

Türkiye Ve Fransa'da Okuma Pratiklerinin Okuma Sosyolojisi Açısından Analizi *

An Analysis Of Reading Practices In Türkiye And France Through The Lens Of The Sociology Of Reading

İrfan ATALAY**

Öz:

Bu çalışma, okuma sosyolojisinin ilgi alanının ne olduğuna değindikten sonra okuma sosyolojisi çerçevesinde Türkiye ve Fransa'daki bireylerin okuma pratiklerini karşılaştırmalı olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Okuma eylemi, bireysel bir kültürel etkinlik olmanın ötesinde, toplumsal yapıların, eğitim sistemlerinin, siyasal kültürün ve dijitalleşme süreçlerinin etkisiyle şekillenen çok katmanlı bir toplumsal olgu olarak ele alınmıştır. Çalışmanın temel sorusu, Türkiye ve Fransa'da okuma alışkanlıklarının ne tür yapısal koşullarda geliştiği ve bu koşulların bireylerin okuma davranışlarına nasıl yansıtıldığıdır.

Araştırmada karşılaştırmalı toplumbilimsel okuma pratiklerinin çözümlenmesine yer verilmiş; çoğunlukla istatistiksel verilerden, kısmen de nitel gözlem ve içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerikle bağlantılı veri toplama aşamasında resmi ve sivil toplum kurumlarınca yayınlanan raporlar, kamuoyu araştırmaları ve siyasal organların kültürel yönelim ve politikalarına ilişkin belgeler analiz edilmiştir. Eğitim düzeyi, sosyoekonomik yapı, dijital medya kullanımı ve yeni teknolojik araçların bireylerin yaşamında işgal ettiği zaman, okuma alışkanlıkları üzerindeki belirleyici değişkenler olarak değerlendirilmiştir.

* Bu çalışmanın daha dar kapsamlı ve farklı biçimi "Okuma Sosyolojisi Düzleminde Türk ve Fransız Okurlarda Okuma Alışkanlıkları" başlığıyla 4. Söylem Filoloji Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

** Prof. Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, iatalay@nku.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4437-5539>

Fransa'da okuma kültürünün 17. Yüzyılda eğitimli burjuva kültürünün yaygınlaşmasından başlayıp, özellikle 19. Yüzyılın ilk çeyreğinden sonra devlet politikaları ve kurumsal yapılar tarafından uzun yıllardır desteklenerek kamusal bir değere dönüştüğü saptanmıştır. Buna karşılık Türkiye'de okuma alışkanlıklarının büyük ölçüde bireysel çabalarla sınırlı kaldığı ve okuma oranlarının düşük seyrettiği tespit edilmiş, okuma alışkanlıklarının gelişmesinin ancak cumhuriyetin kuruluşundan sonra ve sınırlı bir hızla gerçekleştiği anlaşılmıştır. Ayrıca, Fransa'da siyasal elitlerin entelektüel birikimlerini kamusal alanda daha görünür biçimde ifade ettikleri; Türkiye'de ise bu ilişkinin görece zayıf kaldığı gözlemlenmiştir.

Çalışmanın bulguları, okuma kültürünün yalnızca bireysel değil, aynı zamanda toplumsal bir sermaye biçimi olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, okuma sosyolojisi perspektifinden yapılan bu analiz, okumanın toplumsal dönüşüm süreçlerinde kritik bir rol oynadığını ve kültürel politikalarla doğrudan ilişkilendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar sözcükler: Okuma sosyolojisi, okuma pratikleri, Türkiye'de okuma, okuma oranları.

Abstract:

This study first outlines the scope of the sociology of reading, then aims to comparatively analyze the reading practices of individuals in Türkiye and France within this sociological framework. Reading is addressed not merely as an individual cultural activity, but as a multilayered social phenomenon shaped by structural factors such as social organization, educational systems, political culture, and processes of digitalization. The central research question focuses on the structural conditions under which reading habits develop in Türkiye and France, and how these conditions influence individual reading behaviors.

The research employs a comparative sociological approach to reading practices, relying primarily on statistical data and, to a lesser extent, qualitative observations and content analysis. During data collection, reports published by official and non-governmental organizations, public opinion surveys, and documents reflecting the cultural orientations and policies of political institutions were analyzed. Variables such as educational attainment, socioeconomic status, use of digital media, and the time occupied by new technological tools in daily life were identified as key determinants of reading habits.

Findings reveal that in France, reading culture began to emerge with the rise of an educated bourgeois class in the 17th century, and particularly since the early 19th century, has been systematically supported by state policies and institutional structures, evolving into a recognized public value. In contrast, in Türkiye, reading habits have largely remained limited to individual effort, with low national reading rates. The development of a reading culture has occurred only after the foundation of the Republic and progressed at a relatively slow pace. Additionally, while in France political elites tend to express their intellectual capital more visibly in the public sphere, this relationship appears comparatively weaker in Türkiye.

The study concludes that reading culture should be viewed not only as a personal pursuit but also as a form of social capital. From the perspective of the sociology of reading, this analysis demonstrates that reading plays a critical role in processes of social transformation and should be directly integrated into cultural policy planning.

Keywords: Sociology of reading, reading practices, reading in Turkey, reading rates.

Giriş

Okuma, herkesin günlük yaşamına entegre olmuş bir etkinliktir. Farkında olmadan, istemeden, dikkat etmeden okuruz; tabelaları, reklam broşürlerini, afişleri, gazete manşetlerini sürekli okuruz. İster kısa ister uzun olsun, sürekli metinleri okumaya davet edilirdir. Okumak, tıpkı beslenmek ya da giyinmek gibi, bizler için doğal ve vazgeçilmez bir etkinlik hâline gelir. Yazılı metin her an bakışlarımızı ve dikkatimizi üzerine çeker. Gideceğimiz yönü bilmek, nasıl yol alacağımızı anlamak için okuruz; ihtiyaçlarımıza ve zevklerimize göre tüketmek için okuruz; bir uygulamayı doğru şekilde yapmak, etkili bir hareket gerçekleştirmek için okuruz.

Okumanın çeşitli yolları vardır: Bir dergiyi sayfalarını hızlıca çevirerek okumak, göz gezdirerek okumak, bazı bölümlerde oyalanıp diğerlerini atlayarak okumak, cümlelere kısaca dokunmak gibi hızlı, umursamaz, neredeyse dikkatsiz bir okuma şekli de olsa, yine de hepsi okumadır. Aynı zamanda yoğun bir dikkatle, derinlemesine bir anlayış geliştirmek, incelikli bir metnin tüm ayrıntılarını kavrayabilmek için odaklanarak da okuruz. Bu, isteklerimize, zevklerimize, hedeflerimize ve metnin özelliklerine göre değişir. Yazılı metnin ne aktardığını anlamak, onun sakladıklarını keşfetmek için okuruz. Satır aralarını okumak, alışılmadık, farklı bir anlamın ortaya çıkışını kavrayabilmek içindir (Horellou-Lafage & Segré, 2007, s. 3). Günlük yaşamda her şey bizi okumaya zorlar; herkes okur, herkes kendini okuma zorunluluğu içinde bulur. Ancak okumak eylem olarak herkesin eşit oranda yaptığı bir eylem değildir.

İşte bu bağlamda okuma sosyolojisi, okuma eylemini ve bunun bireyler ve toplumlar üzerindeki etkilerini inceleyen bir toplumsal bilim dalının adıdır ve edebiyat sosyolojisiyle bağlantılı bir alt dal olarak kabul edilir. Edebiyat sosyolojisinin bu alt dalı, sadece hangi tür kitapların okunduğunu değil, aynı zamanda hangi amaca yönelik olarak yapıldığını, kimlerin okuma yaptığını, okuma alışkanlıklarının ne olduğunu, bu alışkanlıkların nasıl değiştiğini ve okumanın toplumsal, kültürel ve ekonomik sonuçlarını da araştırır.

Okuma sosyolojisi, okuma eylemini ve okuma pratiklerini toplumsal bir bakış açısıyla inceleyen bir araştırma alanıdır. Bu disiplin, okuma etkinliklerinin toplumsal, kültürel, tarihsel ve ekonomik bağlarını çözümlemeyi amaçlar, bireylerin ve toplumların okuma alışkanlıklarını, okuma materyallerini nasıl seçtiklerini, okumanın toplumsal işlevlerini ve okumanın bilgi, kimlik ve kültür üzerindeki etkilerini inceler.

Okuma sosyolojisi, okuma pratiklerini, bunların toplumsal bağlarını ve kültürel etkilerini inceleyen bir araştırma alanıdır. Bu alan, okumanın bireysel ve kolektif bir faaliyet olarak toplumsal, ekonomik, tarihsel ve teknolojik etmenlerden nasıl

etkilendiğini ve bunun karşılığında toplumları nasıl şekillendirdiğini araştırırken, “kim, neyi, nasıl ve neden okur? Okuma alışkanlıkları yaş, cinsiyet, sosyal sınıf veya eğitim gibi faktörlere göre nasıl değişir? Kitaplar, gazeteler, dergiler, e-kitaplar vb. farklı formattaki okuma araçları okuma uygulamalarını nasıl etkiler? Okuma, bireysel ve kolektif kimliklerin oluşumuna nasıl katkıda bulunur? Kültürel değerlerin aktarımında nasıl bir rol oynar? Okuma ve eğitime erişim, sosyal eşitsizlikleri nasıl etkiler? Yeni teknolojiler (e-kitap okuyucular, akıllı telefonlar, internet) okuma alışkanlıklarını nasıl dönüştürüyor? sorularına yanıt bulmaya çalışır.

Okuma sosyolojisi, edebiyat, tarih, bilgi ve iletişim bilimleri veya kültürel çalışmalar gibi diğer disiplinlerle sık sık kesişir. Okumanın yalnızca kişisel bir eylem değil, aynı zamanda toplumsal yapıları ve dinamikleri yansıtan ve şekillendiren bir fenomen olduğunu vurgular. Özetle, okuma sosyolojisi, nasıl ve neden okuduğumuzu ve bunun kendimiz ve içinde yaşadığımız dünya hakkında neler ortaya koyduğunu anlamaya çalışır.

Bu bağlamda çalışmamızda, öncelikle okuma sosyolojisinin gerekli olduğu ölçüde ayrıntılarına yer verilecek, ardından Türk ve Fransız toplumlarındaki okuma oranlarına ve okunan materyalin bağlamlarına ayna tutarak okuma alışkanlığı olmayan kuşaklara veya öğrencilere okumanın neden gerekli olduğu ve bu alışkanlığı kazandırmanın etkili yöntemlerinin neler olabileceğine yönelik ayrıntılar ele alacaktır. Ayrıca, okuma oranlarının artırılması ve okumayı bir alışkanlık haline getirme sürecinde öğretmenlerin, ebeveynlerin ve eğitim sisteminin rolüne yönelik öneriler sıralanacaktır.

Okuma Sosyolojisinin Tanımı ve Alanı

Yalın ve kısa tanımıyla edebiyat sosyolojisi, toplum ve edebiyat arasındaki bağları inceleyen bir sosyoloji dalıdır. Okuma sosyolojisi ise edebi hayatı, edebi yaratımı, edebi eserlerin alınılmasını ve edebi metinlerdeki toplumsal temsilleri, aynı zamanda “kültürel hegemonya biçimlerinin eleştirisini” (Popovic, 2011, s. 13) inceleyen okumanın sosyal ve kültürel boyutlarını anlamaya yönelik temel bir çalışma alanıdır. Okuma pratiklerini, kullanımlarını ve kurumlarını inceleyerek, metinlerin nasıl dolaştığını, nasıl yorumlandığını ve bireysel ve kolektif kimliklerin inşasına nasıl katkıda bulunduğunu ortaya çıkarır.

Okuma sosyolojisi, kültür sosyolojisi, edebiyat ve medya çalışmalarının kesişiminde yer alır. Yalnızca metinlerin kendisiyle değil, aynı zamanda okuma pratikleriyle, bu metinlerin üretildiği ve tüketildiği toplumsal bağlamlarla ve okuyucuların onlara attığı anlamlarla ilgilenir. Bu alanın öncülerinden Robert Escarpit, okumadan söz ederken, onu bağlamından bağımsız olarak anlaşılabilen toplumsal bir eylem olarak yorumlar (Escarpit, 1958). Öyleyse okuma sosyolojisi, bağlamıyla ilintili olarak yapılan yazınsal, toplumsal, iletişimsel, vb. düzende yapılan okuma pratiklerinin tamamıdır.

“Okuma sosyolojisi, pratiği ve metinlerle onları çözümleyenler arasındaki ilişkiyi sorgular” (Poissenot, 2009, s. 11). Okuma sosyolojisi, okumanın toplumsal ve kültürel pratikler içerisinde nasıl yer aldığını inceler. Okuyucular, metinler ve toplumsal bağlamlar arasındaki etkileşimleri, yaş, cinsiyet, toplumsal sınıf, eğitim ve mevcut

teknolojiler gibi faktörleri dikkate alarak analiz eder. Bu disiplin, okuma davranışlarını, edebi tercihleri ve metinlerin toplumsal kullanımlarını incelemek için nitel ve nicel yöntemlere başvurur.

Roger Chartier'e göre, okuma, maddi ve toplumsal üretim ve alımlama koşullarından bağımsız olarak anlaşılabilen bir kültürel pratiktir (Chartier R. , 1985, s. 74). Örneğin, bir metnin nasıl basıldığı, yayıldığı ve okunduğu, onun yorumlanışını etkiler.

Okuma pratikleri, dönemlere, kültürlere ve toplumsal gruplara göre değişiklik gösterir. Martyn Lyons, 19. yüzyılda okumanın genellikle kolektif bir aktivite olduğunu, metinlerin aile veya topluluk çevrelerinde yüksek sesle okunduğunu dile getirir (Lyons, 2008, s. 95-98). Günümüzde ise okuma, genellikle bireysel ve sessiz bir aktivite olarak görülse de kitap kulüpleri ve edebiyat sosyal ağları, kolektif bir boyutu yeniden tanıtır.

Okuma materyalleri de teknolojinin sağladığı olanaklarla el yazmalarından basılı kitaplara, ardından dijital formatlara evrilir, hatta somut bir yazınsal ürün olmaktan bile uzaklaşır. Bu bağlamda François Bon, *Après le livre* adlı kitabında dijitalin okuma pratiklerini nasıl dönüştürdüğünü, metinlerle yeni etkileşim biçimlerine olanak tanıdığını inceler (Bon, 2011).

Toplumsal kullanımları açısından okuma, önemli bir toplumsal belirteçtir. Okuma pratikleri, toplumsal gruplara, sınıflara, cinsiyetlere, yaşlara ve kültürlere göre büyük ölçüde değişiklik gösterir. Pierre Bourdieu de bu doğrultuda *La Distinction* adlı yapıtında, yazınsal zevklerin bireylerin toplumsal konumlarıyla nasıl bağlantılı olduğunu gözler önüne serer (Bourdieu, 1979). Üst sınıflar, klasik edebiyat okumaları gibi daha "üst düzey/meşru" kabul edilen okuma biçimlerini değerli bulurken, alt sınıflar daha az prestijli görülen polisiye romanlar veya çizgi romanlar gibi türleri tercih eder.

Okuma, aynı zamanda kolektif kimlikleri güçlendirmek için de kullanılabilir. Örneğin, Janice Radway, romantik roman okuyucuları üzerine yaptığı çalışmada, bu kitapların kadınlara gündelik yaşamlarının kısıtlamalarına karşı simgesel bir direniş alanı sunduğunu gösterir (Radway, 1984).

Okuma sosyolojisi içinde önemli bir işleve sahip okuma kurumları, okumayı teşvik etme ve düzenlemede kilit bir rol oynar. Kütüphaneler, okullar ve yayınevleri, neyin okunduğunu, kimin okuduğunu ve nasıl okunduğunu etkiler. Dijital çağın gelişimiyle birlikte, okuma pratikleri derin bir dönüşüm geçirmiştir. Anne-Marie Chartier'nin çalışmaları, parçalı okuma, hipermetin gezinimi ve çevrimiçi okur topluluklarına katılım gibi ekranlar aracılığıyla ortaya çıkan yeni okuma biçimlerini anlaşılır bir dille ortaya koyar (Chartier A.-M. , 2015, s. 12-20). Bu değişimler, okuma sosyolojisi için yeni zorluklar ortaya çıkarmakta ve disiplinin geleneksel ve dijital okuma pratiklerini bir arada ele almasını gerektirmektedir. Ayrıca, Olivier Donnat'ın belirttiği gibi, dijital kaynaklara erişim ve bilgi okuryazarlığı becerileri, yeni kültürel sermaye biçimlerinin tanımlanmasında kritik bir öneme sahip olur (Donat, 2009).

Okuma yazma kampanyaları veya kütüphanelere yapılan destekler gibi kamu politikaları da okuma pratikleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Gisèle Sapiro, Fransa'daki kültürel politikaların okuma erişimini demokratikleştirmeye çalışırken aynı zamanda kültürel hiyerarşileri nasıl koruduğunu analiz eder (Sapiro, 2016).

Okunan metinlerin alımlanması açısından okuma sosyolojisi, okuyucuların metinleri nasıl algıladığı ve yorumladığıyla da ilgilenir. Hans Robert Jauss, *Pour une esthétique de la réception* (1978) adlı eserinde, bir metnin anlamının sabit olmadığını, metin ve okuyucu arasındaki etkileşimde inşa edildiğini vurgular. Bu yaklaşım, alımlamanın tarihsel ve toplumsal boyutuna dikkat çeker. Nitekim, Michel de Certeau, okumayı bir tür “kaçak avlanma” olarak tanımlar ve okurların, kendi deneyimlerine ve toplumsal bağlamlarına göre metinleri yaratıcı bir şekilde sahiplendiklerini ifade eder (Certeau, 1980).

Okuma sosyolojisi okumayla ilgili güncel sorunlara da eğilir. Örneğin, günümüzde dijitalleşmenin okuma pratiklerinde yol açtığı dönüşümleri dikkate almak durumundadır. Zira e-kitaplar, çevrimiçi okuma platformları ve edebiyat sosyal ağları, okuma pratiklerini ve metinlerin yayılma kanallarını değiştirmektedir. Bundan hareketle Olivier Donnat, yeni teknolojilerin kültürel pratikleri, okuma dahil, nasıl etkilediğini inceler (Donat, 2009). Ayrıca, küreselleşme ve okuyucu kitlesinin çeşitlenmesi, metinlerin dolaşımı ve yazılı kültüre erişimdeki eşitsizliklerle ilgili yeni sorunlar ortaya çıkarmaktadır. David Damrosch da edebi eserlerin kültürler arasında nasıl dolaştığını ve farklı bağlamlarda nasıl yeniden yorumlandığını araştırır (Damrosch, 2003). Bunlara ek olarak, Bernard Lahire'nin çalışmaları, okuma pratiklerinin eğitim düzeyi, aile ortamı ve bireysel yaşam deneyimleri gibi faktörlerden de etkilendiğini ortaya koyar (Lahire, 2004). Düşüncelerini desteklemeye yönelik olarak, okumanın değerli görüldüğü ailelerden gelen çocukların, yetişkinlik döneminde daha düzenli okurlar olma eğilimi gösterdiklerini argüman olarak sunar.

Okuma, kuşkusuz yalnızca kültürel bir tüketim etkinliği değildir; aynı zamanda bireysel ve ortak kimliklerin inşasında kilit bir rol oynar. Michèle Petit çalışmalarında ileri sürdüğü biçimde, okuma, bireylerin simgesel bir evren inşa etmelerine, başka dünyalara yansımalarına ve kendi deneyimlerine anlam vermelerine olanak tanır (Petit, 2002). Bu nedenle, okuma bir sığınak, bir özgürleşme aracı veya toplumsal kısıtlamalara karşı bir direniş biçimi olarak da kabul görür.

Okur ve onun okuma eylemine odaklanan okuma sosyolojisi özellikle okuma eylemiyle bağlantılı olarak belli temel odak ilgi alanlarını öne çıkarır. Şöyle ki;

1. Bireylerin ve grupların okuma alışkanlıkları, tercihleri ve davranışları doğrultusunda okuma uygulamalarını saptar. Okurların ne tür materyaller okuduğunu (kitap, dergi, gazete, e-kitap, sosyal medya paylaşımları vb.), ne sıklıkla ve ne kadar süreyle okuduklarını, hangi ortamlarda okuma yaptıklarını (evde, kütüphanede, toplu taşımada vb.) belirlemeye çalışır.
2. Kitap, dergi, gazete, dijital metinler gibi farklı okuma materyallerinin toplumsal etkilerini incelediği okuma materyallerinin özelliklerine eğilir. Okuma alışkanlıkları ve okunan materyallerin bireylerin toplumsal ve ekonomik konumlarıyla nasıl ilişki içinde olduğunu; okumanın, toplumsal hareketliliği nasıl etkileyebildiğine yönelik bir çözümleme yapar.
3. Okumanın bireysel ve kolektif kimliklerin oluşumundaki rolü doğrultusunda okuma ve kimlik ilişkisini sorgular. İnsanların neden okuduğuyla ilgilenir. Bilgi edinmek, eğlenmek, öğrenmek, kendilerini geliştirmek, toplumsal statü-

lerini göstermek, belirli bir gruba ait hissetmek gibi saptadığı çeşitli nedenlerle okurların kimlik oluşturma çabalarına yer verir. Okumanın, bireylerin kimliklerini nasıl şekillendirdiğini, kendilerini hangi gruplara ait hissetmelerine yardımcı olduğunu irdeler. Okumanın, siyasal katılımı ve vatandaşlık bilincini nasıl etkilediğinin açıklamasını yapar.

4. Okumanın kültürel değerler, normlar ve gelenekler üzerindeki etkisini araştırdığı okuma ve kültürün incelenmesini yapar. Okumanın, kültürel değerlerin ve normların aktarımında nasıl bir rol oynadığını araştırır. Farklı kültürlerde okuma alışkanlıkları ve tercihleri nasıl farklılık gösterdiğine yer verir.
5. Okuma becerilerinin edinimi, eğitim sistemleri ve okuryazarlık oranlarını yansıtan okuma ve eğitim hususlarına yer verir. Okumayı zorlaştıran veya imkânsız kılan faktörlerin neler olduğunu; yoksulluk, eğitim eksikliği, zaman kıstıtlılığı, görme sorunları, okuma güçlüğü gibi engellerin okuma üzerindeki etkilerine eğilir.
6. Dijitalleşme ve yeni medya araçlarının okuma uygulamaları üzerindeki etkilerini ortaya koyan okuma ve teknoloji bağlantısını irdeler. Geleneksel medya (kitaplar, gazeteler, dergiler) ile yeni medya (e-kitaplar, sosyal medya, bloglar) arasındaki etkileşimin okuma alışkanlıklarını nasıl etkilediğini inceler.
7. Okumanın toplumsal değişim ve dönüşüm süreçlerindeki rolünün incelendiği okuma ve toplumsal değişim konularını irdelemeyi önceler. Okurların bilgi edinmek, eğlenmek, öğrenmek, kendilerini geliştirmek, toplumsal statülerini göstermek, kendilerini belirli bir gruba ait hissetmek gibi hangi amaçla okuduklarına yer verir.
8. Okuma sosyolojisi, disiplinler arası bir yaklaşım benimseyerek, edebiyat, iletişim, eğitim, kültürel çalışmalar ve medya çalışmaları gibi alanlarla da etkileşim halinde bulunur. Bu alan, okumanın sadece bireysel bir eylem değil, aynı zamanda toplumsal bir olgu olduğunu vurgular ve bu bağlamda okuma uygulamalarının toplumsal yapılar ve ilişkilerle nasıl iç içe geçtiğini araştırır. Eğitim, kültür, kitle iletişim araçları, siyaset ve toplumsal hizmetler gibi çeşitli alanlarda önemli uygulamalara sahiptir. Örneğin, okuma alışkanlıklarını teşvik etmek için programlar geliştirmek, okuma materyallerine erişimi arttırmak, okuma güçlüğü olan bireylere destek sağlamak gibi amaçlar doğrultusunda kullanılabilir.

Okuma sosyolojisi, araştırma ve saptamalarında ağırlıklı olarak şu yöntemleri kullanır:

1. Geniş kitlelerin okuma alışkanlıkları, motivasyonları ve tercihleri hakkında bilgi toplamak için anketleri kullanılır.
2. Bireylerin okuma deneyimleri ve anlamları hakkında derinlemesine bilgi edinmek için mülakatlardan yararlanır.
3. Okuma ortamlarını gözlemlemek ve okurların davranışlarını anlamak için etnografik çalışmaları kullanılır.

4. Okunan materyallerin izleklerini, değerlerini ve ideolojilerini çözümlmek için içerik çözümlmesine önem verir.
5. Okuma verilerini çözümlmek ve eğilimleri belirlemek için istatiksels çözümlmelerden yararlanır.

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesi ve dijital dünyanın etkisiyle, özellikle yeni nesil öğrenciler arasında okuma alışkanlığı giderek azalmasına karşın çeşitlenme ve değişim geçirmektedir. Sosyal medya, video oyunları ve dijital eğlence platformları, gençlerin zamanlarının büyük bir kısmını almakta ve geleneksel okuma alışkanlıklarını geri plana itmektedir. Buna karşılık okuma araçları ve biçiminde belirgin bir değişim göze çarpar. Klasik okumalar yerine dijital okumalar öne çıkarken, okuma etkinliği süreleri giderek azalır. Okuma alışkanlığının ve biçiminin değişmesi de okuma materyallerinin dönüşümüne ve sayısal olarak azalmasına yol açar.

Yalnızca akademik başarı için değil, aynı zamanda bireysel gelişim, eleştirel düşünme, dil becerileri ve kültürel bilinç açısından da büyük önem taşıyan okuma alışkanlığındaki değişim ve dönüşüm, klasik nitelikli bilgi ve becerilerin kazanımının da azalmasına neden olur. Örneğin güzel sanatların bir dalı olarak edebiyat ve onu gerekliliklerinin geleneksel okuma biçimlerine kıyasla yeterince öğrenilemediği açıktır. Yeni kuşaklarda okuma oranları, özellikle dijitalleşmenin artması ve teknolojinin hayatın her alanına girmesiyle birlikte dünya genelinde düşüş eğilimi gösterir. Bu durum, Türkiye’de de benzer şekilde gözlemlenmekte ve eğitimciler, araştırmacılar ve politika yapımcılar tarafından sıklıkla tartışılır. Okuma sosyolojisi, okuma pratiklerinin toplumsal faktörler tarafından nasıl şekillendirildiğini ve bunun karşılığında toplumları nasıl yapılandırıldığını anlamak için zengin bir analiz çerçevesi sunar. Okumanın toplumsal belirleyicilerini, kimlik inşasındaki rollerini ve günümüzdeki dönüşümlerini inceleyen bu disiplin, görünüşte basit ancak derinden toplumsal bir eylemin karmaşıklığını kavramamızı sağlar.

Fransa ve Türkiye’de Okuma Sosyolojisi

Okuma sosyolojisi, okuma pratiklerini, okuyucuların motivasyonlarını, okuma engellerini ve okumanın toplum üzerindeki etkisini inceleyen bir araştırma alanıdır. Ayrıca, okuma konusunda toplumsal eşitsizlikleri ve okumayı teşvik etmeyi amaçlayan kamu politikalarını da inceler.

Fransa’da okuma sosyolojisi, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında, kültürel çalışmalar ve toplumsal eşitsizlikler üzerine odaklanan bir disiplin olarak gelişir. Bu alan, okuma pratiklerinin toplumsal yapılar, sınıfsal farklılıklar ve kültürel sermaye ile nasıl ilişkili olduğunu incelemeyi hedefler. Bu bağlamda Fransa’da okuma sosyolojisi yüzyıla yaklaşan geçmişle köklü bir araştırma alanıdır. Fransızların okuma pratikleri, motivasyonları ve edebi zevkleri üzerine çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar, okumanın Fransa’da yaygın bir kültürel uygulama olduğunu, ancak yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve toplumsal çevreye göre eşitsiz bir şekilde dağıldığını gösterir.

Pierre Bourdieu, okuma pratiklerini toplumsal sınıflar arasındaki eşitsizlikler bağlamında ele alır (Bourdieu & Passeron, 1965). Okuma alışkanlıkları ve yazınsal tercihleri, bireylerin sahip olduğu kültürel birikim ile doğrudan ilişkilendirir ve özellikle

okumanın toplumsal eşitsizliklerin yeniden üretilmesindeki rolünü vurgular. La Distinction adlı yapıtında, okuma pratiklerinin sınıfsal farklılıkları nasıl yansıttığını ve yeniden ürettiğinin çözümlemesini sunar. Bourdieu'ye göre, okuma, egemen sınıflar tarafından değer verilen bir kültürel uygulamadır ve bu sınıflar, çocuklarına okuma konusunda önemli bir kültürel sermaye aktarırlar. Bu kültürel sermaye, çocukların okulda ve iş hayatında daha başarılı olmalarını sağlar.

Fransa'da okuma sosyolojisi, farklı toplumsal grupların okuma alışkanlıklarını, kitap tercihlerini ve kütüphane kullanımını inceler. Örneğin, işçi sınıfı ile üst sınıf arasında okuma materyallerine erişim ve okuma biçimlerinde belirgin farklılıkların olduğunun saptamasını yapar, eğitim sistemi içinde okuma pratiklerinin nasıl sınıfsal eşitsizlikleri pekiştirdiğini ortaya koyar (Bourdieu & Passeron, 1965). Eğitimi, bireylerin okuma alışkanlıklarını şekillendiren ve kültürel sermayeyi aktaran bir mekanizma olarak görür ve okuma pratiklerinin sınıfsal ve kültürel temelleri, eğitim sistemi ve okuma alışkanlıkları arasındaki ilişki, kitap okuma, dijital okuma ve diğer okuma biçimlerinin toplumsal etkileri ile kütüphanelerin ve yayıncılık sektörünün toplumsal işlevi üzerine odaklanır.

Daha yakın zamanlarda yapılan araştırmalar, dijital teknolojinin gelişimiyle birlikte okuma pratiklerindeki değişimlere odaklanır. Bu çalışmalar, genç nesillerin ekranlarda okumaya giderek daha fazla yöneldiğini, ancak basılı kitap okumanın özellikle yetişkinler için önemli olmaya devam ettiğini gösterir. Bu bağlamda okuma sosyolojisi dijitalleşme ve internetin, okuma pratiklerini nasıl dönüştürdüğü, okuma alışkanlıklarındaki değişimlerin, toplumsal eşitsizlikleri nasıl etkilediği ve kültürel çeşitlilik içinde göçmen grupların okuma pratiklerinin nasıl şekillendiği konuları üzerinde çalışmalar ortaya koyar.

Türkiye'de okuma sosyolojisi, Fransa'ya göre daha az gelişmiş bir araştırma alanıdır, ancak son yıllarda giderek daha fazla ilgi gören bir araştırma alanı haline gelmektedir. Bu alan, okuma pratiklerinin toplumsal, kültürel ve ekonomik bağlamlarını incelemekte ve bireylerin okuma alışkanlıklarını etkileyen etmenleri belirlemeyi önceler. Türkiye'de yapılan çalışmalar da genellikle okuma ve alımlama biçimleri, eğitim sistemi, kültürel sermaye, sınıfsal farklılıklar ve dijitalleşme gibi konulara odaklanır (Arıcı, 2023), (Alver, 2012), (Aras, 2017).

Yapılan çalışmalar Türkiye'deki okuma alışkanlıklarını etkileyen toplumsal sınıf, eğitim düzeyi, ekonomik koşullar, okuma materyaline ulaşabilme olanakları, coğrafi bölge ve kentsel-kırsal farklılıklar gibi faktörlerle yakından ilişkili olduğu temelinde yoğunlaşır. Türkiye'deki eğitim sisteminin, okuma alışkanlıklarının gelişiminde önemli, ancak olumsuz bir rol oynadığına, benzer şekilde eğitimdeki eşitsizliklerin, okuma pratiklerinde de farklılıklara yol açtığına vurgu yapılır. Özellikle kırsal bölgelerde ve düşük gelirli ailelerde, okuma materyallerine erişim sınırlı olduğuna dikkat çekilir.

Türkiye'deki okuma sosyolojisiyle ilgili çalışmalarda Pierre Bourdieu'nün kültürel sermaye/birikim kavramı sıklıkla referans alınır. Ailelerin kültürel birikim ve alt yapılarının, çocukların okuma alışkanlıklarını şekillendiren önemli bir etmen olduğu saptamasına yer verilir. Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasının, geleneksel kitap okuma pratiklerini dönüştürdüğüne, e-kitaplar ya da kitapların dijital geçişlerinin,

sosyal iletişim ağları ve dijital platformların, özellikle gençler arasında yeni okuma biçimlerini ortaya çıkardığına değinilir.

Okuma sosyolojisi alanında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Kütüphaneciler Derneği gibi kurumlar, düzenli olarak okuma alışkanlıklarına ilişkin istatistiksel veriler yayımlamaktadır. Bu raporlar, kitap okuma oranları, kütüphane kullanımı ve yayıncılık sektörüne dair önemli bilgiler sunar. Türkiye’de okuma sosyolojisi üzerine yapılan akademik çalışmalar, genellikle üniversitelerin sosyoloji, iletişim bilimleri ve kütüphanecilik bölümlerinde gerçekleştirilmiştir. Türkiye Yayıncılar Birliği gibi kuruluşlar, özellikle çocuklar ve gençler için okuma alışkanlıklarının artırılmasına yönelik çalışmalar okuma kültürünün gelişmesine yönelik projeler yürütmekte ve raporlar hazırlamaktadır.

Türkiye’de okuma alışkanlıklarına ilişkin TÜİK ve diğer kurumların verilerine göre, Türkiye’de kitap okuma oranları diğer gelişmiş ülkelere kıyasla düşüktür. Özellikle gençler arasında dijital okuma pratikleri yaygınlaşmakta, ancak geleneksel kitap okuma alışkanlıkları zayıflamaktadır. Gittikçe azalan bir hız ortaya koyan kütüphane kullanımı, büyük şehirlerde daha yaygın olmakla birlikte, kırsal bölgelerde sınırlıdır. Ülkede yüksek oranlarda seyreden enflasyonun da etkisiyle kitap fiyatlarının yüksek olması ve kütüphane altyapısının belli bölge ve yerleşim alanlarındaki yetersizliği, özellikle düşük gelirli gruplar için okuma materyallerine erişimi zorlaştırmaktadır.

Dijital okuma pratiklerinin yaygınlaşması, geleneksel kitap okuma alışkanlıklarını nasıl etkilediği; dijital okumanın, okuma kültürünü ne ölçüde zenginleştirdiği veya yüzeyselleştirdiği; eğitim sisteminin, öğrencilere okuma alışkanlığı kazandırmada ne kadar etkili olduğu ve müfredat ve öğretmenlerin yaklaşımlarının, okuma pratiklerini nasıl şekillendirdiği hususları gelecekteki araştırma ve tartışma konularını oluşturacaktır.

Özetlemek gerekirse, Türklerin okuma pratikleri, motivasyonları ve edebi zevkleri üzerine yapılan bazı çalışmalar, okuma sosyolojisinin ve okumanın Türkiye’de gelişmekte olan bir kültürel alan ve uygulama olduğunu, ancak Fransa’yla kıyaslandığında okumanın daha az yaygın olduğunu gösterir.

Türkiye ve Fransa’da Okuma Oran ve Alışkanlıklarının Karşılaştırılması

Okuma sosyolojisi Türkiye’de Fransa’ya göre daha az gelişmiş olsa da iki ülke arasında bazı noktalarda karşılaştırma yapmak mümkündür:

Okuma pratikleri açısından bakıldığında, okuma, Fransa’da Türkiye’ye göre daha yaygın bir kültürel uygulamadır. Ancak, Türkiye’de de özellikle genç nesiller arasında okuma alışkanlığının bir miktar geliştiği saptamaları vardır.

Toplumsal eşitsizlikler yönüyle okuma konusunda toplumsal eşitsizlikler her iki ülkede de olmakla birlikte, ülkelerin refah düzeyi, ailelerin eğitim ve kültürel birikim düzeyleri, kitaba erişim koşulları ve coğrafi koşullar göz önüne alındığında eşitsizliklerin Türk okurlar açısından daha belirgin olduğu görülür.

Okuma alışkanlıklarındaki dijital dönüşüm bakımından, dijital teknolojinin gelişiminin, her iki ülkede de okuma pratiklerini etkilediği, genç kuşakların ekranlarda okumaya giderek daha fazla yönelindikleri anlaşılır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 24 Temmuz 2023 tarihinde yayınlanan “Yaşam Kalitesi Modülü, 2022” araştırma verilerine göre Türkiye’de 10 kişiden 9’u kültürel etkinliklere katılmıyor. Kültürel etkinliklere katılımın azlığına paralel olarak aile ve bireylerin finansal durumu ve mali öncelikleri de kültürel bir etkinlik olan kitap satın alma veya okuma oranlarını düşürmektedir. Araştırmanın sorunsallarından biri de toplumun boş zamanlarını nasıl değerlendirdiği üzerinedir. Katılımcılara son 12 ay içerisinde toplumsal ve kültürel faaliyetlere katılma ve kitap okuma sıklığıyla ilgili soru sorulduğunda verilen cevaplar oldukça çarpıcı bir tabloyu ortaya koyar:

Kategori	Detay	Oran/Değer
Kültürel Faaliyetlere Katılmama		
Sinema	Son 12 ayda gitmeyenler	3%85,
Canlı Spor	Son 12 ayda gitmeyenler	%94,9
Canlı Gösteri	Son 12 ayda gitmeyenler	%93,7
Kültürel Alanlar	Son 12 ayda gitmeyenler	%92
Katılmama Nedenleri		
Genel	İlgi eksikliği	-
Yoksulluk riski olmayanlar	Zamansızlık (2. neden)	-
Yoksulluk riski olanlar	Maddi yetersizlik (2. neden)	-
Eğlence ve Kültür Harcamaları		
Beş yıllık artış	Hane halkı maliyeti	%202
Yıllık artış	Bir önceki yıla göre	%43
Kitap Okuma Oranları (12 Aylık)		
15-24 yaş	Okuyanlar	%50,9
25-44 yaş	Okuyanlar	34,5%
45-64 yaş	Okuyanlar	%21
65+ yaş	Okuyanlar	%14,1
Ortalama	Tüm yaş grupları	%31

Notlar:

- Veriler, 15 yaş ve üzeri bireylerin son 12 ay içindeki kültürel faaliyetlere katılımını ve kitap okuma alışkanlıklarını yansıtmaktadır.
- Kültürel faaliyetlere katılmama nedenleri, yoksulluk veya toplumsal dışlanma riski altında olanlar ve olmayanlar için farklılık göstermektedir.
- Eğlence ve kültür harcamalarındaki artış oranları, hane halkı bütçesine olan etkisini göstermektedir. Kaynak: (TÜİK, 2023).

Bu tabloya göre, 15 yaş ve üzerindeki kişilerin yüzde 85,3'ü son 12 ay içinde sinemaya gitmediğini beyan ederken, canlı spor etkinliğine gitmeyenlerin oranı yüzde 94,9; canlı gösteriye gitmeyenlerin oranı yüzde 93,7 ve kültürel alanlara gitmeyenlerin oranı yüzde 92'dir. TÜİK verilerine bakıldığında kültürel faaliyetlere katılmamada yoksulluk veya toplumsal dışlanma riski altında olanlarda ve olmayanlarda ortak neden olarak "ilgi olmaması" öne çıkan bir durumdur. Yoksulluk riski altında olmayanlarda ikinci sırayı "zamansızlık" alırken, risk grubunda fiyat artışlarına bağlı olarak "maddi yetersizlik" yer almıştır. TÜİK verilerine göre eğlence ve kültür harcamalarının hane halkına maliyeti beş yıl içinde %202 oranında artarken, bir önceki yılın aynı ayına göre artış oranı %43 olarak gerçekleşti.

Yaş gruplarına göre 12 aylık kitap okuma oranları 65 yaş üstü kişilerde %14,1 olurken, 25-44 yaş aralığındaki kişilerde %34,5'tir. 15-24 yaş aralığındakilerin %50,9'u kitap okurken, 45-64 yaş aralığındaki okurların oranı %21 düzeyinde kalır. Tüm yaş gruplarının ortalaması alındığında yıllık kitap okuyanların oranı %31 olarak tespit edilir (TÜİK, 2023).

Okuma istatistiklerini ve alışkanlıklarını kapsamlı biçimde ele alan ve daha sonrasında bu kapsamda konuya eğilen araştırmalar olmadığı için, yine TÜİK verilerinden hareketle Kültür ve Turizm Bakanlığının on yılı aşkın süre önce SONAR'a yaptırdığı Adana, Ağrı, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Erzurum, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kastamonu, Kayseri, Kırıkkale, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Samsun, Şanlıurfa, Tekirdağ, Trabzon, Van ve Zonguldak illerinden 6212 kişi ile gerçekleştirilen ve 19 Nisan 2011 tarihinde dönemin Kültür Bakanının basın açıklamasıyla kamuoyuna duyurduğu okuma alışkanlıklarına ilişkin Türkiye Okuma Kültürü Haritası'nda yer alan göstergeler, Türk toplumunun okumaya yaklaşımını ve alışkanlıklarını belirleyen önemli bir veri niteliğindedir. Verileri tablolar halinde sunmak gerekirse, şöyle sonuçlar ortaya çıkar:

Kültürel Faaliyetlere Katılmama Oranları

Faaliyet	Oran
Sinemaya gitmeme	%85,3
Canlı spor etkinliği	%94,9
Canlı gösteri	%93,7
Kültürel alanlar	%92

Katılmama Nedenleri

Grup	1. Neden	2. Neden
Genel	İlgi eksikliği	-
Yoksulluk riski olmayanlar	İlgi eksikliği	Zamansızlık
Yoksulluk riski olanlar	İlgi eksikliği	Maddi yetersizlik (TÜİK,2023)

Eğlence ve Kültür Harcamaları

Metrik	Değer	
Beş yıllık artış	%202	
Yıllık artış	%43	(TÜİK, 2023)

Yaş Gruplarına Göre Kitap Okuma Oranları (12 Aylık)

Yaş Grubu	Okuma Oranı	
15-24	%50,9	
25-44	%34,5	
45-64	%21	
65+	%14,1	
Ortalama	%31	(TÜİK, 2023)

Kitap Okuma Alışkanlıkları

Kategori	Oran	
Rastgele/düzensiz okuyanlar	%45,3	
Seçici ve düzenli okuyanlar	%74,7	
Yılda 51+ kitap okuyanlar	%94,1	(T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Seçici ve Düzenli Okuyanların Dağılımı

Grup	Okuma Oranı	
7-14 yaş	%35,4 (genel), %87,5 (en çok okuyanlar)	
Kadınlar	%29,1 (genel), %60,8 (en çok okuyanlar)	
Yalnız yaşayanlar	%32,4	
Eşi hayatta olmayanlar	%30,1	
Bekarlar	%29,0 (genel), %68,3 (en çok okuyanlar)	
Aylık 5000 TL+ gelir	%41,2 (genel), %67,6 (en çok okuyanlar)	
Evinde internet bağlantısı	%26,4	
Kentte yaşayanlar	%30,5 (genel), %57,7 (en çok okuyanlar)	
Kasabada yaşayanlar	%57,5 (en çok okuyanlar)	
Kamu çalışanları	%36,8	
Öğrenciler	%78,2 (en çok okuyanlar)	
Kalabalık aileler	%69,9 (en çok okuyanlar)	(T.C. KTB, 2011)

Yıllık Ortalama Okunan Kitap Sayısı (Seçici ve Düzenli Okuyanlar)

Grup	Kitap Sayısı	
Seçici ve düzenli okuyanlar	14,5	
7-14 yaş	12	
Kadınlar	7,3	
Erkekler	7,1	
Bekarlar	10,1	
Büyük kentte yaşayanlar	7,7	
4 kişilik aileler	7,6	
Öğrenciler	11,1	(T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Kitap Seçimini Yönlendiren Ölçütler

Ölçüt	Oran	
Kitap adı	%25,6	
Dergi/gazete kitap ekleri	%23,7	
Kitapevlerini gezme	%14,4	
Yazarın popülerliği	%14,3	
Kitabın kapak tasarımı	%13,2	
İnternet sitelerindeki tanıtımlar	%12,8	
TV'deki kitap tanıtımları	%11,6	
Yayınevinin tanınırlığı	%3,6	(T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011)

Tablolarda görüleceği gibi, kitap okuyanların kitap seçimlerini rastgele yapanların ve düzensiz okuma yapanların oranı %45,3'tür. Seçici ve düzenli okuyanların yaş gruplarına göre dağılımları ve okuma oranları şöyledir: 7-14 yaş grubundaki bireyler %35,4; kadınlar %29,1; yalnız yaşayanlar %32,4; eşi hayatta olmayanlar %30,1; bekarlar %29,0; dönemin alım gücüne göre aylık 5000 TL'den fazla geliri olanlar %41,2; evinde internet bağlantısı bulunanlar %26,4; yaşamının büyük kısmını kentte geçirenler %30,5 ve kamu çalışanları %36,8 (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Araştırmaya katılanlar, %54 oranında basılı materyal olarak en çok kitabın okunduğu beyan etmiştir. En çok kitap okuyanlar grubu içinde yer alanlar arasında seçici ve düzenli okuyanların oranı %74,7; yılda ortalama 51'den fazla kitap okuyanlar %94,1; 7-14 yaş grubundaki bireyler %87,5; kadınlar %60,8; bekarlar %68,3; aylık 5000 TL'den fazla geliri olanlar %67,6; kalabalık aileler %69,9; yaşamının büyük kısmını kentte geçirenler %57,7; yaşamının büyük kısmını kasabada geçirenler %57,5 ve öğrenciler %78,2 (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Araştırma çerçevesinde kendini 'kitap okuyan' diye tanımlayanların grubu içerisinde seçici ve düzenli okuyanlar yılda 14,5 kitap okurken, 7-14 yaş grubundaki bireyler 12; kadınlar 7,3; erkekler 7,1; bekarlar 10,1; yaşamının büyük kısmını büyükşehirde geçirenler 7,7; 4 kişilik aile bireyleri 7,6; öğrenciler yılda ortalama 11,1 kitap okuduklarını ifade etmişlerdir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Kültür ve Turizm Bakanlığının yaptırmış olduğu bu kapsamlı araştırmaya göre okurun kitap seçimini yönlendiren ölçütlerin oranı ise şöyledir: Kitap adı %25,6; Dergi/ gazetelerin kitap ekleri %23,7; kitapevlerini gezme %14,4; yazarın popülerliği %14,3; kitabın kapak tasarımı %13,2; internet sitelerindeki kitap tanıtım yazıları %12,8; TV'deki kitap tanıtımları %11,6; yayınevinin tanınmışlığı %3,6 (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Aynı araştırma içinde kitaba erişim güçlüğüne bahane ederek okuyamadığını beyan eden bireylerin %23'ü Halk Kütüphanelerinin varlığını bilmiyor. Varlığından haberdar olanların Halk Kütüphanelerinden yararlanmama gerekçeleri de şöyle sıralanmış: Kütüphane kullanma alışkanlığım yok (%43,5); okumayı sevmiyorum (%16,2); bilgi gereksinimi internette karşıyorum (%12,1); kütüphaneyi sevmiyorum (%9,4); diğer kütüphanelerden yararlanıyorum (%6,2); zamanım yok (%4,1); kütüphane uzak/ yerini bilmiyorum/ kütüphane yok (%4,6) (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Güvenilirliği tartışmaya açık olsa da Demokrat Eğitimciler Sendikası (DES)'nin düşünce kuruluşu olan Demokrasi ve Eğitim Stratejik Araştırmalar Merkezi (DESAM)'nin 2018 yılında hazırladığı "Türk Halkının Kitapla İmtihanı" adlı rapora göre; Türkiye'de ortalama kitap okuma oranı %0,1 düzeyindedir. Rapor, bu oranla Türkiye'nin 173 ülke arasında 86. sırada yer aldığını, okuma oranlarında %21'lik ortalama ile birinci ve ikinci sırada Fransa ve İngiltere'nin, %14 oranla üçüncü sırada Japonya'nın yer aldığını, ardından ABD ve İspanya'nın geldiğini belirtmektedir (DESAM, 2018). Rapor aynı zamanda kitap okuyanların %45'inin aşk, %43'ünün dini içerikli ve %12'sinin de masal, fıkra, siyaset veya kişisel gelişim ile ilgili kitaplar okuduğuna, dört kişilik bir ailede kitaplar için yılda ortalama 0,25 dolar harcadığına, bu harcamanın Avrupa ülkelerinde yüz doların üstüne çıktığına, dünya ortalamasının bile 1,3 dolar düzeyinde olduğuna, buna karşılık Türkiye'de cep telefonu ve iletişim için yapılan masrafların yılda ortalama 20 dolar olduğuna yer vermektedir. Ayrıca Türk halkının günde ortalama altı saat televizyon izlemeye, dört saat ise internette gezinmeye zaman ayırdığı, buna karşılık kitap okumak için günde ortalama ancak altı dakika zaman ayırdığına işaret ediyor.

Türkiye'deki okuma alışkanlığı ve oranlarıyla ilgili başka araştırmalar da benzer verileri sunar. TÜİK verilerine göre, Türkiye'de kişi başına yıllık ortalama okuma oranı 5,3 saattir. Bu süre, televizyon izleme ve internet kullanımına ayrılan sürenin oldukça altındadır (TÜİK, 2021). Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü verilerine göre ise, Türkiye'de kişi başına düşen kitap sayısı yılda 8,4'tür. Ancak bu kitapların büyük bir kısmını ders kitapları ve sınavlara hazırlık kitapları oluşturur (Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü, 2022).

Türkiye'de yeni kuşak gençler veya öğrenciler arasında okuma alışkanlığı, dijital dünyanın etkisiyle giderek azalmaktadır. Yapılan araştırmalar, özellikle gençlerin kitap okumaktan çok sosyal iletişim ağları, video oyunları ve dijital içeriklerle vakit geçirdiğini gösterir. Millî Eğitim Bakanlığı tarafından yapılan bir araştırmaya göre, lise öğrencilerinin %70'i düzenli kitap okumadığını belirtmiştir (Ayyıldız, Bozkurt, & Canlı, 2006). Türk Eğitim Derneği raporlarına göre, öğrencilerin %60'ı okuma alışkanlığı kazanmak için yeterli motivasyona sahip değildir (TED, 2019).

Okuma sosyolojisi çerçevesinde Fransa'da bireylerin %56'sı kendilerini düzenli okuyucu olarak tanımlar (CNL, 2025). Ne var ki bu oran 2023 verilerine göre %5'lik bir düşüşe işaret ederken on yıl öncesinin oranıyla kıyaslandığında oldukça düşük düzeydedir. Düzenli kitap okumanın %66 oranla kadınlarda erkeklerden daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Fransız Ulusal Kitap Merkezinin 2025 verilerine göre okurlar tüm formatları kapsayan bir yelpazede yılda ortalama 18 kitap okumuşlardır. Bu sayı, 2023 yılında 22 idi (CNL, 2023). Ulusal Kitap Merkezinin araştırma kuruluşu İpsos'a yaptırdığı araştırma çerçevesinde günlük kitap okuyanların sayısı 2023 yılı raporlarında %49 iken, 2025 yılı verilerinde bu oranda %4'lük bir gerileme olmuştur. Yine 2025 verilerinde Fransızların okumaya ayırdıkları günlük zaman 31 dakika, haftalık ortalama 3 saat 40 dakikadır (BFMTV, 2025). Ancak okumaya ayrılan zamanın her geçen yıl biraz daha düştüğü bir gerçektir.

Yaş grupları bazında 15-24 yaş grubu 2023 yılında yıllık ortalama 29 kitap okurken bu oran 2025 yılında 21'e gerilemiştir. Buna karşılık 25-34 yaş grubundaki bireyler 2023 yılında ortalama 26 kitap okumuştur. Pandemi öncesindeki okuma oranlarına denk olan bu rakam, söz konusu yaş grubunun pandemi sonrasında pandemi öncesi okumalarına dönüşünün göstergesidir. 65 yaş üstü bireylerde ise 2021 yılında okunan kitap sayısı ortalama 30 olmasına karşın bu grup için 2025 yılında okunan ortalama kitap sayısı 25'tir (BFMTV, 2025).

En çok tercih edilen kitaplar arasında mangalar/çizgi romanlar önemli bir yer tutar; her beş Fransız'dan biri manga okur. 25 yaş altı gençlerin okuma alışkanlıklarında büyük bir paya sahip mangalar aynı zamanda 25-49 yaş grubu ve düşük sosyoekonomik statüdeki okurlar arasında da popüleritesini artırmaya devam eder (BFMTV, 2025). Okuma malzemesinin format ve türü açısından bakıldığında dijital kitapların okunmasında önemli bir artış gözlemlenmektedir. Buna göre, 2025 yılında 15-34 yaş grubunun yaklaşık yarısı dijital formatta kitap okumaktadır. Bu oran, 2015'e göre önemli bir artış gösterir (Gazette du Midi, 2025). 35 yaş altındaki bireylerin %46'sı en az bir kez sesli kitap dinlemiştir. Bu durum, okuma biçimlerinin çeşitlendiğini ortaya koyar (CNL, 2025).

2023 verilerine göre, Fransızların %86'sı kitaplarını kâğıt formatında okuduklarını belirtirken, %29'u dijital kitapları tercih eder (Livreshebdo, 2023). Son bir yılda basılı kitap okuma ortalaması 17, dijital kitap okuma ortalaması 5 olarak saptanır. Günlük ortalama okuma süresi 41 dakika iken, ekran başında geçirilen süre 3 saat 14 dakika olarak ölçülür. 15-24 yaş grubundaki gençlerin %80'i kendilerini okur olarak tanımlasa da 2019'un verileriyle kıyaslandığında bu oran belirgin şekilde (%16 puan) azalma gösterir (CNL, 2025).

Gençler arasında okuma alışkanlığı, yetişkinlere oranla biraz daha düşük olsa da hala önemli bir düzeydedir. Bu alışkanlığın kazanılması için özellikle eğitim sistemi, gençleri teşvik edici niteliktedir. Ulusal Kitap Merkezinin araştırmasına göre, 15-24 yaş arası gençlerin %78'i son bir yıl içinde en az bir kitap okumuştur (CNL, 2020). Okuma alışkanlıklarının değişmesine bağlı olarak, gençler arasında dijital kitap (e-kitap) okuma oranı artış gösterir. Verilere göre, gençlerin %25'i dijital kitap okumayı yeğlemektedir (CNL, 2020).

Fransa'da kitap satın alma alışkanlıkları ve kütüphane kullanımı, okuma kültürünün güçlü olduğunu gösterir. Ulusal Yayın Sendikası (SNE)'nin, Médiamétrie kuruluşuna 2024 yılı başında yaptırdığı ve 2023 yılında 15 yaş ve üzeri Fransızların kitap satın alma ve okuma alışkanlıklarını konu alan verilerine göre 2023 yılında Fransa'da kitap okuyanların sayısı 40 milyondur. Buna göre 15 yaşın üstündeki bireylerin dörtte üçü 2023 yılında en az bir kitap okumuştur. Kitap okuyanların 38 milyonu en az bir basılı kitap okumuş, buna karşılık çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu 12 milyon okur aynı yıl içinde en az bir dijital kitap okumuştur. Ayrıca daha genç ve daha çok erkeklerden oluşan gruptan 5 milyon kişi de fiziksel sesli kitap, 4 milyon kişi de dijital sesli kitap okumayı tercih etmiştir. Basılı kitap okurlarının %58'i ve kitap biçiminde düzenlenmiş fiziksel sesli kitap okurlarının %41'i için yeni kitap satın almak (%18), ikinci el kitap satın almaya %13 tercih edilmiştir (SNE, 2024). Fransa Kültür Bakanlığı verilerine göre de Fransızların %65'i yılda en az bir kitap satın almaktadır (Ministère de la Culture, 2021). Ulusal Kitap Merkezi araştırmasına göre, Fransızların %40'ı düzenli olarak kütüphaneleri ziyaret etmektedir (CNL, 2020).

Fransa kültürel etkinlikler yoluyla da okuma alışkanlıklarını ve oranlarını artırmaya çalışır. Bu çerçevede edebiyat festivalleri, edebiyat ödülleri, kitap fuarları ve yazar etkinlikleriyle okuma kültürünü destekler. Paris Kitap Fuarı, her yıl on binlerce ziyaretçiyi ağırlar ve okuma alışkanlığı teşvik edilir. Fransa Kültür Bakanlığı, okuma alışkanlığını artırmak için 'Kitap Yolculuğu' (Partir en livre) gibi sloganlarla ulusal kampanyalar düzenler (Ministère de la Culture, 2021).

Özellikle genç kuşaklardan başlayarak, okuma alışkanlığının kazandırılmasında teşvik edici unsur olarak Fransız eğitim sisteminin üstlendiği roldür. Okullarda edebiyat derslerine büyük önem verilir, öğrenciler klasik ve modern edebiyat yapıtlarını okumaya teşvik edilir. Fransa Kültür Bakanlığı, okuma alışkanlığını artırmak için çeşitli projeler ve kampanyalar yürütür. Kurumsal nitelikteki bu teşvikler edebiyat ürünlerinin satışlarına da yansır. Türkiye'de okuma alışkanlıklarının artırılmasına yönelik benzer etkinlikler ve programlar gerçekleştirilmekte olsa da ülkelerin istatistiklerine yansıyan rakamlar Türkiye'nin okuma konusunda katetmesi gereken yolun daha uzun ve zorlu olduğu anlaşılır. Bu açıdan Türkiye ve Fransa'da edebi tüketim verileri açısından aşağıdaki sonuçlarla karşılaşılr:

Türkiye Yayıncılar Birliği verilerine göre, Türkiye'de 2023 yılında yaklaşık 400 milyon kitap üretilmiştir (TYB, 2023). Pandemi sürecinin geride kalmasıyla yayınlanan kitap sayısında kısmi bir artış olduğu gözlenir. Buna göre 2024 yılında 413 milyon 860 bin 263 kitap üretimi gerçekleştirilir. 2023 yılına kıyasla 13 milyon 519 bin 686 adetlik (%3,38) bir artışla gerçekleşen bu üretim, sektörün iki yıl üst üste büyüme kaydettiğini yansıtır. Üretilen toplam kitap sayısının %11,9'unu yetişkinlere yönelik kültür yayımları, %13,6'sını kurgu edebiyat yayımları, %15'ini çocuk kitapları, %1'ini gençlik kitapları, %8,8'ini dinsel içerikli kitaplar, %2,5'ini akademik nitelikli yayımlar, %1,3'ünü yabancıların yazdığı kitaplar ve %46,5'ini eğitim ve sınavlara yönelik yayınlar oluşturur (YAYFED, 2025). Ne var ki 11 Haziran 2025 tarihli TÜİK'in 2024 yılı kütüphane istatistikleriyle ilgili raporunda "Yayımlanan materyallerin sayısı 2024 yılında, 2023 yılına göre %6,5 azalarak 92 bin 595 oldu. Yayınlar konularına göre incelendiğinde 2024 yılında yayımlanan materyallerin %21,4'ünün akademik, %21,3'ünün yetişkin kurgu edebiyat, %19,4'ünün ise eğitim olduğu görüldü" (TÜİK, 2025)

ifadesine ve yayınlanan materyallerin sayısına yer vermektedir. Türkiye Yayıncılar Birliğinin 2023 yılı rakamlarıyla TÜİK'in 2024 yılı rakamları arasındaki büyük fark ya TÜİK'in sınavlara hazırlık materyallerini dikkate almadığını ya da adı geçen kuruluşlardan birinin sunduğu verilerin gerçeği yansıtmadığı anlamına gelmektedir.

Kitap satış rakamları doğrultusunda Türkiye'de en çok satan kitap türleri, genellikle eğitim ve sınavlara hazırlık içerikli kitaplar, çocuk kitapları ve yerli edebiyat ürünleridir. Kitap satışlarında özellikle LGS ve YKS sınavlarına hazırlık kitapları %40'lık bir paya sahiptir (TYB, 2023). Çocuk kitapları, toplam kitap satışlarının %20'sini oluşturur. Yerli yazarların roman ve öykü kitapları, edebiyat kategorisinde en çok satanlar arasındadır. Özellikle Ahmet Ümit, Elif Şafak ve Orhan Pamuk gibi yazarların kitapları, yüksek satış rakamlarına ulaşmaktadır (TYB, 2023). Dijital kitap (e-kitap) satışlarında da belli ölçüde artış görülür. Türkiye Yayıncılar Birliği verileri, dijital kitap satışlarının toplam kitap satışlarının %5'ini oluşturduğuna yer verir ve buna paralel olarak özellikle gençler arasında e-kitap okuma oranı giderek arttığını vurgular (TYB, 2023).

Fransa'da edebiyat ürünlerinin satış istatistiklerine gelince, ilgili kurumlar basılan toplam kitap sayısı yerine farklı adlarla altında basılan kitap üretimini vermeyi yeğler. Buna göre, 2021'den bu yana üretilen faklı başlıkla basılan kitap sayısındaki erozyon, 2023'teki %5,7'lik keskin düşüşün ardından 2024'te %2,1'lik bir toparlanma dönemine girer. 65.535 farklı kitabın üretimi olarak gerçekleşen bu sayı, 2010 ve 2022 yıllarının rakamlarına göre düşük kalmaktadır. 2023'teki gençlik yayınlarındaki sert düşüşün ardından, özellikle çocuk belgeselleri ve erken yaş gelişim kitaplarında sırasıyla %18 ve %51 artışla birlikte yayın sayısında %9'luk bir toparlanma gözlemlenir. Toplamda, edebiyat tüm başlıklardaki toplam üretimin %40'ını oluşturur. Kitap üretiminde yükselişini sürdüren bir diğer alan ise, geçen yılki %16,2'lik artışa kıyasla daha düşük olmakla birlikte, manga türüdür. Satışlardaki düşüş eğilimi son iki yıldır sürse de 2024'te manga üretimi %10 artar. Buna karşılık, çizgi roman üretiminde %1'lik hafif bir düşüş dikkat çeker. Sanat ve spor kitapları sektörü de bir önceki yıla göre %5 oranında büyür. Düşüş gösteren alanlar olarak yemek ve gastronomi kitaplarını da içeren pratik bilgiler alanı %7'lik bir oranla öne çıkar. Dinsel içerikli kitaplar alanında da %10'luk bir azalma gerçekleşir (Dupuy, 2025).

Genel kitap satış rakamları açısından Fransa, dünyanın en büyük kitap pazarlarından birini oluşturur. Fransız yayıncılık sektörü hem yerel hem de uluslararası düzeyde önemli bir yer işgal eder. Ulusal Kitap Merkezi verilerine göre, Fransa'da yılda yaklaşık 450 milyon edebiyat ürünü satılmaktadır ve kişi başına düşen kitap sayısı 14'tür (CNL, 2021).

Fransa ve Türkiye'deki gazete ve dergi satış oranları da okuma alışkanlıkları ve okuma materyalleri arasındaki farkı yansıtır. Her iki ülkede de günlük gazete satışlarında özellikle dijital medyanın rekabeti nedeniyle son dönemlerde önemli bir düşüş gözlenirse de yapılan gazete ve dergi baskıları ölçeğinde rakamlar Türkiye'nin aleyhindedir. Bu bağlamda, Fransa'da günlük gazetelerin satış oranları 2024 yılı verilerine göre şöyledir:

Le Monde, Fransa'nın en çok satan gazetelerinden biri olup, 2024 yılında günlük ortalama baskısı 528.709 adettir ve 2022 rakamlarına oranla %8,16 artış gösterir. Le

Figaro 2024 yılında günlük ortalama 365.831 adet baskı yaparken, L'Equipe 226.518, Les Echos 140.171, Libération 110.271 adet basılır. Ücretsiz dağıtılan 20 Minutes gazetesini, 2024 yılında kâğıt maliyetlerini bahane ederek dağıtım miktarını 1 milyondan 440.000 bine indirir (ACPM, 2024).

Buna karşılık dergi ve magazine dergilerinde bir miktar düşüş söz konusudur. Fransa'daki dergiler, haberden kültüre ve eğlenceye kadar geniş bir yelpazede konularını belirler. Bu nitelikte olup en çok ilgi gören birkaç dergide satış durumu şöyledir: Paris Match dergisi 2024 yılında haftalık ortalama 436.652 adet satış yaparken, L'Express 134.414, Le Point 285.589, en çok satan dergilerden biri Télé 7 Jours aynı yıl haftalık 691.215 adet baskı yapar. Yüksek satış rakamlarına karşın son on yılda gazete ve dergi satışları, dijital medyanın yükselişi nedeniyle yılda ortalama %5-10 oranında azalma gösterir (ACPM, 2024). Yine de Le Monde ve Le Figaro gibi gazetelerin dijital abonelikleri artarak, basılı satışlardaki düşüşleri kısmen telafi edilir.

Türkiye'deki gazete satış oranlarına gelince, dijitalleşmenin ve dijital haber kaynaklarının devreye girmesiyle satış oranları sürekli azalan basılı yayınların düşüşü konusunda Reuters tarafından hazırlanan 2023 Dijital Haber Raporu'nda, haber kaynağı bakımından 2015-2023 döneminde Türkiye'deki değişimde en büyük farklılık gazete ve dergi gibi matbu haber kaynaklarının oranında göze çarpar. 2015'te %50 olan bu oran 2023'te %21. TV'nin yeri %75'ten %56'ya gerilerken, sosyal medya dahil çevrimiçi haber kaynakları %75 ile listenin başında yer alır. Aynı konuda 25 Temmuz 2023'te yayımlanan TÜİK verilerine göre, ülkemizdeki gazete ve dergilerin sayısı, önceki yıla göre %9,2 azalmayla 2022'de 4.048'dir. Bu yayınların %53,9'unu dergiler oluşturur. 2022'de gazete ve dergilerin tirajı %8,3 azalırken, toplam tiraj 848.365.241 olarak gerçekleşir ve bu tirajda gazetelerin payı %95,4'tür (B2Press, 2024). Bu çerçevede, Hürriyet en çok satan gazetelerden olarak, 2022 yılında günlük ortalama 200.000 adet basılmış, 15-21 Ocak 2024 tarihleri arasındaki satış rakamları dikkate alınırsa bu rakam 107.978'e düşmüştür. Sözcü gazetesi 2022 yılında günlük ortalama 150.000 adet basılırken Ocak 2024'te 104.168 baskıya yapar. Sabah gazetesi 112.211, Akşam 101.488, Türkiye 101.393, Milliyet 101.347, Posta gazetesi ortalama 59.785 baskı gerçekleştirir (MTM, 2024).

Siyaset, ekonomi, toplum sorunları ve bilimsel içerik gibi konular yerine moda, ünlüler ve haberler gibi konulara odaklanan Türkiye'deki dergilerin en çok satanlarının 2022 ortalama baskı rakamları şöyledir: En çok satan haber dergilerinden biri olan Haftalık dergisi haftalık 50.000 adet, Elele moda ve yaşam tarzı dergisi olarak 30.000 adet, tarih dergisi niteliğindeki Atlas Tarih dergisi aylık 20.000 adet basılmıştır. Bu rakamlar Fransa'da olduğu gibi, Türkiye'de de gazete ve dergi satışlarının son on yılda ortalama %5 oranında azaldığını gösterir (MTM, 2024). Buna karşılık dijital platformlar ve sosyal medya, basılı versiyonlara olan talebi azaltarak popülerlik kazanır.

Bütün bu istatistiklere karşın, özellikle genç yetişkinler ve yaşlılar arasında olmak üzere, tüm dünyada olduğu gibi Fransa'da ve doğal olarak Türkiye'de de genel olarak kitap okuma oranlarında bir düşüş yaşandığı gözlemlenir. Kitap sektöründe okuma formatları çeşitlenmiş olsa da kitap okumaya ayrılan zaman giderek azalır, ekran karşısında geçirilen zaman ise artar.

Okuma Oran ve Alışkanlıklarının Düşük Olmasının Yarattığı Etkiler

Okuma oranlarının düşük olması, toplumsal, eğitimsel, ekonomik, siyasal, coğrafi ve maddi açıdan birçok olumsuz etkiye neden olur. Bu durum, bireylerin kişisel gelişiminden ülkenin kalkınmasına kadar geniş bir yelpazede aşağıda sıralanan sorunlara yol açar:

Toplumsal Etkiler:

1. Kültürel ve entelektüel gelişimin yavaşlaması: Okuma alışkanlığının düşük olması, toplumun kültürel ve entelektüel gelişimini yavaşlatır. Edebiyat, sanat ve bilim gibi alanlarda farkındalık ve ilgi düzeyi düşük kalır. Toplumda eleştirel düşünme ve analiz yeteneği zayıflar, bu da bireylerin olaylara yüzeysel yaklaşmasına neden olur.
2. Empati ve toplumsal becerilerin eksikliği: Edebiyat, bireylerin farklı bakış açılarını anlamasına ve empati kurmasına katkı sağlar. Okuma alışkanlığının düşük olması, toplumda empati eksikliğine ve toplumsal ilişkilerin zayıflamasına yol açar.
3. Dil ve İletişim Sorunları: Okuma, dil becerilerini geliştirir ve iletişim yeteneğini artırır. Okuma alışkanlığının düşük olması, toplumda dil kullanımının zayıflamasına ve iletişim sorunlarına neden olur.

Eğitimsel Etkiler:

1. Akademik başarının düşmesi: Okuma alışkanlığı, öğrencilerin akademik başarısını doğrudan etkiler. Okuma oranlarının düşük olması, özellikle sözel derslerde başarısızlığa yol açar. Öğrencilerin okuduğunu anlama ve yorumlama becerileri zayıf kalır, bu da sınavlarda düşük performansa neden olur.
2. Eleştirel düşünme becerilerinin gelişmemesi: Edebiyat ve diğer okuma materyalleri, öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerini geliştirir. Okuma alışkanlığının eksikliği, öğrencilerin sorgulama ve analiz yeteneklerinin gelişmesine neden olur.
3. Eğitimde fırsat eşitsizliği: Okuma alışkanlığı, özellikle kırsal bölgelerde ve düşük gelirli ailelerde daha düşüktür. Bu durum, eğitimde fırsat eşitsizliğini artırır ve toplumsal adaletsizliği derinleştirir.

Ekonomik Etkiler:

1. İnsan kaynağının niteliksizleşmesi: Okuma alışkanlığının düşük olması, işgücünün niteliğini olumsuz etkiler. Eleştirel düşünme, problem çözme ve yaratıcılık gibi becerilerin eksikliği, ekonomik verimliliği düşürür.
2. Yayıncılık sektörünün zayıflaması: Düşük okuma oranları, yayıncılık sektörünün büyümesini engeller. Kitap satışlarının düşük olması, yayınevlerinin

finansal olarak zayıflamasına ve yeni eserlerin basımının azalmasına neden olur.

3. Bilgi temelli ekonomide geri kalma: Günümüzde bilgi temelli ekonomi, okuma ve öğrenme kültürüne dayanır. Okuma alışkanlığının düşük olması, Türkiye'nin küresel ekonomide rekabet gücünü zayıflatır.

Siyasal Etkiler:

1. Demokratik katılımın azalması: Okuma, bireylerin siyasi bilinç kazanmasını ve demokratik süreçlere aktif katılımını sağlar. Okuma alışkanlığının düşük olması, toplumda siyasi bilinç eksikliğine ve demokratik katılımın azalmasına yol açar.
2. Manipülasyona açık toplum: Eleştirel düşünme becerilerinin zayıf olması, bireylerin medya ve siyasi söylemler karşısında savunmasız kalmasına neden olur. Bu durum, toplumun manipülasyona açık hale gelmesine yol açar.

Coğrafi ve Maddi Etkiler:

1. Kırsal ve kentsel arasındaki uçurum: Kırsal bölgelerde kütüphane ve kitap erişimi kısıtlıdır. Bu durum, kırsal ve kentsel bölgeler arasında okuma oranları açısından büyük bir uçurum yaratır.
2. Ekonomik eşitsizlik: Düşük gelirli aileler, kitap satın alma konusunda zorluk yaşar. Bu durum, ekonomik eşitsizliğin okuma alışkanlığı üzerindeki olumsuz etkisini artırır.
3. Kütüphane ve okuma alanlarının yetersizliği: Türkiye'de kütüphane sayısı ve okuma alanları yetersizdir. Bu durum, özellikle gençlerin okuma alışkanlığı kazanmasını engeller.

Psikolojik ve Bireysel Etkiler

1. Kişisel gelişimin engellenmesi: Okuma, bireylerin kişisel gelişimini destekler. Okuma alışkanlığının düşük olması, bireylerin kendini ifade etme ve özgüven kazanma sürecini olumsuz etkiler.
2. Stres ve zihinsel sağlık sorunları: Okuma, bireylerin stresle başa çıkmasına ve zihinsel sağlığını korumasına yardımcı olur. Okuma alışkanlığının eksikliği, toplumda stres ve zihinsel sağlık sorunlarının artmasına neden olabilir.

Çocuk ve Gençlere Okuma Alışkanlığı Nasıl Kazandırılır?

Çocuk ve genç yaştaki bireylere okuma alışkanlığı kazandırmak konusunda sekiz yöntem nispeten diğer uygulamalara göre öne çıkar. Şöyle ki:

1. İlgi çekici ve uygun metinler seçmek yoluyla: Genç okurların yaş grubuna, ilgi alanlarına ve okuma düzeylerine uygun metinler seçmek, okuma güdülenmesini artırır. Özellikle güncel gençlik edebiyatı ve görsel öğeler içeren kitaplar bu doğrultuda hedeflenen okuma alışkanlığında etkili olur (Guthrie & Wigfield, 2000). Örneğin, grafik/çizgi romanlar ve resimli kitaplar, okumaya ilgi duymayan küçük yaştaki çocuk okurlar için başlangıç noktası olabilir. Ergenlere yönelik metin seçiminde ergenlik döneminin duygu ve imgelemi göz önünde bulundurulmalıdır.
2. Okuma sürecini eğlenceli hale getirmek yoluyla: Okuma etkinliklerini oyunlaştırmak, grup tartışmaları ve yaratıcı yazma çalışmalarısıyla desteklemek, küçük yaştaki çocukların sürece aktif katılımını sağlar (Applegate & Applegate, 2004). Örneğin, bir kitap okuma yarışması düzenlemek veya karakterler hakkında drama etkinlikleri yapmak, çocukların ilgisini çekebilir. Gençler için daha önce okunmuş ve beğenilmiş metinler örnek gösterilerek onların ilgisini çekecek kendi yaş gruplarına hitap edecek metinleri tercih etmeleri yoluna gidilebilir.
3. Rol model olmak yoluyla: Öğretmenlerin ve ebeveynlerin okuma alışkanlığına sahip olması ve bunu öğrencilere göstermesi, onlar için motive edici bir örnek teşkil eder (Bandura, 1997, s. 142). Öğretmenler, sınıfta kitap okuma saatleri düzenleyerek öğrencilere örnek olabilir. Benzer şekilde aile bireyleri için televizyon, bilgisayar, cep telefonu gibi çocuk ve gençlerin ilgisini cezbeden araçları devre dışı bırakarak ev ortamında okuma saatleri ve okunan metnin değerlendirilmesine yönelik yorum saatleri düzenlenebilir.
4. Teknolojik araçlarla okumak yoluyla: Dijital kitaplar, sesli kitaplar ve okuma uygulamaları, özellikle teknolojiye meraklı öğrenciler için okumayı daha cazip hale getirebilir (Liu, 2005). Örneğin, interaktif e-kitaplar ve okuma uygulamaları, öğrencilerin okuma deneyimini zenginleştirebilir. Farklı dijital formattaki metin ve kitaplar gerektiğinde aile bireylerinin tümünün katıldığı bir ortamda teknolojik araçlar yoluyla okunabilir, okumaya ilişkin çıkarım ve değerlendirmeler yapılabilir.
5. Okuma hedefleri belirleme yoluyla: Çocuk ya da öğrencilere, haftada bir bölüm veya kitap bitirmek şeklinde, küçük ve ulaşılabilir okuma hedefleri koymak onların okuma alışkanlığı kazanmasına yardımcı olur (Gambrell, 2011). Bu hedefler, çocuk ve ergenlerin kendilerine güven duymalarını tetikler.
6. Okuma kulüpleri ve toplantıları düzenlemek yoluyla: Aile ve okul ortamında veya çevrimiçi olacak biçimde arkadaşlar veya akranlar arasında okuma kulüpleri kurmak, öğrencilerin okuma deneyimlerini paylaşmalarını ve birbirlerini motive etmelerini sağlar (Daniels, 2002, s. 138). Bu tür topluluklar, öğrencilerin okuma sürecini toplumsal bir etkinlik olarak görmelerine yardımcı olur.
7. Ödüllendirme ve takdir yoluyla: Çocuk ve ergenlerin okuma çabalarını takdir etmek ve küçük ödüller sunmak, motivasyonlarını artırabilir. Örneğin, en çok

kitap okuyan kişiye ödül, sertifika veya küçük hediyeler vermek onu onurlandırır ve okumaya teşvik eder. Takdir edilmek genç okurların kendilerini ayrıcalıklı ve değerli görmelerini sağlar, onları olumlu yönde güdüler.

8. Okunan kitaplar hakkında bir şeyler yazmaya özendirmek yoluyla: Özellikle ergenlerin okudukları kitaplar hakkında yazmalarını sağlamak, okuma deneyimlerini derinleştirir. Yaratıcı yazma çalışmaları, öğrencilerin kitaplarla daha güçlü bir bağ kurmalarına yardımcı olur. Yazdıkları metinlere yapılacak övgüyle birlikte, pedagojik bir yaklaşımla, aksayan yönlerinin daha güzel nasıl ifade edilebileceğini göstermek onların okuma ve yazma alışkanlıklarının biçimlenmesine katkı verir.

Sonuç

Günümüzde kitap, hızla alınıp hızla okunan, elden ele geçen, sanal ortamlarda farklı biçimlerde kendine yer bulan, yalnızca meraklı ve yüzeysel bakışlara hitap eden pek çok yayının gölgesinde silinip gitme eğilimindedir. Gidişat kitabı yok olma tehlikesiyle karşı karşıya mı bırakmaktadır? Yüzlerce yıldır yaptığı yolculukta kaybolur gibi olduğu durumlarda, yeniden belirmişti. Biçimi, hacmi ve fiziksel yapısı ne olursa olsun, sürekli bir başvuru kaynağıdır; her zaman oradadır, ayaktadır, sayfalarını açmaya, okurunu karşılamaya ve okunmaya hazırdır.

Okunacak metinlerin bolluğu her geçen gün çoğalmaktadır. Yayınevlerinin durmaksızın sunduğu yenilikler, bazen potansiyel okura okuma, metne dalma, kendini okuma içinde unutma ya da bu sürecin tadını çıkarma fırsatı bile tanımadan üst üste birikir. Bir okuma diğerini kovalar. Sürekli tekrarlanan “okumak gerekir” söylemi her zaman ikna edici değildir; çünkü okuma arzusu çoğu zaman dirençlidir, uzmanların tembihlerine ya da durmaksızın süren reklam cazibelerine kolayca boyun eğmez. Okuma, her zaman gezgin ve denetim dışı bir pratiktir.

İşte bu çalışma, okuma sosyolojisi ekseninde Türkiye ve Fransa'daki okuma oranları, bağlamları ve alışkanlıkları çok boyutlu bir biçimde incelemektedir. Okuma sosyolojisinin bireyin kültürel kimliği, eğitim düzeyi, toplumsal çevresi ve medya ile olan ilişkisi üzerinden şekillenen bir alan olduğu ortaya konulmuş; bu bağlamda hem mikro (bireysel) hem de makro (toplumsal ve siyasal) dinamikler dikkate alınmıştır.

Fransa'da okuma sosyolojisi, yüz yıllardır kamu politikalarının, eğitim sisteminin ve kültürel teşvik mekanizmalarının merkezinde yer almakta; devlet destekli kütüphane ağları, kitap fuarları ve edebi kurumlar aracılığıyla halkın kitaba erişimi sistematik biçimde desteklenmektedir. Türkiye'de sadece bir yüz yıllık geçmişi olan okuma alışkanlığı çoğu zaman bireysel çaba ve özel girişimlere dayalı gelişmektedir; devlet politikalarında kitap ve okuma kültürüne yönelik süreklilik arz eden bir yaklaşımın eksikliği dikkat çekmektedir.

Veriler ve gözlemler, Fransa'da kitap okuma oranlarının Türkiye'ye kıyasla daha yüksek olduğunu, okuma eyleminin gündelik yaşamın bir parçası hâline geldiğini göstermektedir. Öte yandan, Türkiye'de kitap okuma oranları düşük seviyelerde kalmakta, bu durum da hem kültürel üretimi hem de toplumsal eleştirel düşüncüyü

olumsuz etkilemektedir. Bu farkların, yalnızca ekonomik ya da teknolojik nedenlere değil, aynı zamanda tarihsel, eğitsel ve politik farklara da dayandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Okuma alışkanlığının toplumsal düzeyde zayıf kalmasının sonuçları çok yönlüdür. Düşük okuma oranları; eleştirel düşüncenin, medya okuryazarlığının ve demokratik katılımın zayıflamasına neden olurken, bireysel gelişimi ve kültürel zenginliği de sınırlamaktadır. Bu noktada edebi metinlerin, bireyin empati kurma becerilerini geliştirmede, estetik algısını ve dil yetisini artırmada vazgeçilmez bir işlevi olduğu görülmektedir.

Genç kuşaklara okuma alışkanlığı kazandırmak, yalnızca eğitim politikalarıyla değil, aynı zamanda kültürel ortamın yeniden yapılandırılmasıyla mümkündür. Ailelerin okuma kültürü, okullarda kitapla kurulan ilişkinin niteliği, dijital teknolojilerin bilinçli kullanımı ve yerel yönetimlerin kültürel politikaları bu süreçte belirleyicidir. Bu nedenle, okuma eyleminin bireysel bir faaliyet olmaktan çıkıp, toplumsal bir değer olarak kabul edilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye ve Fransa örneği üzerinden yapılan bu karşılaştırmalı okuma sosyolojisi çalışması, kitap okumanın yalnızca bireysel bir tercih değil, aynı zamanda kültürel, toplumsal ve siyasal bağlamlarda şekillenen bir pratik olduğunu bir kez daha ortaya koymuştur. Okuma kültürünün geliştirilmesi, sadece okuryazarlık oranlarını artırmakla sınırlı kalmamalı; aynı zamanda eleştirel düşünce, kültürel katılım ve toplumsal bütünleşme süreçlerinin de merkezine yerleştirilmelidir.

Kaynakça

- ACPM. (2024). *Classement Diffusion Presse Quotidienne Nationale 2024*. Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias: <https://www.acpm.fr/Les-chiffres/Diffusion-Presse/Presse-Payante/Presse-Quotidienne-Nationale> adresinden alındı
- Alver, K. (2012). *Okumanın Halleri: Okumanın Sosyolojisi Üzerine*. D. Boz (Dü.) içinde, Kitaba Çağrı (s. 39-49). Ankara: Öncü Basımevi.
- Anadolu Ajansı. (2022, 07 26). *Türkiye'de geçen yıl 72 bin 52 kitap yayımlandı*. Anadolu Ajansı: <https://ekygm.gov.tr/Home/Index?ReturnUrl=%2f> adresinden alındı
- Applegate, A. J., & Applegate, M. D. (2004). *The Peter Effect: Reading habits and attitudes of preservice teachers*. 57(6), 554-563. *The Reading Teacher*, 57(6), s. 554-563.
- Aras, G. (2017). *Edebiyat ve Kültür: Bireysel ve Toplumsal Gelişmede Okuma ve Kütüphane Alışkanlığı Üzerine*. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(2), s. 945-968.
- ARICI, A. F. (2023). *Türklerin Okuma Sosyolojisi*. Türkiye Yazarlar Birliği Web sayfası: <https://www.tyb.org.tr/ali-fuat-arici-turklerin-okuma-sosyolojisi-60917h.htm> adresinden alındı
- Atalay, İ. (2023). *Edebiyat Sosyolojisi ve Sosyoeleştiri*, Günce Yayınları, Ankara.
- Ayyıldız, M., Bozkurt, Ü., & Canlı, S. (2006). *Okuma Kültürü Üzerine Araştırma. Milli Eğitim Dergisi*, 34(169). Mart 06, 2025 tarihinde https://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/169/mustafa.pdf adresinden alındı
- B2Press. (2024, 01 23). *B2Press Medya Analizi: Basılı - Online Karşılaştırması* (Aralık 2023). B2Press: <https://tr.b2press.com/kutuphane/148/b2press-medya-analizi-basili-online-karsilastirmasi-aralik-2023> adresinden alındı
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.
- BFMTV. (2025, 04 18). *Les Français lisent de moins en moins, selon une étude*. BFMTV: (Les Français lisent de moins en moins, selon une étude, Hugues Garnier, Le 08/04/2025 à 06h32, https://www.bfmtv.com/societe/les-francais-lisent-de-moins-en-moins-selon-une-etude_AN-202504080067.html? adresinden alındı
- Bon, F. (2011). *Après le livre*. Paris: Seuil.
- Bourdieu, P. (1979). *La Distinction : Critique sociale du jugement*. Paris: Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P., & Passeron, J.-C. (1965). *Les héritiers. Les étudiants et la culture*. *Revue française de sociologie* Année 1965 6-3 pp. 397-398, 6(3), s. 397-398.
- Certeau, M. d. (1980). *L'Invention du quotidien*, tome 1 . Paris: Union générale d'éditions.

- Chartier, A.-M. (2015). *Les métamorphoses de la lecture*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Chartier, R. (1985). *Lectures et lecteurs dans la France d'Ancien Régime*. Paris: Seuil.
- CNL. (2020). *Rapport d'activité 2020*. centrenationaldulivre.fr: <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/rapport-d-activite-2020> adresinden alındı
- CNL. (2021). *Rapport d'activité 2021*. Centre National du Livre: <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/rapport-d-activite-2021> adresinden alındı
- CNL. (2023). *Les Français et la lecture en 2023*. Centre National du Livre: <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2023> adresinden alındı
- CNL. (2025). *Les Français et la lecture en 2025*. Centre National du Livre: <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2025> adresinden alındı
- Damrosch, D. (2003). *What Is World Literature?*. Princeton: Princeton University Press.
- Daniels, H. (2002). *Literature circles: Voice and choice in book clubs and reading groups*. Stenhouse: Stenhouse Publishers.
- DESAM. (2018). “*Türk halkının kitapla imtihanı: Neden okumuyoruz?*” Türkiye Yazarlar Birliği: <https://www.tyb.org.tr/turk-halkinin-kitapla-imtihani-neden-okumuyoruz-56697h.htm> adresinden alındı
- Donat, O. (2009). *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*. Paris: La Découverte.
- Dupuy, E. (2025, 03 09). “*Le bilan 2024 de la production de livres, secteur par secteur.*” LivresHebdo: <https://www.livreshebdo.fr/article/le-bilan-2024-de-la-production-de-livres-secteur-par-secteur> adresinden alındı
- Escarpit, R. (1958). *Sociologie de la littérature*. Paris: PUF.
- Gambrell, L. B. (2011). “*Seven rules of engagement: What's most important to know about motivation to read.*” *The Reading Teacher*, 65(3), s. 172-178.
- Gazette du Midi. (2025, 04 25). “*La lecture a-t-elle toujours la cote auprès des Français?*” [gazettedumidi.fr: https://gazette-du-midi.fr/au-sommaire/hommes-et-chiffres/barometre/la-lecture-a-t-elle-toujours-la-cote-aupres-des-francais?](https://gazette-du-midi.fr/au-sommaire/hommes-et-chiffres/barometre/la-lecture-a-t-elle-toujours-la-cote-aupres-des-francais?) adresinden alındı
- Guthrie, J. T., & Wigfield, A. (2000). “*Engagement and motivation in reading.*” *Handbook of reading research*, 3, 403-422. P. B. M. L. Kamil içinde, . New York: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Horellou-Lafage, C., & Segré, M. (2007). *Sociologie de la lecture*. Paris: La Découverte.
- Jauss, H. R. (1978). *Pour une esthétique de la réception*. Paris: Gallimard.
- Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü. (2022). “*2022 Yılı İstatistikleri*” <https://kygm.ktb.gov.tr/TR-339758/2022-yili-istatistikleri.html> adresinden alındı

- Lahire, B. (2004). *La culture des individus : dissonances culturelles et distinction du soi*. Paris: La Découverte.
- Liu, Z. (2005). “*Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years.*” *Journal of Documentation*, 61(6), s. 700-712.
- Livreshebdo. (2023, 12 14). “*La lecture captive toujours les-francais mais peine attirer les plus jeunes.*” [livreshebdo.fr: https://www.livreshebdo.fr/article/la-lecture-captive-toujours-les-francais-mais-peine-attirer-les-plus-jeunes](https://www.livreshebdo.fr/article/la-lecture-captive-toujours-les-francais-mais-peine-attirer-les-plus-jeunes)). adresinden alındı
- Lyons, M. (2008). *Reading Culture and Writing Practices in Nineteenth-Century France*. Toronto: University of Toronto Press.
- Ministère de la Culture. (2021). “*Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication*”. Ministère de la Culture: file:///C:/Users/%C4%B0rfanATA-LAY%20Asus/Downloads/Chiffres%20cl%C3%A9s%202021-6_M%C3%A9dias%20et%20industries%20culturelles.pdf adresinden alındı
- MTM. (2024, 01 28-29). “*Medya Servis Bilgisi*”. Medya Takip Merkezi: <https://medyatakup.com.tr/nd/22012024-28012024-29012024-937-sayi-18-yil-172.html> adresinden alındı
- Petit, M. (2002). *Eloge de la lecture*. La construction de soi. Paris: Belin.
- Poissenot, C. (2009). *La nouvelle bibliothèque : contribution pour la bibliothèque de demain*, Voiron: Territorial Edition.
- Popovic, P. (2011, Aralık 15). “*La sociocritique. Définition, histoire, concepts, voies d'avenir.*” *Pratiques. Linguistique, littérature, didactique* (151-152), s. 7-38.
- Radway, J. (1984). *Reading the Romance : Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Sapiro, G. (2016). *La Sociologie de la littérature*. Paris : La Découverte. Paris: La Découverte.
- SNE. (2024, 04 16). “*Baromètre 2024 des usages d'achat et de lecture des livres imprimés, numériques et audio.*” Syndicat national de l'édition: <https://www.sne.fr/actu/barometre-2024-des-usages-dachat-et-de-lecture-des-livres-imprimés-numériques-et-audio/#:~:text=L'achat%20neuf%20est%20le,pour%20l'audio%20physique>). adresinden alındı
- SNE. (2024, 07 08). “*Baromètre sur les usages du livre numérique et audio en 2023*”. Syndicat National de l'Édition: <https://www.sne.fr/numerique-2/barometre-sur-les-usages-du-livre-numerique/> adresinden alındı
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2011, 04 19). “*Türkiye Okuma Kültürü Haritası*”. Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü: <https://kygm.ktb.gov.tr/TR-36/turkiye-okuma-kulturu-haritasi-arastirmasi-sonuclari-aciklandi.html> adresinden alındı
- TED . (2019). *Gençlerde Okuma Kültürü ve Motivasyon Araştırması*. Ankara: TED Yayınları.

- TÜİK. (2021). *Türkiye İstatik Kurumu. “Türkiye İstatikleri 2021”*: https://www.tuik.gov.tr/media/announcements/turkiye_istatistikleri_2021.pdf adresinden alındı
- TÜİK. (2023, 07 24). *“Yaşam Kalitesi Modülü, 2022”*. TÜİK : <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yasam-Kalitesi-Modulu-2022-49760> adresinden alındı
- TÜİK (2025, 06 11). *Kütüphane İstatistikleri, 2024*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kutuphane-Istatistikleri-2024-54192#:~:text=%C3%9Ckımızde%202024%20y%C4%B1%C4%B1nda%2073%20bin,azalarak%2092%20bin%20595%20oldu> adresinden alındı.
- TYB. (2023, 04 04). *“2022 Yılı Türkiye Kitap Pazarı”*. Türkiye Yayıncılar Birliği: <https://turkyaybir.org.tr/2022-yili-turkiye-kitap-pazari-raporu/> adresinden alındı
- YAYFED. (2025, 01 4). *“2024 Yılı Bandrol Verileri Açıklandı”*. Yayıncı Meslek Birlikleri Federasyonu: <https://www.yayfed.org/2024-yili-bandrol-verileri-aciklandi.html> adresinden alındı

Extended Abstract:

This article is a comprehensive comparative study that examines individual reading practices in Turkey and France within the framework of the sociology of reading. The main objective of the study is to conceptualize reading not merely as an individual cultural activity, but as a multidimensional social phenomenon shaped by structural, educational, political, economic, and digital factors. The research analyzes the historical and institutional conditions under which reading habits have developed in both countries, how these are reflected in individual behaviors, and how such processes relate to the production and transmission of social and cultural capital.

The study employs statistical data, qualitative observations, and content analysis as its methodological tools. Institutional reports, public surveys, cultural policy documents, and educational statistics serve as primary sources. Variables such as educational attainment, socioeconomic status, digital media usage, gender, and access to technological resources emerge as the main determinants influencing reading habits.

As a subfield of the sociology of literature, the sociology of reading explores reading practices in their social, cultural, historical, and economic contexts. It seeks to answer the questions “who reads, what, how, and why?” while examining how age, gender, class, and technology shape reading behavior. Reading is viewed as a social act, and reading preferences are understood to correlate with class positions and forms of cultural distinction. However, it is also emphasized that digital transformation has profoundly altered reading modes, creating new forms of interaction through hypertext, e-books, and online reading communities.

In France, the sociology of reading developed in the second half of the 20th century in parallel with cultural studies and deepened through Pierre Bourdieu's theory of cultural capital. Reading culture in France began with the rise of the bourgeoisie in the 17th century and became a public value in the 19th century through state-supported cultural policies. Reading has long been regarded as an element of national identity and has been institutionalized through libraries, publishing houses, educational systems, and state-sponsored cultural programs. The French education system has preserved reading culture by integrating both classical and contemporary works into the curriculum.

In contrast, the sociology of reading is a relatively new field in Turkey. Although literacy rates increased significantly after the establishment of the Republic through educational reforms, reading culture did not become widespread among the general population. Reading habits have largely depended on individual initiative, with limited institutional and societal support. Economic inequality, lack of cultural infrastructure, the high cost of books, and regional disparities in library access remain key factors contributing to Turkey's low reading rates.

The article also presents quantitative evidence to illustrate the differences between the two countries. According to data from the French National Book Center, 56% of French adults are regular readers, reading an average of 18 books per year and devoting around 31 minutes per day to reading. By contrast, the Turkish Statistical Institute reports that in 2023, only 31% of individuals aged 15 and above read at least one book per year. The rate rises to 50.9% among the 15–24 age group but decreases sharply with age.

These figures reveal that in France, reading has become an institutionalized and culturally embedded practice, while in Turkey it remains a limited individual activity. In France, reading serves as a mechanism for the intergenerational transmission of cultural capital, whereas in Turkey it is often perceived as an academic or educational obligation rather than a voluntary cultural pursuit.

The article further explores the social consequences of low reading rates. Culturally, insufficient reading slows social development, weakens linguistic expression, and reduces the capacity for critical thinking. In education, it lowers reading comprehension skills and widens achievement gaps. Economically, it diminishes knowledge production, weakens the publishing industry, and results in a less qualified workforce. Politically, a lack of reading reduces democratic participation and increases susceptibility to misinformation and manipulation. Thus, reading should be understood not only as a cultural but also as a democratic competence essential to civic engagement.

The study also compares the impact of digitalization in both countries. In France, digital reading tools—such as e-books, audiobooks, and comics—have diversified and complemented traditional reading practices. In Turkey, however, digitalization has mainly expanded social media consumption, leading to superficial reading patterns. This shift has contributed to a decline in deep reading, critical thinking, and written expression among younger generations.

The article concludes with eight recommendations for strengthening reading culture among children and youth: selecting engaging texts, gamifying the reading process, encouraging parents and teachers to act as role models, effectively using technological tools such as e-books, setting individual reading goals, organizing reading clubs, creating reward systems, and reinforcing the relationship between reading and writing. These strategies aim to transform reading from an individual habit into a collective and social practice.

In conclusion, the study argues that reading culture is not merely an individual habit but a strategic factor determining a society's intellectual capacity, cultural continuity, and democratic awareness. The sociology of reading provides a crucial analytical framework for understanding the social dynamics behind individual reading behaviors and for guiding the development of effective cultural policies. The French example demonstrates how state-supported reading culture can evolve into a sustainable form of social capital. For Turkey, strengthening this domain requires a comprehensive restructuring of educational, cultural, and media policies to foster a more inclusive and participatory reading culture.

Etik Kurul İzni

Bu çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir. Yaşayan hiçbir canlı (insan ve hayvan) üzerinde araştırma yapılmamıştır. Makale edebiyat sahasına aittir.

Çatışma Beyanı

Makalenin yazarı, bu çalışma ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile arasında mali çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Destek ve Teşekkür

Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Ethics Committee Permission

Ethics committee permission is not required for this study. No research has been conducted on any living creature (human and animal). The article belongs to the field of literature.

Deconfliction Statement

The author of the article declares that there is no conflict of financial interest between him and any institution, organization, person related to this study.

Support and Thanks

Support was not received from any institution or organization in the study.