dillerinde 'ekonomi' sözcüğüyle, Osmanlıcada Arapça 'kökenli' iktisat söz-

\* Doç. Dr.; Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Batı Dilleri ve Edebiyatları Bölümü.

cüğüyle adlandırılan etkinliği, Türkçede ‘tutumbilimi’ terimiyle karşılamayı önermişti. (Biz de yazımızda bu terimi “tutumbilim” biçimiyle yeğliyoruz). Çünkü bu önerinin yadsınmaz gerekçeleri vardır. Önerilen bu terim öncelikle Türkçe kökene dayanmaktadır. Sonra, tutumbilim teriminin işlemi [İçlem: Alm., Fr., İng.: *intension*. Bir kavramı tanımlayan özelliklerin tümü] ekonomi ile iktisat sözcüklerinin işlemlerini -özellikle aşağıdaki ilk anlamında- eksiksiz ve anlaşılır biçimde karşılamaktadır.

Bu işlemlere değinelim:

1.) Her üç sözcük de harcamaların olabildiğince kısıldığı bir işletmenin, bir ailenin vb. özelliğini, işleyişini çağırıştırır. Bu özelliğe göre, harcamalarda yeterlilik olmalı, giderler, söz konusu düzenin sağlıklı işlemlerini aksatmayacak ölçüde -ne az ne de çok- dengede tutulmalıdır. Buna tutumluluk denir. Tutumluluğun karşıtı savurganlıktır.

2.) Tutumbilimin en çok bilinen anlamı, en çok güncellenen türünde yatmaktadır. Bu da asal olarak üç boyutlu bir etkinliktir. Bu boyutlar, ‘üretim’, ‘dağıtım’ ve ‘tüketim’dir. Bu üç boyut, çok ayrıntılı bir dizi etkinlikten oluşur.

3.) Tutumbilimin az bilinen bir anlamı da, sözcüğün yazınsal anlamında yatmaktadır. Yazınsal anlamına göre, tutumbilim, bir düzeneği, bileşenleri arasındaki dayanışıklığı içinde ele alır ve ya / da bileşenler arasındaki orantıları ve ilişkileri inceler. Düzenek deyince, canlı ya da cansız her türlü bileşenin işlev üstlendiği örgünleşme anlaşılır. Bir işletmenin, bir girişimin, bir işin tutumbilimi olduğu gibi, yazınsal bir yapının da tutumbilimi vardır. Buna yapı, plan, uyum, düzen, kurgu, vb. adlar da bütünlüyle anlamlarıyla eşlik ederler.

4.) Tutumbilimin eski bir dar anlamı da yalnızca evin çekilip çevrilmesi becerisiyle ilgilidir. Bu, evin -ya da bireyin- gelirlerini ve giderlerini açık vermeyecek biçimde iyi dengelemesi anlamına gelmektedir.

Biz bu yazımızda tutumbilim terimini yukarıdaki ikinci ve üçüncü anlamları içinde kalarak kullanmaya çalışacağız. Bununla birlikte, birinci anlam ile üçüncü ve dördüncü anlamlar arasında yakınlıklar olduğunu da anımsatmak isteriz.

Şimdi, ilimizi, yukarıdaki dört anlamdan ikincisine çeviriyoruz. Bu anlam, tutumbilimi üretim, dağıtım ve tüketim boyutlarıyla tanımlar. Yukarıda değindiğimiz gibi bu boyutların her biri, kendi içinde çok yönlü, oldukça çetrefil ilişkilerden oluşan birer alt-ağ niteliği gösterir. Biz, söylemde tutumluluk gereğince bu ilişkileri en aza indirgeyerek anımsatmaya çalışacağız. Üç boyutun ilki olan ‘üretim’ boyutuna açıklamamızda öncelik veriyoruz.

### Üretim

Tutumbilimsel (tutumsal) etkinlik her şeyden önce üretime dayanır. Üretim olmazsa, sürüm de olmaz, tüketim de. Tutumsal bir değer üreten kişiye, üretici denir. Üretici, doğal olarak, bir kuruluş da olabilir. Bu durumda, kuruluşa, üretici kuruluş denir.

Yazınsal ürün veren kişi, ya bir yazardır ya da bir ozandır. Yazın üreticileri çoğu kez yalnız çalışırlar, yalnız üretirler. Çok seyrek de olsa, kimileyin az sayıda yardımcıları olabilir. Bu yardımcıları yazara daha çok uygulamaya yönünden (gereç sağlama, belge toplama, yazım bilgisi, vb.) destek sağlarlar. Yazınsal üretimin kendisi, saltık (*mutlak* ve *yoğun*) bir yalnızlığı gerektirir. Bu da, gerçekte, yazınsal ürün veren yazarın en kırılğan yanını oluşturur.

Bu kırılğanlık, kendini en çok ürünün sürümü (pazarlanması ve dağıtılması) sırasında gösterir. Bunu aşağıda, “Basım-Dağıtım” başlığı altında ele alacağız... Üretim aşamasında gereksinilen saltık yalnızlık, yazarı / ozanı gündelik somut yaşamın berisinde bırakır. Bu da bir tür fizikötesidir. Buna, ‘yazarın fizikötesi’ denilebilir. Bu fizikötesinin başat niteliği, bir eğretilme evreni olmasıdır. Herhangi bir yazılı ürünü ‘yazın dışı’ ürünlerin sıradanlığından çıkarıp ‘yazınsal’ kılan başat etmenlerden biri

de işte bu 'eğretileneli' yanındır. Bu yan, o ürüne 'biricik' olma niteliğini ya da ayrıcalığını veren yanlardan en önemlisidir (Uygur, 1985: 27-39).

Burada kullandığımız 'eğretileneli' sözcüğünü yalnızca bir sözbilim terimi olarak değerlendirmemeliyiz. Buradaki anlamıyla, eğretileneli, bir sözbilim terimi olma niteliğinin yanında, o anlamı da içine alan bir anlamlandırma evrenini gösterir. Bu evren, yazın üreticisinin dikey [paradigmatik / metaforik] benliğidir. Buna 'yazın üreticisinin değişmeceler (*mecaz*) evreni' ya da 'değişmeceler dizgesi' de denilebilir.

Değişmeceler dizgesi (*mecaz sistemi*), yazardan yazara değişimler gösterir. O dizgeler, yazın üreticilerini birbirlerinden ayırt ettiren çok özel alanlarını, başka bir deyişle 'kimliklerini' oluştururlar. Bu özellik, bir üreticinin başka bir üreticiden aldıklarının 'çalıntı' mı, 'alıntı' mı olduğunu da ele verir. Söz konusu olanın bir 'öykünme' mi, bir 'esinlenme' mi yoksa 'iyeliğine geçirme' mi olduğunu da bu dizgelerden yola çıkarak ortaya koyma olanağı vardır.

Yazında, her üreticinin özgünlüğü olmalıdır. Yazınsal özgünlük, yukarıda kullandığımız sözcüklerle söylersek, yazın üreticisinin dikey benliğinden, sanatçı kimliğini belirleyen değişmeceler evreninden ileri gelir. Bunlar, bir yazın yaratıcının yazın dışı yazılardan ayıran özelliklerdir. Ama buna bir de, bir yazınsal ürünü öbür yazınsal ürünlerden ayırt etme çabası eklenirse, başvurulması gereken deneklerin / ölçütlerin başında gene bunlar gelir, yani dikey eksenlerin karşılaştırılması gelir.

Bu tür yazınsal karşılaştırma çalışmalarında 'özgün ürün' (*orijinal ürün*) ile 'öykünü ürün' (*taklit ürünü*) arasındaki özdeşlikler, benzerlikler ve yakınlıklar çeşitli öğelerde aranır. Bunlar daha çok, sözcükler / sözcükler, imgeler [eğretileneler, düz-değişmeceler (*mecaz-ı mürsel*) , benzetmeler], biçem, vb. **değişbilimsel** (*stilistik*) özellikler olduğu gibi, işlenen konu, izlek, bakış açısı, ele alma ve işleme biçimi, vb. **öğretisel** (*ideolojik / doktrinal*) özelliklerdir de.

Hiç kuşkusuz, ne deyişbilim ne de öğreti herhangi bir bireyin ya da kurumun tekindedir. Bunlar insanlığın ortak değerlerindedir. İnsanlığın ortak değerlerinden herkesin özgürce yararlanma hakkı vardır. Ama özgürce yararlanma, başkalarının bu ortak değerlere yaslanarak yarattığı özgün ürünlerini yağmalama hakkını kimseye vermez. Özgün bir buluştan yararlanma, o buluşu insanlığa sunan yaratıcı bireyden ya da kurumdan doğrudan ya da dolaylı olarak olur almakla olanaklıdır. Doğrudan olur almak, yaratıcı yazarın onayını almak demektir. Dolaylı olur ise, yaratıcı yazarın adını ve özgün ürününü anmak anlamına gelir.

Çeşitli sanayi kuruluşları özgün ürünlerinin buluş haklarını güvence altına almak için tüzel kuruluşlara (örneğin Türk Standartları Enstitüsü) başvurmakta ve "patent" / "lisans" adı verilen belgeler almaktadırlar. Bu belgeler, söz konusu buluşun iyesini kütüğe geçirmekle kalmamakta, o buluşu yağmalayarak haksız kazanç yoluna gitmeye kalkışanları da olabildiğince engellemeyi sağlamaktadır. Bu önlemlere karşın sanayi ürünü tüketim nesnelere yağmalanmalarının önüne tümüyle geçilemediği bir gerçektir. Bu da tutumsal alanda her türlü yağmacılığa az çok her kesimde, her kolda rastlandığını gösterir. Ancak, bu tür yağmacılıkların, gelişmekte olan Doğu ülkelerine göre gelişmiş Batı ülkelerinde daha az görüldüğü de bilinen bir olgudur. Bu olgu, tüzel denetimlerin sıkı uygulanmasıyla ve cezalandırmaların ağır yaptırımlar biçiminde gerçekleştirilmeleriyle sağlanabildiği gibi, üreticilerin çoğunun "yaratıcılık hakkına saygı" bilincini içselleştirmiş olmalarıyla da açıklanabilir.

Bununla birlikte, "serbest piyasa ekonomisi" adı verilen ve özellikle 1980'den sonra dünya çapında uygulamaya konulan tutumsal yeni düzen, "yaratıcılık hakkına saygı" anlayışını da -kimi kez örtük biçimde de olsa- ortadan kaldırmak isteyenlere destek vermekte, "işini bilen" kişi ve kurumları yağmacılık yapmaları yönünde bir anlamda özendirilmektedir. Yalnızca bu da değil; söz konusu yeni düzen, "özelleştirme" yoluyla toplumun ortak tutumsal değerlerinin de yağmalanarak özel kişilere, özel kurumlara aktarılmasını IMF, Dünya Bankası, vb. uluslararası anamalcı kurumlar aracılığıyla dayatmaktadır. Kısacası, güçlü olan, "işini bilen" herkes, her

kurum yağmalama, sömürme ve sömürgeleştirme özgürlüğüne (!) sonsuzcasına kavuşmuş olmaktadır.

Bu yağmalama özgürlüğü doğal olarak her alanda egemenliğini sürdürmektedir. Yazın ve sanat ürünlerinin bu talandan başışık kalacaklarını ummak için somut tutumsal yaşamın oldukça berisinde kalmak gerekir. Gerçek anlamda yaratıcı yazın üreticisi olan bir yazar ya da bir ozan, genel olarak işte bu konumda bulunur, daha açık bir deyişle somut tutumsal düzenin berisinde yer alır. Gene de, yaratıcı yazarın, o büyük talanı, sömürüyü hiç görmemesi, tutumsal çarkın işleyiş biçimini hiç ayırt edememesi düşünülemez. Ne var ki, yalnız başına çalışan bir üretici olarak o, olumsuz gidişi durdurabilme gücünden doğal olarak yoksundur. Özellikle de “serbest piyasa ekonomisi” düzeninde, bu böyledir. Bu düzen, sözcüğün her anlamıyla “tüketici” bir düzendir.

Tüketim düzeni, tüketim nesnelere kalıcı olmamalarından beslenir. Yoksa bu çarkı döndürmenin olanağı yoktur. Bu koşulu sağlayabilmek için her şeyin tüketim nesnesine dönüştürülmesi gerekir. Bu nedenle yazın ve sanat ürünleri de dönüştürme sürecine girerler, böylece onlar da tüketilecek birer nesne konumuna getirilirler. Oysa gerçek bir yazın ya da sanat yapıtı, tükenen bir nesne değildir; tersine, bir yazın ya da sanat yapıtını gerçek bir ekinsel ürün (*kültürel ürün*) kılan özellik, onun kalıcılığında gizlidir. Tıpkı bir tablonun, bir yontunun, bir yapının kuşaktan kuşağa aktarılması gibi, bir yazın yapıtı da kuşaktan kuşağa aktarılır. Bu aktarımda etken olan temel güdü, ekinsel bir değeri koruma ve onları gelecek kuşaklara aktararak gelecek kuşakları o ürünlerle besleyip biçimlendirme güdüsüdür. Çünkü yazımsal yapıt değeri taşıyan bu yaratımlar, bir doğa ürünü olan insanı, ekinsel bakımdan insanlaştıran asal ürünlerdendir.

Ancak ekin de, dönemin baskın durumdaki öğretisel / siyasal koşullandırmalarının biçimlendirici etkilerinden tümüyle bağımsız değildir. Yazın da, bir ekin ürünü olarak bu tür tarihsel etkilerin izlerini taşır. Dönemin yönlendirici öğretisi, yazın yapıtının biçimini de içeriğini de yaygın biçimde belirler. Yaygın biçimde belirlenir, çünkü yaratıcı yazın üreticilerinin büyük bölümü bu belirlemeye uyar ya da uymaya çalışır.

Üretim bu aşamasında üretici yazarın ya da ozanın yaradılış özelliği ile tarihsel-toplumsal yönlendirici öğretisi arasında çakışma da olabilir, çatışma da olabilir. Çakışma olursa, üretici yazar açısından bir sorun olmaz; ürünü sürüm ve tüketim aşamalarında herhangi bir güçlükle karşılaşmaz. Çağın gereklerine, isterlerine uygun çatılmış kötü ürünler bile dönemin kendine özgü pazarında beğeniyle karşılanır, alıcı bulur, övgü toplar.

Sorun, üreticinin sanatçı yaradılışı ile dönemin egemen öğretisi birbirine uymazsa bir süreliğine yaşanır. Değeri yaşarken anlaşılma sanatçılar, yazarlar bir bakıma bu türden yaratıcılardır. Tarihsel büyük gelişimin yönü belli olmakla birlikte, düşüncüler, öğretiler tıpkı mevsimler gibi birbirlerinin yerlerine geçerek döngüsel çevrimler çizerler. Dolayısıyla çağın anlayışına uymayan, çağın beğenisine yanıt vermeyen iyi yapıtların gözde olacakları çağlar kesinlikle gelir. Yeter ki yapıtın yazımsal niteliği türünün temel ölçütlerine uygun olsun.

Günümüzün çok satan romanları, benimsetilmeye çalışılan günümüz şiir anlayışı, toplumcu-gerçekçi ve / ya da eleştirel-gerçekçi yapıtların gözde olduğu 1960'lı, 1970'li yıllarda üretilmiş olsalardı ne dağıtıcı bulabilirdiler ne de tüketici. Bugün, benzer durum, mevsimini 1980'den beri yitirmiş gibi görünen toplumcu-gerçekçi ürünler için söz konusudur; bu ürünler otuz yıldan bu yana etkin bir dağıtım ağından ve tutkulu bir tüketici topluluğundan yoksundur. 1980'den beri sürmekte olan şimdiki mevsim, “gizemci” ve “küreselleşmeci” iklime uygun ürünler vermektedir. 1980 öncesinin ürünlerini örnekseyen günümüz yazarlarının ürünleri: a.) sera üretimi ürünlerin tadındaki kekremsiliği -şimdilik- taşıyor, b.) günümüzün egemen öğretisinin izlerini -örtük biçimde- taşıyor. Başka bir deyişle, 1980 öncesinin öğretisini benimseyen düşünün, o öğretiyi sürdürdüğünü sanan günümüzün kimi top-

lumcu yazarları, kimi ozanları, içinde buldukları 1980 sonrası döneminin egemen öğretisinin belli başlı izleklerini, ayırımına varmaksızın yapıtlarında işlemektedirler.

Bütün bunlar, yazınsal yapıtların üretilmeleri sırasında belirginlik kazanan yaratım süreçleridir. Bu süreçlerin başat ögesi olan yazar, özgün bir ürün verir. Özgün bir ürün, biricik bir üründür, benzerlerine benzemez. Ama tutumsal düzen içinde, benzerleriyle birlikte pazarlanır.

### Sürüm: Basım-Dağıtım

Yazınsal ürünler de öbür ürünler gibi pazarlanır, onlar da dağıtım sürecine girerler. Süreç, tarım ve sanayi ürünleri için nasıl işliyorsa yazınsal ürünler için de benzer biçimde işler. Bu süreç, ürünün üreticilerden alınıp -her ürüne özgü, çeşitli işlemlerden geçirilerek tüketiciye ulaştırılmasından başka bir şey değildir. Bu aşamada işe karışan bileşen, kısaca "aracı kurum" denilen kuruluşlar topluluğudur. Anamalcı düzende aracı kurumun asal ereği "kâr" elde etmektir. İkincil erekler, toplumun gereksinmelerini karşılamak biçiminde özetlenebilir.

Tutumbilimin bu işleyiş biçimi hiç kuşkusuz büyük boyutlu anamalcı düzenin işleyiş biçimidir. Küçük ve kapalı tutumsal düzenlerde üretici ile tüketici arsında aracı kurum olmaz. Geniş anlamda her türlü yayıncılık, dar anlamda yazın yayıncılığı büyük ölçekli anamalcı düzenin işleyişine girer: Yazınsal ürün üreticiden (yazar ya da ozan) alınır, çeşitli özel işlemlerden geçirilir ve ülkenin her yanındaki tüketicilere (okurlara) iletilir. Kimi aracı kurumlar da söz konusu ürünleri yurtdışında pazarlar.

Yayıncılığın büyük ölçekli tutumsal işleyişe geçmesi, yazılı ürünlerin çoğaltılmalarının olanaklı olmasıyla sağlanabilmiştir. Bu da anımsanacağı gibi ilk basımevinin 1444'te Gutenberg'ce kurulup basılı ilk ürünün 1446'da verilmesinden sonraki yıllarda olmuştur. Gene anımsanacağı gibi Batı Avrupa Rönesans'ını başlatan etmenlerden biri de basımevinin kurulmasıdır. Basımevi demek, üretim evi demektir. Uzun yıllar küçük ölçekli birer işlik konumunda iş gören basımevleri, gitgide büyük ölçekli kuruluşlara evrimleşerek tıfdruk, ofset, vb. basım uygulamalarına geçmişlerdir.

Batı Avrupa'da basımcılığın olanaklarından yararlanılarak on altıncı ve on yedinci yüzyıllarda basılan ürünler dinsel betikler, bilimsel / düşünsel yapıtlar, şiir ve tiyatro oyunlarıdır. On sekizinci yüzyılda gazeteciliğin ve ansiklopediciliğin ortaya çıkması basımcılığın tutumsal ölçeğini daha da büyüttüştür. On sekizinci yüzyıl, Fransa'da "aydınlanma yüzüylü" ya da "düşünürler yüzüylü" olarak adlandırılır. Ama bu "Fransız yüzüylü", yalnızca Fransa'yla sınırlı kalmamış, Batı Avrupa'nın öteki ülkelerini de etkilemiştir. "1789 Fransız Devrimi" ya da öbür adıyla "Burjuva Devrimi", yüzyıllar süren bir sınıf savaşımının önemli bir dönemecidir. Bu devrimin ilkeleri az ya da çok, er ya da geç dünyanın belli başlı bütün ülkelerine basın-yayın yoluyla ulaşmıştır.

Bu ilkeler her şeyden önce burjuva sınıfının belirlediği ve savunduğu ilkelerdir. Bu ilkeler, tutumsal bakımdan anamalcı, siyasal bakımdan ulusalcı, dinsel bakımdan laik, toplumsal bakımdan özgürlükçü (liberal) bir rejim öngörür. Akçasal üstünlüğü daha önceki yüzyıllarda ele geçirmiş olan burjuva sınıfı, tutumbilimsel alanın başat egemeni durumuna geldikten sonra siyasal erki de iyeliğine geçirmiştir. Böylece toplumsal düzende ki alanın egemeni artık burjuvalar olmuştur, daha doğrusu burjuva sınıfı olmuştur.

Burjuva sınıfı, üretim, sürüm ve tüketim süreçlerini anamalcı tutumbilimin gereklerine uygun olarak belirler. Birincil gerek, yukarıda değindiğimiz gibi, "kâr" elde etmektir. Yazılı ürünlerin basılıp dağıtılmaları da bu birincil gereğin itkisiyle gerçekleşen eylemlerdir. Söz konusu olan yazınsal yaratımlar olunca, ürünün türü ve içeriği de önem kazanabilir. Örneğin on yedinci yüzyılda "tragedya" ve "komedyaya" türünden ürünler daha çok basılırken, on sekizinci yüzyılda düşünsel / bilimsel ürünlerin yayımlanmaları öncelik kazanmıştır. On dokuzuncu yüzyılda güçlü biçimde ortaya çıkıp önem kazanan roman, burjuva sınıfının da yazınsal türü olarak yayıncılıkta ilk sırayı almıştır.

Romanın ilk sırayı alması rastlantısal değildir kuşkusuz. Çünkü romanın öznesi burjuva, romanın konusu burjuvanın serüveni, romanın okuru da burjuvadır. Akçasal bakımdan bir ölçüde güçlenmiş küçük burjuva, kendisinin ya da türdeşinin serüvenini işleyen roman, vb. ürünleri satın alabilecek duruma gelmiştir. Gönenci daha da artmış olan büyük burjuva ise bu zevkin ötesine geçerek resim, vb. plastik sanat ürünlerinin de alınıp satılmalarına etkin biçimde girebilecek konuma yükselmiştir. Kısacası, burjuva sınıfı kendisini güdümlenen tecimen (*merkantilist, tüccar*) anlayışıyla neredeyse her şeyi alınıp satılacak birer nesne, birer ürün olarak değerlendirir (Marx & Engels, 1971: 37-43).

Ürünleri tecimence değerlendirme tutumu, anamalcı düzenin doğal bir anlayışıdır. Dolayısıyla yazın yapıtlarının üretilip dağıtılmalarında izlenen işlemleri de bu anlayış doğrultusunda irdelemek gerekir. Çünkü burjuva sınıfının siyasal ve tutumsal öğretisi bu yönde işler.

Ancak, bu öğretinin karşıtı olan siyasal öğretiler de yazınsal yapıtların üretim ve dağıtımlarını kendi gereklerine göre biçimlendirmek isterler. Örneğin V. İ. Lenin 13 Kasım 1905'te yayımlanan "Parti Örgütü ve Parti Edebiyatı" başlıklı yazısında, ilerde Sovyetler Birliği adını alacak olan toplumcu devlet düzeninde, yazınsal ve sanatsal her türlü etkinliğin "Partinin öğretisi" doğrultusunda üretilip dağıtımına sokulmasından yana olduğunu belirtir. Lenin şunları yazar: "Yazarlar kesinlikle parti örgütüne katılmalıdır. Yayınevleri, depolar, dükkânlar, okuma salonları, kütüphaneler ve çeşitli kitapevleri parti denetiminde girişimler olmalıdır. Örgütlü sosyalist proletarya bütün bu etkinliği gözlemeli, derinlemesine denetlemelidir" (Lenin, 2008: 30). Herhangi bir ek açıklamaya gerek duymayacak denli büyük bir açıklıkla dile getirilmiş bu görüşe göre, yayıncılığın bütün süreçleri ve alt kuruluşları (yayınevleri, depolar, dükkânlar, vb.) baskın öğretinin birer aracı durumuna getirilmiş olacaktır.

Mustafa Kemal Atatürk de yazın ve sanatın toplumsal işlevi üzerinde çok durmuş, Sadi Borak'ın deyişiyle "edebiyatın toplumun yüceltilmesi yönünde kullanılmasını istemiştir" (Borak, 2004: 68). Atatürk'ün anlayışına göre toplumun yazın yoluyla yüceltilmesinden ilk anlaşılması gereken, Türk ulusunun büyüklüğünü, yiğitliğini, Türklerin yaradılışlarındaki yetenekleri, tinsel yüceltikleri işleyip daha da güçlendirmek ve yaymaktır. Atatürk, okullardaki yazın derslerinden öğrencilerin nasıl yararlanmaları gerektiğini şu tümceyle de dile getirmiştir: "Türk kafalarındaki kabiliyetleri, Türk karakterindeki sağlamlıkları, Türk duygularındaki yükseklik ve genişlikleri, kendilerini hiç zorlamadan, natürel bir tarzda ve olduğu gibi ifadeye onları [öğrencileri] alıştırmak" (Borak, 2004: 67). Atatürk'ün yazın ve yazınbilim konusunda Milli Eğitim Bakanlığınca belirlenip uygulanmasını istediği izlenice, ulusalcı bir yaklaşımın ürünüdür, bu da Lenin'in "uluslararası kültür" anlayışının karşıtıdır. Lenin 1913 Kasımında yayımlanan makalesinde şunları söylüyor: "Ulusal kültür sloganı, (...) bir burjuva aldatmacasıdır. Bizim sloganımız, demokratizmin ve dünya işçi hareketinin uluslararası kültürüdür" (Lenin, 2008: 102).

Bu demeçlerden, bu siyasal söylemlerden konumuz bağlamında çıkarılması gereken şudur: Yazın da bir toplumsal kurum olarak egemen öğretinin -açık ya da örtük- bir taşıyıcısı ve yayıcısıdır. Batı demokrasilerinde övgüsü bolca düzülen "girişim özgürlüğü" ve "liberal anlayış" da bu çıkarsamanın dışında değildir. Liberal anlayışın çekirdek kavramı "kâr" olduğu için, yazınsal türlerin, yazınsal ürünlerin "kâr" getirenleri hangileriyse o yönlere yatırım yapılacağı açıktır.

Liberal tutumbilimin anakarası ABD'de, bu hep böyledir. Yazın yapıtlarının üretimlerini ve sunumlarını belirleyen, "piyasa" koşullarıdır. Şu tümceleri okuyalım: "(...) Amerika'da ise, kültürel oluş, sosyal ve ekonomik yapı ve ideoloji, tiyatroyu da etkilemiştir. Amerikalı için tiyatro ticarettir. 'Theatre is business'. Önce para kazanması gerekir tiyatronun, sanat sonra gelir" (Krippendorff, 1966: 96). Ekkehart Krippendorff, Broadway'de bir "iş" olarak algılanan tiyatro ortamında oyun yazarlarının ve oyuncuların yaşadıkları güldürücü ama acıklı saçmalıkları sergilediği, 1963 yılında yayımlandığı anlaşılan "Sanat ve Ticaret" başlıklı yazısını şu tümceyle bitirir:

“Bütün bunların nedeni de piyasanın koşullarıdır” (Krippendorff, 1966: 99). Bu sonuç tümcesinden çıkarsanabilecek vargı şudur: Liberal-özgür düzenin öğretisi, “serbest piyasaya” neyi gerektiriyorsa, odur.

Serbest piyasa terimi, günümüzün kutsallaştırılmış kavramlarından biridir. Çünkü ABD için geçerli olan her şey, ABD’nin çekim alanındaki ülkeler için de büyük ölçüde geçerlidir. Bununla birlikte, tarihsel bakımdan önemli geçmişleri olan ülkelere, ABD toplumunca yeter ölçüde içselleştirilmemiş başka değerleri de vardır. Bu ülkelerde, ilericiyle tutucular ve / ya da gericiiler arasında baştan beri süregelen güç kavgaları bitecek değildir. Bu kavga yalnızca tutumsal alana özgü değildir; kavga, toplumsal yaşamın her alanında sürmektedir. Dil, yazın, ekin anlayışları ve ürünleri de bu kavgaının nesnelere dir. Türkiye bu tür güç kavgalarının somut biçimde ve sürekli yaşadığı örnek ülkelerden biridir.

Türkiye Cumhuriyeti, Kemalist ilkeler doğrultusunda 1923’te kurulmuştur. Devletin kurucu önderi, dil ve yazın konularını da -yukarıda değindiğimiz gibi- ullaştırmacı, daha doğrusu halkçı bir anlayışla tabana yayma ülküsünü yaşama geçirmeye önem vermiştir. Öyle ki, ölümünden hemen önce kaleme aldığı vasiyet belgesinde kalıtının bir bölümünü Türk Dil Kurumu ile Türk Tarih Kurumu arasında üleştirerek bu kurumların bağımsız varlıklarını sürdürmelerini istemiştir. Ama 1923 Cumhuriyet Devrimine indirilen en büyük darbe olan 12 Eylül 1980 karşıdevrimi Atatürk’ün vasiyetini hiçe sayarak söz konusu iki kurumu tersine dönüştürmüş ve Atatürk’ün parasını devrimin karşıtlarına -en azından, devrimin pek de yandaşı olmayanlara- sunmuştur.

O yıldan beri Türkiye’de yalnızca dil değil, yazın ürünleri de nitelik değiştirmiştir. 1980 sonrasının başbakanı Turgut Özal Red Kit, Tommiks okuyup gençliğin yazınsal beğenisini kolaylaştırarak onu yeni baştan belirlemiştir. O dönemin tutumsal anlayışı ile önerilen yazın anlayışı arasında koşutluk vardır: iş bilir olmak ve köşeyi kolayca dönmek.

Günümüzün gizemci ve küreselleşmeci yazınsal ortamı o dönemin bir sonucudur. Anamalcı düzenin karşıtı olan yazarlar ve ozanlar “kartel medyası” adı verilen yayın kuruluşlarına girememekte “Sanat tarihimizde, yönetenlerce ‘sakıncalı’ görülüp yoğun baskılara uğrayan birçok sanatçının, aynı zamanda ‘sol’ etiketli birtakım yayınevi sahipleri ve köşebaşı dükahlıklarında kalem oynatan ilerici (!) sermaye noterleri tarafından sürekli sansüre uğratıldığı, antolojilerden dışlandığı, on yıllar boyunca adlarının unutturulmak ve sanat tarihçelerinden bile silinmek istendiği araştırılan gözlelere sır değildir.” Sanat Cephesi Bildirgesi, iç: *Sanat Cephesi* (Sosyalist Gerçekçi Sanat Dergisi), sayı:1, Eylül 2009., ama kendilerinin de eleştirdikleri düzence duygusal bakımdan deşirildiklerinin ayırımına varamamaktadırlar *Sanat Cephesi* nin (Sosyalist Gerçekçi Sanat Dergisi) yazarları ve ozanları, derginin birinci sayısında, ilginç şiir ve yazılarla kendi dönüşümlerini de ele vermektedir. . Başka bir deyişle, tutumsal yeni düzen, kendisine en çok karşı çıkarmış görünen kesimin bir bölümünü de canlı canlı yutmuş ve çöktan sindirmiştir.

1980 sonrasının tutumsal düzenine karşı çıkanların başka bir bölümü, günümüzün çok satan yazınsal ürünlerinden yola çıkarak nesnel bir durum belirlemesi yapmaya çalışmakta, dolayısıyla daha usçu davranmaktadır. Forbes dergisinden alıntılanan bir bilgiye göre, Ocak 2008 – Ağustos 2009 döneminde ürünleri en çok satılan yazarlar satış büyüklüklerine göre şöyle sıralanmaktadır: Elif Şafak, Turgut Özakman, Ayşe Kulin, Orhan Pamuk, Canan Tan. Başka bir sayfada, kitapları en çok okunan yazarlara bakarak ülkenin yazınsal durumuna ilişkin bir yargıda bulunabileceğinin iyi bir örneğini Tahsin Yücel vermektedir Tahsin Yücel, kendisine yöneltilen, “Ülkemizde, sosyal adaletsizlik bu kadar derinleşmişken, bitmeyen bir kriz söz konusuyken, neden herhangi bir isyan dalgası doğmuyor?” sorusuna verdiği yanıtta, “Aydınların, sanatçıların sessizliğine gelince, bu konuda da gazetelerimizin kitap eklerindeki ‘en çok okunan kitaplar’ dizelgesine bakarak tutarlı bir sonuca varabilirsiniz”, demektedir. Bkz. *Sanat Cephesi*, sayı 34, Aralık 2009. [Açıklama: 2009’un son

çeyreğinde, *Sanat Cephesi* adıyla yayımlanan iki ayrı dergi var.] . Çünkü yazın tutumbilimi alanında da, üretim, sürüm ve tüketim süreçleri birbirlerinden bağımsız etkinliklerden oluşmaz.

### Tüketim

Tüketim süreci, tutumsal işleyişin son aşamasını oluşturur. Bu aşama kendinden önceki basım-dağıtım aşamasının doğal bir uzantısıdır. Basım-dağıtım süreci, öncesi olmayan, nedensiz, kendiliğinden oluşmuş rastlantısal bir etkinlikler toplumu olmadığı gibi, sonrası olmayan, amaçsız, ereksiz, rasgele bir savurganlık dağılımı da değildir. Bu, tutumbilimin özüne aykırıdır. Asal olarak dengeli bir etkileşimler ağı olan tutumbilimin sonsuz özgürlükler içinde işlemediğini anımsamak gerekir.

Yazınsal ürünlerin satın alınarak tüketilmeleri de bireylerin sonsuz özgürlükler içinde gerçekleştirdikleri edimlerden değildir. İnsanın kendi kendini özgürce yarattığını ileri süren varoluşçuluk bile, açıklamalarında, özgür insanın kendini yaratma sürecinde kendine birtakım örnekçeler (*modeller*) seçtiğini yadsımaz. Bireylerin tinsel varoluşlarının yapılandırılmasında yazınsal yapıtlar özgün ve seçkin birer örnekçe oluştururlar.

Ola ki bundandır, yazınsal yapıtlar gelenekçi çevrelerce tekensiz ürünler gibi algılanabilmişlerdir. Örneğin, kadınların yazınsal yapıtları tutkuyla okumalarının onlarda “bovarizm” adı verilen birtakım ruhsal sayrılıklara yol açtığı ileri sürülebilmiştir (Coulangeon, 2005: 36). Yazınsal yapıtların yalnızca kadınları değil, işçi sınıfını da ayartıp onlara 1848 Fransız devrimini yaptırarak denli baştan çıkarıcı, toplumsal düzeni bozucu etkileri olduğu savlanmıştır (Coulangeon, 2005: 36).

Yazın ürünlerinin basılıp dağıtılması işiyle uğraşan kesim de ülkenin tutumbilimsel düzeninin yadsınmaz bir ögesidir. Buna karşın, bu önemli tutumbilimsel ögenin toplumsal düzeni bozacağı kaygısı yaşanmıştır. Bu bağlamda, söz konusu bakış açısına göre toplumsal düzeni kimlerin bozabileceği de açığa çıkmış olmaktadır. Bunlar emekçiler ve kadınlardır. Emekçi teriminin sınırları genişletilirse içine öğretmenler, öğretim üyeleri, öğrenciler, kamu kesimi çalışanları, emeğiyle geçinen aydınlar, sanatçılar, avukatlar, doktorlar ve benzerleri girerler. Bu toplumsal tabaka küçük burjuva katmandır.

Dolayısıyla burjuva sınıfı içinde bir toplumsal tabakalaşma oluşmaktadır: büyük burjuvalar ile küçük burjuvalar. Büyük burjuva tabaka, büyük sanayi kuruluşlarının, büyük sigorta şirketlerinin, geniş ölçekli tecimen örgütlerin, vb. özel kesimin iyelerinden ve üst düzey yöneticilerinden oluşur. Toplumun en varsıl katmanını oluşturan bu kesimin üyeleri kendilerine daha az zaman harcatan ama daha pahalı toplumsal-sanatsal etkinliklere (tenis, golf, tiyatro, bale, kulüp arkadaşlıkları, vb.) katılırlar (Coulangeon, 2005: 38). Küçük burjuva tabakanın üyeleri, akçasal olanaklarının da kısıtlı olması nedeniyle görece ucuz olan ama daha çok zaman alan ekinsel ürünleri satın alırlar. Kitap bu ürünlerin başında gelir.

Kitabın bir özelliği de bireyi toplumsal çevresinden soyutlamasında belirir. Metrolarda, trenlerde, otobüslerde yol boyunca kitap okuyan [Okuyormuş gibi görünen!] Batılı bireylerin çokluğundan hayranlıkla söz edilir. Batı Avrupa ülkelerinde bulunduğumuz sıralarda bu yönde dikkatimizi çekecek ölçüye varan yoğun okumalara, tutkulu okurların varlığına tanık olduğumuzu söyleyemeyeceğiz. Ancak, Batılı romanlarda kimi kez okuduğumuz bir olgudur bu: Birey, toplumsal çevresinden kendisini soyutlamak için sığınılacak bir nesne görevi yükler kitaba.

Her şeye karşın kitabın en büyük tüketicisi (satın alıcısı) küçük burjuva tabakanın üyeleridir her zaman. Dolayısıyla yeniliklere, öncü yazına, yeni düşüncelere, özgün görüşlere, ayırsız önerilere çoğu kez daha açık olan ya da olması gereken kesim, bu kesimdir. Yazınsal ürünlerin okurlara sağladığı imgelem varsılığı, betimlediği yaşantı çeşitliliği bu kesimin üyelerindeki yaratıcılığı kışkırtan önemli birer dürtüdür Bu konuda Lenin’in yargılarının çok sert, keskin, önyargılı ve basmakalıp



olduğunu düşünürüz. Lenin şöyle diyor: “tam bir burjuva, üstelik de miyop, dar görüşlü, ufuksuz bir burjuva, yani bir küçük burjuva”. Lenin’in Rusya ve Ukrayna köylüsü için söyledikleri, genel olarak köylü çoğunluğunu da çağrıştırmaktadır: “dar görüşlü, gelenekçi, doğduğu yerden hiç çıkmamış, korkunç derecede cahil” : Lenin, *Edebiyat ve Sanat Üzerine*, s.111. Lenin küçük burjuva tabaka ile köylüleri bu biçimde yargılarken üstünlüğü ve öncülüğü işçi sınıfına vermektedir. Oysa fabrika ve tarım işçilerinin ezici çoğunluğunun kitap tutkunu olmadığı, özellikle yazın tutkunu olmadığı bilinmeyen bir gerçek değildir... Yılmaz Güney’in el yazısıyla yazdığı günlüğünün bir bölümünü Vedat Günyol’dan edinmiştik. Yılmaz Güney, günlüğünde, Vedat Günyol’un çıkardığı sanat ve yazın dergisi *Yeni Ufuklar*’ı işçi mahallelerinde satmaya çalıştığından, ama hiç kimsenin dergiyi satın almadığından -biraz da şaşırarak- söz etmekteydi. Bu şaşkınlığı, işçi sınıfını ülküleştirmenin, yüceltmenin yol açtığı yanıl-samadan birdenbire ayrılmış olması yaratmış olmalıdır. . On sekizinci yüzyılın, yani Aydınlanma Çağının düşünürlerinin (Voltaire, Diderot, J.J. Rousseau, vö.) birer burjuva düşünürü olduklarını, açık görüşleriyle çeşitli bağnazlıkların, özellikle dinsel bağnazlığın karşısına yürekli çıkmış olduklarını tarihsel koşulları da göz ardı etmeksizin anımsamalıyız.

Bununla birlikte, bağnazlığın geriletilmesinde etken olan yapıtlar yalnızca düşünbilim, toplumbilim ve tutumbilim ürünleri değildir. Yazınsal yapıtlar, kalıplaşmış yargıların, önyargıların aşılmasında önemi yadsınmayacak işlevler üstlenirler. Yazınsal yapıtların okurları, yapıtlardaki anlatı kişilerinin yaşantılarına içerden tanık oldukları için, yazın okuru olmayan kişilere göre çoğu kez daha anlayışlı ve hoşgörülü kişilerdir. Yazınsal yapıtlar -öbür sanat yapıtları gibi- imgelemi besleyen yaratımlardır, onların bu özelliği okurun yaratıcı gücünü kıskırtır, ona yaratım ve çözüm seçenekleri sunar. Yazınsal yapıtlar, okurun duyarlılığını inceltir, bu da daha insanca bir dünyanın kurulmasında işe yarar.

İş, yazınsal yapıtı seçme becerisine kalmaktadır. Her okur doğal olarak kendi yaradılışına uygun bir ürün seçmek isteyecektir. Ne var ki, yukarıda da değinildiği gibi, tüketici olarak okurun özgürlüğü sonsuz değil, sınırlıdır. Okurun seçimini etkileyen çeşitli etmenler vardır. Toplumsal çevre bu etmenlerden biridir. Toplumsal çevre iki türdür: yakın (dar) çevre, uzak (geniş) çevre. Yakın çevre arkadaşlardan, tanışlardan oluşur. Uzak çevre, yazınsal ürünleri izleyen ve o ürünler üzerine değerlendirmeler yapanlardan, eleştirilerden, duyurulardan, reklâmlardan oluşur.

Bunların dışında okurun seçimini etkileyen en önemli öge, yayinevidir. Okurluk bilinci gelişmiş bir alıcı, satın alacağı ürünün hangi yayinevinin ürünü olduğuna kesinlikle bakar. Çünkü bir yayinevi herhangi bir yazınsal yapıtı kendi özgün kapağının içine alıp ona kendi damgasını vurmadıkça yazınsal yapıtın “ürün” olma değeri yoktur. Yayinevinin akçasal gücü ve niteliği ile yayımladığı yazınsal yapıtın niteliği arasında doğru orantılı bir ilişki vardır. Yayinevinin akçasal gücünün yüksekliği, yayinevine büyük olanaklar sunar. Bu olanakların başında, genel yazman (editör) kadrosu gelir (Efeoğlu, 2004: 20-22). Ülkedeki ve dünyanın belli başlı ülke-lerindeki yazınsal etkinlikleri iyi izleyen yüksek nitelikli yazmanlar kadrosu yalnızca yayinevinin değil, görev yaptıkları ülkenin yazınsal düzeyini de yükseltir (Duras, 2004: 119-123). Bu da işe önemlice bir kaynak ayırmayı gerektirir. Çünkü sayfa düze-ninden grafiğe, dizgiden düzeltiye, ciltten tanıtıma değin bir dizi titiz uğraş, iyi ürün çıkarmak için gereklidir. Okur adı verilen genel tüketici bu uğraşları kimi kez ayırma varmaksızın değerlendirebilir. Ama yazın okuru çoğu kez ayırma vararak değerlendirmelerde bulunur. Değerlendirme yapmanın bu sonuncu çeşidi, yazın okurunu öbür okurlardan ayıran önemli bir ayırıştır. Dolayısıyla yayinevinin yayın çizgisini ve yayınların niteliğini belirleyen asal öğelerden biri, büyük ölçüde okurlardır. Okurlar, yayinevinin izlediği yayın politikasını ve yazınsal yayınların türlerine, biçimlerine, niteliklerine değer biçen gerçek kişilerdir. Bu kişiler bir okur topluluğu, bir okur kesimi oluştururlar. Bu kesimin yargıları da varlıkları gibidir, sanal değil, gerçektir.

Yayınevlerinin tüketici kesimleri az çok bellidir. Yayınevi okur sayısını artırmak, daha çok tüketiciye ürün satmak için ülke genelindeki okur çoğunluğunun yazınsal beğenisini göz önünde bulundurduğunda iyi yazınsal ürün ile iyi olmayan yazınsal ürün arasında çelişkin kararlar vermek durumunda kalabilmektedir. Yazınsal değerleri tartışılabilir, kalıcılıkları olmayan ama kolay tüketilebilen, günün beğenisine uygun ürünler iyi sayılabilecek bir satış düzeyine ulaşırken, nice değerli yazınsal yapıt -reklamı, duyurusu da yeterince yapılmamışsa- tüketicinin ilgisinden yoksun kalabilmektedir “Böyle şeyler açıklanmaz, ayıp olur! Üstelik de uzun süredir Cumhuriyet Yayınları’nda çıkıyor yeni, eski kitaplarım... Her biri kaç tane basılıyor dersiniz? Utaç vericidir bunun yanıtını vermek! Bin mi, iki bin mi en çok?”, Oktay Akbal, “Vay, Benim Enayi Oğlum!”, Cumhuriyet, 20.12.2009. . Bu, yalnızca yazar ve yayımcı açısından değil, ülkenin yazın beğenisi açısından da düşündürücü ve üzücüdür.

Yazın beğenisi ülke genelinde dengeli biçimde yükseldikçe, toplumun sınıfsal dayanışıklığı da, ülkenin uluslararası saygınlığı da gitgide artar ve pekişir. Yazınsal yapıtların alıcıları daha çok orta tabakada, başka bir deyişle toplumun geniş kesiminde yer aldıkları için, ülkenin yazınsal-ekinsel kalkınmasında oylumlu bir yükseliş daha çok onların katkılarıyla, onların çabalarıyla gerçekleşir. Orta katman içindeki tabakalaşma da [*“fraction dominante”, “fraction dominée”*] (Coulangeon, 2005: 7) bu yolla gittikçe düşer, elverişli bir dayanışıklık olur. Toplumsal tabakalar arasındaki uyumsuzluk, gelişmiş ülkelerin çoğunda tanık olunan uyumluluğa dönüşür.

### Sonuç

Bir ülkenin gelişmişlik düzeyini gösteren önemli göstergelerden biri de yazınsal yapıtların tutumbilimsel düzen içindeki paylarıdır. Bu payın somut değeri ile getirisinin soyut gücü arasında, karşılaştırılması yadırgatıcı olabilecek bir gelir-gider ilişkisi vardır. Yazınsal yapıtlara yapılan yatırımların kamusal ve ekinsel getirisi, ülkenin ekinsel hazinesine yıllar sonra döner. Dolayısıyla bu durum, dayanıklılık, sabır, uz görüşlülük, kesintisizlik gerektirir. Ama -dediğimiz gibi- kazanç kesindir.

Coulangeon’un terimleriyle belirtmek gerekirse, “capital économique” ile “capital culturel” (Coulangeon, 2005: 7) arasındaki oranti, ülkenin kalkınmasında, okur katmanının yaygınlaşıp yükselmesinde çok belirleyici bir ögedir. Füsün Akatlı’nın “standart” sözcüğüyle karşılamayı yeğlediği “ortalama okur” katmanını topluma yaymanın, genişletmenin ve ortalamaı yükseltmenin yolu, basımcılıkta ve yayımcılıkta “savurganlığı ussal ölçülerde tutmakla” -1970’li yıllarda- olanaklı olabirdi (Akatlı, 1980: 30). Ancak yaklaşık son on yılda “piyasaya sürülen” yazınsal yapıtların basım ve ciltleriyle “seçkin” birer ürün olmaları, tüketici beğenisini geri dönülmez biçimde etkilemiştir. Bununla birlikte, yayınevlerine inanmak gerekirse, bu “seçkin” ürünler, yazınsal yapıt tüketimini yükseltmemiştir. Dahası, nüfus artışı da göz önünde bulundurulursa, yazınsal ürünlerin okunma oranlarında ve tüketilmelerinde 1970’li yıllara göre bir düşüşten söz etmek yanlış olmaz.

Kısacası, yazınsal ürünlerin basılıp dağıtımlarında günümüzde ulaşılmış niteliksel görece üstünlüğe ve yetkinliğe karşın, tüketici-okur sayısında umut kırıcı bir yetersizlik olduğu yadsınmaz. Bunu, salt yaygınlaşan televizyon bağımlılığına, öbür eğlence yollarının çoğalmasına, vb. bağlamak gerçekçi olmaz. Başa dönüp söylersek, 12 Eylül 1980 darbesinin yazınsal-ekinsel alandaki yıkıcılığını hesaba katmak gerekir. Hesaba göre, açık, büyük ölçüde 12 Eylül’den kaynaklanmaktadır.

**Kaynakça**

- AKATLI, Füsün (1980). “*Yazmanın Okumanın Pahalılığı*”, **Yaz Başına Neler Gelir** (Denemeler), Ada Yayınları, İstanbul.
- AKBAL, Oktay (2009). 20 Aralık, “*Vay, Benim Enayi Oğlum!*”, **Cumhuriyet** gazetesi.
- BORAK, Sadi (2004). **Atatürk ve Edebiyat**, Kırmızı Beyaz Yayınları, Ankara.
- COULANGEON, Philippe (2005). **Sociologie des pratiques culturelles**, Ed. La Découverte, Paris.
- DURAS, Marguerite, “*Bir Çeviri Deneyiminde Duras ile Paulhan ve Queneau*”. **Les Yeux verts**'den Çev. Ertuğrul Efeoğlu. (ss.119–123). **Türk Dili Dergisi**, Mayıs-Haziran 2004, S.102. ss.15–19, İstanbul.
- EFEÖĞLU, Ertuğrul. “*Yazar ile Yayımcı*”, **Türk Dili Dergisi**, Temmuz-Ağustos 2004, S 103, ss.20–22, İstanbul.
- KRIPPENDORFF, Ekkehart (1966). “*Amerika’da Tiyatro: Sanat ve Ticaret*”. Çev. Adalet Cimcoz. **Çağdaş Tiyatro**. haz. Aziz Çalışlar, Akk (Kitapçılık ve Limited Ortaklığı Yayınları), İstanbul.
- LENİN, Vladimir İliç (2008). **Edebiyat ve Sanat Üzerine**, Çev. Elif Aksu. Payel Yayınları, İstanbul.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich (1971). **Sanat ve Edebiyat**, Çev. Murat Belge, De Yayınevi, İstanbul.
- UYGUR, Nermi (1985). “*Biricik*”, “*Edebiyat Karın Doyurur*”, **İnsan Açısından Edebiyat**. 3. basım. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- VARDAR, Berke (Prof. Dr.; Yönetiminde) (1998). **Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü**, abc Kitabevleri, İstanbul, Ankara, İzmir.
- Sanat Cephesi** (Aralık 2009) S. 34, İstanbul.
- Sanat Cephesi** (Sosyalist Gerçekçi Sanat Dergisi) (Eylül 2009), S. 1, İstanbul.

## ECONOMY AND LİTTERARY

---

Ertuğrul EFEOĞLU\*

### Abstract

In this article, we have tried to define the relationship between literary creation and economy. By doing this, we examined the literary production like an economic product. We studied the way which the economic products traverse. The literary productions, they also, continue the process of three dimensions of the economy: creation-production, impression and distribution, consumption.

**Keys Words:** Literary economy, economic object, product, production, distribution, consumption

---

\* Assoc. Prof. Dr.; Yıldız Technical University, Faculty and Sciences, Department of Western Languages and Literatures.