

T.C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI
GAZETECİLİK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

MATBUDAN DİJİTALE: TÜRKİYE'DE KİTAP EKİ GAZETECİLİĞİNİN DÖNÜŞÜMÜ

Yüksek Lisans

Duygu ERGÜN

İstanbul, 2025

T.C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI
GAZETECİLİK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

MATBUDAN DİJİTALE: TÜRKİYE'DE KİTAP EKİ GAZETECİLİĞİNİN DÖNÜŞÜMÜ

Yüksek Lisans

DUYGU ERGÜN

Tez Savunma Jürisi

1. Tez Danışmanı: Doç. Dr. Süheyla Nil Mustafa
2. Üye : Doç. Dr. Seçil Özay
3. Üye : Dr. Öğr. Üyesi Birol Şevki Tavlı

İstanbul, 2025

ÖZET

Bu tez çalışması, Türkiye'de kültür gazeteciliğinin önemli bir alanı olan kitap eklerinin, matbu yayıncılıktan dijital mecralara geçiş sürecinde geçirdiği niteliksel dönüşümü incelemektedir. Gazetecilik mesleği, küresel ölçekte olduğu gibi Türkiye'de de son on yıllarda ciddi bir yapısal dönüşüm geçirmekte; emek süreçlerinden haberin üretim biçimlerine, ideolojik çerçeveden ekonomik işleyişe kadar birçok boyutta yeniden şekillenmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca ana akım haber gazeteciliğini değil, kültür gazeteciliği gibi daha az görünür ancak toplumsal hafızanın inşasında belirleyici olan alanları da derinden etkilemektedir. Bu tez, söz konusu büyük dönüşümün içinde görece dar ama özgül bir alanı —kültür gazeteciliği içinde kitap eklerini— mercek altına alarak hem yapısal hem de içeriksel dönüşümün izini sürmektedir. Çalışmada, kitap tanıtım yazılarının biçim, içerik ve eleştirel işlevlerinde meydana gelen değişim; gazetecilik mesleğindeki dönüşen üretim pratikleri, emek süreçleri ve kültürel temsil biçimleri ile ilişkilendirilerek çözümlenmiştir. Dijitalleşme, yöndeşme (convergence) ve ticarileşme süreçlerinin kitap eklerini yalnızca içeriksel düzeyde değil; aynı zamanda gazetecilik emeği ve mesleki uzmanlık açısından da nasıl dönüştürdüğü sorgulanmıştır.

Bu amaçla *Radikal Kitap*, *Cumhuriyet Kitap*, *BirGün Kitap*, *Gazete Duvar Kitap* ve *K24* gibi yayın organlarının matbu ve dijital versiyonları karşılaştırmalı olarak incelenmiş; kitap eklerinde görev yapan gazetecilerle yapılan derinlemesine mülakatlar ve etnografik gözlemler yoluyla niteliksel veri elde edilmiştir. Görüşmelerde dikkat çeken önemli bir bulgu, gazetecilerin yalnızca yayınevi bültenlerine bağlı kalmaksızın, kitapların içeriksel niteliği, yazar geçmişi ve kültürel bağlamı doğrultusunda eleştirel bir değerlendirme süreci yürüttüklerini ifade etmeleridir. Bu durum, literatürde henüz kavramsallaştırılmamış olan "kitap muhabirliği" olgusunun, sahada fiilen uzmanlaşmış bir gazetecilik pratiği olarak varlık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Tez, "kitap muhabirliği" kavramını yalnızca bir haber türü olarak değil; kültürel üretimi izleyen, yorumlayan ve temsil eden tematik bir gazetecilik alanı olarak kavramsallaştırmakta ve medya çalışmaları literatürüne bu yönde kuramsal bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda kitap eklerinde eleştiri kültürünün yerini tanıtım merkezli yayın anlayışına bırakmasının arkasındaki ekonomik ilişkiler, reklam-politika bağı ve editoryal yönlendirmeler sorgulanmış; gazetecilik

mesleğinin dijitalleşmeyle birlikte esnekleşen, güvencesizleşen ve metalaşan yapısı bütüncül bir çerçevede tartışılmıştır.

Bu yönüyle çalışma, gazetecilik alanındaki büyük yapısal dönüşümün kültür gazeteciliği üzerindeki somut etkilerini kitap ekleri üzerinden ortaya koymakta; niteliksel çözümleme ve saha verilerine dayanan özgün bir katkıyla, bu alandaki literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Kitap ekleri, kitap muhabirliği, kültür gazeteciliği, dijitalleşme, yöndeşme, eleştiri kültürü, gazetecilik emeği, etnografik yöntem

ABSTRACT

This thesis investigates the qualitative transformation of book supplements—an essential subfield of cultural journalism in Türkiye—within the broader transition from print publishing to digital platforms. As in many parts of the world, the journalism profession in Türkiye has undergone a profound structural transformation in recent decades. From labor processes and content production models to ideological frameworks and economic structures, multiple dimensions of journalism have been reshaped. This transformation has not only affected mainstream news journalism but also significantly impacted less visible yet culturally crucial fields such as cultural journalism. By focusing on the relatively narrow but specific domain of book supplements, this thesis traces both the structural and content-based changes that define this transition.

The study examines changes in the form, content, and critical function of book reviews, contextualizing these shifts within broader transformations in journalistic labor practices and modes of cultural representation. It explores how processes such as digitalization, media convergence, and commercialization have reshaped book supplements not only at the level of content but also in terms of journalistic labor and professional specialization.

To this end, a comparative analysis of print and digital versions of major outlets—including *Radikal Kitap, Cumhuriyet Kitap, BirGün Kitap, Gazete Duvar Kita*p, and *K24*—has been conducted. The research is supported by in-depth interviews and ethnographic observations with journalists working in book supplements. A key finding from these interviews is that journalists engage in a critical editorial process that goes beyond simply reproducing publisher press releases; they instead emphasize content-specific, contextual, and authorial insights. This observation reveals the existence of a professional practice in the field that, although yet to be fully conceptualized in the academic literature, can be defined as book journalism.

Rather than treating book journalism merely as a reporting genre, this thesis conceptualizes it as a specialized area of journalism that monitors, interprets, and represents cultural production. The research aims to contribute to media studies by introducing and theorizing this concept. Additionally, it discusses how the rise of promotion-oriented publishing practices—at the expense of critical discourse—has been driven by economic pressures, advertising dependencies, and editorial hierarchies. In doing so, it

analyzes how journalistic labor has become increasingly precarious, flexible, and commodified under digital capitalism.

In this regard, the thesis provides a critical perspective on the broader structural transformation of journalism by illuminating its concrete implications for cultural journalism through the lens of book supplements. Supported by qualitative analysis and fieldwork, this study offers an original contribution to the literature and addresses a significant gap in the research on cultural journalism.

Keywords: Book supplements, book journalism, cultural journalism, digitalization, convergence, culture of criticism, journalistic labor, ethnographic method

TEŞEKKÜR

Bu çalışma “yapamam” dediğim bir şeyi adım adım gerçekleştirdiğim bir sürecin sonucu. Geriye dönüp baktığımda, sadece bir yüksek lisans tezini değil, aynı zamanda kendime yönelik uzun bir tereddüdü de aştığımı görüyorum. Bu sürece eşlik eden, destek veren ve beni dinleyen birçok insan oldu. Hepsine ayrı ayrı teşekkür etmem gerekiyor. Ancak bir teşekkürün ötesinde hayatımda oldukları için kendimi gerçekten şanslı hissettiğimi de söylemek istiyorum.

Yıl 2022. Marmara Üniversitesi’nde yüksek lisans eğitimine on yıl önce başlamış, tez dönemine gelince takılıp kalmıştım. O süreçte okulla ilişiğim kesildi. Ardından afla geri döndüm ama içimde tez yazabilecek “cesaret” hâlâ yoktu. Okul yönetiminden gelen, tez konumu belirlemem konusunda son günler olduğunu bildiren uyarı maili beni danışmanımla buluşturdu. Doç. Dr. Süheyla Nil Mustafa ile ilk kez yüz yüze gelecek, kendisiyle hem tanışıp hem de bu süreci devam ettiremeyeceğimi söyleyip vedalaşacaktım. Ancak o görüşme düşündüğüm gibi bitmedi. Süheyla Hoca, sahip olduğum birikimin bir teze dönüşebileceğini söyledi. Üstelik sadece söylemekle kalmadı; gerçekten inandı. İlgisi, emeği ve desteğiyle beni bu sürece yeniden inandırdı. Bu yolculuk onun sayesinde bitti, dolayısıyla en başta Doç. Dr. Süheyla Nil Mustafa’ya çok teşekkür ederim.

Bu çalışmanın bugün geldiği noktada katkısı büyük olan tez jürisi hocalarıma içtenlikle teşekkür ederim. Doç. Dr. Seçil Özay’a, desteğini esirgemediği için çok teşekkür ederim. Aynı şekilde, tez jürisi üyelerinden biri olarak Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü’nde görev yapan Dr. Öğr. Üyesi Birol Şevki Tavlı’ya hem akademik katkıları hem de nazik rehberliği için teşekkür ederim. İstanbul’da bir yerden bir yere gitmenin neredeyse çileye dönüştüğü bir dönemde, tez savunmam sırasında fiziken bulunarak bu sürece vakit ayıran ve varlığıyla yanımda olan Dr. Öğr. Üyesi Birol Şevki Tavlı’nın katkısı benim için son derece kıymetlidir.

Eğitim hayatımın her aşamasında yanımda olan sevgili aileme teşekkür borçluyum. Başta, yüksek lisansa başladığıma bir süre inanmayıp “Ablam okulu uzattığını söyleyemediği için yüksek lisansa başladım diyor,” diyerek bu sürece mesafeli ama kendince sevecen yaklaşan canım kardeşim Kıymet Ergün’e… Her koşulda desteğini hissettiren annem İlkay Ergün’e ve babam Muammer Ergün’e

içtenlikle teşekkür ederim. Onların varlığı ve destekleri bu sürecin en kıymetli eşlikçilerinden oldu. İyi ki varlar…

Bu tez Vahdet Mesut Ayan'ın desteği, inancı ve anlayışı olmadan yazılamazdı. Hayatımı kolaylaştırmak için yaptığı onca şeyin yanı sıra kendi çalışma odasının bir köşesine yerleştirmeme izin verdiği masa bile bu sürecin sessiz tanıklarındandır. Tez boyunca sorduğu ufuk açıcı sorular, yönlendirdiği başlıklar, paylaştığı kaynaklar ve akademik alandaki derin birikimi bu çalışmanın şekillenmesinde belirleyici oldu. Kimi sesler, ait oldukları yerden uzaklaştırılsalar bile bilgiyi, düşünceyi ve inadı taşımaya devam eder. O'nun sesi de bu tezin satır aralarında yerini buldu. Hayatımda bıraktığı tüm izler için kendisine minnettarım.

Son olarak, bu çalışmanın ortaya çıkmasında gerek paylaşımları gerek katkıları gerekse samimi yardımlarıyla yolumu aydınlatan gazeteci dostlarım Burcu Aktaş ve Anıl Mert Özsoy ile meslek büyüklerim Turhan Günay, İlker Yaşar ve Mustafa Arslantunalı'ya gönülden teşekkür ederim. Bilgiye ve deneyime açık yürekle kapı aralamaları, bu tezin en sağlam dayanaklarından birini oluşturdu. Müteşekkirim.

Duygu ERGÜN
İstanbul, 2025

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER……...vii

GİRİŞ……....1

1. MATBUDAN SAYISALA TÜRLER, GAZETECİLİK ve KİTAP EKLERİ……..……...9

1.1. Matbu Yayıncılık……..…10

1.2. Sayı Temelli Yayıncılık (Dijital)……...11

1.3. Bir Mesleğin Doğuşu: Gazetecilik……13

1.3.1.Değişimi Anlamak……14

1.3.2.Önemli Kırılma: Basın Medyaya Dönüşürken……..…17

1.3.3.Medyada Yöndeşme……..23

1.3.4.Basın Alanında Sayısal Temelli Değişim ve Türkiye…….27

1.4. Kitap Eklerinin Şafağı ve Mevcut Durumu Anlamlandırmak……...31

1.5. Kitap Muhabirliği: Kavramsallaştırma ve Alan Deneyimi.....36

2. KİTAP MUHABİRLİĞİ PRATİĞİNİN ETNOGRAFİK ANALİZİ…….39

2.1. Çalışmanın Veri Toplama Teknikleri ve Örneklem……...40

2.2. Matbu ve Dijital Kitap Eklerinde Gazetecilik……...43

2.2.1.Kitap Eklerinin Kuruluşunda Faydanın İki Görünümü: Kamusal mı, Ekonomik mi?.....45

2.2.2.Piyasa ve/veya Yayın Hayatı Kıskacında Kitap Ekleri: Reklam ve İçerik İlişkisi……..48

2.2.3.Gazetecilik Pratiklerinde Dönüşüm: Esneklik, Hız, Yalnızlık ve Güvencesizlik……...52

2.2.4.Kitap Muhabirliği: Kültür Gazeteciliğinde Tematik Uzmanlaşmanın Bir Biçimi…….55

2.2.5.Eleştiri Kültürü ve Yüzeyselleşme Sorunsalı……56

2.2.6.Matbu ve Dijital Arasında Geçiş: Yöndeşme Dinamiği…….59

SONUÇ……...62

KAYNAKÇA……..67

EKLER……....74

GİRİŞ

"Kitap ekleri, dijitalleşme süreciyle birlikte içerik, biçim ve işlev bakımından nasıl bir niteliksel dönüşüm geçirmiştir ve bu dönüşüm gazetecilik pratiklerinin değişen koşullarıyla nasıl ilişkilidir?"

Bu temel araştırma sorusu, henüz akademik bir çerçeve geliştirmediğim dönemde, gerek bir okur olarak kişisel ilgim, gerekse yayıncı ve kitap değerlendirmeleri kaleme alan biri olarak edindiğim deneyimler doğrultusunda dikkatimi çekmiş; dijitalleşmenin kitap ekleri üzerindeki etkilerini sistematik biçimde gözlemlemeye ve sorgulamaya başlamama vesile olmuştur. Lisans döneminde ulusal bir gazetede deneyimlediğim stajyerlik, gazetenin kültür-sanat bölümüyle sürmüş ve bu alana yönelik mesleki gözlemlerimi derinleştirmiştir. Bu deneyim, kültür gazeteciliğin pratik boyutunu sahada gözlemleme olanağı sunmuş; kitap eklerinin üretim süreçleri, içerik tercihleri ve editoryal dinamiklerine ilişkin ilk elden bir farkındalık geliştirmemi sağlamıştır. 2011 İstanbul TÜYAP Kitap Fuarı'nda Cumhuriyet Kitapları standında görev alarak kitap üretim ve dolaşım süreçlerine yayıncı perspektifinden ilk kez temas etmiş olmam, sonraki yıllarda çeşitli yayınevlerinde editoryal süreçlerde aktif olarak yer almamın önünü açmış; bu süreçte kitapların tanıtım stratejilerinin belirlenmesi ve metinlerin kamuya sunulmasında sorumluluk üstlenmemi sağlamıştır. Hâlihazırda bir yayınevinin basın ve halkla ilişkiler biriminde çalışmakta; kitap tanıtım metinleri üretmekte, matbu ve dijital mecralar için içerik hazırlamaktayım. Tüm bu birikim, kitap eklerinin dijitalleşme sürecinde biçim, işlev ve içerik bakımından geçirdiği dönüşümleri yalnızca dışarıdan bir gözlemci değil; sürecin içinde yer alan bir aktör olarak incelememe imkân tanımıştır. Edindiğim deneyimler sonucu şu çıkarımı yapmak mümkündür: Kitap eklerinin matbu biçimden dijital formata geçişi yalnızca teknik bir dönüşümü değil, aynı zamanda içeriksel ve niteliksel bir değişimi de beraberinde getirmiştir. Kitaplara yer veriş biçimi bu iki mecrada farklılık gösterebildiği gibi, bu dönüşümün altında yatan dinamikler de yüzeyde görünen neden-sonuç ilişkilerinin ötesindedir. Özellikle kitap eklerinde yer alan ya da alacak metinlerin belirlenmesinde, yayınevleriyle basın kuruluşları arasındaki reklam temelli ilişkilerin belirleyici bir rol oynadığı unutulmamalıdır. İşaret edilen önem hem sayısallaşmanın hem de daha geniş bir anlamda üretim ilişkilerinin gazetecilik mesleğine dayattığı bir olgudur. Bu da kitap eklerinin içerik üretiminde, piyasa

dinamiklerine uyum sağlama baskısını artırmakta; eleştirel bakıştan ziyade tanıtım odaklı, kısa vadeli tüketim değerine sahip metinlerin öncelik kazanmasına yol açmaktadır.

İnsan yaşamı ve bu yaşam içindeki tüm etkinlikler, belirli üretim ilişkileri ve biçimi çerçevesinde anlaşılabilir. Tüketim de dahil olmak üzere insan eylemliliği doğrudan yahut dolaylı olarak üretimle bağlantılıdır. Bu anlamıyla üretim ya da tüketim olsun her etkinlik birbiriyle yakından ilişkili iki boyuta sahiptir (Le Bec, 2016, s. 1002). Karl Marx, benzer bir yaklaşımla üretimi, tüketimin aracısı olarak değerlendirmiş ve üretimsiz bir tüketimin söz konusu olamayacağının altını çizmiştir (2005, s. 247). Dolayısıyla üretim olmadan tüketim; tüketim olmadan üretim olmayacaktır. Bununla birlikte günümüzde üretim ve tüketim olgularına eleştirel bir yaklaşımda bulunmak oldukça önemlidir. Nitekim eleştirel düşünce insan etkinliğinin her alanının analiz edilmesinde, sorgulanmasında ve dönüştürülmesinde elzemdir. Eleştiri, olguların veya gerçekliğin ardındaki ideolojik yaklaşımı ortaya çıkarabilecek, ters yüz edilen gerçekliği sağlam temellere oturtabilecek bir eylemdir. Her üretimin metaya dönüştüğü, satılması için "her şeyin pazara getirildiği" (Marx, 2011, s. 31) bir süreçte, kitapların da birer meta haline gelmesi şaşırtıcı olmayacaktır. Belirli bir tarihsel izlek içinde hem genel anlamıyla edebiyat ve kitaplar hem de kitap ekleri metalaşmış, metalaşan kitap ekleri ise kitap ve kitap dağıtımcılarının, okulların, öğretmenlerin, öğrencilerin kitap seçimlerinde belirleyici bir etmen olmuştur (Gürcan, 1993, s.246).

Teknolojinin gelişimiyle birlikte günümüzde birçok basın kuruluşu çevrimiçi gazeteciliğe geçiş yapmıştır. Teknoloji alanındaki ilerlemelerin yanında gazete çıkarma maliyetlerinin artması, haber akışının hızlanması konusundaki okuyucu talepleri ve yeni medya mecralarının ortaya çıkması da çevrimiçi gazeteciliğin rağbet görmesini olanaklı kılmıştır (Kılıç, 2019, s. 122). Ayrıca dolarizasyona bağlı olarak kurlarda yaşanan yükseliş ve özellikle kâğıt üretimindeki kimi aksaklıklar da matbu yayıncılığı zorlamaktadır. (Akad, 2019). Kurlarda yaşanan yükselişler, matbaa, ulaştırma, sevkiyat, ambalaj ve telif ücretlerini baskılamakta, haliyle matbu yayıncılığın olanaklarını daraltmaktadır. Aynı durum basılı kuruluşları da etkilemekte, gazeteler matbu yayına son vermekte, gazete ekleri kaldırılmakta ya da azaltılmaktadır.

Matbu yayınların kapatılması, kitap eklerini doğrudan etkilemektedir. Yukarıdaki gelişmelerin yanı sıra, insanların tüketim alışkanlıklarının değişmesi de sayabileceğimiz önemli bir etmendir. Ancak kitap eklerinin azalmasında daha büyük bir yapısal dönüşüm rol oynamaktadır. Yöndeşme (convergence) kavramı olarak tanımlayacağımız olgu, teknolojik gelişmelerle birlikte değerlendirildiğinde birden çok aracın birbiriyle yakın ilişkisine dayanmakta ve insanların üretim ve tüketim biçimlerini belirlemektedir. Yöndeşme ile birlikte kitap ekleri salt matbu olarak değil çevrimiçi bir boyut da kazanmış, üretim ve tüketim alanlarında esnekliği, hızı ve mekânsızlaşmayı dayatmıştır. Tüketici etkileşimini de sağlayan bu gelişme, alışılagelmiş sınırları ortadan kaldırarak yeni bir üretim-tüketim çevresi yaratmıştır.

Yukarıda anlatılan gelişmelerle birlikte şu gerçekliği de vurgulamak gerekmektedir: Kültür gazeteciliği, yalnızca bir bilgi aktarma pratiği değil, aynı zamanda toplumsal belleğin inşasında, eleştirel düşüncenin gelişiminde ve kültürel sermayenin dolaşıma girmesinde kilit bir rol üstlenmiştir. Ancak bu alan, dijitalleşmenin getirdiği yapısal dönüşümlerle birlikte yeni bir eşiğe gelmiştir. Türkiye'deki kitap ekleri bu eşiğin en somut yansımalarından biridir. Bir dönem matbu gazete sayfalarında edebiyat eleştirisinin, düşünsel derinliğin ve kültürel yönelimin taşıyıcısı olan bu ekler, günümüzde dijital mecralara taşınarak biçim, içerik ve işlev açısından yeniden şekillenmektedir.

Bu çalışmanın sorunsalı, kitap eklerinin matbu formattan dijital mecralara taşınması sürecinde içerik, biçim ve işlev açısından geçirdiği dönüşümlerin gazetecilik pratiklerinin değişen koşullarıyla nasıl iç içe geçtiğini anlamaya yöneliktir. Gazeteciliğin dijitalleşme, yöndeşme ve ticarileşme süreçleriyle birlikte esnekleşen ve güvencesizleşen yapısı, kitap eklerinde eleştiri odaklı içeriklerin yerini tanıtım merkezli metinlere bırakmasına neden olmuş; böylece kitap eklerinin hem kültürel üretim alanındaki rolü hem de gazetecilik içindeki işlevi dönüşüme uğramıştır. Bu bağlamda çalışma, kitap eklerinin niteliğindeki değişimi yalnızca içeriksel değil, aynı zamanda gazetecilik emeği ve kültürel temsil düzeyinde ele alacaktır.

Akademik literatürde, gazetecilik içinde kitaplara odaklanan haber üretimi süreci doğrudan tanımlayan bir kavram henüz yerleşmiş değildir. "Kitap haberciliği" ya da benzeri ifadeler zaman zaman pratik düzeyde kullanılsa da, bu alanın kuramsal bir çerçevesi çizilmemiş; ne mesleki işbölümü içindeki yeri ne de kültürel temsildeki rolü derinlemesine ele alınmamıştır. Bu nedenle bu tezde önerilen "kitap

muhabirliği" kavramı, yalnızca adlandırma amaçlı değil; gazetecilikte kültürel üretimi izleyen, yorumlayan ve eleştiren bir uzmanlık biçimi olarak düşünülmektedir. Kitap muhabirliği, yalnızca yeni çıkan kitapları haberleştirmekle kalmayıp, aynı zamanda yayınevlerinin editoryal politikalarını, yazarların kültürel konumlarını ve metinlerin toplumsal etkilerini sorgulayan bir gazetecilik pratiğidir. Bu yönüyle tez, kitap eklerinin dönüşümünü yalnızca biçimsel ya da teknolojik değil, aynı zamanda kavramsal ve mesleki düzeyde de tartışmaya açmaktadır.

Çalışmanın planı, yukarıda sunulan tarihsel ve kuramsal çerçeve doğrultusunda yapılandırılmıştır. Matbu yayıncılıktan dijital yayıncılığa evrilen kitap eklerinin geçirdiği niteliksel dönüşümü, sadece bir medya pratiği olarak değil, aynı zamanda eleştiri kültürünün ve gazetecilik emeğinin dönüşümü bağlamında ele almaktadır. Matbu formdan dijitale geçişin yalnızca teknolojik bir uyarlama değil; aynı zamanda ekonomik ilişkilerin, editoryal bağımsızlığın ve kültürel temsil biçimlerinin yeniden tanımlanmasına yol açtığı kabulünden hareketle, bu dönüşüm çok katmanlı bir çözümleme ile irdelenmiştir.

Matbu ve dijital yayıncılığın tarihsel gelişimiyle başlayan ilk bölümde, Çağrı Kaderoğlu Bulut'un gazeteciliğin dönüşümünü dört eksende (nitelik, içerik, ölçek/sahiplik ve emek) ele alan kuramsal yaklaşımı temel alınmış; bu doğrultuda, kitap eklerindeki biçimsel değişimlerin ötesinde gazetecilik emeğinde yaşanan yapısal dönüşüm incelenmiştir. Ardından, kitap eklerinin tarihsel gelişimi, henüz literatürde kuramsal çerçevesi çizilmemiş olan "kitap muhabirliği" kavramının bu tez kapsamında kavramsallaştırılması ve bu alana ilişkin betimsel analizlere yer verilmiştir.

Tezin ikinci bölümü, kitap eklerinde görev yapan gazetecilerin çalışma koşulları, mesleki konumlanmaları ve emek süreçlerini inceleyerek, birinci bölümde sunulan kuramsal çerçevenin somut pratiklerle buluştuğu bir analiz alanı sunmaktadır. Bu bağlamda, görüşme yapılan gazetecilerin söylemlerinden hareketle belirlenen başlıklar aracılığıyla, gazetecilik pratiğini şekillendiren üretim ilişkilerine dair bütüncül bir çerçeve oluşturulması hedeflenmiştir.

Çalışmada, nitel araştırmalarda kullanılan etnografik araştırma tekniği benimsenmiştir. Araştırmanın verileri, kitap eklerinde çalışan gazetecilerle yapılan derinlemesine mülakatlar, katılımlı

gözlemler ve metin çözümlemesi yoluyla toplanmıştır. Çalışmanın örneklem seçimi, matbu yayıncılık yapan kitap ekleri ile haftalık ya da aylık periyotlarla dijital ortamda kitap tanıtımlarına yer veren yayınlar arasından yapılmıştır. Örneklem seçimi sürecinde, kitap ekleri geleneğini başlatan, geliştiren ve günümüze kadar taşıyan medya kuruluşları özellikle dikkate alınmıştır. Matbu yayıncılık alanında *Cumhuriyet Kitap*, *Radikal Kitap* ve *BirGün Kitap*; dijital mecralarda ise *Duvar Kitap* ve *K24* temel örneklem kaynakları olarak belirlenmiştir. Kullanılan örnekler hem matbu hem dijital ortamda içerik üreten yapılarıyla karşılaştırmalı analiz için zemin sunmaktadır. Araştırma soruları, kitap eklerinin matbudan dijitale geçiş sürecinde içerik ve işlev düzeyinde ne tür değişimlerin yaşandığını; bu dönüşümün gazetecilik emeği, editoryal yönelimler ve kültürel temsil açısından nasıl bir yeniden yapılanma işaret ettiğini sorgulamaktadır. Bu bağlamda kitap eklerinin hem bir ürün (metin) hem de bir üretim biçimi (gazetecilik emeği) olarak geçirdiği dönüşüm, tarihsel, sosyolojik ve kültürel bağlamlarıyla birlikte değerlendirilecektir.

Tezin Konusu

Bu araştırma, Türkiye'de kültür gazeteciliğinin önemli bir parçası olan kitap eklerinin, matbu yayıncılıktan dijital mecralara geçiş sürecinde içerik, biçim, eleştirel işlev ve gazetecilik emeği açısından nasıl niteliksel bir dönüşüm geçirdiğini incelemektedir. Çalışma, bu dönüşümü yöndeşme, dijitalleşme ve ticarileşme süreçleriyle ilişkilendirerek, hem kitap eklerinin kültürel temsil işlevini hem de bu eklerde çalışan gazetecilerin üretim pratiklerini tarihsel ve sosyolojik bir perspektifle analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma aynı zamanda, literatürde kavramsal olarak eksikliği hissedilen ve saha çalışmalarıyla fiilen gözlemlenen "kitap muhabirliği" kavramını ortaya koymayı ve bu alanın gazetecilikteki tematik uzmanlık biçimi olarak kuramsallaştırılmasına katkı sunmayı amaçlamaktadır. Veriler, kitap eklerinde çalışan gazetecilerle yapılan derinlemesine mülakatlar, katılımlı gözlemler ve metin çözümlemesi yoluyla toplanmıştır. Çalışmanın örneklem seçimi, matbu yayıncılık yapan kitap ekleri ile haftalık ya da aylık periyotlarla dijital ortamda kitap tanıtımlarına yer veren yayınlar arasından yapılmıştır. Seçim sürecinde, kitap ekleri geleneğini başlatan, geliştiren ve günümüze kadar taşıyan medya kuruluşları özellikle dikkate alınmıştır. Bu bağlamda, matbu yayıncılık alanında *Cumhuriyet*

Kitap, *Radikal Kitap* ve *BirGün Kitap*; dijital mecralarda ise *Duvar Kitap* ve *K24* temel örneklem kaynakları olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın temel araştırma soruları şunlardır:

- Dijitalleşme süreciyle birlikte gazeteciliğin üretim pratiklerinde ve çalışma koşullarında yaşanan dönüşüm, kitap eklerinin niteliğini nasıl etkilemiştir?
- Matbu formattan dijital ortama geçen kitap eklerinde içerik, biçim ve sunum anlayışındaki değişim, eleştiri odaklı yayıncılığın yerini tanıtım merkezli bir yapıya bırakmasına nasıl zemin hazırlamıştır?
- Bu dönüşüm, gazetecilik pratiğinin kültürel üretim alanındaki rolünü ve kitap eklerinin eleştirel işlevini ne ölçüde dönüştürmüştür?

Kitap eklerini konu edinen akademik araştırmalarının niceliksel anlamda yeterli olmaktan uzak olduğu belirtilebilir. Örneğin ulusal tez merkezi olarak faaliyette bulunan Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi'nde Ömer Alanka'nın 2018'deki "Türkiye'de Ulusal Yazılı Basında Edebiyat Eleştirisi ve Kitap Ekleri Üzerine Bir İnceleme" isimli yüksek lisans tezi alandaki tek araştırmadır. Bahsi geçen çalışma, eleştiri çerçevesi içinde Türkiye'deki edebiyat tarihindeki değişimleri irdelemiş, medyanın tüketime dayalı yayınlarının belirli bir anlayış geliştirdiğini varsaymıştır. Alanka bu anlayışın, eserleri tüketim objesine dönüştürdüğünü ileri sürmüş ve amacına uygun bir biçimde kitapları ve edebiyat dergilerini incelemiştir.

Alanka'nın 2008 tarihli tezi, edebiyat eleştirisinin günümüzde pazarlama ve reklamcılık pratikleriyle iç içe geçtiğini; eleştirinin medya holdingleri tarafından ekonomik bir araca dönüştürüldüğünü ortaya koymaktadır. Çalışmada edebiyat değerlendirmelerinde öznel yargıların öne çıktığı vurgulanırken, çalışma yazılı basındaki kitap eklerini kapsamlı biçimde incelenmektedir. Ancak araştırma, yalnızca matbu yayınlara odaklanmakta; gazetecilik pratiklerindeki dönüşümü sınırlı biçimde incelemekte ve dijitalleşme sürecine hiç yer vermemektedir.

Mevcut tez ise, kitap eklerinin matbu formattan dijital mecralara geçiş sürecinde geçirdiği niteliksel dönüşümü ele alarak, kültür gazeteciliğine dair literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Çalışma, yalnızca kitap eklerinin içerik ve biçim özelliklerini değil, aynı zamanda bu

içerikleri üreten gazetecilik emeğini de tarihsel, ekonomik ve sosyolojik bağlamlarıyla birlikte analiz eder. Bu yönüyle tez, matbu ve dijital kitap eklerini karşılaştırmalı bir yaklaşımla inceleyerek, hem ürünün (kitap eki metinlerinin) hem de üreticinin (gazeteci emeğinin) niteliksel değişimini iki eksenli bir çözümleme çerçevesi içinde sunmaktadır.

Tezin Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'deki kitap tanıtım kültürünü tarihsel bir perspektifle yeniden değerlendirerek, kitap eklerinin matbu mecralardan dijital ortamlara geçiş sürecinde içerik, biçim, işlev ve eleştirel yönelimler bakımından nasıl bir niteliksel dönüşüm geçirdiğini incelemektir. Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik bir geçiş olarak değil; aynı zamanda kültürel temsil biçimlerinin, ekonomik ilişkilerin ve gazetecilik emeğinin yeniden yapılandığı çok katmanlı bir değişim süreci olarak ele alınmaktadır. Dijitalleşen medya ortamı, kitap tanıtımlarını daha hızlı ve etkileşimli hale getirirken, eleştirel söylemin yerini giderek tanıtım merkezli metinlere bırakmasıyla, kültürel üretim alanında ticarileşmenin etkilerini görünür kılmıştır. Çalışmanın bir diğer amacı ise, akademik literatürde henüz kuramsallaşmamış bir alan olan "kitap muhabirliği" kavramını tanımlamak, bu pratiğin kültür gazeteciliği içindeki işlevini ve gazetecilikteki tematik uzmanlaşma biçimleriyle ilişkisini ortaya koymaktır. Bu bağlamda tez, yalnızca kitap eklerinde yaşanan dönüşüme değil, aynı zamanda gazetecilik mesleği içindeki yapısal dönüşümlerin kültürel yayıncılık üzerindeki etkilerine de ışık tutmayı hedeflemektedir.

Bu bağlamda çalışma, kitap eklerinde yer alan tanıtım metinlerinin yalnızca yayıncılık sektörü içindeki rolünü değil, aynı zamanda kültür endüstrisinin güncel dinamikleri içindeki ekonomik ve toplumsal işlevini de çözümlemeyi hedeflemektedir. Kitap tanıtımlarının bir "gelir kaynağı" olarak yeniden konumlanması, eleştirinin metalaşması ve bu sürecin editoryal bağımsızlık üzerindeki etkileri de araştırmanın odağında yer almaktadır.

Bu tez, aynı zamanda niteliksel bir etnografik saha çalışmasına dayanmaktadır. Araştırmacının gazetecilik, yayıncılık ve kitap ekleri alanındaki çok yönlü içsel deneyimi, çalışmaya yalnızca akademik değil, aynı zamanda sahaya özgü bir gözlem derinliği ve eleştirel sezgi katmaktadır. Bu içsel

konumlanma, yalnızca dışsal bir analizle yetinmeyen; dönüşümün aktörleriyle temas kuran ve gazetecilik emeğinin dönüşümünü içeriden anlamayı amaçlayan bir yaklaşımı mümkün kılmaktadır.

Tezin Önemi

Mevcut çalışma Türkiye'de kitap eklerinin hem matbu hem de dijital mecralardaki dönüşümünü tarihsel süreklilik içinde karşılaştırmalı olarak ele alarak, kültür gazeteciliği alanındaki önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Mevcut çalışma, yalnızca matbu yayıncılığı odağına alan önceki araştırmalardan farklı olarak, kitap eklerinin dijital mecralarda geçirdiği niteliksel dönüşümü hem içerik üretimi hem de gazetecilik emeği bağlamında kapsamlı biçimde analiz etmektedir.

Tezin bir diğer özgün yönü, yöntemsel yaklaşımında saklıdır. Etnografik araştırma ilkeleri doğrultusunda yapılandırılan çalışmada, derinlemesine mülakatlar, katılımlı gözlemler ve metin çözümlemeleri bir araya getirilerek çok katmanlı bir veri üretimi sağlanmıştır. Bu yöntemsel çoğulluk, yalnızca kitap eklerinde yayımlanan metinlerin biçimsel ve tematik özelliklerini değil, aynı zamanda bu metinlerin üretim koşullarını, mesleki ilişkilerini ve editoryal yönelimlerini de içeriden gözlemleme imkânı tanımıştır. Araştırmacının yayıncılık alanındaki saha deneyimiyle bütünleşen bu yaklaşım, çalışmanın eleştirel derinliğini artırmış ve sahaya özgü bilgi üretimini olanaklı kılmıştır.

Bu bağlamda tez, akademik literatürde henüz kuramsallaşmamış bir alan olan "kitap muhabirliği" kavramını önererek gazetecilikte tematik uzmanlık biçimlerine yeni bir katkı sunmayı; aynı zamanda kültür gazeteciliğinin dijital çağdaki dönüşümünü çok boyutlu biçimde anlama yönünde özgün bir katkı üretmeyi hedeflemektedir.

Tezde Uygulanan Yöntem

Mevcut tezde birbirinden farklı etnografik veri toplama teknikleri kullanılmıştır. Gözlem ve görüşme yoluyla toplanan veriler tematik analizle kategorilere ayrılmış, elde edilen bulgular nicel karşılaştırma odaklı bir içerik çözümlemesi ile desteklenmiştir. Yapılan görüşmeler aracılığıyla gazetecilerin mesleki deneyimlerine, üretim süreçlerine, editoryal tercih ve yönelimlerine dair kapsamlı

bilgiler elde edilmiştir. Katılımcıların ifade ettikleri bireysel deneyimler, dijitalleşmenin yalnızca biçimsel değil; aynı zamanda mesleki kimlik, içerik üretimi ve emek rejimi düzeyinde yarattığı dönüşümleri anlamaya olanak tanımıştır.

İkinci olarak, araştırmacının kendi mesleki geçmişinden gelen deneyim ve ilişkiler ağını kullanarak gerçekleştirdiği katılımlı gözlemler, kitap eklerinin hazırlık süreçlerine ve günlük işleyişine içeriden bir bakış sunmuştur. Bu gözlemler, yalnızca teorik varsayımlar üzerinden değil; doğrudan pratiklerle etkileşim içinde gelişen, sahaya özgü bir sezgiyle yürütülmüştür. Gazetecilik üretiminin mekânsal ve zamansal koşulları, gündelik rutinleri ve kurumsal dinamikleri doğrudan gözlemlenerek, mülakat verileriyle birlikte anlamlandırılmıştır.

Bu yöntemsel yaklaşım sayesinde çalışma, kitap eklerinin dönüşümünü yalnızca içeriksel değil; aynı zamanda gazetecilik emeğinin dönüşümü, editoryal özerklik kaybı, piyasa baskıları ve tematik uzmanlaşma biçimleri üzerinden de irdeleyebilmiştir. Araştırma, saha verilerine dayalı özgün katkısıyla, akademik literatürde henüz kavramsallaşmamış olan “kitap muhabirliği” olgusunu görünür kılmayı amaçlamaktadır.

1. MATBUDAN SAYISALA TÜRLER, GAZETECİLİK ve KİTAP EKLERİ

Bu bölümde, kitap eklerinin geçirdiği dönüşümü anlayabilmek için gerekli olan tarihsel ve kavramsal zemin oluşturulacaktır. Öncelikle matbu ve dijital yayıncılık kavramları tanımlanarak, her iki yayın türünün tarihsel gelişimi ve medya ekosistemi içerisindeki konumları açıklanacaktır. Ardından, kitap eklerinin matbu formattan dijital mecralara geçiş sürecini daha geniş bir tarihsel bağlama oturtabilmek amacıyla, gazete tarihine ve gazetecilik mesleğinin dönüşümüne odaklanılacaktır. Gazeteciliğin toplumsal işlevi, üretim pratikleri ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak geçirdiği yapısal evrim, kitap eklerinin değişen biçim ve işlevini anlamak açısından temel bir çerçeve sunacaktır. Bu bağlamda, basın tarihindeki kırılma anları, medyada yön değiştiren üretim biçimleri ve Türkiye'de dijitalleşmenin gazetecilik alanına etkileri ele alınarak, kitap eklerinin dönüşümü çok katmanlı bir medya tarihi perspektifinden değerlendirilecektir. Bu çerçeve, kitap eklerinin dönüşümünü yalnızca bir sonuç olarak değil, daha geniş medya tarihinin ve kültürel üretimin evrimi içinde kavramaya olanak tanıyacaktır.

1.1. Matbu Yayıncılık

Yazılı metinler, daha önceleri sözlü iletişim kanallarını kullanan insanın belirli koşullar altında ve kendi yaratıcılığını da kullanarak ortaya çıkmıştır. Bir keşif olarak da değerlendirilebilecek bu olgunun öncül örnekleri olarak papirüs ve parşömen üzerindeki metinler gösterilebilir (Özçağlayan, 2008, s.133). Ancak hem gelişen iktisadi ilişkiler hem de insan düşüncesindeki evrim, ticaritin gelişimine bağlı olarak haber alma ihtiyacı önce bireysel mektupları, sonra haber bültenlerini doğurmuştur (Akkaya, 2020, s. 4). Yazı bununla birlikte var olan gelişmeleri derinleştirmiş, okuyan, yazan ve yazdığı üzerine düşünebilen bir yetiyi geliştirmiştir. Bu ilerleyen dönemde bildiğimiz anlamıyla eleştirel düşüncenin de tohumunu atan önemli bir unsur olmuştur (Vallejo, 2023, s. 151-152).

Gerek kişisel olsun gerekse de toplumsal bu değişimin daha büyük "toplumsal değişimi" getirdiği yadsınamaz bir gerçektir. Toplumsal değişim, insanlığın tarihsel birikimini içeren kapsamlı bir süreçtir. Mehmet Özçağlayan, bu birikimin maddi kültür alanında "teknoloji", manevi kültür alanında ise "ideoloji" olarak somutlaştığını belirtmektedir (Özçağlayan, 2008, s. 133). Çok boyutlu ve birbiriyle

ilişkili bir sürecin içinde teknolojik gelişimler, matbaanın zuhur etmesini sağlamış ve bunu yaygınlaştırmıştır. Niteliksel bir sıçrama olarak da göreceğimiz bu gelişim, maddi kültürü olduğu kadar manevi kültürü de derinden etkilemiştir. Bununla birlikte burjuvazi gibi yeni sınıfların dünya sahnesine çıkışı, bilgiye ve habere olan ihtiyacı başkalaştırmış, ticari bilginin ve haberin önemini artırmıştır. Gelinen noktada dünyanın herhangi bir yerinde insanların birbirine haber iletmediği hayal dahi edilemeyecek bir durumdur (Schudson, 2022, s. 1). Yeni sınıfların ortaya çıkması, bilgi ihtiyacı ve teknoloji alanındaki gelişmeler, ticari gereksinimler hem tekniğin gelişimini hem de haber alan insanın daha fazlasını istemesini sağlamıştır. İlk kitle iletişim araçları olarak sayabileceğimiz gazete ve kitapların bu dönemde ortaya çıkması, ihtiyaçlar doğrultusunda gelişen tekniğin iletişim araçlarının üretimini, dağıtımını ve tüketimini hızlandırması; araçlarla birlikte toplumu da değiştirmiş, metinleri okuyan, talep eden bir nüfus yaratmıştır (Tokgöz, 2012; Cangöz, 2015; Timur, 2014).

Bir meslek olarak matbaacılığın icadı ve bir endüstriye dönüşmesi, kültürel gelişim açısından önemli olduğu kadar (Timur, 2014, s. 52), ulaşım ve iletişim tekniklerinin sıçramasını da açıklamaktadır (Tokgöz, 2012). Avrupa'da özellikle on beşinci yüzyılda yaşanan gelişmeler, daha sonraki yüzyıllardaki gelişmelerin koşullarını oluşturmuş, matbaadan bilgisayara geçişin taşlarını örmüştür. Bundan sonraki gelişmeler matbu yayıncılığı en az matbaanın icadı kadar derinden etkilemiştir. Örneğin internetin kullanılmaya başlanması matbu yayıncılığı yeniden biçimlendiren önemli bir faktördür olmakla beraber internet ayrıca üretim ve tüketim alışkanlıklarını da kökten değiştirmiştir (Akkaya, 2020, s. 6). Dolayısıyla süreç içinde yazı, matbaa endüstirisi ile yaygınlığını artırmış ve toplumsallaşmış, internetin kullanımı ve bilgisayar teknolojisi ile yayıncılık önemli değişimler geçirmiştir. Gelişimlerle birlikte matbu olmasının yanında yayıncılık sayısal temelli mecralara kaymış, geçtiğimiz yüzyılın sonlarına doğru hibrit bir özellik taşımıştır. Ancak günümüzde sayısal temelli yayıncılık (dijital yayıncılık), tedricen bir ağırlık kazanmıştır. Mevcut araştırmanın sonraki başlığı, bu türün özelliklerini sergileyecek ve sayısal temelli yayıncılığı etraflıca irdeleyecektir.

1.2. Sayısal Temelli Yayıncılık (Dijital)

Teknolojinin gelişimi, sayısal temelli yayıncılığın doğuşunun en önemli faktörlerinden biridir. İletişim alanındaki değişimleri koşullayan internetin kullanılması, matbu yayıncılıktan sayısal temelli yayıncılığa geçişin önünü açmıştır (Beyaz Özbey, 2022). Buraya gelmeden önce matbu yayıncılıkla sayısal temelli yayıncılık arasındaki önemli ayrımları belirtmek gerekmektedir. Boyut ve ağırlık, nakliyedeki masraflar, taşıma biçimi ve süresi bu ayrımların temelini oluşturmaktadır (Poe, 2019, s. 309). Burada sıralananlar matbu yayıncılığın dezavantajlarına işaret etmekte, sayısal temelli yayıncılıkla bu sorunların çözümüne gönderme yapmaktadır. Yine aynı görüşe göre sayısal temelli yayıncılık erişim konusundaki problemleri de ortadan kaldırmaktadır.

Matbaa merkezli tekniği aşan yeni teknolojiler ilk olarak "mikrofilm ve mikrokart"[1] gibi tekniklerle ortaya çıkmıştır. Bu teknikler, daha küçük kitaplar yayımlayan yayınevlerinin uygun olmayan tekniklerine karşı üretilmiştir. Bahsi geçen tekniklerin üretilmesi, "matbaa paradigması" olarak adlandırılan olguyu aşarak teknikle sınırlandırılan matbu ürünlerin önündeki dezavantajı kaldırmıştır. Bunun yanı sıra sayısal temelli yayıncılıkta bilginin sürekli güncellenmesi ve depolama konusundaki tekniklerin gelişmesi de önemli bir avantajdır (Poe, 2019, s. 308).

Bilgisayar kullanımının artmasının ardında, bilgiyi toplama, işleme, aktarma ve saklamadaki kapasite artışıyla iletişim teknolojilerinin gelişimi vardır. açmak gerekirse bilgisayar kullanımı veri işlemini artırırken tersinden bu gerçek bilgisayar kullanımını yaygınlaştırmıştır. Bununla birlikte internetin ortaya çıkması iletişim teknolojilerinin gelişmesi içinde ayrıca bir öneme sahiptir (Başaran, 2010, s. 256). İnternetin toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmesi, yeni bir iletişim ortamı oluşturmuştur (Başaran, 2010, s. 256). İnternetin gelişiminin on altıncı yüzyıla dayandığını öne süren Marshall T. Poe (2019), bu görüşünün sebebi olarak enformasyonun sistemli bir biçimde tasnif edilmesi, toplanması ve yayılması amacıyla yürütülen çalışmaları gösterir (s. 304).[2] Funda Başaran'a göre internet

[1] Mikrofilm, mikroformların ilk ve en tanınmış biçimidir. Herhangi bir belgenin küçültülerek film şeridine kaydedilmesi esasına dayanır. Arşiv belgelerinin saklanması ve erişimi için geliştirilmiş, özellikle kitap ve belgelerin çoğaltılması, taşınması ve korunması için uzun yıllar boyunca kullanılmıştır (Keskin, 1996).

[2] Bilginin sistematik ilerleyişine zemin hazırlayan süreçte, Avrupalı düşünürleri etkileyen başlıca iki unsurdan söz edilebilir: İlki, matbaanın yaygınlaşmasıyla kurumsallaşan bilimsel yöntem ve düşünce biçimleridir. İkincisi ise, Rönesans'la birlikte gelen keşif arzusu ve bu keşiflerin doğurduğu sınıflandırma ihtiyacıyla şekillenen emperyal bilgi rejimidir (Poe, 2019, s. 304-305).

günümüzde sayısız bilgisayar ağını standart ve yöntemlerle birbirine bağlayarak iletişim etkinliğini önemli ölçüde değiştirmiştir (2010, s. 258). 1960'lı yıllarda başlayan çalışmalarla önce askeri alandan, daha sonra üniversitelerden ve en sonunda reklam ve ticaret düzleminde kullanılan internet teknolojileri, günümüzde yurttaşlığın elektronik biçimini dayatmakta ve bu anlamıyla da yöneticiler tarafından benimsenmektedir (Maigret, 2013, s. 332).[3] Tüm bu gelişmeler sonucunda internetin hem kişisel hem de toplumsal alanlarda önemli değişimlere yol açtığı söylenebilir.

Sayısal temelli teknolojideki gelişim, basın alanına da sirayet etmiş, internet gazeteciliği olarak açıklanan bir kavramın ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Bununla birlikte internet gazeteciliği, basın, medya ve gazetecilik alanında birbirinden farklı ve fakat ilişkili birçok yenilik de iletişim teknolojilerinin gelişimiyle ortaya çıkmıştır. Böylece geleneksel ve internet olmak üzere gazetecilik mesleğinde yapılan bir ayrıma gidilmiştir (Tokgöz, 2012, s, 105).

1.3. Bir Mesleğin Doğuşu: Gazetecilik

Kitap tanıtım yazılarındaki niteliksel dönüşümün yanı sıra, gazetecilerin bu dönüşüm sürecindeki değişen rollerine de odaklanılan bu çalışmada, matbu kitap eklerinin sayısal temelli ortama geçişiyle birlikte yaşanan nitelik değişimleri açıklanıp tartışılacaktır. Bu dönüşümün esaslı biçimde ele alınabilmesi için, gazetelerin ve gazetecilerin sayısal temelli teknolojilerle karşılaştıklarında çalışma ilişkileri ve koşullarında ne gibi değişiklikler yaşadıklarının doğru biçimde saptanması ve alana dair yürütülen tartışmaların incelenmesi gerekmektedir. Gazeteciliğin günümüzdeki toplumsal anlamını ve çalışma koşullarını anlayabilmek içinse, bu faaliyetin on sekizinci yüzyıla uzanan tarihsel köklerine bakmak ve geçirdiği dönüşümü bütüncül bir çerçevede değerlendirmek zorunludur (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 73).

[3] "1980'lerde ağ, askeri amaçlı kullanımı yanında, araştırmacılarına ve akademisyenlerin birbirleriyle hızlı ve kolay bilgi alışverişinde bulunmalarının da başlıca ortamı haline gelmiştir. 1983 yılında internetin ticarileştirilmesine dönük ilk adım gerçekleşmiş ve Arpanet birbirine paralel çalışan iki ağ haline getirilmiştir. Arpanet sanayi, üniversite ve kamu kurumlarının araştırma birimlerini birbirine bağlarken, Milnet tamamen askeri amaçlara özel hale getirilmiştir. 1980'lerin ilk yıllarından itibaren internet teknolojisinin yayılması konusunda kendisinin sorumluluğu olduğunu varsayan ve internet teknolojisi ile kurulmuş özel amaçlı ağlara destek veren NSF (National Science Foundation) 1985'de NSFNET adıyla kendi altyapısını kurmuş ve üniversitelere hizmet vermeye başlamıştır" (Başaran, 2006, s. 17).

Basın tarihi çalışan akademisyenler, gazeteciliği bir meslek olarak değerlendirebilmek için onun kökenlerini yaklaşık dört yüzyıl öncesine kadar takip etmektedir (Schudson, 2022, s. 1). Profesyonel gazetecilik, on beşinci ve on altıncı yüzyıllarda Avrupa'da ortaya çıkan haber kâğıtları ve erken dönem gazetelerin ardından yaklaşık üç yüz yıl geçtikten sonra, on dokuzuncu yüzyılda işbölümüne dayalı bir meslek olarak kurumsallaşmıştır. Bu tarihsel gecikmenin ardında ise, Avrupa'daki ilk haber formlarının varlığına rağmen gazeteciliğin uzun süre profesyonel bir kimlik kazanmamış olması yatmaktadır (Taş, 2010, s. 35). Haberin modern toplumlardaki işlevinin dönüşmesi ve toplumsal işbölümünün kapitalist üretim ilişkileri doğrultusunda on dokuzuncu yüzyılda yaygınlaşması, haberleşme teknolojisindeki gelişmeler kadar, gazeteciliğin profesyonelleşmesinde belirleyici bir rol oynamıştır. On dokuzuncu yüzyıl, özellikle İngiltere'de sanayi devrimiyle birlikte yaşanan toplumsal ve teknolojik dönüşümlerin etkisiyle, gazeteciliğin kurumsallaştığı, mesleki bir kimlik kazandığı ve okuyucuyla daha düzenli bir ilişki kurmaya başladığı bir dönem olarak öne çıkmaktadır. Bu süreçte gazeteler, okur sadakatini sağlamak amacıyla haber takibini yoğunlaştırmış ve toplumsal etkilerini artırma yönünde önemli adımlar atmıştır (Tokgöz, 2012, s. 67).

Gazeteciliğin bir meslek olarak biçimlenmesi, Tokgöz'ün ifadelerinden de anlaşılacağı üzere, siyasal, iktisadi ve kültürel dinamiklerin etkisiyle şekillenmiş ve esas olarak on dokuzuncu yüzyılda ortaya çıkan bir toplumsal olgu hâline gelmiştir. Dolayısıyla, gazetecilik mesleği, sanıldığından çok daha yakın bir geçmişe ait olup, modern dönemin siyasal, iktisadi ve kültürel koşullarında şekillenmiş özgül bir pratik olarak değerlendirilebilir (Taş, 2010, s. 30-35). Çağrı Kaderoğlu Bulut'a göre, gazeteciliği ve gazetecilerin toplumsal konumunu derinden etkileyen bu tarihsel tabloyu anlayabilmek için, kapitalizmin gelişimi ve sınıf mücadelelerinin yön verdiği, görece kısa ama son derece radikal dönüşümlerle şekillenmiş bir süreci ele almak gerekmektedir. Bu çok katmanlı dönüşümün çözümlenebilmesi ise, sürecin dört temel eksende kategorize edilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu dönüşüm; yalnızca içeriğin değil, aynı zamanda niteliğin, sahiplik yapılarının ve gazeteci kimliğinin de köklü bir değişime uğradığını göstermektedir (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 74).

1.3.1. Değişimi Anlamak

"İşçi basını"[4]ndan "kitle basını"na geçişle birlikte ortaya çıkan olgular, gazetecilik faaliyetlerinde yaşanan niteliksel dönüşümün anlaşılmasına imkân tanımaktadır. Kaderoğlu Bulut'a göre, basının ticarileşme süreci, kitle basınının ortaya çıkışıyla hız kazanmış; bu durum gazeteleri hem popüler ve sansasyonel içerik üretmeye yöneltmiş hem de onları okuyucu ilgisi doğrultusunda pazar payı rekabetine sokmuştur. Oysa on dokuzuncu yüzyılın başlarında, işçi sınıfının örgütlü bir toplumsal özne olarak tarih sahnesine çıktığı dönemde, fikirlerin, yorumların ve toplumsal tartışmaların ön planda olduğu; kamu meselelerine doğrudan müdahil, açıkça taraf olan eleştirel bir basın anlayışı hâkimdir (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 76). Tokgöz'ün değerlendirmesine göre, basının kitleselleşmesi yalnızca gazetelerin içeriklerini çeşitlendirmiş; onları her toplumsal kesimin ilgisine hitap eden konulara yöneltmiş değil, aynı zamanda bu gazeteleri teknolojik gelişmeleri yakalayabilmek ve haber takibini sürdürebilmek adına ciddi mali ve yapısal zorluklarla da karşı karşıya bırakmıştır. Bu süreçte gazeteler, seçkinci bir yayın anlayışından uzaklaşarak daha geniş ve heterojen bir okuyucu kitlesine ulaşma çabasına girmiştir (Tokgöz, 2012, s. 31). Basının kitleselleşmesi ve popülerleşmesi, her ne kadar Tokgöz'ün savunduğu gibi farklı toplumsal kesimlere ulaşma potansiyeli taşısa da, aynı zamanda habercilik anlayışını kamusal meselelerden uzaklaştırarak magazinleştirmiş ve eğlence odaklı bir içeriğe yöneltmiştir. Bu süreçte, haberin bir meta haline gelmesiyle birlikte gazete de içerikleriyle birlikte piyasa dinamiklerine tabi bir tüketime ürünü olarak konumlanmıştır (Taş, 2011, s. 17). Eğlence içeriklerinin giderek daha fazla yer bulduğu ve siyasi haberlerin arka plana itildiği bu dönüşüm haberin sunum biçimini değil, haberin ne olduğuna dair ölçütleri de değiştirmiştir. Artık toplumsal sorunların ve olguların taşıdıkları haber değeri, büyük ölçüde onların taşıdıkları ticari potansiyel ve okuyucuda uyandıracakları ilgiye bağlı hale gelmiştir (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 80). Bir başka şekilde ifade edecek olursak haberin hangi meseleleri kapsayacağına ilişkin siyasal belirlenim, yerini giderek piyasa dinamiklerine bırakmış; böylece haber değeri, olayın

[4] 1712'de İngiltere'de uygulanmaya başlanan ve 150 yıl süresince yürürlükte kalan bilgi vergileri, haber kitapları, risaleler ve gazeteleri halk için lüks haline getirmiştir. Bu durum, bilgiye erişimin önünde yapısal bir engel oluşturmuş; nitekim Lord Ellenborough 1819 yılında bu uygulamaların esasen "saygın" olarak nitelenen basına değil, doğrudan yoksul kesimin sesini taşıyan yayınlara yönelik olduğunu açıkça ifade etmiştir (Williams'tan aktaran Taş, 2011, s. 31). Söz konusu vergilendirmenin gazetecilik tarihi açısından iki temel sonucu olmuştur. İlki, doğrudan bir etki olarak, İngiltere'deki basın faaliyetlerinin ciddi biçimde sınırlandırılmasıdır. İkinci ve başlangıçta öngörülmeyen dolaylı sonucu ise, "illegal" basının doğuşudur. 1816–1819 yılları arasında ivme kazanan işçi hareketiyle eşzamanlı olarak, haftalık radikal işçi gazetelerinin sayısında belirgin bir artış gözlenmiştir. Bu dönemde gelişen işçi basını, özellikle 1830–1836 yılları arasında "damgasız" yayınlarla güç kazanmış, 1830'ların sonuna gelindiğinde ise Çartist gazetelerdeki artışla birlikte daha görünür ve etkili bir mecra haline gelmiştir (Taş, 2011, s. 31).

içeriğinden çok, ona dışarıdan yüklenen ticari ölçütlerle belirlenir hale gelmiştir (Taş, 2011, s. 39). laveten, benzer bir dönüşüm sürecinde gazete ile reklam arasındaki ilişkinin biçim değiştirmesi, James Curran'ın da vurguladığı üzere, gazeteleri ve gazetecileri ekonomi çarkının birer dişlisine dönüştürmüştür. Bu dönüşümde, yüksek üretim maliyetleri karşısında fiyat rekabetinin baskısı, gazeteleri giderek reklama daha fazla bağımlı hale getirmiş; özellikle radikal gazeteler, reklam verenlerin alım gücü düşük okur profiline dayalı pragmatik gerekçelerle uyguladığı ayrımcı tutum nedeniyle ciddi biçimde zayıflamış ve ticarî sistemle bütünleşmek zorunda kalmıştır (Curran'dan aktaran Taş, 2011, s. 35).

Oğuzhan Taş'a göre, haberlerin dramatik başlıklar ve illüstrasyonlarla biçimlendirilerek giderek gelişen "ana sayfa" formatında sunulmaya başlanması, ticari popüler basının yalnızca içeriğiyle değil, biçimi, dağıtım stratejileri ve hedeflediği okur kitlesiyle de önceki basın türlerinden belirgin biçimde ayrıştığını ortaya koymaktadır (Taş, 2010, s. 45). Cangöz'e göre, haber içeriklerindeki dönüşüm yalnızca metinsel düzeyle sınırlı kalmamış, aynı zamanda gazetelerin görsel sunumlarındaki değişimle de görünür hale gelmiştir; bu durum, on dokuzuncu yüzyıl sonlarında gazetelerin kapitalizmin yeni dinamiklerine uyum sağlayarak geçirdiği ticarileşme sürecinin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir (Cangöz, 2015, s. 182).

Gelişen baskı teknolojileriyle birlikte kitle basınının yükselişi, gazetelerin varlığını sürdürebilmesi için yüksek sermaye gerektiren bir yapıya dönüşmesine yol açmış; bu durum, gazetecilikteki niteliksel ve içeriksel dönüşümle eşzamanlı olarak, sahiplik yapılarında ve işletme ölçeklerinde köklü değişimleri beraberinde getirmiştir (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 80-81). Artan sermaye ihtiyacı, yalnızca haber içeriklerinin biçimlenişini etkilemekle kalmamış, aynı zamanda basın sektöründe sahiplik yapılarının belirli ellerde toplanmasına yol açmıştır. Tokgöz'e göre bu dönüşüm, yalnızca siyasal dinamiklerle sınırlı değildir; aksine, küresel sermaye hareketleri, teknolojik gelişmeler ve giderek yükselen kâr odaklı yaklaşımlar da sürecin belirleyici unsurları arasında yer almaktadır (Tokgöz, 2012, s. 33). Basın sektörüne yönelen sermaye ve bu alandaki yüksek kârlılık beklentisi, yalnızca gazetelerin tiraj artırma çabalarını körüklemekle kalmamış, aynı zamanda basın kuruluşlarını reklam gelirlerine bağımlı bir ekonomik yapıya sürüklemiştir (Taş, 2011, s. 37).

Kurumsal yapılar ve haber metinleri düzeyinde yaşanan dönüşümler, yalnızca basın kuruluşlarını değil, doğrudan gazetecilik mesleğini de etkilemiş; mesleki kimlik ve pratiklerde önemli değişimlere yol açmıştır. Sermaye yoğunlaşması ve artan kâr beklentisi, basın alanında çok yönlü bir dönüşümün önünü açmıştır: Bu süreç, bir yandan basın kuruluşlarının mülkiyet yapısını yeniden şekillendirirken, bir yandan haber içeriklerini ticarileştirmiş; diğer yandan da gazetecilik mesleğini yapısal ve işlevsel olarak dönüştürmüştür. Özellikle 19. yüzyılın ikinci yarısında baskın hale gelen "tüketici memnuniyeti" odaklı yayıncılık anlayışı, gazetecilerin söylemsel üretim tarzlarını belirleyici biçimde etkilemiş; kapitalistleşmenin derinleşmesiyle birlikte gazetecilik alanında uzmanlaşma kaçınılmaz hale gelmiş, haber yazarlarından reklamcı ve basımevi çalışanlarına kadar çeşitli uzmanlık alanlarında emek gücü istihdam edilmiştir (Taş, 2011, s. 15-37). Haber üretiminde belirli bir standartlaşmanın sağlanmasıyla birlikte, gazetelerde içerik ve fikir üretenler zamanla "gazeteci" kimliği etrafında tanımlanmaya ve bu kimlik altında birleşmeye başlamışlardır; tüm bu gelişmelerin profesyonellik bağlamındaki anlamı da tam olarak bu kolektif mesleki kimliğin inşasında yatmaktadır (Cangöz, 2015, s. 184). Taş'a göre popüler basın, gazeteciyi haberi üreten bir uzman değil, okura tüketime hazır içerik sunan bir "ürün sağlayıcısı" olarak tanımlar. Bu bakış açısı, gazetecinin kamu yararını gözeten eğitici ve denetleyici rolünü ikinci plana itmekte; böylece normatif gazetecilik anlayışını zayıflatmaktadır. Bu dönüşüm, hangi bilginin kamusallaştırılması gerektiğine dair karar verme yetkisinin ne elitlerin ne de kamusal işlevlerini önceleyen gazeteci ve editörlerin elinde kaldığını; aksine, bu yetkinin giderek piyasa mekanizmalarına devredildiğini ortaya koymaktadır (Taş, 2010, s. 48).

Objektif, tarafsız ve profesyonel habercilik paradigmasının güç kazanması, esasen yirminci yüzyılın ilk yarısında gazetecilik eğitiminin bilimsel temellerle teşvik edilmesi, meslek örgütlerinin kurulması ve uzmanlaşmış toplum anlayışının yükselişe geçmesiyle mümkün hale gelmiştir; bu dönem, aynı zamanda gazeteciliğin meslek olarak kurumsallaştığı bir profesyonelleşme evresini de temsil etmektedir (Taş, 2010, s. 61). Bu süreçte gazetecilik, artan biçimde ideallerden arındırılarak profesyonel bir kimlikten ziyade, temel bir geçim pratiği olarak konumlanmaya başlamıştır.[5] Bu dönemde gazetecilerin emeği, yalnızca üretilen haber içeriklerinin değil, doğrudan gazetecilik işgücünün de

[5] Gazetecilikten para kazanmak ya da geçimini sağlamak daha önceki basın dönemi için de geçerlidir. Ancak bu, gazetecilerin birincil ya da tek amacı halini almamıştır. Gazetecilik geçimi sağlayan bir faaliyettir fakat onsan daha fazla siyasal bir faaliyet olarak gerçekleştirilmektedir (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 88).

piyasa mantığına tabi hale gelmesiyle metalaşmış; böylece gazetecilikteki niteliksel, niceliksel ve sahiplik-yapısal dönüşümler, mesleğin proleterleşme sürecinin ilk kapsamlı evresini şekillendirmiştir (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 88-89).

1.3.2. Önemli Kırılma: Basın Medyaya Dönüşürken

1960'lı ve 70'li yıllarda ortaya çıkan enformasyon toplumu ya da post-endüstriyel toplum yaklaşımı, zamanla düşünsel çevrelerde karşılık bularak popüler bir sosyolojik tartışma eksenine dönüşmüştür. Bu kuramsal çerçeve, toplumu artık sanayiden çok bilgi temelinde örgütleyen yeni bir yapı olarak kurgular; bilginin yalnızca merkezi bir konuma yerleştiği değil, aynı zamanda dönüştürücü ve itici bir toplumsal güç olarak devrimsel bir rol üstlendiği bir gelecek vizyonu sunmaktadır (Gemici, 2018, s. 39). Enformasyon ve bilgi, artık sanayi toplumunun temel eksenini oluşturan emek ve sermayenin yerini alarak yeni toplumun belirleyici değişkenleri haline gelmiştir (Kumar, 1999, s. 25.) Sanayi toplumlarını derinden etkileyen enformasyon teknolojilerindeki devrim, toplumların yapısal düzeyde dönüşüm geçirmesine yol açmış; bu dönüşüm, bazı çevrelerce dijital teknolojilerin dünyayı köklü biçimde değiştirdiği yönünde olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmiştir. Bu iyimser yaklaşıma göre, dijital çağ; yeni topluluk formları, alternatif bilgi ve algı üretim biçimleri, yaratıcı ve yenilikçi kültürel ifadeler, katılımcı pratikler, ağ temelli aktivizm ve dağınık demokrasi olanakları sunmaktadır. Enformasyon toplumunun savunucularından Daniel Bell, bu toplumsal formun temel ayırt edici özelliğini, bilginin edinilme, işlenme ve dağıtılma biçimlerinde yaşanan dönüşümde görür. Ona göre, yeni enformasyon teknolojilerinin gelişimi ve bu teknolojilerin toplumsal yaşamın tüm alanlarına uygulanması, mevcut toplumsal yapıları köklü biçimde dönüştürecek devrimsel bir değişimi beraberinde getirmektedir. Bell, sanayi sonrası toplum kuramında "kuramsal bilgi"yi sadece üretkenliğin değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel değer yaratımının da merkezine yerleştirmiş; sonraki çalışmalarında bu bilgiyi doğrudan enformasyon teknolojileriyle ilişkilendirmiştir (Bell'den aktaran Kumar, 1999, s. 16). Emek ve sermayeyi zenginliğin başat kaynakları olarak gören sanayi toplumunun aksine, enformasyon toplumu bilgi ve enformasyonu temel üretici güç olarak öne çıkarmaktadır. Bu geçiş, yalnızca ekonomik üretim süreçlerini değil, değerin teorik temellerini de dönüştürerek, klasik emek-değer kuramı yerine bilgi-değer kuramının egemen hale gelmesine yol açmıştır (Bell'den aktaran Kumar, 1999, s. 25). Öte yandan, sayısal temelli teknolojilerin dönüşümü her zaman olumlu yönde gerçekleşmemiş; aksine, bu

teknolojilerin yeni gözetim ve denetim mekanizmaları üreterek mevcut tahakküm ilişkilerini daha da pekiştirdiği ve yaygınlaştırdığı ileri sürülmektedir. Enformasyon toplumu kavramına yöneltilen eleştirilerin odağında genellikle Marksist ekonomi politik yaklaşımı benimseyen çevreler yer almaktadır. Bu çevreler, söz konusu kavramı Batı'nın liberal ilerlemeci anlatısıyla uyumlu bir biçimde, geç burjuva ideolojisinin uzantısı olarak değerlendirmektedir. Ancak zamanla bu yaklaşım içerisinden bazı düşünürler, kapitalizmin dönüşüm sürecini hâlâ tarihsel değişimin temel dinamiği olarak görmekle birlikte, onun klasik ve çağdaş biçimleri arasında önemli farklar bulunduğunu teslim etmişlerdir. Bu doğrultuda, söz konusu eleştiriler giderek post-Fordist kuram çerçevesinde şekillenmeye başlamış ve kapitalizmin yapısal evrimiyle birlikte yeniden yorumlanmıştır (Chandler&Fuchs, 2021, s. 8; Kumar, 1999, s. 15-16-25; Gemici, 2018, s. 39).

Ekonomik yaşamın merkezine hızla yerleşen bilgi ve iletişim teknolojileri, sermayeye hem maddi hem de ideolojik düzeyde kendini yeniden üretme konusunda önemli bir avantaj sağlamaktadır. Artık daha esnek ve dolaşımda olan bir karakter kazanan sermaye, emeğe yönelik hegemonik kontrolünü pekiştirmekte; neoliberal politikaların yaygınlaşmasıyla birlikte bu denetimi uygulayabileceği geniş bir manevra alanı elde etmektedir. Bu koşullar altında, yeni iletişim teknolojileri kapitalist üretim sürecinin hemen her aşamasında belirleyici bir rol üstlenmeye başlamıştır (Sevgi, 2021, s. 14). Her ne kadar teknolojik sıçramalar öncelikle nicel değişimleri beraberinde getirmiş olsa da, bu dönüşüm süreci yalnızca teknik ilerlemelerle açıklanamayacak ölçüde derin nitel değişimleri de tetiklemiştir. Sonuç olarak, "basın" olarak tanımlanan tarihsel dönem sona ermiş; onun yerine, farklı işleyişlere ve dinamiklere sahip olan "medya" çağı başlamıştır (Kaya, 2016, s. 126-127). Medya çağının belirleyici farklarından biri, kamusal iletişimin merkezinde yer alan haber ve bilgi iletme işlevinin, diğer sembolik üretim biçimlerinin artan hakimiyetiyle birlikte geri plana itilmesidir; böylece gazetecilik ve habercilik gibi pratikler, medya alanında ikincil konumlara yerleşmiştir. Günümüzde kültürel üretimin, küresel düzeyde endüstriyel medya ağları aracılığıyla yayılması, medya sektörünü yalnızca sembolik üretimin taşıyıcısı değil, aynı zamanda kapitalist ekonominin yeni birikim rejimlerinin merkezinde konumlanan stratejik bir alan haline getirmiştir. Enformasyon toplumu kuramlarına temel oluşturan göstergeler, medyanın hem ekonomik hem teknolojik boyutuyla sermaye için yüksek kârlılık vadeden bir mecra haline geldiğini ortaya koymaktadır (Kaya, 2016, s. 127).

Sanayi sonrası toplumu açıklamaya yönelik kuramsal yaklaşımlar (enformasyon toplumu, post-Fordizm ve post-modernizm) görünürde farklı yönelimlere sahip olsalar da, özünde benzer tarihsel süreçleri farklı kavramsal çerçevelerle ele alırlar. Bu kuramların kesişim noktasında, küreselleşmenin etkisiyle hız kazanan enformasyon teknolojileri yer almakta; ayrıştıkları nokta ise bu dönüşümü hangi boyut üzerinden tartıştıklarıdır. Enformasyon toplumu kuramı üretim güçlerindeki değişime odaklanırken, post-Fordist kuram üretim ilişkilerindeki kırılmaları öne çıkarmaktadır (Kumar, 1999, s. 53-54). Post-Fordist kuram, bilgi teknolojilerinin toplumsal etkilerini tartışmanın ötesine geçerek, kapitalizmin yeniden yapılanma sürecinde üretim ilişkilerinde meydana gelen yapısal dönüşümleri inceler. Bu yönüyle, gazeteciliğin geleneksel değerlerden dijital pratiklere evrilmesinde etkili olan dönüşüm dinamiklerini çözümlemek açısından kuramsal olarak işlevseldir. Zira, alandaki dönüştürücü dinamikleri açığa çıkarabilmek, bir yandan şirket kapitalizminin örgütlenme biçimlerinde yaşanan yapısal değişimleri incelemeyi, diğer yandan kültürel üretim süreçlerinde metalaşma ekseninde beliren çelişkileri çözümlemeye yönelik stratejilerden kuramsal olarak yararlanmayı gerektirmektedir (Wayne, 2015, s. 90-91). Post-Fordist kuramın anlamını ve kapsamını doğru kavrayabilmek için, öncelikle bu yaklaşımın tarihsel zeminini oluşturan Fordizm üzerine kısaca durmak gerekmektedir.

Bilim ve teknolojideki ilerlemelerle birlikte sermayenin organik bileşiminin artması, on dokuzuncu yüzyılın sonlarından itibaren kapitalist üretimin yapısal olarak dönüşmesine yol açmış ve bu dönüşüm, üretimin tekelci sermaye birikim biçimi altında yeniden örgütlenmesini beraberinde getirmiştir. Sermayenin birikim sorununu aşma çabası, endüstri ve teknoloji devrimleri aracılığıyla üretim süreçlerinin yeniden yapılandırılmasını zorunlu kılmış; bu yeniden yapılanma, artık değerin artırılmasını sağlayacak yeni ve daha işlevsel emek rejimlerinin doğuşunu beraberinde getirmiştir. Kitlesel üretimi olanaklı kılan Fordist model, yarı-kalifiye işçinin emeğine dayanan hareketli montaj bandı sistemiyle işleyen bir emek rejimi olarak, tekelci sermaye birikimiyle uyumlu biçimde sanayi üretiminin örgütlenmesinde belirleyici bir rol üstlenmiştir (Öngen, 2014, s. 132). Bununla birlikte Fordizm, yalnızca bir üretim modeli olarak değil; aynı zamanda teknik ve toplumsal işbölümü, birikim rejimi, düzenleme tarzı, toplumsallaştırma biçimi ve daha geniş anlamda bir toplumsal formasyon olarak da çeşitli boyutlarıyla analiz edilebilecek çok katmanlı bir yapıdır (Jessop, 2009, s. 103). Çıktının standartlaşmasını mümkün kılan bu sistem, işçi ile makine arasında sürekli ve sabit bir ilişki kurarak, üretimi eğitimsiz ve niteliksiz işgücüne dayalı basit makineler aracılığıyla örgütlemiştir (Öngen, 2014,

s. 132-138). 1960'lardan itibaren, küresel iletişim ve ulaşım ağlarının daha verimli ve düşük maliyetli hale gelmesi, kültürel ve siyasal dönüşümlerle birlikte tüketici pazarlarının çeşitlenmesi, standart ürünlere dayalı Fordist üretim modelini giderek sorunlu bir hale getirmiştir (Wayne, 2015, s. 93). Sömürü ilişkilerinin sürekliliğiyle oluşan toplumsal ve ekonomik krizler, Fordist modelin sürdürülemez hale gelmesine yol açmış; bu durum, üretim ve birikim süreçlerinde daha esnek, çok merkezli ve farklılaşmış yapıları öne çıkaran post-Fordist rejimi kaçınılmaz kılmıştır (Öngen, 2014, s. 138).

Fordizm sonrası süreçler, kapitalist üretim tarihinde yalnızca emek sürecini değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini de dönüştürmeyi hedefleyerek üretim ilişkilerinin yeniden yapılandırılmasını sağlayan yeni bir paradigma olarak ortaya çıkmıştır; bu yönüyle, önceki dönemlerden niteliksel olarak ayrılan bir evreyi temsil etmektedir (Öngen, 2014, s.144). Fordist seri üretimin görece katı ve standartlaşmış yarı-vasıflı emek düzeninin aksine, post-Fordist emek süreci; vasıflı ve vasıfsız işçileri farklı biçimlerde bir araya getirebilen, değişen koşullara uyum sağlayabilen esnek bir işgücü yapısını gerektirmektedir (Jessop, 2009, s.162). Fikirlerin hızla ticarileşerek ürünlere dönüştüğü ve bu döngünün sürekli olarak yenilendiği günümüz teknolojik ortamı, üretim biçimlerinde esnekliğe dayalı yeni bir yapılanmayı zorunlu kılmakta; bu da "esnek uzmanlaşma" modelinin yükselişine zemin hazırlamaktadır. Bu anlayış ise, üretim sürecinde yalnızca makinelerin değil, aynı zamanda işçilerin de hem vasıflı hem de değişen koşullara uyum sağlayabilecek esneklikte olmasını zorunlu kılmaktadır (Kumar, 1995, s. 61). Post-Fordist rejimin temel dayanağı olarak esnekliği tanımlayan Öngen, bu kavramı yalnızca üretim süreçlerine değil, aynı zamanda sermayenin endüstriyel normlardan ve sendikal denetimden sıyrılmasına olanak tanıyan, işveren lehine kurumsal özerkliği genişleten bir kâr maksimizasyon stratejisi olarak da değerlendirir (Öngen, 1995, s. 284). Öngen, bu esneklik rejiminin işçiler açısından doğurduğu olumsuz sonuçları, emeğin kolektif gücünün zayıflaması üzerinden açıklar. Ona göre, üretim süreçlerinde esnekliğin artması yalnızca işverenin özerkliğini genişletmekle kalmaz, aynı zamanda örgütlü işçi hareketlerinin gerilemesine, emek pazarlığının gücünü kaybetmesine ve sınıf dayanışmasının maddi zeminlerinin çözülmesine yol açar. Buna ek olarak, düşük ücretlerle çalışmaya hazır yedek emek ordusunun büyümesi, hem sınıf içi dayanışmayı aşındıran hem de kazanılmış hakların kolayca geri alınmasını ve sendikasızlaşma eğilimini hızlandıran bir başka temel etkendir (Öngen, 1995, s. 286).

Öngen, kapitalist üretim sürecinde esnekliğin yanında yerelleşme (ya da ademimerkezileşme) olgusunun da öne çıktığını belirtir. Bu yerelleşme, işçi ile işveren arasındaki ilişkilerin merkezi, kurumsal ve formel düzeylerden çıkarak, birebir ve yerel düzeyde yürütülen doğrudan ilişkilere indirgenmesine yol açmaktadır. Öngen'e göre bu dönüşüm, sendikal hareketin zayıflaması ve toplu iş sözleşmesi sisteminin aşınmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Ayrıca hem esnekliğin hem de yerelleşmenin temelinde, sermayenin uluslararası ölçekte yeniden yapılanması yatmakta; bu süreç, standart istihdam biçimlerine alternatif olarak parça başı, geçici ve güvencesiz çalışma türlerinin yaygınlaşmasını beraberinde getirmektedir (Öngen, 1995, s. 284-285).

Post-Fordist rejim, üretim ve ekonomi alanında yarattığı değişimlerin ötesinde, kültürden medyaya ve gazeteciliğe uzanan geniş bir yelpazede derin yapısal dönüşümler üretmiş; özellikle gazetecilikte çalışma biçimlerinden içerik üretimine kadar birçok alanı yeniden şekillendirmiştir. Bu nedenle, günümüzde haber içeriklerinin niteliğinde gözlemlenen değişimi, gazeteciliğin post-Fordist üretim rejimiyle kurduğu ilişkiler bağlamında değerlendirmek isabetli olacaktır. Nitekim post-Fordizm, gazetecilerin çalışma biçimlerini daha esnek, bireyselleşmiş ve dijital teknolojilere bağımlı hale getirmiş; içerik üretim süreçlerini hız, çoklu beceri ve çoklu platform gibi parametrelerle yeniden tanımlamıştır. Ancak bu dönüşüm, beraberinde gazetecilik mesleğinin etik ilkelerinde aşınmalara ve iş güvencesi açısından yeni belirsizlik alanlarının ortaya çıkmasına da neden olmuştur.

Özellikle esnek çalışma modellerinin yaygınlaşması, gazetecilerin iş güvencesini önemli ölçüde azaltmıştır. Esnek çalışma modeli, gerçekte, uzun vadeli istihdam garantisinin giderek azaldığı, çalışanların kurumsal konumlarının sürekli değişen koşullara uyum sağlama becerilerine bağlı hale geldiği bir yapıyı temsil etmektedir. Bu dinamik ortamda bireyler, iş yerinde kendilerini daha az güvende ve kolayca gözden çıkarılabilir hissederken, sürekli bir belirsizlik ve baskı altında çalışmaktadır. Esneklik adı altında sunulan bu sistem, çalışanlar için ağır bir güvensizlik duygusu ve sürekli bir kaygı halini beraberinde getirmektedir (Webb'den aktaran İlhan, 2007, s. 287). Bu güvencesizliğin temel kaynaklarından biri, medya sektöründe sistematik olarak yürütülen sendikasızlaştırma politikalarıdır. Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın (TGS) 2023-2024 Basın Özgürlüğü Raporu'na göre, 1990'lı yıllarda başlayan sendikasızlaştırma süreci, gazetecilerin çalışma koşulları üzerinde derin etkiler yaratmış ve sektörde emeğin güvencesizleşmesine yol açmıştır. Bu süreç, medya sektöründe örgütlü iş gücünün

zayıflatılmasıyla birlikte, gazetecilerin işverenlerin sunduğu koşullara bağımlı hale gelmesine neden olmuş ve böylece daha edilgen bir gazeteci profili ortaya çıkmıştır. 1990'lı yıllarda büyük medya kuruluşlarında çalışan gazeteciler görece ekonomik güvenceye sahipken, sendikasızlaştırma politikalarının yaygınlaşmasıyla birlikte, sektörde iş güvencesi ve kazanılmış haklar sistematik olarak erozyona uğratılmıştır. Bu durum, ilerleyen yıllarda yeniden sendikal örgütlenmenin önüne geçmek adına, gazetecilerin çalışma haklarının kademeli olarak kısıtlanmasına ve sektörde güvencesiz istihdam modellerinin kalıcı hale gelmesine yol açmıştır (TGS, 2024). Sendikal örgütlenmenin zayıflatılması, gazetecilerin işveren karşısındaki pazarlık gücünü ortadan kaldırarak, onların tamamen piyasa dinamiklerine bağımlı hale gelmesine neden olmuştur. Bu durum, gazetecileri düşük ücretler, uzun çalışma saatleri ve sürekli işten çıkarılma tehdidi altında çalışmaya zorlamış, böylece esnek çalışma rejimi sendikal hakların zayıflatılmasıyla birleşerek medya sektöründe yapısal bir güvencesizlik yaratmıştır.

Esnekleşen emek rejimleri, teknolojik dönüşüm, ticarileşen haber üretimi ve artan reklam baskısı gibi unsurların iç içe geçtiği günümüzde, gazetecilik ve gazeteciler mesleki varlıklarını sürdürebilmek için kırılgan bir denge arayışı içerisindedir. Yukarıda aktarılan teorik arka plan, tezin odaklandığı kitap ekleri özelinde gazetecilik pratiklerinde yaşanan dönüşümü anlamlandırmak için önemli bir zemin sunmaktadır. Post-Fordist üretim rejiminin medya alanında yarattığı yapısal değişimler; esnekleşen çalışma biçimleri, güvencesizlik ve sendikasızlaşma gibi olgular aracılığıyla kitap eklerinde çalışan gazetecileri de doğrudan etkilemektedir. Nitekim, kültür gazeteciliği gibi ekonomik getirisi sınırlı ve sembolik sermayeye dayalı alanlarda çalışan gazeteciler, bu dönüşümün karşısında çok daha kırılgan bir konuma itilmektedir. Süreklilik arz etmeyen istihdam biçimleri, gazetecilerin mesleklerini icra etmelerini zorlaştırmakta; bu durum, nitelikli kitap eleştirisi yazma ya da yazdırma pratiklerinin yerini çoğu zaman tanıtım odaklı içeriklere bırakmasına neden olmaktadır. Yaşanan bu dönüşüm kitap eklerinin içeriksel yönelimi, haber dili ve yayın politikalarında da belirleyici hale gelmektedir. Dolayısıyla gazetecilik emeğinde yaşanan dönüşüm, yalnızca bireysel çalışma koşullarını değil, kültürel temsil pratiklerini de dönüştürmektedir.

1.3.3. Medyada Yöndeşme

1970'lerden itibaren iletişim alanında belirleyici hale gelen ve birçok toplumsal kuramın temel çözümleme zemini haline gelen bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, gazetecilik pratiğini de yapısal olarak dönüştürmüştür (Gemici, 2018, s. 47). Gazetecilikteki dönüşümün doğru biçimde anlaşılabilmesi, yalnızca tekil değişkenlere odaklanmakla değil; okuyucu davranışlarındaki değişimden sektörel eğilimlere, üretim ve dağıtım pratiklerindeki gelişmelerden dijitalleşmeye kadar tüm etkileşimli unsurların bütüncül bir perspektifle değerlendirilmesiyle mümkündür (Yıldırım, 2010, s. 230). Yukarıda ayrıntılı biçimde ele alınan tarihsel dönüşüm süreciyle birlikte düşünüldüğünde, günümüz gazeteciliğini ve gazetecilerin mevcut durumunu anlayabilmek için göz önünde bulundurulması gereken bir diğer kavram da yöndeşme *(convergence)*, yani başka bir ifadeyle yakınsamadır Çalışmanın odağında yer alan matbu-sayısal temelli geçiş sürecindeki niteliksel dönüşümü anlamlandırma çabasında, yöndeşme kavramı yalnızca açıklayıcı değil, aynı zamanda alana yönelik geliştirici bir analitik araç olarak önem kazanmaktadır.

Yöndeşme, teknolojik, ekonomik ve toplumsal dinamiklerin etkisiyle kitle iletişimi ile telekomünikasyon arasındaki ayrımın ortadan kalktığı; bu alanların bütünleşerek yeni bir iletişim yapısı oluşturduğu bir dönüşüm sürecine işaret etmektedir (Geray, 2013, s. 19). Pek çok farklı alanda uygulanabilirliği bulunan yöndeşme kavramı, özünde bilgisayar teknolojileri ile telekomünikasyon altyapı ve hizmetlerinin bütünleşmesiyle tanımlanabilecek bir olgudur (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 85; Yıldırım, 2010, s. 249). Yöndeşmenin altyapısını oluşturan dijitalleşme süreci, farklı türdeki iletişim öğelerinin –ses, metin, görüntü ve grafik gibi– tek bir dijital formda işlenmesini ve böylece bu içeriklerin çoklu platformlarda, hem ulusal hem uluslararası düzeyde dağıtımını olanaklı kılmıştır (Yıldırım, 2010, s. 231). Sadece teknolojik bir gelişme olarak değerlendirilen yöndeşmenin, gerçekte mevcut iletişim pratiklerini, kurumsal yapıları, medya endüstrisinin örgütlenme biçimlerini ve politika yapım süreçlerini dönüştüren kırılmalar yarattığı; bu dönüşümün izleyici, içerik, yayıncılık ve araç gibi temel kavramları tartışmaya açtığı ve sektörler arası ayrımlar ile düzenleme anlayışlarını yeniden yapılandırmayı gerektirdiği ileri sürülmektedir (Taş, 2006, s. 35). Bu çerçevede, yöndeşme olgusu yalnızca teknolojik bir bütünleşmeyi değil, aynı zamanda kurumsal ve sektörel düzeyde yaşanan yapısal dönüşümleri de kapsamakta; dolayısıyla iki boyutlu bir değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır: teknolojik yöndeşme ve kurumsal/sektörel yöndeşme.

Kurumsal ya da sektörel yöndeşme, başlangıçta birbirinden bağımsız işleyen medya endüstrilerinin, ekonomik çıkarlar doğrultusunda ve yeni medyanın etkisiyle giderek bütünleşmesi sürecine işaret eder. Bu dönüşüm, medya sektörlerinde farklı iletişimsel faaliyetlerin ayrı ayrı yürütüldüğü yapının çözülerek, bütünleşik ve tek merkezli bir pazar modeline geçilmesi anlamına gelmektedir (Yıldırım, 2010, s. 231). Telefon, televizyon ve kişisel bilgisayar gibi farklı teknolojilerin bir araya gelerek çok işlevli ve çeşitli hizmetler sunabilen yeni ev içi cihazlar oluşturması; tüm iletişim ağlarının aynı içeriği iletebilir hale gelmesi gibi gelişmeler, teknolojik yöndeşmenin temelini oluşturmaktadır (Taş, 2006, s. 37). Teknolojik yöndeşmenin sayısallaşmaya dayanan yapısı, iletişim içeriklerinin üretiminden dolaşımına ve arşivlenmesine kadar tüm süreçleri mümkün kılarken, bu dönüşümde özellikle internet ağı ile multimedya sistemleri iki belirleyici boyut olarak öne çıkmaktadır (Yıldırım, 2010, s. 233).

Profesyonel gazeteciliğin başlangıcından bu yana, gazetecilerin kullandığı araçlar, teknikler ve kapsam sürekli evrilmiş, ancak bu dönüşüm süreci genel olarak "yöndeşme" olarak adlandırılan bir dizi olgu tarafından hızlandırılmıştır (Grant, 2009, s. 3). Dijitalleşmenin sağladığı altyapı sayesinde, gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya mecraları artık ayrı işleyen yapılar olmaktan çıkarak bütünleşik sistemler içinde yer alabilmektedir. Bu yöndeşme ve tümleşiklik süreci, haberin üretim mantığını ve kurumsal yapılanmalarını derinden sarsan yapısal dönüşümlere yol açmıştır (Gemici, 2018, s. 49). Dijital iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımına bağlı olarak kolaylaşan gazetecilikteki yöndeşme süreci, yalnızca içerik üretim biçimlerini değil; gazetecilerin mesleki pratiklerinden kullandıkları araçlara, çalışma zaman ve mekânlarından editoryal yaklaşımlarına kadar pek çok düzlemde yapısal etkiler üretmektedir (Gemici, 2018, s. 38). Yıldırım, yöndeşme olgusunu gazetecilik bağlamında değerlendirirken, bu sürecin yalnızca teknolojik bir bütünleşme değil, aynı zamanda gazetecilik pratiklerinde köklü bir dönüşüm anlamına geldiğini vurgular. Sayısallaşma ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelerin etkisiyle medya endüstrisinde son yıllarda artan yoğunlaşma ve yöndeşme eğilimlerinin, sektörde yeni iş yapma biçimlerinin ve istihdam modellerinin ortaya çıkmasına zemin hazırladığını; bu bağlamda online, multimedya, internet ya da ağ gazeteciliği gibi yeni medya temelli uygulamaların geliştiğini belirtir. Yıldırım'a göre bu dönüşüm, haberin üretilme, yapılandırılma ve dağıtılma biçimlerini olduğu kadar, haberi tüketen kullanıcıyı da yeniden tanımlayarak, içerik ile

izleyici/okuyucu/dinleyici arasında tümleşik bir yapının oluşmasına yol açmıştır (Yıldırım, 2010, s. 248).

Medyanın geçirdiği dönüşümü tanımlamak için belki de en uygun ifadelerden biri, Charles Dickens'ın *İki Şehrin Hikâyesi* adlı romanının o çarpıcı açılış cümlesinde yer alır: "Zamanların en iyisiydi, zamanların en kötüsüydü, hem akıl çağıydı hem aptallık."[6] Bu sözler, dijitalleşme çağında medyanın taşıdığı çelişkili yönleri ve eşzamanlı imkânlar ile tehditleri en özlü biçimde yansıtmaktadır. (Kolodzy, 2009, s. 31). Janet Kolodzy, yöndeşmenin medya ortamında çoklu içerik erişimini hızlandırması ve seçenekleri çeşitlendirmesi bakımından olumlu bir gelişme olarak görülebileceğini, ancak gazetecilik özelinde bakıldığında bu sürecin etik, içerik niteliği ve mesleki standartlar açısından kaygı verici sonuçlar doğurduğunu belirtmektedir (Kolodzy, 2009, s. 31-32). Yıldırım da benzer biçimde, yöndeşmenin medya endüstrisi açısından genel olarak avantajlar sağladığını, ancak gazeteciler cephesinde esnek istihdam yapısıyla birlikte çeşitli olumsuzlukları da beraberinde getirdiğini vurgulamaktadır. Bu yeni dönemde gazeteciler; artan ücretsiz çalışma saatleri, yeni becerilere sahip olmayan deneyimli çalışanların sistem dışına itilmesi, iş güvencesinin zayıflaması ve kurumsal eğitim eksikliği gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Böylece "yeni" olarak sunulan dönüşüm, gazeteciler açısından aslında eski sorunların daha da derinleşerek sürmesi biçiminde tezahür etmektedir (Yıldırım, 2013, s. 248). Gazetecilerin emek süreçlerinde karşı karşıya kaldığı sorunlar; denetimin insan yerine makinelere aktarılması, mesleki vasfın niteliğinin dönüşmesi ve giderek artan hız ile zaman baskısı şeklinde somutlaşmaktadır (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 85). Dijital ortamın hız ve anlık güncellik talebi, gazetecilerin yaşam ritmini çalışma zamanına içkin kılmış; emek-zamanın esnekleşmesiyle birlikte çalışma ile boş zaman arasındaki ayrım muğlaklaşarak, gazetecilik emeği günün her saati sömürülebilir hale gelmiştir. Bu durum, dijital çağın zamansal rejiminin gazeteci üzerinde kurduğu sürekli üretim baskısının bir göstergesidir (Gemici, 2018, s. 72). Yöndeşmenin etkisiyle dönüşen medya endüstrisi bağlamında, gözden kaçırılmaması gereken önemli bir diğer unsur da her bir mecranın kendi varlığını sürdürebilmek adına verdiği mücadeledir (Abanoz, 2013, s. 49). Bu yapısal dönüşüm, bireyi merkeze

[6] Bu cümle *İki Şehrin Hikâyesi* adlı kitabın Meram Arvas çevirisiyle hazırlanan Can Yayınları edisyonundan alınmıştır.

alan iletişim sektöründe, tüketim ideolojisinin önceki dönemlere kıyasla çok daha belirleyici ve yönlendirici bir biçimde hâkimiyet kurmasına olanak tanımaktadır (Timisi, 2003, s.222).

Medya sektöründe dijitalleşmenin belirleyici unsurlarından biri olan yöndeşme kavramı, gazeteciliğin üretimden dağıtıma ve içerik tüketimine kadar uzanan süreçlerini yeniden yapılandırmıştır. Özellikle teknolojik yöndeşmenin etkisiyle sayısal temelli gazetecilik pratiklerinde yaşanan hızlı dönüşüm, matbu yayıncılıktan sayısal temelli geçişte kitap eklerinin niteliksel yapısında da önemli değişimlere yol açmıştır. Sayısal temelli platformlar sayesinde kitap ekleri, artık yalnızca matbu mecralarda değil, çevrimiçi ortamda çok daha geniş ve çeşitli okur kitlelerine ulaşabilir hale gelmiştir. Bu gelişme, içeriklerin daha hızlı güncellenmesini, bağımsız veya daha az bilinen yazarların görünürlük kazanmasını ve okurla daha etkileşimli bir bağ kurulmasını kolaylaştırmıştır. Ancak erişimdeki bu genişleme ve hız, kitap eklerinin geleneksel yapısında bulunan ayrıntılı analizler ve uzun soluklu değerlendirmeler gibi niteliklerin zamanla arka plana itilmesine neden olmuştur. Sayısal temelli yayıncılığın hız ve ticarileşme odaklı yapısı, kitap eklerinin içeriklerini daha kısa, görselliğe dayalı ve çabuk tüketilebilecek biçimlerde sunmaya yöneltmiş; bu durum ise eleştiri metinlerinin yüzeyselleşmesine, uzmanlık gerektirmeyen içeriklerin yaygınlaşmasına ve kültürel derinliğin zayıflamasına zemin hazırlamıştır.

Takip eden bölümde, bu çalışmanın merkezinde yer alan konulardan biri olan gazetelerin matbu formattan sayısal temelli mecralara geçiş süreci ile bu dönüşümün Türkiye bağlamındaki yansımaları ele alınacaktır.

1.3.4. Basın Alanında Sayısal Temelli Değişim ve Türkiye

Dijitalleşmenin etkisiyle medya sektörü yalnızca teknik araçlar bakımından değil, aynı zamanda üretim, dağıtım, içerik geliştirme ve reklamcılık stratejileri açısından da derin bir dönüşüm yaşamıştır. Bu değişim süreci, matbu gazetelerin işlevini yeniden tanımlarken; gazetecilik pratiklerinden ekonomik sürdürülebilirliğe, okur alışkanlıklarından içerik tüketim biçimlerine kadar pek çok boyutta yapısal değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Türkiye'deki gazeteler de bu küresel dönüşümden bağımsız kalmamış, özellikle 1990'lı yıllarda internetin yaygınlaşmasıyla birlikte dijital yayıncılığa yönelmişlerdir. Bu bölümde, dijitalleşme olgusunun Türkiye'deki gazetecilik pratiklerine nasıl yansıdığı

tarihsel bağlamı içinde ele alınacaktır. Ancak bu dönüşümün daha kapsamlı bir şekilde anlaşılabilmesi için, öncelikle Türkiye'de basın tarihine dair kısa bir arka plan sunulacaktır.

Osmanlı'da on dokuzuncu yüzyıl, reformların, yapısal dönüşümlerin ve kültürel kırılmaların yoğunlaştığı bir geçiş dönemidir. Bu yüzyılda kültürel sahada öne çıkan en belirleyici gelişmelerden biri, modern basının ortaya çıkışı ve gazeteciliğin kamusal bir işlev üstlenerek görünürlük kazanması olmuştur.[7] Osmanlı'da basın, Avrupa'ya kıyasla gecikmeli biçimde doğmuş olsa da, gazetecilik mesleği daha ilk basın örnekleriyle birlikte belli bir kurumsal yapıya kavuşma eğilimi göstermiştir. Osmanlı'da matbaanın devreye girmesiyle[8] başlayan kitap üretimi, on dokuzuncu yüzyıla gelindiğinde İstanbul'da gazete yayıncılığıyla yeni bir aşamaya taşınmıştır[9] (Sönmez, 2013, s. 17). 1860'lara kadar Osmanlı'daki ilk gazeteler genellikle devletin ve bürokrasinin doğrudan denetiminde ya da yönlendirmesinde ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede, ilk Türkçe gazeteler arasında 1828'de Mısır'da yayımlanan *Vakayi-i Mısriye*, 1830'da Girit'te çıkarılan *Vakayi-i Giridiye* ve 1831 yılında İstanbul'da yayın hayatına başlayan *Takvim-i Vakayi* dikkat çekmektedir[10] (Ayan, 2021, s. 48). Osmanlı'da devlet eliyle çıkarılan ilk gazetelerde çalışanların devlet memuru olması, Türkiye ile Batı basını arasındaki en belirgin farklılıklardan biridir. Batı'da gazetecilik genellikle sivil bir alan olarak gelişmiş, gazeteciler devletin dışındaki çevrelerde

[7] Osmanlı İmparatorluğu'nda yayımlanan ilk gazete, her ne kadar on sekizinci yüzyılın sonlarında, 1793 yılında basılmış olsa da, bu yayın Fransız elçiliği tarafından çıkarılan ve "Bulletin de Nouvelles" adıyla sınırlı sayıda basılan bir haber bültenidir. Adından da anlaşılacağı üzere, bu yayın gazeteden ziyade diplomatik amaçlı bir bülten niteliği taşımaktadır. Bu girişimi, başka Fransız menşeli bülten ve gazeteler takip etmiş; ancak bu yayınlar hem dili hem de içerikleri bakımından yalnızca dar ve belirli bir okur çevresine hitap edebilmiştir (Koloğlu'dan aktaran Karagöz Kızılca, 2023, s. 168-169).

[8] Her ne kadar İbrahim Müteferrika'nın kurduğu matbaa Osmanlı'daki ilk resmî Türk matbaası olarak kabul edilse de, matbaanın Avrupa'da yaygınlık kazandığı on beşinci yüzyılın sonları itibarıyla Osmanlı topraklarında yaşayan Yahudiler, bu teknolojiyi erken dönemlerde kullanmaya başlamış ve kendi matbaalarını kurmuşlardı (Ayan, 2021, s. 29-30).

[9] Basımeviyle gazetenin neredeyse eşzamanlı olarak Osmanlı topraklarında ortaya çıkmasının önemi, Türk ve İslam toplumlarının Batı'nın yaklaşık dört yüzyıllık basılı kitap kültürünü içselleştirmeden doğrudan gazete kültürüyle tanışmış olmalarında yatmaktadır. Oysa Batı'da kitap kültürü, derinlemesine bilgi üretimini ve uzmanlaşmış entelektüel kadroların yetişmesini mümkün kılarken; gazete kültürü daha çok geniş kitlelerin güncel bilgiye erişimini amaçlıyordu. Osmanlı ve diğer İslam toplumlarında ise bu entelektüel birikimi sağlayacak kitap yayıncılığı tam olarak gelişmeden, gündelik ve yüzeysel bilgi akışına dayanan gazete kültürünün egemenlik kazandığı bir sürece girilmiştir (Koloğlu, 1992, s. 14).

[10] *Takvim-i Vakayi* ile başlayan süreç *Ceride-i Havadis*, *Tercüman-ı Ahval*, *Tasvir-i Efkâr*, *Muhbir*, *İbret* ve *Basiret* gibi çeşitli gazetelerle sürmüştür. Bu gazeteler içerisinde diğerlerinden farklı olarak öne çıkan 1862'de Şinasi tarafından edebiyat ve politika içerikli olarak çıkarılan *Tasvir-i Efkâr* gazetesidir (Yüksel, 2014, s. 13).

konumlanırken; Osmanlı basınının erken dönemlerinde gazetecilik, devletin ideolojik çizgisine paralel, bürokratik bir görev anlayışıyla icra edilmiştir (Özsever, 2003, s. 32; Gemici, 2018, s. 53). On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında, resmî yayın organlarının ardından özel gazeteler yayın hayatına dâhil olmuştur. Bu yeni dönemle birlikte gazeteler, saltanat yönetiminin dışındaki fikir ve yaklaşımlara da sayfalarında yer vermeye başlamıştır. Dikkat çeken bir diğer unsur ise, dönemin gazetecilerinin yalnızca habercilikle sınırlı kalmayıp aynı zamanda siyaset, edebiyat, bürokrasi ve entelektüel yaşam alanlarında da etkin figürler olmalarıdır (Kaderoğlu Bulut, 2017, s. 76).[11]

Resmî ve özel gazetelerin eş zamanlı gelişimiyle birlikte Osmanlı'nın son dönemlerinde basın alanında önemli bir niceliksel artış yaşanmış, bu gelişme Cumhuriyet dönemine de miras kalmıştır. Ancak Cumhuriyet'in ilk yıllarında, diğer kurumsal yapılanmalarda olduğu gibi basın da iktidarın sıkı gözetimi altında şekillenmiştir. Vahdet Mesut Ayan'ın da belirttiği üzere, yasalarda basın özgürlüğünden söz edilse de, dönemin siyasal ve ekonomik gerçeklikleri doğrultusunda basın yalnızca iktidarın çizdiği çerçevede faaliyet gösterebilmiştir (Ayan, 2021, s. 58). Gazete yapılarının incelenmesi, genellikle milletvekillerinin bu mecralarda patron konumunda olduğunu ve bu durumun hükümet karşıtı eleştirilerin önünü kestiğini ortaya koymaktadır[12] (Yüksel, 2014, s. 20). Gazetecilikte sınırlı da olsa bir özgürleşme evresi, 1946'da çok partili siyasal hayata geçişle birlikte ortaya çıkmıştır (Gemici, 2018, s. 55). Hakan Yüksel'e göre, Türkiye basınında bu dönemin ayırt edici özelliği, farklı gazeteci profillerinin ortaya çıkmasıyla birlikte gelen kalite artışı ve geleneksel gazetecilik pratiklerinin etkin biçimde uygulanmasıdır. Yüksel'e göre, gazeteciliğin bir meslekten çok toplumsal sorumluluk taşıyan bir görev olarak görülmesi, ideolojik baskıların yoğun olduğu dönemlerde bile doğru habercilik ilkesinden sapmamaya yönelik bir tutumu beraberinde getirmiştir (Yüksel, 2014, s. 22).

Yazılı medya sektörü, 1950'lerde yeni baskı teknolojilerinin gelişimi ve yaygınlaşmasıyla endüstrileşme sürecine girmiş; bu süreç, öncelikle iç pazara odaklanıp sonrasında dış pazarlara açılarak büyüme ve gelişme göstermiştir (Sönmez, 2013, s. 37). Gazetecilerin gündelik çalışma pratikleri ve haber üretim süreçleri, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle şekillenen yeni hegemonik stratejiler ile

[11] Bu konuda detaylı bilgi için ayrıca bakınız: Hıfzı Topuz, *Türk Basın Tarihi*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

[12] Buna rağmen sınırlı da olsa muhalif içerikli gazeteler de çıkarılmıştır. Bu bağlamda dönemin öne çıkan gazeteleri olarak; *Akşam*, *Cumhuriyet*, *Tan*, *Son Posta* ve *Ulus* gazetelerini belirtmek mümkündür (Yüksel, 2014, s. 20).

medyada yatay, dikey ve çapraz tekelleşmenin etkisi altında önemli değişikliklere uğramıştır (Gemici, 2018, s. 57). Yeni matbaa teknolojileri 1980'lerden başlayarak mevcut üretim kapasitesini genişletmiş ve bu genişleme yeni "ürün" gereksinimlerini doğurmuştur. Böylece, farklı alanlarda uzmanlaşan gazete ve dergiler ortaya çıkmış, onlara yönelik uygun pazar oluşmuştur. Bu süreç, reklam gelirlerindeki artışa uygun bir ortam yaratarak yazılı medyanın niteliksel ve niceliksel olarak büyük bir sıçrama yapmasını mümkün kılmıştır (Sönmez, 2013, s. 38).

1970'li yıllarda Avrupa'da BBC tarafından geliştirilen teletext yayınıyla başlayan sayısal temelli gazetecilik, matbu gazete erişimi olmayan kitlelere günlük haber metinlerini sunma imkânı sağlamış ve 1990'lı yıllarda hızla yayılmıştır (Tonga, 2021, s. 127). İnternet medyasının temelleri, 1995 yılında ABD'de *New York Times* ve *The Washington Times* gibi yazılı basın kuruluşlarının içeriklerini internete taşımasıyla atılmıştır (Kalsın, 2016, s. 77). Matbu geleneğin güçlü temsilcileri olan Türkiye'deki büyük gazeteler, 1995'in sonlarından itibaren dijital mecraya geçiş yaparak haberlerini internet ortamında da okurla buluşturmaya koyulmuştur (Çevikel, 2023, s. 94). Bu dönüm noktası sayılan süreçte, dijital medya ve gazetecilik alanında, büyük çoğunluğu geleneksel gazeteler tam anlamıyla dijital platformlara geçiş yapmamıştır. Bununla birlikte, internetin sunduğu olanakları fark eden bazı dergi ve gazeteler de içeriklerini dijital ortama aktarmaya başlamıştır. İlk olarak içeriklerini internete taşıyan *Aktüel* dergisi olmuş, ardından *Zaman*, *Milliyet*, *Hürriyet*, *Sabah, Radikal* ve *Cumhuriyet* gazeteleri bu adımı takip etmiştir. 2000'li yıllarda, ana akım medya yapılarından bağımsız hareket eden gazetecilerin öncülüğünde pek çok yeni haber platformu dijital ortamda hayata geçirilmiştir (Kalsın, 2016, s. 78). 2000 yılındaki ekonomik krizin olumsuz sonuçları nedeniyle işsiz kalan pek çok gazetecinin internet gazeteciliğine yönelmesi, bu durumun temel sebeplerinden biridir. Bu gazeteciler, kriz sona erip işlerine geri dönmeyi beklerken, gazetecilik yapmaya devam etmek amacıyla internete yönelmişlerdir. Ancak yeni mecra, onlara sadece geçici bir çözüm sunmakla kalmamış, aynı zamanda yeni kariyer ve gelir fırsatları da sağlamıştır (Çevikel, 2023, s. 94). 2002'den itibaren Türkiye'de, ulusal ölçekte haber üretip düzenli güncellenen yirmiden fazla haber sitesi ortaya çıkmıştır. Tolga Çevikel'in belirttiğine göre, Gezi Parkı eylemlerinin ardından bu sitelere olan ilgi yeniden artmıştır. Çevikel'e göre, politik baskılar nedeniyle işsiz kalan ya da çalıştıkları kurumlar kapanan gazeteciler dijital mecralara yönelmiş; bu dönüşümde sektörde yaşanan gelir kaybı krizi de süreci ivmelendiren temel dinamiklerden biri olmuştur (Çevikel, 2023, s. 95). Çevikel, Türkiye'deki dijital medya ortamını değerlendirirken, aktif ve oldukça

hareketli çok sayıda haber sitesi bulunduğunu ifade etmektedir. Uzun ömürlü ve köklü haber sitelerinin varlığına rağmen, kısa ömürlü pek çok sitenin de hızla açılıp kapandığı bir tablo söz konusu olduğunu ifade eden Çevikel, Türkiye'deki haber siteleri genel hatlarıyla kâr amaçlı olanlar ile daha çok gazetecilik ve toplumsal etki yaratmayı hedefleyenler olarak iki ana gruba ayrılabileceğini belirtmektedir. Bunlar arasında ilk grupta İnternethaber, Ensonhaber, Haberler gibi ticari amaç güden platformlar yer alırken; ikinci grupta Gazete Duvar, Diken, Artı Gerçek gibi daha çok mesleki ve toplumsal faydayı ön planda tutan siteler bulunmaktadır (Çevikel, 2023, s. 95-96).

Okuyucuların matbu gazetelere duyduğu güven ve uzun yıllara dayanan alışkanlıklar, internet gazeteciliğinin yükselişine rağmen bu yayınların ayakta kalmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, gazetecilik sektörü üretim süreçlerini modernize etmekte; ancak bu dönüşüm, teknolojik yeniliğe duyulan meraktan çok, kapitalist pazarın dinamiklerine ayak uydurmak zorunluluğundan doğmaktadır (Sırma, 2007, s. 132). Dijital gazetecilik, başlangıçta daha düşük maliyetli bir giriş alanı gibi görünse de, gerek kurulum aşamasında gerekli olan sermaye birikimi, gerekse rekabetin yoğunluğu, bu alanda faaliyet göstermeyi ekonomik açıdan oldukça zorlaştırmaktadır. Sürdürülebilirlik ise bu koşullar altında ciddi bir mücadeleyi gerektirmektedir (Demir, 2023, s. 521). Sayısal temelli gazetelerin az sayıda çalışan istihdam etmelerine yol açan ekonomik zorluklar, haber üretiminde verimliliği artırma baskısını beraberinde getirmektedir. Az sayıda gazeteciyle çok sayıda haber üretmeye çalışan dijital haber platformları, zamanla kaliteli içerik üretmekte zorlanmakta ve bu nedenle daha az maliyetli, kolay hazırlanabilen haber türlerine yönelmektedir (Çevikel, 2023, s. 97).

Medya dünyasında içerik çeşitliliğinin artması, ekonomik baskılar ve dijitalleşme süreciyle birlikte gerçekleşmiş; bu süreç, farklı temalar etrafında şekillenen yeni yayınların ortaya çıkmasını mümkün kılmıştır. Türkiye'de internetin 2000'li yılların başında yaygınlaşması, medya mecralarının çeşitlenmesini hızlandırmıştır. Medya yapısındaki söz konusu çeşitlenme, ana akımın dışında kalan çevre, kadın hakları, bilimsel gelişmeler ve edebiyat gibi tematik alanlara odaklanan yeni yayın ve eklerin ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Kitap eklerinin dijitalleşme süreci ve ortaya çıkışı, genel medya dijital dönüşümüyle paralel bir seyir izlemiştir. Başlangıçta geleneksel gazetelerin kültür-sanat sayfalarında matbu içerik olarak yer alan kitap ekleri, internetin yaygınlaşmasıyla dijital platformlarda

da yerini almıştır. Bu bölüm, tezin ana odak noktasını oluşturacak ve bir sonraki başlıkta ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

1.4. Kitap Eklerinin Şafağı ve Mevcut Durumu Anlamlandırmak

Füsun Alver, özellikle Almanya ve İngiltere'de, on sekizinci yüzyıl sonu ile on dokuzuncu yüzyıl başlarında gazetecilik, edebiyat ve yazarlık arasında sıkı bağların kurulduğunu belirtmektedir. Bu gelişmeler, edebiyat ve gazeteciliğin iç içe geçtiği yeni bir mesleki yapının doğmasına zemin hazırlamıştır. Ayrıca, röportaj, deneme ve fıkra gibi farklı yazı türleri hem edebiyat hem de gazetecilikte yaygınlaşmış; gazetecilik ürünleri kitap olarak yayımlanırken, edebi eserler de gazetelerde yer bulmuştur (Alver, 2007, s. 30-31). Yazarların gazetelerde yayımlanan eserleri, edebiyatın toplumsal işlevini genişletmekle kalmamış, aynı zamanda kültürel üretimin sermaye ve ideolojilerin etkisiyle şekillenen bir kültürel endüstri haline dönüşmesini sağlamıştır.

Gazetecilik ve edebiyat arasındaki ilişki, kapitalizmin kültürel üretim üzerindeki denetimiyle yeniden tanımlanmıştır. Gazetelerde yayımlanan edebi ve gazetecilik metinlerinin kitaplaştırılması, kültürel üretim süreçlerinin ekonomik ve ideolojik zorunluluklarla ne denli ilişkili olduğunu göstermektedir. Türkiye'de de Osmanlı dönemiyle paralel şekilde benzer bir süreç yaşanmış; toplumsal yapının dönüşümüyle edebiyat ve gazetecilik arasındaki ilişkiler güçlenmiştir. *Tasvir-i Efkâr* gazetesinde Şinasi'nin edebiyata yer vermesiyle bazı eserler gazetelerde tefrika edilmiştir. 24 Temmuz 1908'de II. Meşrutiyet'in ilanıyla gazete ve dergiler çeşitlenmiş; *Genç Kalemler*, *Yeni Mecmua*, *Türk Yurdu*, *İçtihat*, *Mahasin*, *Resimli İstanbul* ve *Şehbal* gibi yeni mecralarla edebiyat ve düşünce dergilerinde artış olmuştur (Topuz, 2003, s. 82-84). Bezmi Nusret (Kaygusuz) tarafından 1910 yılında aylık periyotta çıkarılan ve 6 sayı yayımlanan *Tenkîd* ilk edebiyat eleştiri dergisi olarak kabul edilmektedir (Alanka, 2008, s. 111). Yirminci yüzyıl boyunca devam eden bu çeşitlenme ve niceliksel artış, Cumhuriyet döneminde çıkan edebiyat dergileriyle birlikte gazetecilik ve edebiyat arasındaki ilişkiyi daha da derinleştirmiştir. Koloğlu'na göre, 1930'lu yıllarda fikir ve edebiyat dergiciliğinde niteliksel bir yükseliş yaşanmıştır. Bu dönemde *Kadro*, *Fikir Hareketleri*, *Varlık* ve *Yeni Adam* gibi dergiler bireysel girişimlerle yayımlanırken; halkevleri tarafından çıkarılan *Ülkü* gibi dergiler ise folklor ve dil araştırmalarını teşvik etmiş, aynı zamanda genç yazarların yetişmesinde önemli bir rol

üstlenmiştir. Ayrıca Sedat Simavi'nin başta *Yedig*ün olmak üzere yayımladığı dergiler de geniş kitlelere hitap ederek okuma kültürünün yaygınlaşmasına katkı sunmuştur (Koloğlu, 1992, s. 66).

1950'lerden itibaren edebiyat eleştirisi dergilerde şiir, öykü ve roman eleştirileriyle şekillenmeye başlamıştır (Alanka, 2008, s. 113). 1950-51 yılları arasında Memet Fuat *Kitaplar* adıyla bir kitap dergisi çıkarmıştır. 1960'ta ise, Arslan Kaynardağ tarafından hazırlanan ve 43 sayı yayımlanan *Kitap Belleten* adlı bir bibliyografya dergisi yayın hayatına başlamıştır (Doğan, 1997, s. 214). Türk basınının kültür olaylarına (kültürel hayata) yeterince yer vermemesini eleştirerek yeni çıkan kitapları duyurmak, tanıtmak ve okurlara kitap seçiminde yol göstermek amacıyla hazırlanan dergi aylık yayımlanmıştır (Kaynardağ, 1963). Şubat 1972'de ise, Aziz Üstel'in öncülüğünde *Kitaplar* adlı dergi yayımlanmaya başlamıştır. *Kitaplar* dergisinin "Başlarken" başlıklı sunuş yazısında, derginin çıkış amacı şu sözlerle açıklanmıştır:

> Bu durumun çeşitli ve çok sayıdaki nedenleri arasından biri üstünde yoğunlaştırdık dikkatimizi: Yayınevi, kitabevi ve okuyucu arasındaki ilgi ve haberleşme sorunu. Elinizdeki dergi bu sorunu çözümleyebilmek amacıyla çıkıyor. Dünyada sanat, edebiyat olayları, kitapçılık haberleri, yayınevlerinin düşündükleri, yerli ve yabancı yazarlarla konuşmalar, Türkiye'den ve dışardan kitap eleştirileri… vb… hep bu derginin konuları arasında (Ulu, 2025).[13]

Memet Fuat'ın *Kitaplar* dergisinin devamı sayılabilecek *Günümüzde Kitaplar*, Tarık Dursun K. tarafından yayımlanmıştır. Dergi, ilk olarak 1973-1974 yılları arasında on sayı, ardından 1980'de on iki sayı olarak iki kez çıkarılmıştır. 1984-1987 yılları arasında ise üçüncü kez yayımlanmıştır (Birkiye, 2017).

1980 sonrası dönemde eleştiri ve edebiyat dergiciliği geri plana itilmiş, eleştiri ise gazete ve dergi yazıları içinde varlığını sürdürmeye çalışmıştır. Ancak Türkiye'deki depolitizasyon süreci ve popüler kültür temelli yaşam tarzının egemenliğiyle birlikte eleştiri giderek anlamını yitirmiştir. Bu dönemde, eleştirinin yerini büyük ölçüde tanıtım almış; kitap tanıtımları, ekonomik güce sahip medya gruplarının halkla ilişkiler ve reklam faaliyetlerinin bir uzantısı haline gelmiştir (Alanka, 2008, s. 113-114). Alanka, bu durumu şöyle aktarmaktadır:

[13] İnternet sitesinde yazının yayınlandığı tarih yer almamaktadır. Bu nedenle tarih olarak erişim yılı verilmiştir.

> 1980 ve 90'larda *Adam Sanat*, *Varlık*, *Milliyet Sanat*, *Hürriyet Gösteri*, *Defte*r gibi dergiler üzerinden yürütülen eleştiri tartışmaları, 2000'li yıllarda *Virgül*, *Kitap-lık*, *Cogito*, *Hece*, *Türk Dili*, *Türk Edebiyatı*, *Edebiyat Ortamı* gibi dergilere taşınmış ve yayınevlerinin reklam kampanyaları ile yazarların halkla ilişkiler faaliyetlerinin uzantısına dönüşmüştür. Ulusal ölçekte yayımlanan hemen her gazetenin haftalık ya da aylık periyotta yayımlanan kitap ekleri ile sürece dahil olması, Türkiye'de yayıncılık sektörünün büyümesinin ve uluslararasılaşmasının da önemli bir parçası olarak değerlendirilmelidir. Edebiyat dergileri ile gazete kitap eklerinin doğrudan bir medya grubu tarafından yayımlanmaları ya da büyük holdinglere ait medya kuruluşlarıyla reklam, pazarlama, dağıtım anlaşmaları yapmış olmaları nedeniyle, Türkiye'de eleştiri tanıtıma (ve yazar imajı oluşturmaya) dönüşmüş; yayınevlerinin kurumsallaşamamaları ve bir yayıncılık politikası geliştirememeleri ise edebiyat dünyası tarafından olağan gerçeklilik olarak algılanmaya başlamıştır. Son yıllarda pek çok yazar ve sair için edebi kıstaslar önemini yitirmiş, gazetelerin kitap eklerinde en çok satanlar listesine girmek olarak ön plana çıkmıştır (Alanka, 2008, s. 114).

Cumhuriyet öncesinde başlayıp edebiyat ile gazetecilik ilişkisi paralelinde gelişen Türkiye'deki kitap endüstrisi, teknolojinin ilerlemesiyle endüstriyel bir nitelik kazanmıştır. 1990'lı yıllara gelindiğinde yayınevlerinin sayısında artış gözlenmiş ve yayıncılık teknolojilerindeki gelişmeler sektördeki üretim kapasitesini ve hızını belirgin şekilde artırmıştır. 2000'li yıllarda hem Türkiye'deki yayınevlerinin uluslararası yayıncılık ağına entegre olduğu hem de yeni yayınevlerinin kurulduğu bir dönem yaşanmıştır. Sektörel dönüşümün hızlanmasında etkili olan başlıca dinamikler, dijital teknolojilerin yaygınlaşması ve medya mecraları arasındaki işlevsel bütünleşmedir (Sönmez, 2013, s. 109-110). Bu süreçte gazetecilik, reklamcılıkla iç içe geçerek öngörülenin ötesinde yeni bir biçim ve işlev kazanmıştır (Abadan, 1961, s. 131). Tirajı artırmak, okuyucu ilgisini sürekli kılmaya yönelik tutundurma stratejilerinin uygulanmasını gerektirmiştir; bu da reklam baskısının, reklam verenlerin tercihlerine yön verme zorunluluğuyla birlikte ortaya çıkmasına yol açmıştır (Taş, 2011, s. 185).

1980'lerden itibaren Türkiye'de sermayenin tekelleşme süreci, yönetim ve operasyonel alanlarında kalifiye iş gücüne olan ihtiyacı artırmıştır. Bu süreçte, özellikle basın, reklam, grafik, video ve yayıncılık gibi kültürel sektörlerde, piyasa ve sermaye dinamiklerine duyarlılık gösteren aydınların istihdamında belirgin bir artış yaşanmıştır (Savran, 2024, s. 260). Ticarileşmenin belirginleştiği bu yıllarda medya sektörü büyük ölçüde ekonomik hedeflere yoğunlaşmış, gazeteler ise tirajlarını çoğaltmak ve okurların ilgisini canlı tutmak amacıyla kültürel içeriklere daha fazla yer vermeye yönelmiştir. Bu dönüşümle eşzamanlı olarak kitap ekleri de ortaya çıkmış ve gelişim göstermiştir. Medya kuruluşları, kitap eklerini yalnızca kültürel içerik üretmenin bir yolu olarak değil, aynı zamanda reklam gelirlerini artırmaya yönelik stratejik bir araç olarak değerlendirmiştir. Bu bağlamda yayınevleri, kitaplarını tanıtmak ve

satışlarını artırmak amacıyla medya ile işbirliğine gitmiş; böylece kitaplar, yalnızca matbu yayınlarda yer bulan kültürel ürünler olmaktan çıkarak medya kuruluşlarının tanıtım ve reklam stratejilerinin merkezine yerleşmiştir. Bu süreç, yayıncılık sektörünün büyümesine de kayda değer bir katkı sağlamıştır. Günümüzde ise kitap eklerinin dijitalleşme süreciyle dönüşmesi, medya organlarının artan reklam gereksinimleri ve değişen okur ilgileriyle birleşerek; kitap tanıtımı ve eleştirilerini daha geniş bir kültürel içerik çerçevesiyle bütünleştirmiş, kitapları yalnızca kültürel değil aynı zamanda ekonomik bir değer olarak yeniden konumlandırmıştır.

Belirli aralıklarla yayımlanan ve gazetelerle birlikte ücretsiz sunulan kitap ekleri, tabloid formatında hazırlanmakta ve dergi benzeri bir yapı sergilemektedir. Bu yayınlar, yalnızca kitap tanıtımı, eleştiri yazıları, yazar röportajları ve kültür-sanat haberlerine yer vermekle kalmayıp; çok satanlar listeleri ve satış verileri üzerinden kitap piyasasına dair yönelimleri de yansıtmaktadır. Aynı zamanda yayınevlerinin reklamlarının da yer aldığı bu ekler, kültürel içerik üretiminin piyasa dinamikleriyle nasıl iç içe geçtiğini görünür kılmaktadır. 1896'dan itibaren *New York Times*'a ek olarak yayımlanmaya başlayan *New York Times Book Review*, dünyada gazete eki olarak yayımlanan ilk kitap ekidir (Tanenhaus, 2006).

Neredeyse yüz yıl sonra, 1990'da Türkiye'de bir gazeteye bağlı ilk kitap eki yayımlanmıştır. Bu, başlangıçta Cumhuriyet Kitap Kulübü üyeleri için aylık bülten olarak "Çerçeve" adıyla yayımlanan ve Şubat 1990'dan itibaren haftalık olarak yayın hayatına devam eden *Cumhuriyet Kitap* ekidir (Günay, 2009). Türkiye medya dünyasında önemli bir yer edinen *Cumhuriyet Kitap*, kitap tanıtımları, eleştirileri ve edebiyatla ilgili geniş kapsamlı yazıların yer aldığı bir platform olmuştur. Türkiye'de kitap temalı ilk gazete eki olarak yayımlanan bu yayın, kitapların daha geniş okur çevrelerine ulaşmasını mümkün kılmış; yayınevleri ile okurlar arasında etkili bir iletişim zemini oluşturmuştur. Ardından, 1990'lı yıllarda yayımlanmaya başlayan *Dünya* gazetesinin eki *Dünya Kitap* bu süreci takip etmiştir (Demirkent, 2022). Türkiye'deki gazete kitap ekleri geleneğinin önemli bir örneği olan *Radikal Kitap* ise, 2001 yılında *Radikal* gazetesine ek olarak haftalık yayımlanmaya başlamıştır (*Bianet*, 2008). Farklı bakış açıları ve yenilikçi bir anlatım diliyle edebiyat alanında tartışma yaratmayı hedefleyen *Radikal Kitap*, özellikle genç okur kitlesi tarafından dikkatle takip edilen yayınlardan biri olmuştur. Daha sonra *Hürriyet Kitap*, *Sabah Kitap*, *Milliyet Kitap*, *Agos Kirk*, *Vatan Kitap*, *Taraf Kitap*, *BirGün Kitap* gibi

gazete ekleriyle çeşitlenmiş ve sayıca artmıştır. Gazete ekleri, sahip oldukları yayın anlayışı ve hitap ettikleri kitle doğrultusunda içerik üretmiş; kitap tanıtımlarından edebiyat dünyasındaki güncel tartışmalara kadar uzanan çeşitli konularla okurlarına ulaşmıştır.

Ekonomik sıkıntılar ve ana yayın organlarının kapanması gibi nedenlerle, bazı gazete kitap ekleri zamanla yayımlanmamaya başlamıştır. Bu duruma örnek olarak, gazetelerinin kapanmasının ardından yayın hayatına son veren *Vatan Kitap* ve *Taraf Kitap* ekleri gösterilebilir. 2014 yılında *Radikal* gazetesinin matbu yayını sona erdiğinde, *Radikal Kitap* eki *Hürriyet* gazetesi bünyesinde yayımlanmaya devam etmiş; 2017 yılında ise yayın hayatını *Hürriyet Kitap&Sanat* adıyla sürdürmüştür[14] (*BirGün*, 2017). Tiraj kayıpları ve reklam gelirlerindeki azalma, bazı gazete eklerini kapanma noktasına getirmiştir. Bu gelişme, Türkiye'deki kitap eklerinin medya sektöründe yaşanan ekonomik dalgalanmalardan ne denli etkilendiğini net biçimde gözler önüne sermektedir.

2000'li yılların ortalarından itibaren internetin yaygınlaşmasıyla medya yapısında köklü değişimler yaşanmış, bu süreç kitap tanıtımı ve eleştirisinin dijital mecralara kaymasına neden olmuştur. Bu gelişmeler, matbu kitap eklerini hem biçimsel hem de işlevsel açıdan dönüştürmüştür. Matbu biçimde yayın hayatını sürdüren kitap ekleri, zamanla dijitalleşme sürecine uyum sağlayarak sayısal temelli mecralarda da yer almaya başlamıştır. *Cumhuriyet Kitap*, *BirGün Kitap* ve *Hürriyet Kitap* gibi basılı yayınlar, artık içeriklerini dijital platformlar aracılığıyla da okurlarına sunmaya başlamıştır. Ayrıca, kitap tanıtımına odaklanan dijital doğumlu mecralar da ortaya çıkmıştır. Yayın hayatına 2010'da başlayan *Edebiyat Haber* (Polat, 2014); 2015'te Bağımsız Gazetecilik Platformu *P24* çatısı altında kurulan Kitap Kültür Kritik sitesi *K24* (*K24*, 2015); 2014'te yayınlanmaya başlayan Kitap Eki; *Gazete Duvar*'a bağlı bir dergi formatıyla ilk sayısını 2018'de çıkan *Duvar Kitap* (*Duvar*, 2018); 2023'te kurulan *2Yaka* (*2Yaka*, 2023) bunlardan bazılarıdır. Geleneksel kitap eklerinin tekdüze yapısı, sayısal temelli platformların yükselmesiyle aşılmıştır. Bu platformlar, kitaplara ilişkin tanıtım, eleştiri ve röportaj içeriklerinin ötesine geçerek sinema, sanat, gezi, yeme-içme gibi farklı kültürel alanlarda da üretim yapmaktadır. Söz konusu içerik çeşitliliği, hem okurların dönüşen ilgi alanlarına karşılık vermekte hem de medya kuruluşlarının ekonomik hedefleriyle yapısal bir uyum sergilemektedir. Ortaya çıkan tablo,

[14] *Radikal Kitap*, 29 Kasım 2024 tarihinde aynı adla, *Hürriyet* gazetesinin ayda bir ücretsiz dağıtacağı bir ek olarak tekrar yayımlanmaya başladı. Ancak bu durumda sadece isim hakkının devri söz konusudur.

gazeteciliğin salt bilgi aktarma işleviyle sınırlı olmadığını; piyasa odaklı çıkarlar doğrultusunda kendini sürekli yeniden üretmek zorunda kalan bir alan olduğunu açıkça göstermektedir. *Radikal Kitap*'tan Burcu Aktaş'ın 2008 yılında dile getirdiği "amaçlarının kitabı okuyucuya tanıtmak olduğu, kendilerinin bir nevi kitap haberciliği yaptıkları" (Aktaş, 2008) yönündeki ifadesi, dönemin kültür gazeteciliği anlayışını kavramak açısından önemli bir çerçeve sunmaktadır. Ancak günümüzde, "kitap haberciliği" ya da "kitap muhabirliği" olarak adlandırılabilecek bu gazetecilik türü, söz konusu sınırların ötesine geçerek farklı bir evreye evrilmiştir. Artık gazeteciler yalnızca kitaplarla sınırlı içerikler üretmemekte; kültürel üretimin daha geniş bir alanında, piyasanın ve ekonominin yön verdiği taleplere uygun içerikler hazırlamak durumunda kalmaktadır. Bu dönüşüm, yalnızca içerik biçimlerinde bir değişimi değil, aynı zamanda kültürel değerlerin nasıl üretildiği, sunulduğu ve metalaştırıldığına ilişkin daha kapsamlı bir sorgulamayı da gündeme getirmektedir.

İzleyen bölümde, kitap eklerinde görev yapan gazetecilerle gerçekleştirilen görüşmelere dayalı bulgulardan yola çıkılarak "kitap muhabirliği"nin sahadaki güncel işleyişi, mesleki sınırları ve dönüşen rolü daha somut bir zeminde değerlendirilecektir.

1.5. Kitap Muhabirliği: Kavramsallaştırma ve Alan Deneyimi

Geleneksel kitap eklerinin tarihsel gelişimini ve dijitalleşme sürecinde geçirdiği dönüşümleri ele alan önceki bölüm, gazetecilik ve edebiyat ilişkisine dayanan köklü bir mirası gözler önüne sermektedir. Özellikle 2000'li yıllarla birlikte yaygınlaşan kitap ekleri, yalnızca kültürel üretimin dolaşıma girmesini sağlayan birer yayın organı değil; aynı zamanda kitaplara odaklanan özel bir gazetecilik pratiğinin gelişmesine de zemin hazırlamıştır. Bu gelişmeyle birlikte "kitap haberciliği" ya da bu çalışmanın önerdiği biçimiyle "kitap muhabirliği", kültür gazeteciliği içinde ayrıksı ve uzmanlaşmış bir alan olarak şekillenmeye başlamıştır.

Kitap muhabirliği, salt kitap tanıtımı yapan bir editoryal işlev olmanın ötesinde; yayınevleri, yazarlar, edebiyat ödülleri, sansür ve kültürel politikalar gibi konuları izleyen, kültürel üretim süreçlerinin nabzını tutan, haber değeri taşıyan kitap odaklı gelişmeleri gündeme taşıyan bir gazetecilik türü olarak tanımlanabilir. Bu gazetecilik formu, hem kültür alanına dair bilgi üretmekte hem de edebi üretimin ekonomik ve ideolojik yönlerini kamuoyuyla buluşturmaktadır. Ancak bu alan, hem literatürde

hem de mesleki sınıflandırmalarda yeterince tanımlanmamıştır. Oysa "kitap muhabirliği", tıpkı savaş, çevre, sağlık, spor ya da parlamento muhabirliği gibi belirli bir alan bilgisi, sektörel izleme pratiği ve kültürel duyarlılık gerektiren bir uzmanlık biçimidir.

Bu kavramsal eksiklik, saha çalışmasında yapılan görüşmelerde de açıkça gözlemlenmiştir. Kitap eklerinde görev yapan gazetecilerin büyük bölümü, haber üretirken yalnızca yayınevi bültenlerine değil; kitapların içeriksel özelliklerine, yazarın önceki eserlerine ve kültürel bağlamına da dikkat ettiklerini ifade etmiştir. Bu durum, kitap muhabirliğinin sıradan bir bülten gazeteciliğinden ziyade eleştirel seçicilik, kültürel analiz ve bağlam bilgisi gerektiren bir mesleki pratik olduğunu göstermektedir. *Radikal Kitap* editörlerinden gazeteci Burcu Aktaş, yaptıkları işi "kitap haberciliği" olarak tanımlarken; benzer bir doğrultuda, *Cumhuriyet Kitap* ekinin uzun yıllar yayın yönetmenliğini ve editörlüğünü üstlenen Turhan Günay da bu pratiği "kitap muhabirliği" olarak nitelendirmektedir. Her iki ifade, kitaplara odaklanan gazetecilik faaliyetinin mesleki ve tematik bir uzmanlık alanı olarak içselleştirildiğini göstermesi açısından önemlidir. Aynı dönemde diğer birçok kitap ekinde görev alan gazetecilerin de yalnızca kitap tanıtım metinleriyle değil; kültürel siyaset, sansür uygulamaları, ödül politikaları ve çeviri yayınlar gibi konulara ilişkin eleştirel analizler kaleme aldıkları görülmektedir. Bu örnekler, kitap muhabirliğinin yalnızca kitapların içeriğine değil, bu içerikleri kuşatan üretim ve dolaşım ağlarına da odaklanan bütüncül bir gazetecilik pratiği olduğunu açık biçimde ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, dijitalleşme ve medya sektöründeki esnekleşme, bu uzmanlık biçiminin sınırlarını giderek bulanıklaştırmaktadır. Dijital yayıncılıkta çalışan pek çok gazeteci, kitap odaklı içerikler üretse de bu üretimi sistematik bir uzmanlık alanı olarak tanımlamamakta; çoğu zaman sosyal medya editörlüğü, kültür haberciliği ve içerik yönetimi gibi farklı rollerle bir arada sürdürmektedir. Bu durum, kitap muhabirliğinin kurumsal düzeyde tanınmamasına ve mesleki sınırlarının silikleşmesine neden olmaktadır.

Bu tez çalışması, kitap eklerinde çalışan gazetecilerin pratiklerini inceleyerek, literatürde henüz yerleşmemiş olan "kitap muhabirliği" kavramını tanımlamayı ve bu gazetecilik biçimini kültür gazeteciliği içindeki özgül yeriyle görünür kılmayı amaçlamaktadır. Görüşme yapılan gazetecilerin deneyimleri, bu alanın yalnızca içerik üretimi değil aynı zamanda kültürel bellek inşası, yayınevleriyle

medya arasındaki ilişkilerin yönetişimi ve okur yönelimlerinin şekillendirilmesi gibi çok boyutlu işlevler üstlendiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, kitap muhabirliği, Türkiye'de kültür gazeteciliği literatüründe henüz kuramsal olarak yeterince kavramsallaştırılmamış olmakla birlikte, sahada fiilen varlığını sürdüren ve belirli bir uzmanlık birikimi gerektiren mesleki bir pratik olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışmanın temel önerilerinden biri, kitap muhabirliğinin hem gazetecilik kuramı hem de medya çalışmaları literatürü kapsamında dikkate değer bir kavram olarak ele alınması; bu bağlamda, yalnızca içerik üretim süreçleriyle değil, aynı zamanda emek, uzmanlaşma ve kültürel temsil pratikleriyle birlikte değerlendirilmesidir. Söz konusu katkı, kitap eklerinin dijitalleşme süreciyle geçirdiği dönüşümün yalnızca biçimsel ya da içeriksel olmadığını; aynı zamanda mesleki kimliklerin ve gazetecilik pratiklerinin de yeniden şekillendiğini göstermesi açısından önemlidir.

Bu kuramsal çerçeve, saha çalışmasında kitap eklerinde görev yapan gazetecilerle yapılan görüşmeler ışığında daha somut bir zemine oturtulmuştur. Görüşmeler, kitap muhabirliğinin yalnızca haber üretimiyle sınırlı kalmayan; eleştirel seçicilik, bağlam bilgisi ve kültürel analiz becerilerini içeren bir uzmanlık alanı olarak nasıl deneyimlendiğini ve içselleştirildiğini göstermesi bakımından açıklayıcı niteliktedir. İzleyen bölümde, bu deneyimlere dair bulgular detaylı biçimde ele alınacaktır.

2. KİTAP MUHABİRLİĞİ PRATİĞİNİN ETNOGRAFİK ANALİZİ

Bu çalışma, ele alınan sorunsalı kapsamlı biçimde irdeleyebilmek için niteliksel araştırma yaklaşımından ve etnografik yöntemin sunduğu veri toplama araçlarından yararlanarak araştırmayı derinleştirecektir. Nitel araştırma, toplumsal olguları "orada olan" dünyaya mümkün olduğunca yakın durarak, farklı yöntemlerle içeriden anlamayı, betimlemeyi ve kimi zaman da açıklamayı hedefler (Flick'ten aktaran Erkonan, 2014, s. 41). Nitel araştırma desenlerinin içerinde yer alan etnografik çalışma, araştırmacının belirli bir kültürel grubun doğal ortamında, uzun bir zaman dilimi boyunca ortak davranış, dil ve eylem örüntülerini gözlemleyerek incelediği nitel bir yaklaşımdır. Veri toplama süreci çoğunlukla mülakatlar, gözlemler ve bağlamsal analizleri içermektedir (Creswell, 2013, s. 14). Etnografik araştırma, bireylerin günlük yaşam deneyimlerini mülakat ve gözlemler yoluyla betimleyerek bütüncül bir anlayış sunmayı amaçlamaktadır (Fraenkel&Wallen'den aktaran Creswell, 2013, s. 207). Araştırmacılar, veri analiz sürecinde katılımcı perspektifinden tematik ve örüntüsel yapıları ortaya koymayı amaçlamakta; sonrasında bu yapıların anlamlandırılması ve açıklanması doğrultusunda analitik süreci sistematik biçimde yürütmektedirler (Agar'dan aktaran Creswell, 2013, s. 210).

Bu bağlamda, araştırma sürecinde hem içeriden bir gözlemci hem de alana doğrudan dâhil bir yayıncılık sektörü emekçisi olarak, katılımcıların perspektiflerini ve deneyimlerini derinlemesine anlayabilmek amacıyla saha temelli veriler toplanacaktır. Kitap eklerinin üretimine katkı sağlamış ve hâlen yayıncılık sektöründe aktif olarak çalışan biri olarak, görüşmelerde elde edilen anlatılar yalnızca akademik bir mesafeyle değil, aynı zamanda içeriden edinilmiş deneyim ve gözlemlerle değerlendirilecektir. Katılımcıların mesleki pratiklerine ve kişisel anlatılarına dayanan temalar ve örüntüler doğrultusunda, kitap eklerinin matbu formdan dijitale geçiş sürecinde yaşadığı niteliksel dönüşüm bütüncül bir bakışla ele alınacaktır. Görüşmeler, araştırmanın temel sorunsalına yönelik olarak hazırlanmış yarı yapılandırılmış sorular aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler araştırma sorularına paralel olarak tematik analiz metoduyla çözümlenmiştir. Böylece çalışma, akademik analiz ile sektörel deneyimi bir araya getirerek sahaya özgü derinlikli ve çok katmanlı bir değerlendirme sunmayı amaçlamaktadır.

2.1. Çalışmanın Veri Toplama Yöntemleri ve Örneklem Seçimi

Araştırmadaki veriler, gazetecilerle yapılan derinlemesine görüşmeler ve bu görüşmeler sırasında gelişen enformel sohbetler yoluyla elde edilmiştir. Görüşmeler, soru-cevap şeklinde yarı yapılandırılmış bir biçimde gerçekleştirilmiş; gazetecilere geçmişte ve/veya günümüzde kitap eklerinde nasıl çalıştıkları, bu süreçlerin hangi koşullarda gerçekleştiği ve dijitalleşmeyle birlikte ne tür değişimler yaşandığı şeklinde çeşitli sorular sorulmuştur. Katılımcıların hem kişisel deneyimlerine hem de sektörel gözlemlerine dayanan yanıtları, kitap eklerinin matbu formdan dijital mecralara geçiş sürecindeki niteliksel değişimi anlamaya yönelik temel veri kaynağını oluşturmuştur.

Çalışmanın örneklem seçimi, matbu yayıncılık yapan kitap ekleri ile haftalık ya da aylık periyotlarla dijital ortamda kitap tanıtımlarına yer veren yayınlar arasından yapılmıştır. Bu seçim sürecinde, kitap ekleri geleneğini başlatan, geliştiren ve günümüze kadar taşıyan medya kuruluşları özellikle dikkate alınmıştır. Bu bağlamda, matbu yayıncılık alanında *Cumhuriyet Kitap*, *Radikal Kitap* ve *BirGün Kitap*; dijital mecralarda ise *Duvar Kitap* ve *K24* temel örneklem kaynakları olarak belirlenmiştir.

Günümüzde *Cumhuriyet Kitap* eki, haftalık olarak yayımlanmayı sürdüren ve kitap ekleri geleneğini canlı tutan önemli bir yayın organıdır. *Radikal Kitap*, 2000'li yıllarda kitap tanıtımı ve edebiyat eleştirisi alanında referans kabul edilen yayınlardan biri olmasına rağmen, *Radikal* gazetesinin 2014'te matbu yayın hayatına son vermesinin ardından *Hürriyet* gazetesinin çatısı altında bir süre daha yayımlanmaya devam etmiş; ancak daha sonra yayın hayatına son vermiştir (Erciyes, 2023). Alandaki etkisi ve bir dönem oluşturduğu okur kitlesi dolayısıyla tarihsel değeri açısından örnekleme dahil edilmiştir. *BirGün Kitap* ise, *BirGün* gazetesinin 2004 yılında kurulmasından itibaren gazeteye bağlı ücretsiz bir ek olarak yayımlanmaya başlamış ve günümüzde de aylık periyotlarla yayımlanmaya devam etmektedir.

Dijital mecralarda öne çıkan örneklerden biri olan *Gazete Duvar Kitap*, *Gazete Duvar*'ın internet sitesi üzerinden aylık olarak yayımlanan ve e-dergi formatında hazırlanan bir kitap eki olarak konumlanmaktadır. Yayın hayatına başladığı 2018'deki ilk sayısında kuruluş amaçlarını şu ifadelerle duyurmuştur:

> Esasen *Duvar Kitap* perşembe günleri çok sayıda yeni yazıyla güncelleniyorsa da *Gazete Duvar*'ın yayına başladığı ilk günden itibaren neredeyse her gün yeni bir içeriğin girdiği bir mecra. Fakat internet, sunduğu imkanlar kadar kendi sorunlarını da üretiyor. Örneğin Kitap kategorisindeki yazılar, üstünden bir süre geçtikten sonra kolay ulaşılmaz hale geliyor. İnternet kitap yayıncılığı konusunda çok başarılı işler çıkaran birçok mecra bu sıkıntıyı yaşıyor. Biz de bir e-derginin bu sorunu aşmakta yardımcı olacağını düşündük. Öncelikli amacımız, hafta içi siteye giren yazıları bir arada sunarak kolay ulaşılır bir elektronik arşiv imkânı oluşturmak. Zaman içinde *Duvar Kitap* zenginleşerek başlı başına bir yayın haline gelecek (Duvar, 2018).

Derginin son sayısı olan 229. sayı, 4 Eylül 2024 tarihinde siteye yüklenmiştir. Her ne kadar bu tarihten sonra dergi formatındaki yayınlara ara verilmiş olsa da *Gazete Duvar* kitap tanıtımlarına yer vermeyi sürdürmüştür. Sitenin kültür-sanat bölümü içerisinde, günlük ve haftalık periyotlarla güncellenen kitap tanıtım yazılarıyla bu alandaki sürekliliğini korumuştur. Ancak, *Gazete Duvar*'ın 12 Mart 2025 tarihinde yayın hayatına son vermesiyle, kültür-sanat bölümü ve bu bölümde yer alan kitap tanıtımları da sona ermiştir. *K24* ise incelemeler, söyleşiler ve eleştiri yazılarıyla dijital platformda kitap değerlendirmelerine yer vermektedir. Bir zamanlar "Tatlı Perşembe" başlığıyla başlattıkları düzenli içerik güncellemeleriyle, hâlâ perşembe günleri yayımlanan yeni içerikleri aracılığıyla yayın hayatına devam etmektedir.

Bu kapsamda bu mecralarda çalışmış ya da çalışmaya devam eden beş gazeteciyle görüşmeler yapılmış, görüşmeler gönüllülük esasına göre belirlenmiştir. Görüşme yapılan gazeteciler, Türkiye'de kültür gazeteciliği alanında uzun yıllara dayanan deneyime sahip, kitap eklerinin hem matbu hem dijital dönemlerine tanıklık etmiş ve bu yayın organlarının biçimsel, içeriksel ve kurumsal dönüşümünü bizzat yaşamış kişilerdir. Katılımcıların seçiminde yalnızca görev aldıkları kurumlar değil, aynı zamanda kültür haberciliği içindeki etkinlik düzeyleri, yayıncılık alanıyla olan çok yönlü ilişkileri ve "kitap muhabirliği" olarak adlandırılan mesleki pratiği temsildeki ağırlıkları da belirleyici olmuştur.

Burcu Aktaş, uzun yıllar *Radikal Kitap* ekinde editörlük yapmış; hem kültür-sanat gazeteciliğinin görünürlüğünü artıran söyleşi ve dosya haberleriyle hem de kitap değerlendirmeleriyle alandaki etkili figürlerden biri olmuştur. Turhan Günay, *Cumhuriyet Kitap* ekinin kurucu editörlerinden olup 1990'ların başından itibaren bu yayının biçimlenmesinde belirleyici bir rol oynamıştır. Otuz yılı aşkın süre boyunca yürüttüğü yayın yönetmenliği görevinde, kitap eklerinin kamusal niteliğini önceleyen bir yayıncılık anlayışı *benimseyerek, eleştirel düşüncenin kurumsallaşmasında önemli katkılarda bulunmuştur. İlker Yaşar, BirGün* Kitap ekinde uzun yıllardır yazı işleri sorumluluğu üstlenmekte; aynı zamanda hem haber

hem de eleştiri türünde içerikler üretmektedir. Yaşar'ın deneyimi, alternatif bir yayın organında kültür gazeteciliğini sürdürmenin maddi ve editoryal zorluklarına ışık tutmaktadır. Dijitalleşmenin yanı sıra baskı maliyetleri, reklam politikaları ve içerik üretim sürecine dair gözlemleri, alandaki dönüşümün çok boyutlu yapısını anlamada kritik önemdedir. Mustafa Arslantunalı, *K24* editoryal kadrosunda yer almakta ve dijital kitap eleştirisi alanında düzenli içerikler üretmektedir. Arslantunalı'nın gözlemleri, dijital mecralarda eleştiri kültürünün yeniden biçimlenme dinamiklerini ortaya koyarken; *K24* gibi dijital odaklı yayınların kitap eklerinin evrimine nasıl katkı sunduğunu göstermektedir. Anıl Mert Özsoy ise *Gazete Duvar*'ın kitap sayfalarının editörlüğünü üstlenmiş; kültür gazeteciliğinde söyleşi, tanıtım ve editoryal planlama gibi alanlarda içerik üretmiştir. Özsoy, dijitalde okura ulaşmanın stratejileri, algoritmik görünürlük ve mecralar arası etkileşim gibi yeni kuşak gazetecilik meselelerine dair güncel ve içeriden bir bakış sunmaktadır.

Görüşme yapılan bu gazetecilerin her biri, yalnızca kitap eklerinin üretiminde görev almakla kalmamış; aynı zamanda kültür gazeteciliğinin yönünü belirleyen, eleştiri kültürünü biçimlendiren ve tematik uzmanlık alanı olarak "kitap muhabirliği" pratiğini temsil eden figürlerdir. Dolayısıyla çalışmada elde edilen bulgular, yalnızca bireysel deneyimlerin aktarımı değil; aynı zamanda gazetecilik pratiğinin dönüşümüne içeriden tanıklık eden aktörlerin söylemsel izleri olarak değerlendirilmelidir. Bu isimler aracılığıyla kitap eklerinin yalnızca ürün olarak değil; bir emek süreci, bir editoryal strateji ve bir kültürel temsil biçimi olarak ne şekilde dönüştüğü çok boyutlu biçimde analiz edilmiştir.

Çalışma kapsamında oluşturulan sorular Şubat-Mart 2025 tarihleri arasında katılımcıların tercihine göre kendi evlerinde, ortak olarak belirlenen mekânlarda ya da mail yoluyla soru-cevap şeklinde gerçekleştirilmiştir. Böylece her bir katılımcının iletişim biçimine ve koşullarına uygun esnek bir görüşme ortamı sağlanmıştır. Yüz yüze gerçekleşen görüşme süreleri 90 dakika ile iki saat arasında değişiklik göstermektedir. Görüşmeler öncesinde katılımcılara çalışma hakkında gerekli bilgilendirme yapılmış; görüşmeler, yalnızca akademik amaçlarla kullanılmak üzere ses kayıt cihazıyla kayda alınmıştır. Görüşmeler, önceden hazırlanmış açık uçlu sorular temelinde yürütülmüştür. Ancak nitel araştırma yaklaşımının doğasına uygun olarak, bazı durumlarda görüşmenin akışına göre soruların sayısı, sıralaması ve ifade biçimi esnek bir şekilde uyarlanmıştır. Bu sayede katılımcıların deneyimlerini daha ayrıntılı ve özgün bir biçimde aktarmalarına imkân tanınmıştır. Mail üzerinden gerçekleştirilen

görüşmeler, katılımcıların önceden yapılan bilgilendirme sonrasında onay vermeleriyle gerçekleştirilmiştir. Sorular, mail yoluyla kendilerine iletilmiş; katılımcılar, bu sorulara yazılı olarak yanıt verirken aynı zamanda kendi deneyimlerinden yola çıkarak eklemek istedikleri görüş, gözlem ve anekdotları da metne dâhil etmişlerdir. Yanıtlama süreleri katılımcıların bireysel programlarına bağlı olarak bir ile dört hafta arasında farklılık göstermiştir. Sorular, temel bir çerçeveye bağlı kalınarak hazırlanmış olmakla birlikte, gazetecilerin çalıştıkları matbu ya da dijital mecraların özelliklerine göre farklılık gösterebilmekte; mecraların yapısı, yayın politikaları ve dönemin koşulları doğrultusunda esnek biçimde uyarlanabilmektedir. Çalışmanın sonunda, matbu yayıncılık deneyimine sahip gazetecilere yöneltilen açık uçlu sorular EK 1'de; dijital yayıncılık alanında çalışan gazetecilere yöneltilen sorular ise EK 2'de sunulmuştur.

Bu seçki, kitap tanıtımının hem geleneksel matbu mecralardaki temsil biçimlerini hem de dijital dönüşümle birlikte değişen sunum tarzlarını karşılaştırmalı olarak değerlendirme imkânı sunmakta; böylece çalışmanın hem tarihsel sürekliliğe hem de çağdaş eğilimlere dayalı sağlam bir zemine oturmasını sağlamaktadır. Görüşme yapılan gazetecilere ilişkin bilgilere yer veren tablo, çalışmanın sonunda EK 3 olarak verilmiştir.

2.2. Matbu ve Dijital Kitap Eklerinde Gazetecilik

Mevcut tezin amacı doğrultusunda kitap eklerinde uzun yıllardır faaliyet gösteren beş gazeteciyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu yolla gazeteciliğin dijitalleşme sürecinde geçirdiği yapısal değişim, üretim pratiklerindeki dönüşüm ve kitap eklerinin nasıl yeniden biçimlendiği kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Gazeteciler arasında muhabir, editör ve yayın yönetmeni gibi farklı görevlerde bulunan kişiler yer almakta; mesleki deneyimleri ise 11 ile 55 yıl arasında değişkenlik göstermektedir.

Görüşmelerden elde edilen veriler, bireysel deneyimlerle sektörel gözlemlerin kesişiminde oluşan çok katmanlı bir anlatı sunmakta; bu anlatı, tezin temel sorunsalını açıklığa kavuşturacak nitelikte önemli kavrayışlar içermektedir. Saha bulguları yalnızca gazetecilik mesleğinin dönüşen doğasına değil, aynı zamanda kültürel alanın yeniden yapılandığı süreçlere, eleştirinin yerini nasıl tanıtıma bıraktığına ve kitap tanıtım yazılarının nasıl metalaşarak piyasalaştığına dair çeşitli göstergeler ortaya koymaktadır.

Katılımcıların anlatılarında ortaklaşan ilk tema, kitap eklerinin tarihsel olarak üstlendiği kültürel işlevin zamanla biçim değiştirmesine rağmen tamamen ortadan kalkmadığıdır. Matbu yayınlarda görev almış gazeteciler, geçmişte kitap eklerinin edebiyat dünyasının nabzını tuttuğunu, yeni çıkan kitapları geniş okur kitlelerine tanıttığını ve eleştirel bir perspektif sunduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda kitap ekleri, yalnızca bir tanıtım aracı değil, aynı zamanda kültürel belleğin oluşumunda rol oynayan, sürekliliğe sahip geleneksel yayıncılık yapıları olarak betimlenmektedir. Bununla birlikte, dijital mecralara geçişle bu yapıların geçirdiği dönüşüm, gazeteciler tarafından hem bir olanak hem de bir sınırlılık olarak değerlendirilmiştir. Özellikle dijital yayıncılık yapan gazetecilerin görüşleri, hızın ve güncelliğin öne çıktığı bu yeni yapının zaman zaman derinlikli analizlerin yerini daha kısa ve görsel destekli içeriklere bıraktığını göstermektedir. Buna karşılık, dijital mecraların etkileşimli yapısı okurla daha doğrudan bir bağ kurulmasını mümkün kılmış; yorumlar, paylaşım imkânları ve sosyal medya entegrasyonu sayesinde kitap tanıtımları daha yaygın, ancak kimi zaman daha yüzeysel bir biçim kazanmıştır.

Bununla bağlantılı olarak, gazetecilik pratiklerinde yaşanan dönüşümün yalnızca biçimsel değil, aynı zamanda içeriksel boyutta da gerçekleştiği görülmektedir. Dijital ortamda yayımlanan kitap tanıtımlarının, klasik eleştiri dilinden uzaklaşarak daha çok "öneri" niteliğinde, kısa ve yüzeysel yazılar hâlinde sunulduğu gözlemlenmiştir. Bu eğilim, özellikle matbu yayıncılık deneyimine sahip gazeteciler tarafından eleştirel bir tutumla değerlendirilmiştir. Onlara göre, eleştiri kültürünün giderek arka plana itilmesi, uzun vadede edebî üretimin niteliğini ve edebiyatın kamusal tartışma alanındaki yerini zayıflatabilecek bir risk taşımaktadır.

İçeriksel dönüşüme paralel biçimde, dijitalleşmenin yalnızca metin biçimlerini değil, gazetecilik emeğini ve çalışma koşullarını da olumsuz etkilediği yönünde genel bir görüş birliği oluşmuştur. Matbu dönemde gazetelerde genç, dinamik ve sigortalı kadrolarla sürdürülen kültür haberciliği, günümüzde çoğunlukla telifsiz, güvencesiz ve bireyselleşmiş bir emek rejimine evrilmiştir. Meslekî deneyim aktarımının zayıflaması, kurumsal aidiyetin kaybı ve editoryal denetim süreçlerinin gevşemesi; gazetecilik mesleğinin temel yapı taşlarının dijitalleşme süreciyle birlikte ciddi biçimde aşındığını göstermektedir. Bu tablo, kültür gazeteciliği alanındaki üretimin yalnızca niteliğini değil, aynı zamanda sürdürülebilirliğini de tehdit eden yapısal bir dönüşüme işaret etmektedir.

Öte yandan, dijital mecralarda çalışan bazı gazeteciler, bu yeni ortamın sunduğu teknik ve yapısal olanaklara dikkat çekmiştir. Özellikle sınırlı sayfa alanı gibi fiziksel kısıtlamaların ortadan kalkması, daha esnek ve çeşitli içeriklerin üretilmesini mümkün kılmıştır. Ayrıca, dijital ortamda yazarlarla daha hızlı iletişim kurulabildiği, söyleşi ve dosya konularının daha kolay organize edilebildiği de vurgulanmıştır. Bu bağlamda dijitalleşme, yalnızca zorunlu bir geçiş süreci olarak değil; aynı zamanda yayıncılığın geleceğine dair yeni olanaklar sunan çok yönlü bir dönüşüm olarak değerlendirilmektedir.

Aşağıdaki başlıklar altında görüşmelerden elde edilen genel bulgular derlenip değerlendirilecektir.

2.2.1. Kitap Eklerinin Kitap Eklerinin Kuruluşunda Faydanın İki Görünümü: Kamusal mı, Ekonomi mi?

Kitap eklerinin Türkiye basın tarihinde ortaya çıkışı, esasen hem yayıncılık sektörünün hem de okurun ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik kültürel bir boşluğu doldurma çabasıyla şekillenmiştir. Saha görüşmelerinde yer alan gazetecilerin anlatımları, bu eklerin kuruluş sürecinin yalnızca gazetecilik pratiği açısından değil, aynı zamanda kültürel temsil, yayın politikası ve kamu yararı bağlamında nasıl konumlandığını da ortaya koymaktadır.

Cumhuriyet Kitap'tan gazeteci Turhan Günay[15], kitap eklerinin Türkiye'de gazetecilik pratiği içerisinde kültürel bir ihtiyaçtan doğduğunu ve zamanla kurumsallaşarak süreklilik kazandığını vurgulamaktadır. Ona göre, kitap ekleri özellikle 1990'lı yıllardan itibaren gazetelerin kültürel kimliğinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmiş; nitelikli içerik üretiminin ve editoryal ilkelere dayalı yayıncılığın temsil alanlarından biri olmuştur. Bu bağlamda kitap ekleri, yalnızca yeni çıkan yayınların tanıtıldığı mecralar değil, aynı zamanda kültürel sürekliliğin taşıyıcısı olarak değerlendirilmiştir. Günay, bu sürecin başlangıcını şu sözlerle aktarmaktadır:

> Türkiye'de 1916'dan beri çeşitli kitap ekleri yayımlanmıştır... 1980 sonrasında yeni bir dergi çıkarmak sıkıyönetim kararları gereği zordu… *Cumhuriyet* gazetesi de Cumhuriyet Kitap Kulübü

[15] *Cumhuriyet Kitap* eki, bu tezin yazıldığı 2025 yılı da dahil olmak üzere, kuruluşundan bu yana aralıksız olarak yayımlanmaya devam etmektedir. Bu çalışmada görüşme yapılan gazetecilerden Turhan Günay, 2018 yılında gazetedeki görevinden ayrılmıştır. Dolayısıyla Günay'ın içerik üretim süreçleri ve çalışma koşullarına ilişkin aktardıkları, yalnızca görev yaptığı dönemi kapsamaktadır. Saha araştırması kapsamında *Cumhuriyet Kitap* ekinin mevcut yönetim kadrosuna da görüşme talebi iletilmiş; ancak kitap ekinin işleyişine dair bilgi paylaşımında bulunulmak istenmediği gerekçesiyle bu talep reddedilmiştir. Bu ve ilerleyen alt başlıklarda, Günay'ın mesleki deneyimleri temel alınmıştır.

> için bir dergi çıkarmak istiyordu. *Çerçeve* isimli bir derginin isim hakkını satın alarak Cumhuriyet Kitap Kulübü'nün eki olarak çıkarmaya başladılar. İlk yıllarında dergiyi Mürşit Balabanlar çıkarıyordu. Ayda bir çıkıyordu, kitap tanıtım dergisiydi. Cumhuriyet Kitap Kulübü'ne gelen kitapların tanıtıldığı bir dergiydi. 1990'da bu ek Mürşit Balabanlar tarafından *Cumhuriyet Kitap Eki*'ne dönüştü.

Gazeteci Burcu Aktaş ise, 2000'li yıllarda "kitap haberciliği"nin altın çağını yaşadığını ve *Radikal Kitap*'ın bu ihtiyaca cevap olarak ortaya çıktığını belirmektedir. Aktaş, kitap ekinin doğuşunu şöyle aktarmaktadır:

> Kitap eki dediğin şey hem yayıncının hem de okurun ihtiyacından doğan bir şey. Yayıncının ihtiyacı vitrin dışında kendine başka bir alanda da yer bulma çabasıdır. Eskiden sosyal medyadan, online satış sitelerinden haber almak gibi bir şey yoktu. Dolayısıyla kitapçılar da kitap eklerinde tanıtılan kitaplara bakar, ne öne çıkarılmışsa raflarını ona göre düzenlerdi. *Radikal Kitap* böyle bir ortamda doğdu.

Aktaş ve Günay'ın anlatımları, kitap eklerinin yalnızca gazetelerin ve yayınevlerinin değil, aynı zamanda okurların da bilgiye erişim ihtiyacından doğduğunu ve zamanla gazetelerin kültürel kimliğinin ayrılmaz bir parçasına dönüştüğünü göstermektedir. Bu dönüşümü destekleyen bir diğer tanıklık ise gazeteci İlker Yaşar'ın anlatımında yer almaktadır. Yaşar, *BirGün Kitap* ekinin, gazetenin yayın hayatına başlamasıyla eşzamanlı olarak kurulmuş olduğunu ifade ederek, kitap ekinin gazetenin bütünsel yayın politikasının bir uzantısı olarak kurgulandığını belirtmektedir. Böylece kitap eki, yalnızca ek bir yayın değil; gazetenin kültürel duruşunun bir yansıması, onun ideolojik ve estetik çerçevesini tamamlayan asli bir bileşen olarak konumlanmaktadır.

Matbu kitap ekleri üzerindeki tüm bu kurucu örnekler, kitap eklerinin kültürel temsil alanı olarak biçimlenmesini sergilerken, diğer yandan bu alanın yalnızca kamusal değil, aynı zamanda ekonomik bir rekabet zemini içinde yer aldığını da göstermektedir. Aktaş'ın ifadesine göre, 2000'li yıllarda *Cumhuriyet Kitap* ve *Radikal Kitap* dışındaki kitap eklerinin büyük bölümü aylık yayımlanmaktadır; bunun temel nedeni ise haftalık yayın yapmanın içerik üretimi ve reklam rekabeti açısından sürdürülebilir olmamasıdır. Kitap ekleri, bu bağlamda yalnızca kültürel temsil alanları değil; aynı zamanda yayınevlerinin görünürlük elde etme çabasının, gazetelerin ise reklam gelirleri üzerinden ekonomik sürdürülebilirlik arayışlarının birer parçası hâline gelmiştir. Aktaş, bu durumu şöyle dile getirmektedir:

> O dönem *Cumhuriyet* ve *Radikal Kitap* dışından yayınlanan diğer kitap ekleri aylıktı. Bu alanda bir pasta vardı ve gazetelerin birçoğu o pastadan pay almak istiyorlardı, ticari olarak. İki büyük rakibin karşısında haftalık olarak pay almak zor olduğu ve şimdiki kadar bir yayınevi çeşitliliği de olmadığı için diğerleri aylık çıkıyordu.

Bu süreçte *Radikal* gazetesinin matbu yayına son verip dijital mecraya geçmesiyle birlikte, *Radikal Kitap* ekinin yayın stratejisi de değişmiş; içerik, marka değeri ve ekonomik sürdürülebilirlik arasında yeni bir denge kurulmaya çalışılmıştır. Aktaş, bu geçişi şu sözlerle anlatmaktadır:

> *Radikal* gazetesi matbu olarak kapandı, dijitale geçti. *Radikal Kitap*'ı *Hürriyet*'le vermeye başladılar. Tek bir isimle ilan almaya devam etmek için. Çünkü bir marka değeri vardı ve para kazanıyordu.

Günay'ın anlatımı, kitap eklerinin yalnızca kamusal bilgilendirme ve kültürel temsil işlevleriyle sınırlı kalmadığını; aynı zamanda ekonomik değer taşıyan, reklam alabilen ve marka statüsü kazanan yayınlara dönüştüğünü ortaya koymaktadır. *Radikal Kitap*'ın *Hürriyet* çatısı altında varlığını sürdürmesi, yalnızca içerik devamlılığına değil, aynı zamanda bu ekin oluşturduğu markanın piyasa değeri üzerinden ekonomik bir stratejiye dayandığını göstermektedir. Bu durum, kültür gazeteciliğinde metnin ve eleştirinin giderek daha fazla ekonomik mantığa göre biçimlendiği; kitap eklerinin yalnızca içerikleriyle değil, markalaşmış isimleriyle de birer "değer" unsuruna dönüştüğü bir yayıncılık evresine geçişi işaret etmektedir.

Dijital kitap eklerinin de matbu örneklerde olduğu gibi kültürel ve yayıncılık temelli ihtiyaçlardan doğduğu söylenebilir. Bu bağlamda hem *Gazete Duvar Kitap* hem de *K24*, dijital platformlarda kitap haberciliği üretmeye yönelik özgün yayın modelleriyle dikkat çeken örneklerdir. *Gazete Duvar Kitap*'tan gazeteci Anıl Mert Özsoy, dijital derginin ilk biçimleniş sürecini şu şekilde aktarmaktadır:

> (*Gazete Duvar Kitap*) 2016'da yayın hayatına başladı ve kültür yayıncılığının da oda noktası olmayı hedefledi. Şiarımız, kültür sanatı bir prestij alanından çıkarıp aynı zamanda yaşamı anlama biçimine çevirmekti. Bu yüzden de güncel sanatı her alanıyla takip etmeye çalıştık. Burada aslında kamusal bir hizmetti ana hedefimiz. Ve yine *Duvar*'ın kuruluşu itibarıyla ana akıma girmeyen, görünmeyeni göstermek gibi bir niyetimiz vardı ve kitap eki de bu noktada şekillendi. Genel itibarıyla birbirinden farklı konularda yazılmış iyi metinleri bir araya getirme, kamusal alanda bir tartışma yaratma, ötekinin varlığını kamusal alana yansıtma gibi temel motivasyonlarımız vardı. Derginin ilk biçimlenişinde şekli kadar yaydığı anlam da önemlidir.

Tüm bu anlatılar, kitap eklerinin hem matbu hem dijital biçimlerinde yalnızca kültürel temsil alanları olarak değil, aynı zamanda farklı dönemsel ve yapısal koşullarda şekillenen ekonomik strateji

alanları olarak da işlediğini göstermektedir. Kuruluş motivasyonları kamusal faydaya dayansa da zaman içinde ekonomik sürdürülebilirlik gereksinimleri bu yayınların biçimlerini, içeriklerini ve kurumsal yapılarını önemli ölçüde dönüştürmüştür. Bu dönüşümler, kitap eklerinin kültürel alan içindeki yerini yalnızca yayıncılık biçimleriyle değil, aynı zamanda üretim ilişkileri, kurumsal aidiyetler ve kültürel sermaye ile yeniden tanımlamaktadır. Haliyle kitap ekleri iktisadi, ideolojik ve kültürel alanların her birine değen ihtiyaçları karşılamak üzere kurulmuştur. Bununla birlikte zaman içinde medya kuruluşlarının maruz kaldığı reklam ihtiyacı, kamu yararının önüne geçmiştir. Kitap ekleri, bu haliyle gazetelerin veya diğer medya kuruluşlarının akıbeti ile karşılaşmıştır. Bu, bir yanıyla kurumların üretimlerini, ürettiklerinin içeriklerini dönüştürürken bir yanıyla da kurum içinde çalışan gazetecilerin çalışma koşullarını biçimlendirmiştir. Bu konuya, ilerleyen başlıklarda özel olarak değinilecektir.

2.2.2. Piyasa ve/veya Yayın Hayatı Kıskacında Kitap Ekleri: Reklam ve İçerik İlişkisi

Bu çalışmada ortaya çıkan ortak eğilimlerden biri, kitap eklerinin başlangıçta kültürel bir boşluğu doldurmak ve yayıncılık dünyasının çoğu zaman görünmeyen emek süreçlerini kamusal alana taşımak amacıyla kurulduğudur. *Radikal Kitap*'ta uzun yıllar editörlük ve muhabirlik yapmış olan Aktaş, kitap ekinin içerik politikasını "*okur olarak nasıl bir dergi okumak istersek ona göre kurguladık*" sözleriyle tanımlamaktadır. Kitap seçimlerinin yazar-okur-editör üçgeni içerisinde, içeriden dışarıya doğru şekillenen bir anlayışla belirlendiğini vurgulayan Aktaş, bu süreçte reklamdan bağımsız bir yayın çizgisinin benimsendiğini de şu sözlerle ifade etmektedir:

> Şöyle bir dengemiz vardı: 52 sayfa çıkıyorsak 40 sayfasını reklam yapmazdık. Her zaman içerik daha fazlaydı, reklam daha azdı… Hiçbir zaman yazı çıkarıp reklam almadık. Böyle olunca daha değerli olduk. Bunda reklamcılarımızın da kitap okuru olmasından kaynaklandı. Onlar da her zaman niteliğe önem verdi.
>
> Reklam ve yazı konusunda adaletli olmaya çalışıyorduk. Bir yayınevi reklam verdi diye onun kitabını tanıtacağız diye bir durum yoktu. Gündem takibi yaptığımız için haber değeri taşıyan her şeyi koyduğumuz gibi Anadolu'dan kendi kitabını yayınlayıp, kendi imkânlarıyla bize ulaştıran yazarların da kitaplarına yer verdiğimiz oluyordu. Gözettiğimiz durum ideolojik olarak ne çok sağa ne de çok sola yatmak… 'Bizi bir yere çekmeye çalışan' durumlara da pek imkân vermedik. Hep denge kurduk. Bu dengeyi de edebiyat ve nitelik, edebiyat dışında da nitelik olarak kurduk.

Gazeteci Günay, matbu yayıncılık döneminde editoryal bağımsızlığın görece daha güçlü olduğunu ve kitap seçimlerinin içerikle ilgili ilkeler doğrultusunda belirlendiğini ifade etmektedir. Reklam veren yayınevlerinin doğrudan bir baskı oluşturmadığını vurgulayan Günay, buna rağmen reklamcılardan gelen talepleri sistematik biçimde geri çevirdiklerini belirtmekte ve durumu şu sözlerle özetlemektedir:

> Reklam verdik diye kitabı koyun, diyenleri geri çeviriyorduk. Yayın ilkeleri her şeyin önündeydi.

Yaşar ise bu süreci şu şekilde yorumlamaktadır:

> Yayınevleri, yazarlar, eleştirmenler ile ortak bir çalışmamız var. "Reklamlar" yayın politikamızı etkilemiyor. Reklam verenle vermeyene farklı bir bakış açımız yok. Bir ayrıcalık söz konusu değil. Yayın dünyasındayız ve çok yönlü kolektif bir bakış açısıyla, sektör paydaşlarıyla dayanışma içerisindeyiz.

Kitap eklerinin tarihsel gelişiminde reklam ile içerik arasındaki ilişki, gazetecilik ilkeleriyle piyasa koşulları arasındaki gerilim hattında şekillenmiştir. Görüşme yapılan gazetecilerden özellikle matbu yayıncılık deneyimine sahip olanlar, bu ilişkinin son yıllarda daha görünür hâle geldiğini ve kültür gazeteciliğinin doğasını derinden etkilediğini vurgulamaktadır. Dijital alanda yayın yapan mecralarda görüşme yapılan gazetecilerden her ikisi de doğrudan kitap eklerinin reklam mecrasına dönüştüğü yönünde bir yargı belirtmemekte; ancak dijital yayıncılığın getirdiği bazı yapısal zorlukların içerik niteliği ve kamusal katkı açısından sınırlayıcı etkilerine işaret etmektedir.

Aktaş, *Radikal Kitap* deneyimi üzerinden reklamların editoryal süreçlere doğrudan müdahale etmeksizin yer alabileceğini, ancak bu dengeyi korumanın yayınevi çeşitliliği arttıkça zorlaştığını belirtmektedir. Ona göre, zamanla markalaşan kitap ekleri kendi ekonomik ağırlıklarını da oluşturmuş; bu da içeriklerin reklam ilişkisi bağlamında yeniden konumlanmasına yol açmıştır. Bu değerlendirmeyi destekleyen bir diğer açıklama ise Özsoy'dan gelmektedir. Özsoy, durumu şu sözlerle aktarmaktadır:

> *Duvar Kitap*, sermayenin gözünde reklam verilecek bir mecra değildi. Kendi içinde özel bir derdi olan kitapların gösterildiği bir yayın mecrası olduğu için sermaye ve sanat, kültür iktidarı arasında işe yarar bir aparat değildik. Hiçbir zaman bir *Hürriyet Kitap* ya da *Cumhuriyet Kitap* gibi olmadık, *Taraf*'ın kitap eki gibi belli bir zümreyi kamusallaştırmak ya da belli bir zümreyi topluma yaymak gibi bir hedefimiz olmadığı için reklam verenler için tercih edilir bir yer olmadık. Sadece şöyle bir şey vardı, *Duvar Kitap* itibarlı bir yerdi, burada olmak… Son zamanlarda reklam veren yayınevleri oldu. Ama şeffaf şekilde şunu söylüyorduk, reklam verirsiniz, reklamınız yayınlanır ancak bunun dışında bir talepte bulunmayın, şeklinde ilerledik. Bu noktada da hiçbir sıkıntı yaşamadık. Yani reklam bizim içeriğimizi belirleyen bir şey olmadı. İçeriğimiz bize reklam verenleri belirledi. Bizim içeriğimize

> uyduğunu düşünen insanlar bize reklam verdi. Bu noktada piyasaya teslim olmadık, teslim olmadığımız için de çok uzun süren bir yayın hayatımız olmadı.

Çalışanlarına göre *Radikal Kitap*, sahip olduğu marka değeri ve oturmuş okur kitlesi sayesinde, *Radikal* gazetesinin kapanmasının ardından bile yayın hayatını bir başka gazetenin eki olarak sürdürmeyi başarmıştır. Reklam gelirlerinin sürekliliği, bu geçişin ekonomik gerekçesini oluştururken; editoryal çizginin korunması da içeriğin niteliğini belirleyici bir unsur olmaya devam etmiştir. Ancak bu dinamik, benzer durumu yaşayan diğer matbu gazetelerin kitap eklerinde olmadığı gibi dijital yayıncılık alanında faaliyet gösteren *Duvar Kitap* için aynı ölçüde geçerli olmamıştır. Özsoy'un ifadesiyle, *Duvar Kitap* ana akımın dışında kalan, çoğu zaman "sermaye ve kültür iktidarının" göz ardı ettiği kitaplara ve yazarlara yer veren bir mecra olarak konumlanmış; bu nedenle de reklam verenlerin ilk tercihi olmamıştır. Yine de editoryal bağımsızlık ilkesi tavizsiz biçimde korunmuş; reklam taleplerine karşı şeffaf bir tutum benimsenmiştir. Özsoy'un sözleriyle, içerik reklamı değil, reklam içeriği belirlemiştir. Bu durum, dijital mecralarda içerik üretiminin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda ideolojik bir tercihle de şekillendiğini; ancak bu tercihin sürdürülebilirliği sınayan yapısal zorluklarla karşılaştığını göstermektedir.

Tüm bu anlatılar, kitap eklerinin reklam politikalarının yalnızca ekonomik gerekliliklerle değil, aynı zamanda içerik üretiminin ideolojik ve kültürel yönelimlerle de şekillendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle matbu yayıncılık alanında görev yapan gazetecilerin gözlemlerine göre, dijital yayıncılık, alternatif gelir modellerine yönelimi zorunlu kılmış; bu durum ise içerik niteliğini koruma çabası ile ekonomik baskılar arasındaki dengeyi giderek daha kırılgan bir hâle getirmiştir. Bu tespitler, kitap eklerinin reklam ve içerik dengesi bakımından, karşılaştırmalı bir perspektifle ve somut örnekler üzerinden değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

K24'ün internet sitesi incelendiğinde, ana sayfada sabitlenmiş 200x200 piksel boyutlarında tek bir kutu reklam bandı dışında neredeyse hiç reklam alanına yer verilmediği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, her perşembe günü güncellenen içeriklerde farklı yayınevlerine ve yazarlara ait kitapların değerlendirildiği yazılara düzenli olarak yer verildiği görülmektedir. *Gazete Duvar Kitap*'ın e-dergi formatında yayımlandığı döneme ait 2023 yılı Ağustos-Kasım aylarını kapsayan dört sayısı (222, 223, 224 ve 225) incelendiğinde, toplamda yalnızca iki sayfalık reklam alanına yer verildiği tespit edilmiştir.

Örneklem kapsamına alınmamakla birlikte, edebiyat alanında yayın yapan bir diğer dijital mecra olan *Edebiyat Haber*'in internet sitesi incelendiğinde ise reklam alanlarının oldukça yoğun olduğu dikkat çekmektedir. Söz konusu sitede, birden fazla üst ve alt banner'ın yanı sıra, aynı anda birden fazla yayınevine ait sağ ve sol sütunlarda döner (rotasyonlu) kutu banner'lara yer verildiği görülmektedir.

Bu dengenin matbu yayınlar üzerindeki etkisini somutlaştırmak için matbu olarak yayımlanan *BirGün* ve *Cumhuriyet Kitap* ekleri de karşılaştırmalı biçimde incelenmiştir.[16] *BirGün* ve *Cumhuriyet* gazetelerinin kitap ekleri, günümüzde kitap eki yayımlamayı sürdüren az sayıdaki yayın organı arasında yer almaktadır. Bu nedenle örneklem seçimi, süreklilik arz eden ve hâlâ matbu formatta yayımlanan kitap eklerine odaklanmak amacıyla bu iki ek üzerinde yapılmıştır. *BirGün Kitap* eki aylık olarak yayımlandığı için 2025 yılının Ocak–Mayıs ayları arasında çıkan dört sayı; *Cumhuriyet Kitap* eki ise haftalık yayımlandığı için benzer bir dönemsellik gözetilerek 27 Mart – 10 Nisan 2025 tarihleri arasındaki dört sayı incelenmiştir.

Ocak– Ocak–Mayıs 2025 tarihleri arasında yayımlanan dört sayılık *BirGün Kitap* eki incelendiğinde, toplamda 29 farklı yayınevinin yazı içeriklerinde yer aldığı; bunlardan altısının aynı zamanda reklam veren olduğu tespit edilmiştir. Vitrin bölümünde ise yer alan 15 yayınevinden dördü reklam veren yayınevleriyle örtüşmektedir. *Cumhuriyet Kitap* eki incelendiğinde ise 20 farklı yayınevinin yazı içeriklerinde yer aldığı; bunlardan altısının reklam veren yayınevlerinin kitaplarına ait olduğu tespit edilmiştir.

Bu veriler, kitap eklerinin editoryal içerik üretiminde doğrudan reklama bağlı kalmayan bir seçki anlayışını benimsediğine işaret etmektedir. Ancak içerik-reklam ilişkisine dolaylı bir perspektiften bakıldığında, yazılarda yer alan yayınevlerinin her ne kadar çeşitli olduğu görülse de reklam veren yayınevlerinden bazılarının her dört sayıda da içeriklerde yer bulduğu, bazılarının en az bir veya birden fazla sayıda yer aldığı bazılarının ise doğrudan bir yazının ele aldığı temel kitap olmasa da bir yazarı

[16] Detaylar Tablo1, Tablo2, Tablo3 ve Tablo4'te gösterilmiştir.

tanıtan yazı içeriğinde bahsedilen olarak yer aldığı[17] tespit edilmiştir. Bu durum, görünürdeki editoryal çeşitliliğe rağmen reklam veren yayınevlerinin içerikte daha ayrıcalıklı ve sürekli temsile sahip olabileceğini düşündürmektedir.

Tüm bu değerlendirmelere ek olarak matbu kitap ekleri, özellikle tirajı yüksek gazetelere ek olarak yayımlandıkları dönemlerde hem daha geniş bir okur kitlesine ulaşmaları hem de matbu reklam pazarının görece daha gelişmiş olması nedeniyle dijitale nazaran daha fazla reklam geliri elde edebilmektedir. Buna karşın, dijital mecralarda okur ilgisi algoritmik yönlendirmelere ve sosyal medya erişimine bağlı olarak daha da dağınık hâle gelmekte; bu da reklam gelirlerinin istikrarını ve sürekliliğini sınırlamaktadır. Bu nedenle, dijital kitap eklerinin reklam gelirleri açısından matbu muadillerine oranla daha kırılgan bir yapıya sahip olduğu; fon ihtiyacının daha belirgin hâle geldiği ve ekin dahil olduğu yayın mecrasının sürdürülebilirliğini tehdit eden yapısal sorunlarla karşı karşıya kaldığı söylenebilir.

2.2.3. Gazetecilik Pratiklerinde Dönüşüm: Esneklik, Hız, Yalnızlık ve Güvencesizlik

Kitap eklerinde çalışan gazetecilerin anlatıları, dijitalleşmenin gazetecilik pratiği üzerinde yarattığı yapısal değişimi yalnızca teknik bir dönüşüm olarak değil; aynı zamanda emek rejimi, deneyim aktarımı ve mesleki aidiyet gibi boyutlarda da ele almamızı gerekli kılmaktadır. Saha görüşmeleri, dijital mecralarda çalışan gazetecilerin çok yönlü görevler üstlendiğini ve geleneksel gazeteciliğin kolektif üretim yapısından uzaklaştığını gözler önüne sermektedir. Katılımcı gazeteciler, dijital yayıncılığın hız ve esneklik sağlayan avantajlarını teslim etmekle birlikte, bu yeni yayın modelinin beraberinde getirdiği güvencesizlik, yıpratıcı emek yapıları ve mesleki yalnızlık gibi sorunları da öne çıkarmaktadır.

---

[17] *Cumhuriyet Kitap* ekine reklam veren yayınevlerinden İletişim Yayınları, incelenen sayılarda doğrudan yazı içeriklerinde yer almamakla birlikte, örneğin 27 Mart 2025 tarihli sayıda Halit Ziya Uşaklıgil'in eserlerinin ele alındığı yazıda yayınevine ait kitaplardan bahsedilmesi ve ilgili kitabın kapak görselinin kullanılması yoluyla dolaylı bir görünürlük elde etmiştir.

Aktaş, çalıştığı 2000'li yıllardaki matbu yayıncılık döneminde gazeteciliğin genç muhabirler için adeta bir okul işlevi gördüğünü; deneyimli gazetecilerle aynı çalışma ortamını paylaşarak mesleki birikimin doğal yollarla aktarıldığını vurgulamaktadır. Günümüzde ise dijital mecralarda bu yapının büyük ölçüde çözüldüğünü belirten Aktaş, gazetecilerin çoğunlukla tek başlarına, editoryal destekten ve mesleki geribildirimden yoksun şekilde içerik üretmeye çalıştıklarını ifade etmektedir. "*Artık kimse bir masada ustasıyla çalışmıyor*" sözü, bu kopuşun simgesel ve çarpıcı bir ifadesi olarak öne çıkmaktadır. Aktaş, *Radikal Kitap*'ın kurumsal yapısına ve çalışma koşullarına dair gözlemlerini şu sözlerle paylaşmaktadır:

> Üç kişiydik. üç sabit kişi ve bir stajyer. Biz maaşlı, sigortalı olarak gazetenin bünyesinde kitap haberciliği yapıyorduk. Bunun dışında aylık telifle çalışan dışarıdan yazarlarımız da vardı. Bazen gazetenin kültür-sanat bölümündeki arkadaşlar da destek oluyordu. İyi bir yazar kadromuz vardı. Ekip olarak boyumuzun ermediği çok konu oluyordu. Oralarda da dışarıdan telifle çalışan yazar kadromuzdan destek alıyorduk. Şimdi köşe yazarları ne yazsa koyuyorlar. Bizim öyle değildi, öncesinden telefonlaşıp bu hafta ne yazmayı düşünüyorsun şeklindeki fikir alışverişinden sonra ortaklaşa bir konuda karar kılıyorduk. Yine burada da gözettiğimiz durum: Kim neyi iyi yazar? Kim neyi yazmak ister? Hangi yazar hangi konuyla ilgileniyor?
>
> … Öğrenme masa başında değil de bulunduğumuz ortamda gerçekleşiyordu ve hızlı oluyordu. Örneğin işe gittiğimizde o gün hiç habere çıkmasak da bir masada Uğur Vardan, diğer masada Sevin Okyay diğerlerinde başkaları vardı. Dolayısıyla o ortamda sadece sohbet dahi etsen bir sürü şey öğreniyordun ya da birisi bir film izlemiş onun yorumundan sen başka bir şey öğreniyordun. Öğrendiklerini uygulayabiliyordun. Bu uyguladığını yanlış ya da eksik yaparsan da sana bunu söyleyecek birileri oluyordu. Bu işi gazetede yaparak öğrendim, en kısa yolu buydu. Biz çok genç bir kadro olarak çalışıyorduk. Bizim kuşağımızın gazetecileri olarak her birimiz üniversitede okuru olduğumuz gazetede çalışıyorduk. Bu da çok bambaşka bir hava yaratıyordu, bir aidiyet vardı…

Bu anlatı, yalnızca mesleki deneyim aktarımının değil, aynı zamanda gazetecilik pratiğine duyulan aidiyetin nasıl güçlü bir şekilde inşa edildiğini ortaya koymaktadır. Ancak bu yapı, dijitalleşme süreciyle birlikte çözülmeye başlamış; gazetecilikte yaşanan dönüşüm, emek süreçlerinde belirgin bir kırılmaya yol açmıştır. Nitekim Yaşar, hâlâ yayımlanmakta olan *BirGün Kitap* ekinin üretim sürecini "*gazete ile entegre, değişken yapılı ve kolektif bir ekip çalışması*" olarak tanımlarken; Günay da benzer bir yaklaşımla, içerik üretiminde ortak çalışma kültürünün belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Buna karşılık Mustafa Arslantunalı, *K24*'ün yaklaşık beş yıldır tüm editoryal ve teknik süreçlerinin tek bir kişi tarafından yürütüldüğünü, dijital yayıncılığın bireyselleşmiş üretim yapısını yansıtan bir örnek olarak şu sözlerle ifade etmektedir:

> Bütçe ve fon sorunları yüzünden beş yıldır siteyi tek başıma yapıyorum. Kitap seçimleri, düzelti, redaksiyon, sayfa düzeni, grafikler ve sosyal medya da dahil.

Gazete Duvar Kitap'a dair anlatımında Özsoy ise dışarıdan gelen katkılarla zenginleşen ama çekirdek bir ekip tarafından yürütülen yapıyı şu sözlerle aktarmaktadır:

> Rutinimiz iki kişilik bir ekiptik. Görece küçük bir ekip olarak görünebilir ama bizim dışarıdan çok fazla yazarımız vardı ve bu yazarlarla kurduğumuz iyi ilişki işimizi kolaylaştırdı.

Elde edilen ortak bulgulara göre, matbu kitap eklerinde içerik üretim süreçleri; kolektif çalışma modeli, editoryal hiyerarşi ve fikir alışverişine dayalı bir planlama anlayışı doğrultusunda şekillenmektedir. Aktaş'ın "*Şimdi köşe yazarları ne yazsa koyuyorlar*"[18] ifadesi, geçmişle bugün arasındaki dönüşümü karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktadır. Bu dönüşüm, gazetecinin yalnızlaşmasına, niteliksel editoryal denetimin zayıflamasına neden olurken; mesleki paylaşım ve hafızayı, eğitimi ve öğretimi, içerik üretiminin sürdürülebilirliğini tehdit eden yapısal krizlere yol açmaktadır. Haliyle dijital yayıncılığın sunduğu teknik ve biçimsel esneklik, erişim, hız ve içerik çeşitliliği gibi avantajlar sağlasa da kurumsallaşma, deneyim aktarımı ve mesleki süreklilik gibi gazeteciliğin temel yapı taşlarının aşınmasına neden olmaktadır. Böylece içerik üretimi ile örgütsel yapı arasındaki uyumsuzluk, kültür gazeteciliğinin geleceğine dair önemli belirsizlikler doğurmaktadır.

Bu dönüşüm yalnızca örgütsel yapıyı değil, editoryal denetimin mesleki kuşaklar arası aktarımını da zayıflatmıştır. Bu durumu Aktaş şu sözlerle ifade etmektedir:

> Gelen bir yazıyı değerlendirmek, nerede eksikliği var vs. bakmak bir süreç, tecrübe istiyor. Her şey dijitale dönüştükten sonra çok fazla alan açıldı, bu alanlara girmek kolaylaştı ancak tecrübe bir zaman meselesi olduğu için ona yetecek kadar editör yetişmedi. Dolayısıyla aynı editoryal yaklaşım olsaydı dijitalde de nitelikli yayınlar yapılırdı. Bu gazetecilik sektörünün sorunlarıyla paralel giden bir süreç. Şimdi gazetelerde bir kişi beş kişinin işini yaparken yeni birini yetiştiremiyor. *Radikal*'de 11 yıl boyunca 300 kadar stajyer geçmiştir. Farklı üniversitelerden, farklı bölümlerden gelirler ve bu kişileri yetiştirmek gerçekten uğraşılırdı. Stajyerler habere de giderdi, haberi de düzelerdi ya da tüm bunları yaparken bizi de izlerdi. Şimdi kuşak değişti, hız değişti.

Saha görüşmeleri, dijitalleşmenin yol açtığı dönüşümün yalnızca örgütsel düzeyle sınırlı kalmadığını; aynı zamanda ekonomik yapılar ve mesleki güvenceler açısından da ciddi kırılmalara

[18] Aktaş bu ifadeyi, tez kapsamında karşılaştırma yapılan dijital mecralarla sınırlı olmayacak şekilde, dijital mecraların genel yapısını -hatta yalnızca dijital değil, matbu yayınları da kapsayacak biçimde- değerlendirmek amacıyla dile getirmiştir.

neden olduğunu ortaya koymaktadır. Aktaş ve Arslantunalı'nın ifadelerinden çıkarılabilecek ortak sonuca göre, yayınlar reklam gelirleriyle sürekliliklerini sağlamakta zorlanmakta; bu nedenle kitap ekleri ya kurumsal destekle ya da bireysel fedakârlıklarla ayakta tutulabilmektedir. Arslantunalı'nın vurguladığı üzere, dijital ortamın en büyük sorunlarından biri, içerik üretiminin tıklama sayılarıyla ölçülmesi ve okunurluğun nitelikten ziyade hızla ilişkilendirilmesidir. Bu durum, dijital yayıncılığı hızlı tüketim dinamiklerine uyum sağlamak zorunda kalan bir üretim modeline dönüştürmüş; böylece derinlikli, eleştirel ve kalıcı içeriklerin yerini, gündeme hızla dahil olup aynı hızla unutulan metinler almaya başlamıştır.

Aktaş ise bu dönüşüme eleştirel bir perspektiften yaklaşmakta ve dijitalleşmenin getirdiği "hız baskısı"nın gazetecilik pratiğine olan etkilerini şu sözlerle değerlendirmektedir:

> İnternet geldi, hızlı olmak lazım diye hareket ettik. Ama sakin olmak gerekiyor. Önüne her konulana fazla ayak uyduruyorsun demek bu. Sen bir haberi o kadar hızlı okura vermeye çalışırsan, okur da senden bir süre sonra daha fazla hız isteyecek. Burada okur da yönlendirilebilirdi. Ama dijital de olsa o gazetenin bir sahibi var, ticari bakıyorlar. Sahibi gazetecilere dönüp "okunmalar kötü, batıyoruz, para kazanamıyoruz" diyebiliyor.

Bu değerlendirme, yalnızca dijitalleşmenin teknik olanaklarına değil, aynı zamanda medya sahipliği, ticarileşme ve okur beklentisi gibi yapısal dinamiklere de dikkat çekmektedir. Dijital yayıncılığın ekonomik baskılarla şekillenen bu yönü, içerik üretiminin yönünü belirleyen temel unsurlardan biri hâline gelmiştir. Bu durum, dijital yayıncılığı hızlı tüketim dinamiklerine uyum sağlamak zorunda kalan bir üretim modeline dönüştürmüş; böylece derinlikli, eleştirel ve kalıcı içeriklerin yerini, gündeme hızla dahil olup aynı hızla unutulan metinler almıştır.

2.2.4. Kitap Muhabirliği: Kültür Gazeteciliğinde Tematik Uzmanlaşmanın Bir Biçimi

Kültür gazeteciliği, medya kurumlarında çoğunlukla ikincil bir alan olarak konumlansa da, özellikle 2000'li yıllarda Türkiye'de kitap eklerinin artan görünürlüğüyle birlikte, bu alanda tematik uzmanlaşma biçimleri gelişmiştir. Bu uzmanlaşmalardan biri de, henüz akademik literatürde yer bulamamış olmakla birlikte, saha görüşmelerinde ve kurumsal pratiklerde açıkça tanımlanabilen kitap muhabirliğidir.

Kitap muhabirliği, yalnızca kitap tanıtımı yapmakla sınırlı bir görev değil; yayıncılık dünyasını takip etmek, kitap takvimlerine hâkim olmak, yazar ve yayınevi ilişkilerini yönetmek, haber değeri taşıyan kültürel gelişmeleri kitaba bağlamak gibi çok yönlü beceriler gerektiren bir mesleki uğraştır. Görüşme yapılan gazeteciler, bu pratiği sadece bireysel değil, kolektif bir üretim ve uzmanlık biçimi olarak tanımlamaktadır.

Radikal Kitap eki örneği üzerinden bu uzmanlaşma pratiğinin izleri net bir biçimde sürülebilir. Burcu Aktaş'ın ifadesiyle, haftalık çıkan eki yalnızca üç kişilik sabit bir kadro ve dışarıdan telifli yazarlarla çıkarmak, kitap muhabirliğinin yoğun emek, gündem takibi ve editoryal yönlendirme gerektiren bir iş olduğunu göstermektedir. Ekip, yalnızca yeni çıkan kitapları değil, güncel toplumsal gelişmeleri de izleyerek içeriği buna göre şekillendirmekteydi. Irak Savaşı gibi politik olaylar sonrasında Ortadoğu kitaplarına yer verilmesi ya da Stephen King'in daha Türkçeye çevrilmemiş romanına dergide yer açılması gibi örnekler, kitap haberciliğinin gündemle eşzamanlı çalıştığını ortaya koymaktadır.

Benzer biçimde, *Cumhuriyet Kitap* ekinin uzun yıllar boyunca yöneticiliğini yapan Turhan Günay, bu alandaki işlevini açıkça "kitap muhabirliği" olarak tanımlamıştır. Günay'ın ifadesiyle, bu işi yapan gazetecilerin temel görevi kitap takibi yapmak, edebiyat dünyasındaki gelişmeleri izlemek ve onları editoryal süzgeçten geçirerek okura sunmaktır. Bu tanım, kitap muhabirliğini doğrudan bir haber toplama ve değerlendirme etkinliği olarak ortaya koymaktadır.

Görüşmelerden elde edilen veriler, yalnızca Radikal ve Cumhuriyet değil, aynı dönemde haftalık ya da aylık çıkan diğer kitap eklerinde çalışan gazetecilerin de aynı editoryal pratikleri sürdürdüğünü göstermektedir. Bu gazeteciler, yayıncıların takvimlerini izlemek, yayınevlerinden gelen yeni kitapları değerlendirmek ve okur kitlesinin ilgisini çekecek içerikleri üretmek gibi bir rutini takip etmekteydi. Ortaya çıkan içerik yalnızca tanıtım değil; eleştiri, söyleşi, dosya konuları, gündeme bağlı özel bölümler gibi farklı türleri de içermekteydi. Dolayısıyla kitap muhabirliği, hem gazetecilik hem de kültürel editörlük pratiklerinin iç içe geçtiği, özgün bir üretim alanı olarak tanımlanabilir.

Ancak bu uzmanlık alanı, dijitalleşme ve güvencesizleşmeyle birlikte görünürlüğünü ve kurumsal dayanaklarını yitirmeye başlamıştır. Gazetelerde kültür-sanat birimlerinin küçülmesi, bir gazetecinin birden çok alanda içerik üretmekle sorumlu tutulması ve editoryal niteliğin piyasa taleplerine feda

edilmesi sonucunda, kitap muhabirliği temsiliyetini kaybetmiş; yerini daha kısa, hızlı ve çoğunlukla tanıtım odaklı içeriklere bırakmıştır. Buna karşın kitap muhabirliği, kültür gazeteciliğinin nitelikli temsil biçimlerinden biri olarak hem içerik hem de gazetecilik emeği bağlamında yeniden düşünülmesi gereken bir alan olarak önemini korumaktadır.

2.2.5. Eleştiri Kültürü ve Yüzeyselleşme Sorunsalı

Saha görüşmeleri, günümüzde kitap eklerinde eleştiri anlayışının ciddi bir dönüşüm geçirdiğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu, matbu ya da dijital mecra fark etmeksizin, kitap yazılarının giderek eleştirel derinlikten uzaklaştığını; bunun yerine tanıtım odaklı, "öneri" niteliğinde, kısa ve yüzeysel metinlere dönüştüğünü belirtmektedir. Bu dönüşüm yalnızca içerik biçiminde değil; aynı zamanda önceki bölümlerde açıklandığı gibi gazetecilik anlayışında, mesleki ilkelere bağlılıkta ve editoryal üretim süreçlerinde de yapısal bir değişime işaret etmektedir. Dolayısıyla bu başlıkta dile getirilecek hususlar önceki başlıklarda değinilen konularla yakından ilişkilidir.

Bununla birlikte görüşme yapılan gazeteciler eleştirinin niteliğindeki gerilemeye farklı yönlerden dikkat çekmektedir. Örneğin Günay, kitap yazılarında yaşanan yüzeyselleşmeyi, mesleki uzmanlığın ve deneyimin kaybıyla ilişkilendirerek şu değerlendirmeyi yapmaktadır:

> Dijitaldekilerin çok yüzeysel olduğunu düşünüyorum. Bazen faydalanmak için bakıyorum ancak tutkuyla değil. İşin uzmanı olmayan insanlar yazıyor. Biz "kitap muhabirliği" yapıyorduk. Kitabı takip ediyorduk. Şimdi kitabı tanıyacak yetkin eleman yok.

Benzer biçimde Yaşar da, dijitalleşme süreciyle birlikte eleştiri ile tanıtım arasındaki sınırın giderek belirsizleştiğine dikkat çekmektedir:

> Dijitalde kaliteli eleştiriler yer aldığı gibi yüzeysel eleştiriler –eleştiri dememekte yarar var– tanıtımlar da yer alıyor. Daha büyük yoğunluk ise tanıtım, satış ve reklam üçgeninde yaşanıyor. Bunu engellemek de mümkün değil. Okuyucu, izleyici dijitaldeki filtrelemesini kendine göre yapmak zorunda; yoksa her an bir çöplüğün içinde kendinizi bulmanız mümkün.

Arslantunalı, kitap eleştirisinin niteliğini etkileyen bir diğer önemli unsurun, yazarlar ve yayınevleriyle kurulan kişisel ilişkiler olduğunu belirtmektedir. Ona göre, bazı yayın organlarında kitap hakkında yazan kişilerin doğrudan ya da dolaylı biçimde o kitabın yayın sürecine dâhil olması (editör, editör yardımcısı, redaktör, halkla ilişkiler bölümü vs), eleştiriyle tanıtım arasındaki sınırın

belirsizleşmesine yol açmaktadır. Bu durum, yalnızca metnin eleştirel niteliğini zayıflatmakla kalmamakta; aynı zamanda eleştirel bağımsızlığı aşındırarak yazıyı kültürel değerlendirmen çok, metalaşmış bir "ürün sunumu" hâline getirmektedir.

Bununla birlikte bazı gazeteciler, söz konusu nitelik kaybının yalnızca dijitalleşmeyle açıklanmasını eksik bulmakta; sorunun asıl kaynağını uzmanlıktan, editoryal denetimden ve eleştirel gelenekten uzaklaşılmasında görmektedir. Bu bağlamda Aktaş süreci şu ifadelerle değerlendirmektedir:

> Bir nitelik değişimi var. Ancak işler dijitalleştiği için niteliksizleşmedi, biz dijitalliği niteliksizliği öne koyarak yaptık[19]. Bir işin dijitalde olması niteliksiz olduğu anlamına gelmiyor. Her zaman oradaki niyet önemli. İşin uzmanına, tecrübeye bakar. Bizde uzmanlık bitti, her alanda öyle.

Bu görüşü destekleyen bir diğer anlatı ise Özsoy'a aittir. Özsoy, eleştirinin niteliğini belirleyen esas unsurun mecra değil, toplumsal ve ekonomik bağlam olduğunu vurgulamakta ve kültürel üretim üzerindeki sınıfsal baskıyı şu sözlerle dile getirmektedir:

> Eleştiri başlı başına bir tartışma konusu. Türkiye'de iyi eleştirmenler var, bunların kimisi dergilerde kimisi dijital platformlarda yazıyor. Eleştiri kültürünün zayıfladığını ya da geliştiğini dijital bağlamda söylemek çok mümkün mü, emin değilim ama bence etkilemedi. Eleştiri kültürünü etkileyen, örneğin sermaye çelişkisi diyebiliriz. [...] Bugün bir kitap 300 TL, asgari ücret 22 bin lira. Bir ailenin artık kitap almak için bütçesi yok. Sınıfsal çelişkilerimiz kültür dünyasından uzak tutuyor. [...] Telif veren çok az yer var, eleştirmenler de telif veren yerlere yazmak için kaleminden feragat edebiliyor. Ne kadar üzülsek de tartışmaya mecalinin kalmadığını da görüyoruz. [...] Eleştiri de yalnız, kitap yayıncılığı da yalnız.

---

[19] Özsoy, "biz dijitalliği niteliksizliği öne koyarak yaptık" ifadesiyle, dijitalleşmenin kendisinin niteliksizliği doğurmadığını; ancak Türkiye özelinde dijitalleşme sürecinin, başından itibaren kalite yerine hız, maliyet düşüklüğü ya da kolaylık gibi kriterlerle yürütüldüğünü vurgulamak istemektedir. Burada kastedilen özetle şudur: Dijital mecralara geçiş, potansiyel olarak nitelikli içerikler üretmeye engel değildir. Ancak Türkiye'de bu geçiş süreci, nitelik gözetilmeden, uzmanlığa dayanmayan, hızlı ve yüzeysel içeriklerin yaygınlaştığı bir biçimde yürütülmüştür. Dolayısıyla sorun dijitallikte değil, dijitale geçiş biçiminde, yani uygulamadadır.

Özsoy, hem matbu hem de dijital yayıncılıkta gözlemlenen niteliksel erozyonun temel nedenlerinden bir diğerinin de gazetecilik mesleğinde artan güvencesizlik olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre, kültür gazeteciliği günümüzde sürdürülebilir bir meslek olmaktan çıkmış; geçim kaygısı, alan uzmanlığını ve editoryal niteliği gölgede bırakmıştır. Bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir:

> Matbu ve dijitaldeki niteliksizleşmenin en önemli sebeplerinden biri gazetecilerin güvencesizleşmesi. Şu an bu işi meslek yapmak Don Kişotluk gibi bir şey olur. Örneğin dijitalde bu işi yapan arkadaşlar geçinemiyor. Bu işi bir şekilde sürdüren arkadaşlar da ucundan yapıyor. Çünkü geçinebilmek için asıl başka işlerde çalışıyorlar. Sayıları hazırlayanlar dışarıdan. İş öyle yürümez, yanlış burada. Gazetecilik dijitale geçerken mesleki alanda sınavını çok kötü verdi. Bölüm ayırmıyorum. Tamamen durum bu. Eskiden plastik sanatlar muhabiri, tiyatro muhabiri, edebiyat muhabiri gibi çeşitlilik vardı. Şimdi tek bir kişi olsun hepsini yapsın mantığı var, üç kuruş maaşla… Ancak bir kişi ne kadar iş yapabilir… Ben 11 sene kitap haberciliği yaparken, nitelikli de bir yaparak geçimimi sağladım. Şimdi yapamıyorum. Kitap haberciliği yapamadığım için, kültür-sanat haberciliği yapamadığım için az buçuk kitaba elimin değebileceği ve biraz da anladığım için şimdi yayıncılık yapabiliyorum. Dolayısıyla ben aslında gizli işsizim.

İçerik üretiminde yaşanan yapısal dönüşüm, yalnızca dijitalleşmenin etkisiyle değil; aynı zamanda emek süreçlerindeki güvencesizlik, uzmanlık kaybı ve editoryal denetimin zayıflamasıyla da doğrudan ilişkilidir. Bu çok katmanlı değişim, kitap yazılarının edebi niteliğinden ödün verilmesine ve eleştirel mesafenin daralmasına neden olmaktadır. Kitap yazılarının giderek "tanıtım aracı" kimliğine indirgenmesi, metinleri birer pazarlama enstrümanına dönüştürmekte; böylece kitap eklerinin kamusal tartışma zeminini besleme işlevi zayıflamaktadır. Bu süreç, kitap eleştirisinin bağımsız, sorgulayan ve konumlandıran yapısından uzaklaşmasına; metnin ise gitgide bir "kültürel tüketim nesnesi" olarak şekillenmesine yol açmaktadır. Bu tablo, yalnızca eleştirinin değil, kültürel kamunun ve düşünsel tartışma alanlarının da günümüzde nasıl daraldığını gözler önüne sermektedir.

2.2.6. Matbu ve Dijital Arasında Geçiş: Yöndeşme Dinamiği

Tezin kuramsal çerçevesinde yer alan "yöndeşme" kavramı, saha verileriyle de desteklenmektedir. Arslantunalı'nın "ikisi de birbirini besliyor" ifadesi, matbu ve dijital alanların karşıt değil, bütünleyici işlediğini ortaya koymaktadır. Ancak bu bütünsellik, her zaman niteliksel devamlılık sağlamamaktadır. Aktaş, *Radikal Kitap*'ın dijital devamında nitelik kaybı yaşandığını, "*eski dergi olmadı*" sözleriyle dile getirir. Bu ifade, matbu dönemin "aidiyet" ve "içeriden üretim" yapısıyla şekillenen gazetecilikten, dijitalin daha parçalı ve ticarileşmiş yapısına geçişin sorgulamasını da içermektedir.

Saha görüşmeleri, kitap eklerinin matbu ve dijital yayıncılık biçimleri arasındaki geçiş sürecinde, iki mecranın birbirine yaklaşan ve giderek benzeşen yönlerini de açığa çıkarmaktadır. Matbu yayıncılığın temsilcileri, geçmişteki kurumsal yapının, editoryal bağımsızlığın ve eleştirel niteliklerin daha güçlü olduğunu ifade ederken; dijital mecralarda çalışan gazeteciler, düşük maliyetli üretimin, hızlı yayın döngüsünün ve çok işlevli gazetecilik pratiğinin öne çıktığını belirtmektedir. Buna karşın her iki grubun ortaklaştığı nokta, dijitalin başlangıçta sunduğu özgürlük alanının zamanla ticarileştiği ve bu yönüyle matbu yayıncılıkla benzer bir piyasa mantığına oturmaya başladığıdır.

Aktaş, geçmişte matbu kitap eklerinde içeriklerin editoryal ilkeler doğrultusunda belirlendiğini; reklam, dağıtım ve görünürlük kaygılarının ise belli bir etik sınır içinde tutulduğunu aktarmaktadır. Ancak günümüzde dijitalde üretim yapan bazı mecraların da benzer şekilde kendi yayın politikalarını oluşturduğunu, içerik-reklam ayrımına dikkat ettiklerini ifade etmektedir. Bu durum, yalnızca geçmişin bir mirası olarak değil; aynı zamanda dijital mecraların da kendi kurumsal reflekslerini oluşturabildiğini göstermesi açısından önemlidir. Aktaş, dijital üretimin getirdiği teknik imkânlara rağmen nitelik kaybının teknolojiden değil, bu araçların nasıl kullanıldığından kaynaklandığını şöyle vurgulamaktadır:

> Şu an teknolojik herhangi bir şeyin bizim alanımıza bir dezavantajı olduğunu düşünmüyorum. Bu kolaylık yerine birtakım kolaycılıklar sağlıyorsa bu bizim kullanma biçimimiz, kültürel yapımızla alakalı.

Özsoy, *Gazete Duvar Kitap*'ın yayın politikasıyla ilgili olarak, matbudan farklı olarak dijitalde daha hızlı ve daha çok kişiye ulaşabilen içeriklerin üretildiğini; ancak içeriğin niteliği konusunda benzer bir editoryal süzgeç işlettiklerini vurgulamaktadır. Bu noktada, matbu dönemdeki editoryal denetim pratiklerinin dijital ortama aktarılma çabası, iki mecra arasında bir yöndeşme dinamiğini açığa çıkarmaktadır.

Arslantunalı ise *K24* örneği üzerinden, dijitalde yayın yapmanın hem daha özgür hem de daha kırılgan bir yapı sunduğunu belirtmektedir. Ona göre, dijital platformlarda içerik daha esnek ve yenilikçi biçimlerde üretilebilse de bu üretim biçimi sürdürülebilirlik sorunları nedeniyle zamanla matbu yayıncılığın içerik-destek dengelerine benzer bir yapıya evrilmektedir. Özellikle telifli içerik üretmenin zorlukları ve reklam-tiraj baskısının giderek artması, dijital mecraların da matbudaki ekonomik dinamiklere yaklaşmasına neden olmaktadır.

Yaşar, bu geçişi “iki mecranın da farklı zeminlerde ama benzer baskılarla mücadele ettiği” şeklinde ifade ederken; Günay ise, dijitalde çok sesliliğin mümkün olmasına rağmen, sürekliliğin ve içerik niteliğinin matbudaki kadar güçlü olmadığını belirtmektedir. Bu durum, dijitalin özgürlükçü potansiyelini sınırlayan yapısal sorunların, matbu yayıncılığın yaşadığı deneyimlerle giderek benzeştiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, matbu ve dijital kitap ekleri arasında yalnızca teknik bir geçişten değil; içerik üretimi, editoryal politika, ekonomik sürdürülebilirlik ve kamusal işlev açısından karşılıklı bir yöndeşmeden söz etmek mümkündür. Dijital yayıncılık başlangıçta sunduğu hız, erişilebilirlik ve düşük maliyet avantajlarıyla matbunun katı yapılarından bir kopuş imkânı sunarken; zamanla benzer ticarileşme baskılarına maruz kalmış ve içerik üretiminde benzeşen krizlerle karşı karşıya kalmıştır. Böylece, iki mecra arasında şekillenen bu yeni denge, gazetecilikte hem ifade özgürlüğünü hem de nitelikli içeriği korumaya yönelik etik sorumlulukların mecralar üstü bir süreklilikle yeniden tanımlanmasını gerekli kılmaktadır.

SONUÇ

Umberto Eco'nun, Marx ve Engels'in *Komünist Manifesto*'su üzerine dile getirdiği "*Birkaç hoş sayfanın dünyayı değiştirmeye yetebileceğini hayal etmek kolay değil*" (Eco'dan aktaran Miéville, 2025, s. 14) ifadesi, yalnızca metinlerin dönüştürücü kudretine duyulan tarihsel bir hayreti dile getirmekle kalmaz; aynı zamanda bu kudretin hangi maddi koşullar altında, hangi araçlarla ve nasıl bir ideolojik zemin üzerinde etkili olabileceğini de tartışmaya açar. Bu tez çalışması da kitapların ve metinlerin böyle bir dönüştürücü potansiyele sahip yapısını göz önünde bulundurarak, onların geniş kitlelere ulaşmasında ve toplumsal dolaşıma girmesinde önemli rol oynayan kitap eklerinin dönüşüm sürecini incelemeyi amaçlamıştır.

Türkiye'de matbu formda yayımlanmaya başlayan kitap eklerinin dijital ortama geçişi, yalnızca teknik bir adaptasyon süreci değil; aynı zamanda gazetecilik pratiklerinin, kültürel temsil biçimlerinin ve eleştirel içerik üretiminin de yapısal olarak yeniden şekillendiği çok boyutlu bir değişimi ifade etmektedir. Bu çalışmanın temel sorusu olan "Kitap ekleri, dijitalleşme süreciyle birlikte içerik, biçim ve işlev bakımından nasıl bir niteliksel dönüşüm geçirmiştir ve bu dönüşüm gazetecilik pratiklerinin değişen koşullarıyla nasıl ilişkilidir?" sorusuna verilen yanıtlar hem kuramsal hem de sahaya dayalı bir çözümleme ile inşa edilmiştir. Kitap eklerinin içeriklerinde tanıtım odaklı söylemlerin eleştirel metinlerin önüne geçmesi, biçimsel olarak görsel merkezli yapıların öne çıkması ve işlev bakımından kamusal tartışma alanı olma rollerinin zayıflaması; gazetecilik alanında post-Fordist üretim rejiminin etkilerini, medya yöndeşmesini ve ticarileşme baskılarını açıkça görünür kılmaktadır.

Bu bağlamda, Türkiye'deki seçili kitap eklerinin matbu ve dijital yayıncılık biçimleri arasında geçirdiği niteliksel dönüşümü gazetecilik pratikleri ekseninde analiz eden çalışma, söz konusu mecraların yalnızca biçimsel değil; içeriksel ve yapısal düzeyde de dönüşmekte olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Kültür gazeteciliğinin, eleştirel düşünce üretiminin taşıyıcısı konumundan tanıtım odaklı, metalaşmış içerik rejimlerine evrilmesi; bu dönüşümün arkasındaki ekonomik, teknolojik ve siyasal etkenlerle birlikte düşünülmesi gereken bir ideolojik kaymayı da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla çalışma, yalnızca yayıncılık modellerinin tarihsel bir karşılaştırmasını yapmakla

yetinmeyip, bu modellerin eleştirel kültürel üretim üzerindeki etkilerini sorgulayan çok katmanlı bir analiz çerçevesi sunmaktadır.

Tezin ilk bulgularından biri, bir gazeteye bağlı olarak yayınlanan kitap eklerinin ortaya çıkış sürecinin kültürel bir boşluğu doldurmak amacıyla şekillendiği yönündedir. Özellikle *Cumhuriyet Kitap* ve *Radikal Kitap* gibi kurucu örnekler, edebiyat ve yayın dünyasına ilişkin haberlerin kamuya aktarılmasında, eleştirel bakışın yaygınlaşmasında ve kültürel belleğin oluşturulmasında önemli bir rol üstlenmiştir. Bu ekler, yalnızca kitap tanıtımı yapan mecralar değil; aynı zamanda kültürel sürekliliği sağlayan ve kamusal tartışma alanlarını genişleten yayın organları olarak konumlanmıştır. Bu süreçte kitap ekleri hem okur hem yayıncı hem de kitapçılar için bilgiye erişimi kolaylaştıran birer rehber işlevi görmüş; gazetelerin kültürel kimliğinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Bu etkinin bireysel düzeydeki yansımalarına dair örnekler de mevcuttur. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreter Yardımcısı Mahir Polat, Nilay Örnek'in hazırlayıp sunduğu "Nasıl Olunur?" programında gençlik yıllarına dair bir anısını aktarırken, kitaplarla kurduğu ilişkiyi doğrudan *Cumhuriyet Kitap* ekiyle ilişkilendirmektedir. Polat, o hafta yayımlanan ekin kapağında hangi yazar varsa, iç sayfalarda kimlerin kitapları tanıtılıyorsa onları gidip aldığını belirtmektedir (Polat, 2024). Bu ifade, kitap eklerinin yalnızca yönlendirici değil, aynı zamanda kültürel aidiyet ve estetik tercihlerin şekillenmesinde belirleyici bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Böylelikle kitap ekleri, bireylerin okuma haritalarını inşa ettikleri, kültürel kimliklerini pekiştirdikleri mecralar olarak da işlev görmüştür.

Matbu dönemde güçlü bir kurumsallaşma, editoryal denetim ve içerik ilkesiyle şekillenen bu yapılar, zamanla dijital ortama taşınırken çeşitli kırılmalarla karşı karşıya kalmıştır. Dijitalleşmeyle birlikte kitap ekleri, daha düşük maliyetle daha geniş kitlelere ulaşma potansiyeli kazanmış; bu sayede geleneksel mecraların ulaşmakta zorlandığı okur profillerine erişebilme imkânı doğmuştur. Ancak görünürdeki bu avantaj, çoğu zaman kurumsal destekten yoksun, bireysel çabalara dayalı bir yayıncılık pratiğini beraberinde getirmiştir. *K24* ve *Gazete Duvar Kitap* gibi örnekler, dijital ortamda da kamusal faydayı önceleyen, nitelikli içerik üretimini hedefleyen bir yayın çizgisi izlemeye çalışmış; fakat maddi kaynakların sınırlılığı, sürdürülebilir bir editoryal kolektivite oluşturamama ve içerik üretiminde süreklilik sağlayamama gibi yapısal sorunlarla yüzleşmişlerdir. Bu baskılar, özellikle bağımsız dijital

mecraların yaşam döngüsünü doğrudan etkilemiştir. Nitekim *Gazete Duvar*, tüm çabalarına karşın yayın hayatına son vermek zorunda kalmıştır.

Yapılan görüşmelerde dijital kitap eklerinin, matbu yayıncılıktaki eleştirel duruşu sürdürme çabası içinde olduğu; ancak bu çabanın çoğu zaman güvencesiz, çok işlevli ve yalnızlaşmış emek biçimleriyle sınandığı görülmektedir. Matbu dönemde yaygın olan kadrolu, sigortalı ve uzmanlaşmış çalışma yapıları yerini, dijital dönemde bireysel sorumluluklarla yürütülen dağınık üretim modellerine bırakmıştır. Bu durum, yalnızca içerik niteliğini değil, gazetecilik mesleğinde deneyim aktarımı, kurumsal aidiyet ve mesleki etik gibi alanları da etkilemektedir.

Kitap muhabirliği kavramsallaştırması ise bu dönüşümün merkezinde yer almaktadır. Akademik literatürde henüz sistematik biçimde tanımlanmamış olan bu alan, saha araştırmasında yapılan derinlemesine görüşmelerde sıkça dile getirilen mesleki bir konumlanış biçimi olarak öne çıkmıştır. Görüşme yapılan gazetecilerin büyük çoğunluğu, yalnızca yayınevi bültenlerine dayalı haber üretiminin ötesine geçerek; kitapların içeriksel özelliklerini, yazarların geçmiş üretimlerini ve güncel kültürel bağlamı dikkate alan bir editoryal süreç yürüttüklerini ifade etmiştir. Bu durum, kitaplara dair haber üretiminin, klasik anlamda kültür haberciliğinin ötesine geçen, süreklilik arz eden bir uzmanlaşma biçimi olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Bu tez kapsamında önerilen "kitap muhabirliği" kavramı, çevre ya da sağlık muhabirliği gibi tematik uzmanlık alanlarına benzer şekilde; kitap yayıncılığına, kültürel üretim süreçlerine ve eleştirel temsillere odaklanan özel bir gazetecilik pratiği olarak tanımlanmıştır.

Bu yönüyle "kitap muhabirliği", yalnızca bir haber üretim biçimini değil, aynı zamanda kültürel belleğin aktarımı, eleştirel seçicilik ve toplumsal yönelimin medya aracılığıyla şekillendirilmesi açısından da işlevsel bir uzmanlık alanını temsil etmektedir. Bu kavramın literatüre kazandırılması, kültür gazeteciliği üzerine yapılan çalışmalarda içerik üretiminin niteliği kadar, gazetecilik emeğinin biçimsel dönüşümüne de dikkat çekmek açısından önem arz etmektedir.

Kitap eklerinde gözlemlenen dönüşüm yalnızca içerik üretim biçimiyle sınırlı kalmamaktadır. Aynı zamanda eleştiri kültürünün kendisi de önemli bir değişim geçirmiştir. Görüşmelerde dile getirilen ortak bir gözlem, kitap yazılarının giderek tanıtım odaklı, kısa ve yüzeysel metinlere dönüştüğüdür. Eleştirinin nesnellikten uzaklaşması, metnin bağımsız bir değerlendirme değil; yazar ya da yayıneviyle kurulan

kişisel ilişkiler doğrultusunda şekillenen bir ürün sunumu hâline gelmesi, eleştirel kültür açısından ciddi bir soruna işaret etmektedir. Ancak bu durum yalnızca dijitalleşmeyle açıklanamaz. Aynı zamanda gazetecilik mesleğinde yaşanan güvencesizlik, içerik üreticilerinin çok yönlü iş yapma zorunluluğu ve editoryal denetim süreçlerinin gevşemesi de bu nitelik kaybını derinleştirmektedir. Ekonomik kriz, kültürel üretime erişimin sınıfsal bir ayrıcalık haline gelmesi ve telif sisteminin zayıflığı da eleştirinin niteliğini doğrudan etkilemektedir.

Tezin kavramsal çerçevesinde yer alan "yöndeşme" kavramı, saha verileriyle de desteklenmektedir. Matbu yayıncılığın kurumsal ve editoryal ilkeleri, dijital mecralarda içerik üretim sürecine aktarılmaya çalışılmakta; buna karşılık dijital mecraların sunduğu teknik kolaylıklar, matbu yayıncılık için de örnek teşkil etmektedir. Ancak bu yöndeşme her zaman niteliksel bir devamlılık sağlamamaktadır. Dijital ortamın hız, görünürlük ve tüketim baskısı; matbu dönemin derinlikli, tartışmacı ve eleştirel yayıncılık anlayışıyla çatışmaktadır. Bu çalışmanın ortaya koyduğu en temel bulgu, kitap eklerinin yalnızca mecralar arasında değil; aynı zamanda içerik politikaları, emek süreçleri ve eleştirel gelenekler arasında da çok katmanlı bir dönüşüm geçirdiğidir. Matbu dönemde daha örgütlü, kolektif ve nitelikli bir üretim pratiği varken; dijital dönemde bireyselleşmiş, güvencesiz ve çoğu zaman sürdürülebilir olmayan bir yapıya geçilmiştir. Bu durum, yalnızca kitap eklerinin geleceğini değil; aynı zamanda kültür gazeteciliğinin kamusal işlevini de sorgulamayı zorunlu kılmaktadır.

Sonuç olarak, kitap eklerinin dijitalleşme sürecindeki dönüşümünü yalnızca teknolojik bir değişim olarak değil; aynı zamanda emek, ideoloji ve kültürel temsil ilişkileri içinde yeniden düşünmek gerekmektedir. Bu bağlamda, kamusal fayda üretmeye devam eden, eleştirel mesafesini koruyan ve nitelikli içerik üretimine alan açan mecraların desteklenmesi, kültür gazeteciliğinin yeniden inşası açısından hayati bir önem taşımaktadır.

Tüm bunlara ek olarak bu çalışmanın sınırlılıkları da göz ardı edilmemelidir. Özellikle araştırmanın örneklemi yalnızca belirli matbu ve dijital yayın organlarıyla sınırlı tutulmuştur; dolayısıyla elde edilen bulgular Türkiye'deki tüm kitap eklerinde gerçekleşen dönüşüm süreçlerini genellememektedir. Ayrıca dijitalleşme sürecinin teknolojik boyutu ayrıntılı biçimde tartışılmış olsa da okur etkileşimi, algoritmik görünürlük ya da sosyal medya üzerinden kitap tanıtımı gibi dijital medya dinamiklerine daha kapsamlı bir biçimde eğilmek mümkün olmamıştır. Benzer şekilde, son yıllarda hızla yaygınlaşan yapay zekâ

uygulamalarıyla yazılan metinlerin kültür gazeteciliği üzerindeki etkileri, bu çalışmanın kapsamı dışında kalmıştır. Oysa bu tür teknolojik araçların, özellikle kitap tanıtımı, eleştiri üretimi ve içerik çoğaltımı süreçlerinde giderek daha fazla kullanılması; eleştirel düşüncenin niteliğini, emeğin görünürlüğünü ve metinlerin özgünlük değerini doğrudan etkileme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, gelecekte yapılacak araştırmalarda, yapay zekâ destekli içerik üretiminin gazetecilik etiği, eleştiri kültürü ve yayıncılık politikaları üzerindeki etkilerinin çok boyutlu olarak ele alınması önem arz etmektedir. Ayrıca, dijital yayıncılığın kullanıcı verileri üzerinden şekillenen ekonomi politiği ile kitap eklerinin metalaşma süreci arasındaki ilişkiler de derinlemesine incelenmeyi hak eden başlıklardandır. Gelecek çalışmalarda, bu sınırlılıkların aşılması; farklı medya kuruluşlarını ve daha geniş bir zaman aralığını kapsayan karşılaştırmalı analizlerin yapılması; ayrıca dijital kitap eklerinin okuyucu profilleri, erişim stratejileri ve ekonomik sürdürülebilirlikleri gibi konuların da ele alınması, alana önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

2Yaka. (2023). "Hakkımızda". https://2yaka.org/hakkimizda/ adresinden alındı.

Abadan, N. (1961). "Gazeteciliğin Gelişim Safhaları". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 16(01): 118-140.

Abanoz, E. (2013). "Bilgi Toplumunda Yöndeşmenin Haber Üretimi Süreci Üzerindeki Etkisi: Haber Ajansı Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Abanoz, E. (2017). "Yöndeşmenin Haber Endüstrisindeki Etkisi: Haber Ajansı Çalışanları Üzerine Bir Araştırma". 19(2): 287-303.

Akad, M. (2019, Ocak). "Yayıncılık ve Kriz". https://gelenek.org/yayincilik-ve-kriz/ adresinden alındı.

Alaasad, Safa M. R. (2023). Geleneksel Yayıncılıktan Dijital Yayıncılığa Geçiş: İnfografik Kullanımında TRT Haber Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Erzurum.

Alanka, Ö. (2008). Türkiye'de Ulusal Yazılı Basında Edebiyat Eleştirisi ve Kitap Ekleri Üzerine Bir İnceleme, Doktora Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin Temel Kuramları*, İstanbul: Beta Kitap .

Akkaya, E. (2020). Türkiye'de Ekonomik Kriz Dönemlerinde Basılı Yayıncılık, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aktaş, B. (2008, 24 Haziran). "Radikal Kitap 7 Yaşında, 'Nice Yıllara'". https://bianet.org/haber/radikal-kitap-7-yasinda-nice-yillara-107839 adresinden alındı.

Ayan, V. M. (2021). *Gençlerle Baş Başa: Habercilik ve Medya*, İstanbul: Yordam Kitap.

Başaran, F. (2006). "Bir Teknolojik Yenilik Olarak İnternetin Tarihi: Ulusal Yenilik Sistemi, Kamu Politikaları ve Standartlar". *Kültür ve İletişim Dergisi* 9(2): 9-32.

Başaran, F. (2010). "Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları". *Mülkiye Dergisi* 34(269): 255-270.

Beyaz Özbey, İ. (2022). "Dijitalleşme, Sosyal Medya ve Risk Toplumu". *İMGELEM* 6(10): 141-158.

Bianet. (2008, 24 Haziran.) "*Radikal Kitap* 7 Yaşında, 'Nice Yıllara'". https://bianet.org/haber/radikal-kitap-7-yasinda-nice-yillara-107839 adresinden alındı.

BirGün. (2017, 1 Şubat). "*Hürriyet* 'Radikal Kitap'ın Adını Değiştiriyor". https://www.birgun.net/haber/hurriyet-radikal-kitap-in-adini-degistiriyor-145294 adresinden alındı.

Birkiye, A. (2017, 18 Nisan). "K24, Kalemin Ucu – XXVII". https://www.k24kitap.org/ceyrek-asirlik-emek-1117 adresinden alındı.

Cangöz, İ. (2015). *Değişen Anlam ve Değerleriyle Gazetecilik*, Ankara: Sınırsız Bağım Dağıtım.

Chandler, D., Fuchs, C. (2021). *Dijital Nesneler, Dijital Özneler: Büyük Veri Çağında Kapitalizm, Emek ve Siyaset Üzerine Disiplinlerarası Yaklaşımlar*, (Çev. Gamze Boztepe), İstanbul: NotaBene Yayınları.

Creswell, J. W. (2013). *Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları,* (Çev. Mesut Bütün), Ankara: Eğiten Kitap.

Çevikel, T. (2023). "Türkiye'de Dijital Doğumlu Haber Siteleri: Sınırlılıklar ve Olanaklar", Tezcan Durna (Ed.), Ayan, V. M., Keten, E. T. (Der.), *Anaakım Çökerken Alternatif Medyanın Eleştirisi*, Ankara: um:ag Vakfı Yayınları.

Demir, A. S. (2023). "Türkiye'de 'Dijital Doğan' Gazetelerin Sürdürülebilirliklerini Sağlamalarının Yolları: Bir Alan Araştırması". *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 10(2): 510-532.

Demirkent, D. (2022, 5 Aralık). "Kitap". https://www.dunya.com/kose-yazisi/kitap/676219 adresinden alındı.

Dickens, C. (2017). *İki Şehrin Hikâyesi*, (Çev. Meram Arvas), İstanbul: Can Yayınları.

Duvar. (2018, 16 Nisan). "Gazete Duvar Kitap Dergi Sayı 1: Ülkü Tamer'in ardından". https://www.gazeteduvar.com.tr/dergi/2018/04/10/duvar-kitap-dergi-sayi-1 adresinden alındı.

Doğan, E. (1997). *Edebiyatımızda Dergiler*, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Erciyes, C. (2023, 28 Ağustos). "*Hürriyet Kitap Sanat*'a Veda". https://artigercek.com/kultur-sanat/hurriyet-kitap-sanata-veda-medyada-politikanin-belirledigi-bir-hat-var-kultur-sanata-ilgi-azaldi-263218h adresinden alındı.

Gemici, Ç. (2018). Gelenekselden Dijitale Haber Üretim Sürecinde Gazeteciliğin Zaman ve Mekân Deneyimindeki Dönüşüm, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Günay, T. (2009, 17 Nisan). "Cumhuriyet Kitap'ın 1000 Sayılık Serüveni". https://www.ntv.com.tr/turkiye/cumhuriyet-kitapin-1000-sayilik-seruveni,cumIUub6zUWtq1_snsVT6w adresinden alındı.

Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Gürcan, H. İ. (1993). Kitap Yayımcılığında Tanıtım (Promosyon). *Kurgu Dergisi* 12: 245-257.

Grant, A. E. (2009). "Dimensions of Media Convergence", Grant, A. E., Wilkinson, J. S. (Ed.), *Understanding Media Convergence: The State of the Field:* Oxford University Press: 3-17.

İlhan, S. (2007). "Yeni Kapitalizmin Karanlık Yüzü: İnsanilik ve Ahlakilik Söylemlerinin Sahiciliği Üzerine". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), s. 283-306.

Jessop, B. (2009). *Kapitalist Devletin Geleceği*. (Çev. Ahmet Özcan), Ankara: Epos Yayınları.

Kolodzy, J. (2009). "Convergence Explained Playing Catch-up with News Consumers", Grant, A. E., Wilkinson, J. S. (Ed.), *Understanding Media Convergence: The State of the Field*: Oxford University Press: 31-51.

Kaderoğlu Bulut, Ç (2017). Gazetecilerde Proleterleşme ve Sınıf Kapasitesi: Çalışma ve Yaşam Koşulları Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

K24. (2015). "Hakkında". https://www.k24kitap.org/hakkinda adresinden alındı.

Kaderoğlu Bulut, Ç. (2019). *Sınıfın Sınırlarında Gazeteciler ve Proleterleşme*, İstanbul: NoteBene Yayınları.

Kalsın, B. (2016). "Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği". *International Journal of Social Science*, 42(3): 75-94.

Karagöz Kızılca, G. (2023). "Osmanlı Gazeteciliği ve Ahaliye Ulaşmak, Ahaliyi Görünür Kılmak: *Tasvir-i Efkâr* Örneği". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 78(1): 167-190.

Kaya, A. Raşit. (2016). *İktidar Yumağı: Medya, Sermaye, Devlet*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Kaynardağ, A. (1963). *Kitap Belleten* dergisi 1(25): 1.

Keskin, İ. (1996). Yeni Teknolojilerin Arşivlerde Uygulanması, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kılıç, O. (2010). "Türkiye'de Dijital Gazeteciliğe Geçiş: *Habertürk* Gazetesi Örneği". *Yeni Medya Elektronik Dergi* 3(2): 119-126.

Koloğlu, O. (1992). *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kumar, K. (1999). Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma: Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları, (Çev. Mehmet Küçük). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Le Bec, J.-Y. (2016). Tüketim. G. Bensussan, G. Labica (Ed.), *Marksizm Sözlüğü,* (Çev. Volkan Yalçıntoklu), İstanbul: Yordam Kitap.

Maigret, E. (2024). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*, (Çev. Halime Yücel), İstanbul: İletişim Yayınları.

Marx, K. (2005). *Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı*. Sevim Belli (Çev.). İstanbul: Sol Yayınları.

Marx, K. (2011). *Felsefenin Sefaleti*, (Çev. Ahmet Kardam), İstanbul: Sol Yayınları.

Marx, K. ve Engels, F. (2013). *Alman İdeolojisi*, (Çev. Tonguç Ok ve Olcay Geridönmez), İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Miéville, C. (2025). *Bir Hayalet Kol Geziyor*, (Çev. Utku Özmakas), İstanbul: Yordam Kitap.

Öngen, T. (1994). "Tekelci Kapitalizm ve Sınıf Yapısı". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 49(03): 303-349.

Öngen, T. (1995). "İleri Teknoloji ve Çalışma İlişkilerinin Değişen Paradigması". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 50(01): 279-295.

Öngen, T. (2014). *Prometheus'un Sönmeyen Ateşi*. İstanbul: Yordam Kitap.

Özçağlayan, M. (2008). "Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Acısından Genel Bir Değerlendirme)". *Marmara İletişim Dergisi* 13(13): 131-159.

Özsever, A. (2003). Türkiye'de Basın Çalışanlarının Sorunları ve Sendikanın Rolü, Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Poe. M. T. (2019). *İletişim Tarihi: Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum*, (Çev. Umut Yener Kaya, İstanbul: Islık Yayınları.

Polat, E. (2014, 28 Ekim). "Edebiyat Haber 5. Yaşına Girerken". https://www.edebiyathaber.net/edebiyat-haber-5-yasina-girerken-emrah-polat/ adresinden alındı.

Polat, M. (2024). "Nilay Örnek Nasıl Olunur? Mahir Polat". https://open.spotify.com/episode/3ZkjvvFFAzoXjzsw4ebCk7?si=388d571da40d4bbe adresinden alındı.

Savran, S. (2024). *Türkiye'de Sınıf Mücadeleleri Cilt 2: 12 Eylül Karşıdevriminden 28 Şubat'a*. İstanbul: Yordam Kitap.

Schudson, M. (2022). *Gazetecilik Neden Önemli?*. (Çev. Gülseren Adaklı), Ankara: um:ag Vakfı Yayınları.

Sevgi, H. (2021). *21. Yüzyılda Endüstri İlişkileri: Çalışma Yaşamının Dönüşümü, Aktörleri ve Geleceği*. İstanbul: NotaBene Yayınları.

Sırma, N. S. (2007). Türk Basın İşletmelerinde Teknoloji Kullanımının Gelişimi ve Teknoloji Kullanımında *Hürriyet* ve *Zaman* Gazetelerinin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sönmez, M. (2013). *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*. İstanbul: Yordam Kitap.

Taş, O. (2006). "İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri Teknoloji, Pazar ve Düzenleme". Kültür ve İletişim 9(2): 33-62.

Tanenhaus, S. (2006, 17 Ekim). "Inside The New York Times Book Review". https://translate.google.com/website?sl=en&tl=tr&hl=tr&client=wa&u=http://www.c-span.org/video/?195760-1/inside-new-york-times-book-review adresinden alındı.

Taş, O. (2010). "Gazeteciliğin Doğusu: Eleştirel Bir Tarihyazımına Doğru". *Mülkiyeliler* 34(269): 29-66.

Taş, O. (2011). Gazetecilik Etiğinin Sınırları Üzerine Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği, Doktora Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Timur, T. (2014). *Felsefe, Toplum Bilimleri ve Tarihçi*, İstanbul: Yordam Kitap.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Tokgöz, O. (2012). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitabevi.

Tonga, H. (2021). Post Truth ve Müphem Gerçeklik: Dijital Gazetecilikte Gerçek Ötesi Çağ, Doktora Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Ulu, A. (2025) "Kitap Tanıtım Dergileri Tarihimizden: Kitaplar Dergisi". https://karnavaldergi.com/blog/kitap-tanitim-dergileri-tarihimizden-kitaplar-dergisi/ adresinden alındı.

Vallejo, I. (2023). *Papirüs: Antik Dünyada Kitapların İcadı*, (Çev. Volkan Ersoy), Ankara: Bilgi Yayınevi.

Yıldırım, B. (2013). "Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşen Gazetecilik". *Selçuk İletişim*, 6(2): 230-253.

Yüksel, H. (2014). Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Gazetecilik Pratikleri, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Wayne, M. (2015). *Marksizm ve Medya Araştırmaları: Anahtar Kavramlar, Çağdaş Eğilimler,* (Çev. Barış Cezar), İstanbul: Yordam Kitap.

EKLER

EK 1: MATBU YAYINCILIK YAPAN GAZETECİLERE SORULAR

1. Kitap eki nasıl kuruldu?

2. İçerikler kaç kişilik bir ekip tarafından hazırlanıyor? Kitap seçimleri nasıl yapılıyor?

3. İçerik ve reklam dengesini nasıl sağlıyorsunuz? Reklam veren yayınevlerine ait kitaplara içerikte ayrıcalık tanınıyor mu? Bu dengeyi nasıl yönetiyorsunuz?

4. Olumsuz eleştiri yayınlama konusunda nasıl bir tutum izliyorsunuz? Yayınevlerinden veya yazarlardan baskı gördüğünüz oluyor mu?

5. Gazetecilik pratiği açısından kitap eklerinde/kitap tanıtımlarında dijitale geçişin en büyük avantajları ve dezavantajları nelerdir?

6. Dijitalleşmeyle birlikte kitap eleştirilerinin niteliğinde bir değişiklik gözlemliyor musunuz? Eğer öyleyse, bu farklar nelerdir?

7. Geleneksel matbu kitap ekleri büyük ölçüde sona erdi. Sizce bunun temel nedenleri neler?

EK 2: DİJİTAL YAYINCILIK YAPAN GAZETECİLERE SORULAR

1. Yayın mecranız nasıl kuruldu?

2. İçerikler kaç kişilik bir ekip tarafından hazırlanıyor? Kitap seçimleri nasıl yapılıyor?

3. İçerik ve reklam dengesini nasıl sağlıyorsunuz? Reklam veren yayınevlerine ait kitaplara içerikte ayrıcalık tanınıyor mu? Bu dengeyi nasıl yönetiyorsunuz?

4. Dijital mecrada yayın yapmanın en büyük avantajları ve dezavantajları neler?

5. Gelir modeliniz nasıl şekilleniyor? (Reklam, sponsorluk, abonelik vb.)

6. Dijitalleşen medya ortamında kitap haberciliği, geleneksel gazetecilikten farklı dinamikler kazanmış, matbu yayınlardan dijital platformlara kayarak yeni biçimler almıştır. Peki, bu dönüşüm kitap haberciliğini bir meslek olarak sürdürülebilir kılıyor mu?

7. Dijitalleşmeyle birlikte kitap eleştirilerinin niteliğinde bir değişiklik gözlemliyor musunuz? Biraz daha açarsak dijital ortamdaki eleştiriler matbu yayıncılığa göre daha yüzeysel hale mi geliyor, yoksa daha geniş bir kitleye ulaşıp daha fazla etkileşim mi sağlıyor?

8. İçerikleri hazırlarken popüler kültürden etkileniyor musunuz? Tıklanma kaygısı, algoritmalar ve gündem odaklı içerik üretimi, kitap eleştirilerini popüler kültür dinamiklerine daha duyarlı hale getiriyor mu? Dijital platformlarda görünürlük kazanmak için eleştirilerin üslubu ve konuları değişiyor mu, yoksa bağımsız bir değerlendirme alanı korunabiliyor mu?

9. Olumsuz eleştiri yayınlama konusunda nasıl bir tutum izliyorsunuz? Yayınevlerinden veya yazarlardan baskı gördüğünüz oluyor mu?

10. Geleneksel matbu kitap ekleri büyük ölçüde sona erdi. Sizce bunun temel nedenleri neler?

EK 3: GÖRÜŞMECİ TABLOSU

İsim	**Meslek Tecrübesi**	**Çalıştığı ya da Ayrıldığı Kurum**	**Görevi**	**Yer**
Burcu Aktaş	11 sene	*Radikal Kitap*	Editör, Muhabir	İstanbul
Turhan Günay	55 sene	*Cumhuriyet Kitap*	Yayın Yönetmeni, Editör	İstanbul
İlker Yaşar	45 sene	*BirGün Kitap*	Yazı İşleri Müdürü	İstanbul
Anıl Mert Özsoy	12 sene	*Gazete Duvar Kitap*	Editör	İstanbul
Mustafa Arslantunalı	41 sene	*K24*	Yayın Yönetmeni, Editör	İstanbul

Tablo 1: *BirGün Kitap* Eki İçerik Dağılımı

Dönem	Sayfa Sayısı	Reklam Sayısı	İnceleme Sayısı
10 Ocak-13 Şubat 2025	12	4	9
14 Şubat-13 Mart 2025	20	9	12
14 Mart-17 Nisan 2025	20	7	11
18 Nisan-8 Mayıs 2025	20	6	13

Tablo 2: *BirGün Kitap* Ekine Reklam veren Yayınevlerinin Görünürlük Dağılımı[20]

Yayınevi	Reklam Sayısı	Yazı Sayısı	Vitrin Sayısı	Görünürlük Tipi
SRC Kitap	4	4	0	Reklam, Yazı
Say Yayınları	4	4	0	Reklam, Yazı
Yapı Kredi Yayınları	4	0	4	Reklam, Vitrin
Everest Yayınları[21]	3	3	3	Reklam, Yazı, Vitrin
İş Bankası Kültür Yayınları	3	0	3	Reklam, Vitrin
Dijital Kitaplar	2	1	0	Reklam, Yazı
Ayrıkotu Yayınları	1	0	0	Reklam
Desen Yayınları	1	1	2	Reklam, Yazı, Vitrin
TUDEM Yayınları	1	1	0	Reklam, Yazı
Uçan Balık Yayınları	1	0	0	Reklam

[20] Reklam verenlerin içinde 14 Mart–17 Nisan 2025 tarihli sayıya ilan veren Eczacıbaşı da bulunuyor. Ancak firma sektör dışı olduğu için analize alınmamıştır.

[21] 14 Mart–17 Nisan 2025 tarihli *BirGün Kitap* ekinde, Everest Yayın Grubu'na bağlı Artemis Yayınları'na ait bir kitap hakkında inceleme yazısı yayımlanmıştır. Aynı sayıda yer alan reklam ise Everest Yayınları adına verilmiştir.

Tablo3: Cumhuriyet Kitap Eki İçerik Dağılımı

Dönem	Sayfa Sayısı	Reklam Sayısı	İnceleme Sayısı
20 Mart 2025	16	5	8
27 Mart 2025	16	5	10
3 Nisan 2025	16	4	11
10 Nisan 2025	16	6	8

Tablo 4: *Cumhuriyet Kitap* Ekine Reklam veren Yayınevlerinin Görünürlük Dağılımı[22]

Yayınevi	**Reklam Sayısı**	**Yazı Sayısı**	**Görünürlük Tipi**
Yapı Kredi Yayınları	4	2	Reklam, Yazı
İş Bankası Kültür Yayınları	4	4	Reklam, Yazı
Timaş Yayınları	1	1	Reklam, Yazı
Vakıf Bank Kültür Yayınları	0	2	Yazı
Remzi Kitap	1	0	Reklam
Can Yayınları	4	1	Reklam, Yazı
Cumhuriyet Kitapları	1	1	Reklam, Yazı
Livera	1	2	Reklam, Yazı
İletişim Yayınları	1	0	Reklam

[22] Reklam verenlerin içinde 27 Mart 2025 tarihli sayıya ilan veren Eczacıbaşı da bulunuyor. Ancak firma sektör dışı olduğu için değerlendirmeye alınmamıştır.