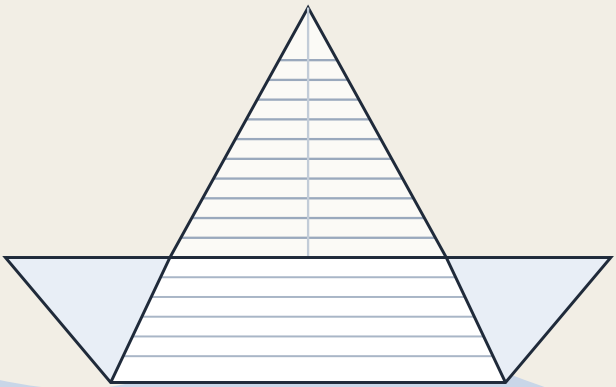
Kalemden Rafa

Yazar Adayları İçin Yayıncılık Rehberi



Karina Yayınevi

Yayıncılıkta 14. yıl...

Kalemden Rafa

Kalemden Rafa

Yazar Adayları İçin Yayıncılık Rehberi

karinakitap.com blogundan
otuz yazı

Karina Yayınevi
Yayıncılıkta 14. yıl...

Ankara · 2026

Kalemden Rafa
Yazar Adayları İçin Yayıncılık Rehberi

Hazırlayan: Karina Yayınevi Yayın Kurulu
Yazılar ilk kez karinakitap.com blogunda yayımlanmıştır.

© Karina Yayınevi, 2026
Bu kitabın tüm yayın hakları Karina Yayınevi'ne aittir. Tanıtım amacıyla yapılacak kısa alıntılar dışında, yayıncının yazılı izni olmaksızın hiçbir yolla çoğaltılamaz.

Birinci Basım: Kasım 2026, Ankara

Karina Yayınevi
Fidanlık Mah. Adakale Sokak 16/9
Kızılay, Çankaya 06420 Ankara
Tel: 0312 433 03 58 · 0544 676 72 11
iletisim@karinakitap.com
www.karinakitap.com · www.okumaodasi.com

İçindekiler

Önsöz 7

BİRİNCİ BÖLÜM **YAZARIN ATÖLYESİ**

1 Yazar İçin Bir Atölye Çalışması Olarak Okuma Eylemi 11
2 Bir Yazarın Zihinsel Cephaneliği: Mutlaka Okunması Gereken 10 Dünya Klasiği 14
3 Yerli Edebiyatın İzinde: Kalemini Keskinleştirmek İsteyen Yazarlar İçin 10 Türk Klasiği 18
4 Edebî Zanaatı Derinleştirmek: Yazarın Yolculuğu 22
5 Kurmaca Sanatında İnce İşçilik: Kaleme Sarılmadan Önce Kurguda Hayati 7 İlke 25

İKİNCİ BÖLÜM **DOSYADAN YAYINEVİNE**

6 İlk Kitabını Yazacak Yazar Adaylarına: Dosyanızı Yayınevine Göndermekten Neden Korkmamalısınız? 31
7 Zamanın ve Emeğin Değeri: İlk Kitabınız Neden Çekmecelerde Yanıt Beklememeli? 33
8 Yazar Adayları İçin Fikrî Mülkiyet ve Telif Hakları Rehberi 36
9 Destekli Bireysel Yayıncılıkta Yazar Adaylarının Yaşadığı Mağduriyetler ve Dikkat Edilmesi Gerekenler 39
10 Yayıncılık "Hayal Tüccarlığı" Olmamalıdır 43
11 İlk Kez Kitap Çıkaracak Yazar Adayları İçin Yayınevi Seçim Rehberi 46
12 Pıtrak Gibi Çoğalan Yayıncılar Çağında Doğru Liman: Karina Yayınevi 49
13 Klasik Yayıncılık Güvencesiyle Destekli Yayıncılık: Niçin Karina Yayınevi? 52
14 Ankara'da Yayıncılığın Köklü Kalesi: 14 Yıllık Güvenle Hayalinizden Eserinize 55
15 Yapay Zekâya Sorduk: Karina Yayınevi'ni Diğer Destekli Bireysel Yayıncılık Firmalarından Ayıran Özellikler Nelerdir? 58
16 Karina Yayın Paketleri Analizi: Hangi Yazar Hangi Paketi Seçmeli? 61

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM **DOSYADAN KİTABA**

17 Destekli Yayıncılık Modeliyle Kitabınızı Yayıma Hazırlarken Editörden Tavsiyeler 67
18 Karina Yayınevi Yayın Süreci: Başvurudan Okura Detaylı Yolculuk 70

19 Bir Düşün Doğuş Ağrısı: Sözleşmeden Sonraki O İnce İnce Sızlayan Yolculuk 73
20 Aceleye Getirilen Sayfalar, Yarım Kalan Eserler: Yayıncılıkta Zamanın ve Emeğin Hakkı 76
21 Kitabın Vitrini ve Kartviziti: Kapak Tasarımı ve Arka Kapak Yazısında Hayati Detaylar 79
22 Türkiye'de Şiir Kitabı Yayımlatmak 82

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM **KİTAP OKURLA BULUŞUYOR**

23 Kitabım Basıldı, Peki Şimdi Ne Olacak? Türkiye'de Kitap Dağıtımının Gerçekleri 87
24 Karina Yayınevi Dağıtım ve Satış Ağının Detaylı İncelemesi 91
25 Kitap Yayınlatmak ve Fark Edilmek: Tanıtım Yayınevinin, Reklam İse Stratejinin İşidir 94
26 Kitabınız Raflarda: Yayın Sonrası Başarı ve Görünürlük Rehberi 96
27 Bir Yazar Olarak Seni Kimse Tanımıyor mu? İşte İlk Okurlarını Kazanma Rehberi 99
28 Türkiye Kitap Pazarı Özelinde Yazar Adayları İçin Sosyal Medya ve Strateji Rehberi 102
29 Geleneksel Vitrinden Dijital Pazar Yerine: Kitap Fuarları 105

BEŞİNCİ BÖLÜM **YOLUN DEVAMI**

30 İlk Kitabından Sonrası: Yazar Adayının Gelişim Stratejisi Ne Olmalı? 111

Önsöz

Her kitap bir masada başlar; çoğu zaman gece yarısı, kimseye gösterilmeden, yalnızca yazarın kendi sesine güvenerek. Sonra bir gün son nokta konur ve o masada biriken sayfalar, sahibine hem sevinç hem de bir dizi soru bırakır: Bu metin yeterince iyi mi? Kime, nasıl göndermeliyim? Sözleşmede neye dikkat etmeliyim? Kitabım basıldıktan sonra ne olacak?

Karina Yayınevi olarak on dört yıldır bu soruları soran yazarlarla aynı masayı paylaşıyoruz. Bugüne dek bin'den fazla kitabın mürekkebine, kapağına ve rafına dokunduk; ilk kitabını eline aldığında gözleri dolan yazarlara da, yanlış bir kapıyı çaldığı için emeği heba olmuş yazar adaylarına da tanıklık ettik. Bu birikimi zaman içinde blogumuzda paylaştık. Elinizdeki kitap, karinakitap.com'da yayımlanan bu otuz yazının bir araya getirilmesiyle doğdu.

Yazıları yayımlanma sıralarıyla değil, bir yazar adayının gerçek yolculuğunun sırasıyla dizdik. *Yazarın Atölyesi* başlıklı ilk bölüm, okumayı bir çıraklık, yazmayı bir zanaat olarak ele alıyor; dünya ve Türk edebiyatının ustalarından kurgunun temel ilkelerine uzanıyor. *Dosyadan Yayınevine*, tamamlanan dosyanın dünyaya açılmadan önce bilinmesi gereken haklarını, karşılaşabileceği tuzakları ve doğru yayınevini seçmenin ölçütlerini anlatıyor. *Dosyadan Kitaba*, sözleşmeden matbaaya uzanan süreci; editörlüğü, kapağı ve bu sürecin yazar üzerindeki duygusal yükünü konu ediyor. *Kitap Okurla Buluşuyor*, dağıtımın görünmeyen mutfağını, tanıtımla reklam arasındaki farkı ve ilk okurları kazanmanın yollarını paylaşıyor. Son bölüm *Yolun Devamı* ise ilk kitaptan sonrasına bakıyor.

Bu yazıların bir kısmı yayınevimizin işleyişini, paketlerini ve ilkelerini doğrudan anlatıyor; bunu saklamaya gerek görmedik. Destekli yayıncılık şeffaflık olmadan sağlıklı yürüyemez ve bir yazar adayının hangi kapıyı neden çaldığını bilmesi en temel hakkıdır. Yolunuzu bizimle yürümeye karar verseniz de vermeseniz de bu sayfaların size bir pusula olmasını diliyoruz.

Adımızı, teknelerin suyun altında kalan, onları fırtınada dengede tutan ve doğrultusunu veren omurgasından aldık. Bu kitabın da sizin yazarlık yolculuğunuzda görünmeyen ama taşıyan bir karina olmasını umuyoruz.

Kalemin daim, okurun bol olsun.

Karina Yayınevi
Ankara, Kasım 2026

BİRİNCİ BÖLÜM

Yazarın Atölyesi

Okumayı bir zanaat çıraklığına, yazmayı bir mimarlığa dönüştürmek üzerine.

01

Yazar İçin Bir Atölye Çalışması Olarak Okuma Eylemi

Bir yazar adayı için okuma eylemi, keyifli bir zaman geçirme aracından ziyade bir **atölye çalışması** ve bir mesleki eğitim sürecidir. Sıradan bir okur metnin sürükleyiciliğine veya hikâyenin duygusal akışına kapılıp giderken; yazmaya hazırlanan ya da metin üreten bir yazar adayı, mutfağın arkasını görmekle yükümlüdür. Bir kitabı yazarlık gözüyle okurken dikkat edilmesi gereken temel noktalar şunlardır:

1. Anlatıcı Seçimi ve Bakış Açısı Unsuru

Metni okurken kendinize şu soruyu sorun: *Anlatıcı kim ve bu hikâyeyi nereden görüyor?* Birinci tekil şahıs (I. Tekil - Ben) anlatıcı ile yazılan bir metinde sınırlı algı ve samimiyet öne çıkarken; hâkim (Tanrısal) bakış açısında karakterlerin zihnine giren geniş bir perspektif bulunur. Yazarın seçtiği bakış açısının hikâyenin gerilimine, temasına ve atmosferine nasıl hizmet ettiğini analiz edin. Seçilen bakış açısının metnin sınırlarını nasıl belirlediğine dikkat edin.

2. Kurgu Mimarisi ve Tempo

Kitabın olay örgüsü nasıl inşa edilmiş? Metnin giriş, gelişme ve çatışma noktaları nasıl kurgulanmış?

- **Çatışma (Conflict):** Karakterin karşısına çıkan engel nedir ve bu engel hikâyeyi nasıl ileri taşıyor?

- **Tempo Kontrolü:** Yazar, olayların hızını nerede artırıp nerede yavaşlatıyor? Bilgi akışı okura tek seferde mi veriliyor yoksa zamana yayılarak mı damlatılıyor?

3. Karakter İnşası ve Diyalog Doğallığı

İyi bir karakter, yalnızca tanımlamalarla değil, **eylemleri** ve **diyalogları** ile yaşayan bir varlığa dönüşür.

- Karakterlerin konuşma tarzları, sosyo-kültürel geçmişleriyle ve yaşlarıyla uyumlu mu?
- Diyaloglar sadece bilgi aktarmak için mi kullanılmış, yoksa olay örgüsünü ilerletip karakterin derinliğini mi gösteriyor? Yazarın "gösterme" (Show) ve "anlatma" (Tell) teknikleri arasındaki dengeyi nasıl kurduğunu inceleyin.

4. Üslup, Dil ve Kelime Kadrosu

Metnin ritmine ve cümle yapılarına odaklanın. Yazar uzun ve ağdalı cümleler mi kullanıyor, yoksa kısa ve vurucu bir dili mi tercih ediyor? Kelime seçimleri metnin atmosferini nasıl destekliyor? Bir metnin özgünlüğü, yazarın kurduğu bu dilsel ritimde gizlidir.

5. Yan Temalar ve Alt Metin (Subtext)

İyi edebiyat, satır aralarında söylenmeyeni okura hissettirebilen edebiyattır. Okuduğunuz kitapta simgelerin, tekrarlayan motiflerin ve metin altı anlamların nasıl işlendiğine bakın. Yazarın okuru nerede düşünmeye zorladığını not edin.

Editörün Tavsiyesi: Okuma yaparken elinizde mutlaka bir kalem veya not defteri bulundurun. Beğendiğiniz bir sahne, zayıf bulduğunuz bir geçiş ya da çok güçlü yazılmış bir diyalog gördüğünüzde durun. *"Yazar bunu nasıl başardı?"* ya da *"Ben olsam bu sahneyi*

nasıl kurgulardım?" sorularını sorarak kendi yazım yolculuğunuz için somut ipuçları çıkarın. Okuma eylemini analitik bir düzeye taşımak, kendi üslubunuzu bulmanın en kestirme yoludur.

02

Bir Yazarın Zihinsel Cephaneliği: Mutlaka Okunması Gereken 10 Dünya Klasiği

Yayıncılık dünyasında geçen onlarca yıl ve masamdan süzülen binlerce dosya bana tek bir hakikati öğretti: **İyi bir okur olmadan, iyi bir yazar olunamaz.** Yazarlık sadece yetenekle açıklanabilecek hücresel bir mucize değildir; o, her şeyden önce biçem, kurgu matematiği ve insan ruhunun anatomisini öğrenme zanaatıdır.

Kendi sesini arayan, ilk romanına niyetlenen veya kalemini keskinleştirmek isteyen her yazar adayının yolu, edebi geleneğin nirengi noktası olan klasiklerden geçmek zorundadır. Bir yazar adayı bu metinleri sadece haz almak için değil; bir ustanın elindeki aletleri inceleyen çırak titizliğiyle, cümle cümle sökerek okumalıdır.

İşte metin kurgularken, karakter yaratırken ve atmosfer inşa ederken zihinsel cephaneliğinizde mutlaka bulunması gereken 10 dünya klasiği:

1. Karakter Psikolojisi ve Gerilim Kurgusu: *Suç ve Ceza* – Fyodor Dostoyevski

Bir karakterin iç dünyasındaki vicdan azabını, hezeyanları ve psikolojik kırılmaları anlatmak istiyorsanız Dostoyevski sizin ilk durağınızdır. Raskolnikov'un zihnindeki çatışmalar, suçun mantıksallaştırılması ve suçluluk duygusunun adım adım bir karakteri nasıl ele geçirdiği, psikolojik roman kurgusunun zirvesini oluşturur.

2. Metinsel Eksiltme ve Yalınlık: *Bütün Öyküleri* – Anton Çehov

"Silah duvarda asılıysa, eninde sonunda patlamalıdır" ilkesinin sahibi Çehov, az sözle devasa dünyalar kurmanın ustasıdır. Bir durumu, bir insanı en sade ama en etkileyici biçimde tabloya dönüştürmenin sırrı onun öykülerindedir. Gereksiz tek bir sıfata tahammülü olmayan o minimalist estetik, her yazar adayının ilk disiplini olmalıdır.

3. Alegori, Sembolizm ve Yabancılaşma: *Dönüşüm* – Franz Kafka

Sıradan bir sabah uyandığında kendisini dev bir böceğe dönüşmüş bulan Gregor Samsa'nın hikâyesi, absürt olanın nasıl gerçekçi bir atmosferle anlatılacağının dersidir. Kafka; bürokrasiyi, aile ilişkilerini ve bireyin topluma yabancılaşmasını alegorik bir kurgu üzerinden sunarken, sembollerin birer mimari yapı gibi nasıl inşa edileceğini gösterir.

4. Trajik Kurgu ve Anlatıcı Mesafesi: *Madam Bovary* – Gustave Flaubert

Modern romanın doğuşu kabul edilen bu eser, kurgusal tutarlılık ve anlatıcı tarafsızlığı açısından bir şaheserdir. Emma Bovary'nin hayalleri ile gerçeklik arasındaki yıkıcı çatışması anlatılırken Flaubert'in kullandığı "doğru kelimeyi bulma" (le mot juste) takıntısı, üslup geliştirmek isteyen her kaleme ilham verecek niteliktedir.

5. Polifoni ve Panoramik Anlatı: *Anna Karenina* – Lev Tolstoy

Çok sesli roman yapısını ve geniş bir karakter yelpazesini birbirine bağlayan nedensellik bağlarını incelemek için Tolstoy şarttır. Toplumsal aristokrasi ile bireysel trajedinin dengelendiği bu devasa kurguda; karakterlerin eylemlerinin arkasındaki motivasyonların ne kadar doğal işlendiği dikkatle analiz edilmelidir.

6. Destansı Kurgu ve Yan Karakter Derinliği: *Sefiller* – Victor Hugo

Tarihsel fonu, toplumsal eleştiriyi ve bireysel dramı birleştiren *Sefiller*, epiğin modern romanla buluştuğu noktadır. Jean Valjean ve Javert arasındaki kovalamaca, bir kurguda karşıt karakterlerin (protagonist ve antagonist) birbirini nasıl beslediğinin en somut dersidir.

7. İmgelerle Atmosfer Kurma: *Moby Dick* – Herman Melville

Bir kaptanın beyaz bir balinayla olan takıntılı mücadelesi üzerinden insan doğası, hırs ve kader temalarını işleyen Melville, görselleştirme yeteneği bakımından eşsizdir. Roman boyunca deniz atmosferinin, tekne detaylarının ve sembolizmin metnin dokusuna nasıl yedirildiğini incelemek yazar adayına derinlik kazandırır.

8. Distopik Kurmaca Matematiği: *1984* – George Orwell

Siyasi ve toplumsal eleştiriyi kurgusal bir dünya tasarımı üzerinden sunmak isteyen her yazar, Orwell'in kurguladığı Okyanusya dünyasına bakmalıdır. Dilin ve kelimelerin düşünceyi nasıl şekillendirdiğini gösteren "Yenisöylem" kavramı, dili bir enstrüman olarak kullanan yazar için büyüleyici bir teknik analiz konusudur.

9. Kısa Roman Formu ve Metafor: *Yaşlı Adam ve Deniz* – Ernest Hemingway

Hemingway'in "Buzdağı Teorisi"nin (metinde görünenin altında devasa bir anlamın gizlenmesi) en net uygulandığı metindir. Yaşlı bir balıkçının dev bir kılıçbalığıyla olan mücadelesi, sade ve dolaysız bir dille nasıl devasa bir varoluş mücadelesine dönüştürülür? Yanıt bu kısa dev eserde gizlidir.

10. Bilinç Akışı ve Anlatıcı Perspektifi: *Mrs. Dalloway* – Virginia Woolf

Klasik zaman akışını kıran, bir günün içine bir insanın tüm geçmişini ve zihnini sığdıran Woolf; iç monolog ve bilinç akışı tekniklerinin sınırlarını çizer. Zamanın, mekânın ve insan zihninin esnekliğini metne yansıtmak isteyen yazar adayları için bu roman vazgeçilmez bir teknik kılavuzdur.

Son Bir Not

Bu kitapları okurken kendinize şu soruları sorun: *Yazar bu sahneye nasıl giriş yapmış? Karakterin dönüşümü nerede başladı? Çatışma nasıl tırmandırıldı ve düğüm nasıl çözüldü?*

Edebi bir metin, arkasında devasa bir teknik ve emek barındırır. Bu 10 eseri analitik bir gözle zihninize kazıdığınızda, kendi dosyanızı yazarken kaleminizin ne kadar güçlendiğini ve kurgunuzun ne kadar sağlamlaştığını göreceksiniz.

03

Yerli Edebiyatın İzinde: Kalemini Keskinleştirmek İsteyen Yazarlar İçin 10 Türk Klasiği

Edebiyatımız; kendi coğrafyasının insanını, Doğu ile Batı arasında sıkışmış ruh hallerini ve Türkçenin muazzam esnekliğini yansıtan devasa bir birikime sahiptir. Kendi dilinde ustalaşmak, Türkçe kelimelerin ritmini hissetmek ve bu toprakların insanını otantik bir kurguyla anlatabilmek isteyen her yazar adayının yolu Türk klasiklerinden geçmek zorundadır.

Dünya edebiyatını anlamak ne kadar kıymetliyse, kendi edebi geleneğimizin nirengi noktalarını çözmek de bir yazarın üslubunu bulması açısından o kadar hayatidir. Bir yazar adayı bu metinleri sadece bir okur gözüyle değil; dil işçiliğini, karakter motivasyonlarını ve anlatıcı sesini tahlil eden bir çırak titizliğiyle incelemelidir.

İşte Türkçenin imkânlarını kavramak ve kurgu yetkinliğinizi zirveye taşımak için zihinsel cephaneliğinizde bulunması gereken 10 Türk klasiği:

1. Çok Katmanlı Anlatı ve Üslup Büyüsü: *Saatleri Ayarlama Enstitüsü* – Ahmet Hamdi Tanpınar

Doğu-Batı çatışmasını, toplumsal dönüşüm sancılarını ve bürokrasiyi mizahi ama bir o kadar derin bir alegoriyle sunan Tanpınar, roman sanatımızın zirvelerindendir. Metindeki sembolik kurgu, dil içi ritim ve zihinsel derinlik; kurmaca bir yapının nasıl çok katmanlı inşa edileceğini gösteren kusursuz bir örnektir.

2. Özgün Anlatıcı Sesi ve Özgür Akış: *Alemdağ'da Var Bir Yılan* – Sait Faik Abasıyanık

Türk öykücülüğünün sınırlarını genişleten Sait Faik; gerçeküstü ögeleri, iç monologları ve bireyin yalnızlığını kendine has, özgür bir dille sunar. Kalıpları kırarak kendi "anlatıcı sesini" yaratmak ve sıradan olanın içindeki büyülü dili yakalamak isteyen her yazar adayının başucu kitabıdır.

3. Olay Örgüsü ve Karakter Motivasyonu: *Aşk-ı Memnu* – Halid Ziya Uşaklıgil

Batılı anlamda Türk romanının ilk yetkin örneği sayılan bu eser; nedensellik bağları güçlü bir olay örgüsü ve psikolojik olarak muazzam işlenmiş karakter dengesi sunar. Karakterlerin eylemleri arasındaki mantıksal zinciri ve trajik kurguyu incelemek için aşılması güç bir örnektir.

4. Mekân-İnsan İlişkisi ve Çatışma Kurgusu: *Yaban* – Yakup Kadri Karaosmanoğlu

Aydın-halk kopukluğunu ve Milli Mücadele döneminin Anadolu atmosferini odağına alan *Yaban*, mekânın karakter üzerindeki baskısını ve yabancılaşmayı anlatmada ders niteliğindedir. Bir roman kurgusunda temel çatışmanın (conflict) nasıl canlı tutulacağını gösterir.

5. Diyalog Doğallığı ve Toplumsal Gerçekçilik: *Bereketli Topraklar Üzerinde* – Orhan Kemal

Çukurova'da ayakta kalmaya çalışan işçilerin mücadelesini anlatan Orhan Kemal, insan tiplerini ve diyalog doğallığını yakalamadaki ustalığıyla öne çıkar. Karakterlerin ağız özelliklerini, yapmacıklıktan uzak sokak dilini ve toplumsal gerçekçi kurguyu metne yedirmenin anahtarı bu eserde gizlidir.

6. Psikolojik Tahlil ve Atmosfer Kurma: *Kürk Mantolu Madonna* – Sabahattin Ali

Anlatıcı çerçevesi (frame narrative) tekniğiyle başlayan ve Raif Efendi'nin tutkulu, yalnız iç dünyasına uzanan roman; içsel çatışmaların ve imkânsız ilişkilerin en duru ifadesidir. Hüzünlü bir atmosferi ağdalı kelimelere kaçmadan son derece yalın bir dille kurmanın dersini verir.

7. Otobiyografik Kurgu ve İçsel Dil: *Dokuzuncu Hariciye Koğuşu* – Peyami Safa

İnsan bedenindeki fiziksel hastalık ile ruhsal çöküntüyü paralel biçimde işleyen Peyami Safa, otobiyografik ögelerin kurmaca ile nasıl harmanlanacağını öğretir. Bir karakterin yaşadığı acının ve belirsizliğin dilsel karşılığını bulmak isteyen yazar adayları için eşsiz bir referanstır.

8. Destansı Dil ve Coğrafya Atmosferi: *İnce Memed* – Yaşar Kemal

Toroslar'ın doğasını, efsaneleri ve haksızlığa karşı direnişi epik bir dille anlatan Yaşar Kemal; coğrafyayı âdeta yaşayan bir karaktere dönüştürür. Benzetmelerin zenginliği, doğa tasvirlerinin metnin akışını kesmeden nasıl canlı tutulduğu bu başyapıtta incelenmelidir.

9. Üstkurmaca ve Oyuncul Yapı: *Tutunamayanlar* – Oğuz Atay

Modernist ve postmodernist tekniklerin, ironinin, mektupların, günlüklerin ve farklı edebi türlerin tek bir kurguda nasıl eritilebileceğinin kanıtıdır. Roman formunun sınırlarını zorlamak ve üstkurmaca (metafiction) matematiğini anlamak isteyen her kalemin bu devasa yapıyla hesaplaşması gerekir.

10. Varoluşçu Kurmaca ve Bireysel Bunalım: *Aylak Adam* – Yusuf Atılgan

Bireyin kent içindeki yalnızlığını, anlamsızlık arayışını ve "C." karakterinin psikolojik derinliğini minimalist bir üslupla sunar. Karakter çiziminde (characterization) gereksiz detaylardan kaçınarak nokta atışı ruhi tahliller yapmanın ve şehir atmosferini hissettirmenin kapısını aralar.

Son Bir Not

Dünya edebiyatı tekniği öğretirken, Türk klasikleri size kendi ana dilinizin esnekliğini, atasözlerimizin, deyimlerimizin ve kültürel kodlarımızın kurguya nasıl ruh kattığını öğretir. Bu 10 eseri bir roman yazarı gözüyle; dil sapmalarını, paragraf geçişlerini ve Türkçe kelimelerin ahengini çözümleyerek okuyun. Kendi coğrafyasına kök salamayan bir kalemin, evrenseli yakalaması mümkün değildir.

04

Edebî Zanaatı Derinleştirmek: Yazarın Yolculuğu

Yazmak, sadece ilhamla açıklanamayacak kadar yüksek editoryal disiplin, dil bilinci ve sürekli bir zanaat geliştirme sürecidir. Türkiye'nin zengin ama bir o kadar da karmaşık edebiyat ve yayıncılık ikliminde, "yazıyorum" demek yetmez; kaleminizi her gün yeniden bilemeniz gerekir. Deneyimli bir editör ve yazar gözüyle, kelimelerinizi birer esere dönüştürmek için atmanız gereken nitelikli adımlar ve pratik çalışma yöntemleri şunlardır:

1. Söz Varlığını ve Dil Bilincini Geliştirmek

Türkçe, eklemeli yapısı ve zengin nüanslarıyla yazarın elindeki en esnek hammaddedir. Dilinizin sınırlarını genişletmek için:

- **Eş Anlam ve Nüans Çalışması:** Metinlerinizde sıradanlaşan kelimeleri (örneğin *güzel, kötü, büyük, karanlık*) tespit edin. TDK Sözlüğü ve Tarama Sözlüğü'nden yararlanarak bu kelimelerin anlam katmanlarını ve eski/yeni karşılıklarını defterinize not edin.
- **Pratik Egzersiz:** Yazdığınız 500 kelimelik bir paragraftaki tüm sıfatları silin. Metni, sadece güçlü fiiller ve somut isimler kullanarak aynı duyguyu verecek şekilde yeniden kurgulayın.

2. Disiplinli ve Yönlendirilmiş Okuma Rejimi

Yazarın okuması, sıradan okurun okumasından farklıdır; yazar metni "ameliyat eder".

- **Klasik ve Çağdaş Dengesi:** Türkçenin anlatı imkânlarını kavramak için metnin kurgusunu çözerek okumanız gereken zorunlu okuma listesi:

Türk Edebiyatı Ustaları:

  - **Tanpınar (*Huzur*):** Mekân, zaman ve atmosfer inşası için.
  - **Sait Faik (*Alemdağ'da Var Bir Yılan*):** İnsan psikolojisi, dilde özgürleşme ve imge kullanımı için.
  - **Oğuz Atay (*Tutunamayanlar* / *Korkuyu Beklerken*):** Metinlerarasılık, iç konuşma ve ironi için.
  - **Bilge Karasu (*Gece* / *Göçmüş Kediler Bahçesi*):** Felsefi derinlik ve dil mimarisi için.

Dünya Edebiyatı ve Kuram:

  - **Virginia Woolf (*Mrs. Dalloway*):** Bilinç akışı ve zaman kurgusu.
  - **Jorge Luis Borges (*Ficciones*):** Kurgusal labirentler ve fikir mimarisi.
  - **Milan Kundera (*Roman Sanatı*):** Anlatı kuramı ve felsefi altyapı.
- **Pratik Egzersiz:** Hayran kaldığınız bir romanın en güçlü 2 sayfasını el yazınızla defterinize kopyalayın. Yazarken yazarın nerede virgül koyduğuna, cümleyi nerede böldüğüne ve diyaloğa nasıl geçtiğine dikkat edin.

3. Kurgu, Ritim ve Editoryal "Kıyım" Becerisi

Metninizi yazmak işin %30'uysa, onu budamak ve şekillendirmek %70'idir.

- **Göster, Anlatma (Show, Don't Tell):** Yazar "Ahmet çok öfkeliydi" demez. Ahmet'in masaya vurduğu bardağın çınlamasını, sıkılan yumruklarını ve seyiren şakaklarını anlatır.
- **Bileme ve Ayıklama:** Metni tamamladıktan sonra en az 2 hafta demlenmeye bırakın. Ardından bir editör şapkası giyerek şu soruyla metne girin: *"Bu cümle çıkarılırsa hikâye bir şey kaybeder mi?"* Cevap "hayır" ise o cümleyi acımasızca silin.

4. Yazınsal Rutin ve Sosyolojik Görünürlük

- **Günlük Yazma Disiplini:** İlham gelmesini beklemek amatörlüktür. Her gün, aynı saatte masaya oturup en az 500 kelime yazın.
- **Hayatı ve İnsanı Gözlemlemek:** Bir kafede oturup yan masadaki iki kişinin konuşmasındaki ritmi, duraksamaları ve söyleyemediklerini defterinize not edin. Gerçek diyalog yazmanın sırrı sokaktadır.

Yazarlık bir varış noktası değil, bitmeyen bir çıraklıktır. Kendi sesinizi bulana kadar başkalarının iyi metinlerini söküp takmaktan, metninizi acımasızca çizmekten ve sürekli yazmaktan asla vazgeçmeyin.

05

Kurmaca Sanatında İnce İşçilik: Kaleme Sarılmadan Önce Kurguda Hayati 7 İlke

Yayıncılık sektöründe geçirdiğim yıllar boyunca, tutkuyla yazılmış ancak kurgusal zafiyetler yüzünden yarıda kalan veya okura ulaşamayan binlerce taslak gördüm. Birçok yazar adayı, zihnindeki harika fikrin veya etkileyici bir cümlenin bir romanı tek başına sırtlayabileceğini düşünür. Oysa fikir sadece bir kıvılcımdır; romanı ayakta tutan şey ise mimari bir titizlikle inşa edilmiş kurgu matematiğidir.

Bir editör gözüyle; ilk kitabını yazan veya kurgusunu derinleştirmek isteyen her yazarın radarına alması gereken hayati noktaları derledim.

1. Karakter Motivasyonu ve Arzusu (Ne İstiyor?)

Kurgunun motoru karakterdir, karakterin motoru ise "arzudur". Okuru bir metne bağlayan şey, ana karakterin neyin peşinde olduğunu bilmesidir. Karakterinizin somut veya soyut net bir hedefi olmalıdır. Sadece olayların ortasında savrulan, hiçbir şeye arzu duymayan edilgen bir karakter, okurda merak uyandırmaz. Kendinize şu soruyu sorun: *Karakterim bu hikâyenin sonunda neyi elde etmek istiyor ve bunun için neleri riske atmaya hazır?*

2. Nedensellik Zinciri (Çünkü ve Bu Yüzden)

Acemi kurgularda en sık rastlanan hata, olayların sadece zaman sırasına göre "ve sonra..." mantığıyla dizilmesidir. Kaliteli bir kur-

maca "ve sonra" ile değil, "bu yüzden" veya "ancak" bağlaçlarıyla ilerler. Her olay, bir önceki olayın doğrudan bir sonucu veya bir sonrakinin gerekçesi olmalıdır. Tesadüflere dayalı olay örgüsü, okurun metinle kurduğu güven bağını zedeler. Tesadüf sadece karakterin başını belaya sokmak için kullanılabilir; beladan kurtarmak için değil.

3. Çatışma (Conflict) Yoksa Hikâye de Yoktur

Düzgün giden bir hayat, edebi açıdan sıkıcıdır. Kurgunun kalbi, engeller ve çatışmalardır. İçsel çatışmalar (vicdan, korku, arzular) ve dışsal çatışmalar (doğa, toplum, düşman, sistem) kurgunun tempo kazanmasını sağlar. Karakterinizin hedefine ulaşma yoluna ne kadar büyük engeller koyarsanız, okurun merak duygusunu ve metnin gerilimini o kadar yüksek tutarsınız.

4. Bakış Açısı (POV) ve Anlatıcı Disiplini

Anlatıcı sesinizi seçmek, kurgunun rengini belirlemektir. Birinci tekil (ben) mi, üçüncü tekil (o) mu yoksa tanrısal (hâkim) bakış açısı mı? Hangisini seçerseniz seçin, en kritik kural **perspektif ihlali yapmamaktır**. Eğer birinci tekil şahıs veya sınırlı üçüncü şahıs ile yazıyorsanız, anlatıcının o sırada mekânda olmadan bilemeyeceği şeyleri veya başkasının zihninden geçenleri metne dahil edemezsiniz. Bakış açısı kaymaları, kurgunun inandırıcılığını anında zedeler.

5. Görselleştirme ve "Göster, Anlatma" (Show, Don't Tell)

Bir karakterin üzgün olduğunu okura doğrudan "Çok üzgündü" diyerek **anlatmak** yerine; titreyen ellerini, masadaki bardağa odaklanan boş bakışlarını veya yutkunurken boğazında düğümlenen hissi **göstermelisiniz**. Okur, duyguların kendisine dikte edilmesinden

hoşlanmaz; o duyguyu atmosfer, diyalog ve eylemler aracılığıyla kendisi deneyimlemek ister.

6. Zamanlama ve Tempo Yönetimi (Pacing)

Romanın her sahnesi aynı hızda akamaz. Aksiyonun, çatışmanın ve dönüm noktalarının olduğu sahnelerde cümleler kısalmalı, tempo yükselmelidir. Karakterin içsel hesaplaşmalarının, tahlillerinin veya mekân geçişlerinin olduğu yerlerde ise tempo bilinçli olarak yavaşlatılmalıdır. Yavaş bir açılış, okuru sıkar; durmaksızın devam eden yüksek tempo ise okuru yorar. Metninizin nefes alıp vermesini sağlayın.

7. Tutarlılık ve Kurgusal Mantık (Dünya Kurulumu)

İster realist bir şehir romanı yazın, ister fantastik bir evren tasarlayın; kurduğunuz dünyanın kendi içinde değişmez mantık kuralları olmalıdır. Büyülü bir dünyada bile kurallar keyfi olarak değiştirilemez. Karakterlerin fiziksel özellikleri, geçmişte verdikleri kararlar, zaman akışı ve mekân detayları metin boyunca tam bir tutarlılık sergilemelidir. Yazarken tuttuğunuz kurgu notları ve karakter kartları, kurgusal mantık hatalarının önüne geçecek en büyük yardımcınızdır.

Son Söz

İyi bir roman yazmak, kelimeleri arka arkaya dizebilme yeteneğinden ziyade, inşa ettiğiniz yapıyı dışarıdan bir gözle soyutlayıp analiz edebilme becerisidir. Dosyanızı tamamladığınızda ona bir yazarın duygusallığıyla değil; bir mimarın, bir marangozun soğukkanlılığıyla yaklaşın. Kurgunun çelişen kısımlarını yontmaktan ve işlemeyen sahneleri budamaktan korkmayın. Kaleminize yön veren zihniniz açık olsun.

İKİNCİ BÖLÜM

Dosyadan Yayınevine

Çekmecedeki dosyayı dünyaya açmadan önce bilinmesi gereken haklar, tuzaklar ve doğru kapıyı seçmenin ölçütleri.

06

İlk Kitabını Yazacak Yazar Adaylarına: Dosyanızı Yayınevine Göndermekten Neden Korkmamalısınız?

Edebi bir çalışma hazırlamak; aylarca, hatta yıllarca süren yoğun bir emeğin, zihinsel birikimin ve duygusal çabanın ürünüdür. İlk kez kitap yazan yazar adaylarının, tamamladıkları taslak metne âdeta öz evlatları gibi yaklaşması oldukça anlaşılır bir durumdur. Ancak tam da bu noktada, yayıncılık dünyasının işleyişini tam olarak tanımamaktan kaynaklanan ve yazarın yayıncılık yolculuğunu henüz başlamadan tıkayan ciddi bir kaygı ortaya çıkar: *"Dosyamı yayınevine gönderirsem çalınır mı? Anlaşma yapmadan dosya teslim etmek doğru mu?"*

Bir yayınevi editörü gözüyle açıkça ifade etmek gerekir ki; anlaşma imzalanmadan dosya teslim etmeme düşüncesi, sektörün temel çalışma prensiplerine aykırı ve asılsız bir çekincedir.

Yayınevinde Dosya İnceleme Süreci Nasıl İşler?

Yayıncılık dünyası; kurumsal etik, telif hakları yasaları ve mesleki itibar üzerine kuruludur. Bir yayınevinin temel varlık sebebi, nitelikli eserleri keşfetmek ve okurla buluşturmaktır. Yayın kurullarının ve editörlerin bir dosyayı değerlendirebilmesi için metnin tamamını veya detaylı bir özetini bütüncül olarak incelemesi zorunludur. Metni görmeden, olay örgüsünü, dil hâkimiyetini ve edebi niteliğini analiz etmeden hiçbir yayıncı bir sözleşme teklif edemez.

Yazar adaylarının sıklıkla düştüğü hatalardan biri, fikrin veya kurgunun çalınacağı korkusudur. Oysa yayıncılıkta belirleyici olan

fikir değil, o fikrin işleniş biçimidir, yani üsluptur. Yasalar karşısında da bir eserin telif koruması, metnin oluşturulduğu ve yazılı hâle getirildiği andan itibaren başlar. E-posta yoluyla, tarih ve saat damgasıyla yayınevine iletilen her dosya, zaten yasal olarak yazarın sahipliğini belgeleyen dijital bir iz bırakır.

Fikrî Mülkiyet ve Yayıncı Güveni

Ciddi ve kurumsal bir yayınevi için en değerli varlık güvendir. Hiçbir yayıncı, marka değerini ve yılların birikimi olan itibarını bir başkasının metnini izinsiz kullanma riskiyle tehlikeye atmaz. Editörlerin masasından her gün onlarca dosya geçer; bu dosyalar yayın kurulu değerlendirmesinden sonra ya yayın programına alınır ya da yazara yapıcı geri bildirimlerle reddedilir. Bu, yayıncılığın en doğal ve rutin döngüsüdür.

Dosyanızı saklamak, onu güvende tutmaz; sadece okuruyla buluşmasını engeller. Eserinizin rafta yerini alabilmesi için atılması gereken ilk adım, yayıncılık etiğine güvenmek ve dosyanızı doğru iletişim kanallarıyla yayınevine ulaştırmaktır.

Unutmayın, teslim edilmeyen bir dosya, yazılmamış bir kitaptır.

07

Zamanın ve Emeğin Değeri: İlk Kitabınız Neden Çekmecelerde Yanıt Beklememeli?

Bir yazar için ilk kitabını tamamlamak, aylarca -belki de yıllarca- geceleri masada uykusuz kalmak, ruhundan ve zihninden kopan parçaları kelimelere dökmektir. O dosya bittiğinde hissedilen heyecan tarif edilemez. Ancak Türkiye'deki yayıncılık pazarının sert ve acımasız ekonomik gerçekleriyle karşılaşıldığı an, o muazzam heyecan yerini ne yazık ki derin bir hayal kırıklığına bırakabilir.

Bugün Türkiye'de kâğıttan matbaaya, lojistikten dağıtıma kadar tüm maliyetlerin döviz kuru ve enflasyon baskısıyla katlandığı bir yayıncılık ekonomisi hüküm sürüyor. Bu ortamda geleneksel (telifli) yayınevleri, finansal risklerini sıfırlamak adına kapılarını dış dünyaya âdeta tamamen kapatmış durumdadır. Sektörün mevcut şartlarında, ilk kitabını çıkaracak ve henüz geniş kitlelerce tanınmayan bir yazarın bu yoldaki mücadelesi ve **destekli (bireysel) yayıncılığın** sunduğu mantıklı çözüm yolu şu gerçekler üzerine kuruludur:

1. Beklemenin Ağır Duygusal Yükü ve "Sıfır Risk" Duvarı

Geleneksel bir yayınevinin editör masasına dosyanızı gönderdiğinizde, aslında hayatınızın en kıymetli hazinesini belirsiz bir zaman tüneline bırakırsınız.

- **Yıllar Süren Sessizlik:** Dosyanız bir masada veya e-posta kutusunda **6 ila 12 ay** boyunca incelenmeyi bekler. Çoğu zaman bu bekleyişin sonu, dosyanın okunup okunmadığından bile emin

olamadığınız soğuk, matbu bir ret cümlesiyle ya da tamamen sessizlikle noktalanır.

- **Tevazunuzun Suistimali:** Yanıt beklediğiniz her gün edebi şevkiniz kırılır, kendinizi ve yeteneğinizi sorgulamaya başlarsınız. Oysa sorun sizin yazarlığınızda değil; yayınevinin tanınmamış bir isme bütçe ayırmaktan kaçınan "sıfır risk" politikasındadır. Onlar kısıtlı matbaa kapasitelerini zaten satan medyatik isimlere veya yabancı çevirilere ayırmayı seçerler. Hatta seçmek zorundadırlar.

2. Eserinizin Yabancısı Olmak mı, Sahibi Kalmak mı?

Geleneksel yayıncılıkta "Tüm masrafları biz karşılıyoruz" vaadi, beraberinde ağır bir bedel getirir: **Özgürlüğünüzün Devri.**

- Telifli modelde, bir çocuk gibi büyüttüğünüz eserinizin tüm yayın ve fikrî mülkiyet haklarını üç-beş yıllığına yayınevine devredersiniz. Kapağının nasıl olacağına, kitabın ne zaman basılacağına, hatta isminin değişip değişmeyeceğine siz değil, yayınevi karar verir. Karşılığında ise emeğinizin karşılığı olarak %5-%8 gibi sembolik teliflerle yetinmek zorunda kalırsınız.
- Destekli yayıncılıkta (örneğin **Karina Yayınevi** güvencesiyle) ise masaya bir iş ortağı olarak oturursunuz. Eserinizin telif ve mülkiyet hakları **%100 sizde kalır**. Kapağın renginden tipografisine kadar her detay sizin e-posta onayınızla şekillenir. Sayfa sayısından bağımsız olarak kendi eserinizin tek hâkimi siz olursunuz.

3. Hayallerinizi Ertelemeyin: Zamanın Maliyeti

Bir yazar için en acı şey, söylenmemiş sözlerin ve yazılmış sayfaların çekmecelerde çürümeye terk edilmesidir.

- İlk kitabınızın rafta durduğu o ilk ânı yaşamak, okurunuzdan gelen ilk mesajı okumak için yıllarca birilerinin size "izin verme-

sini" beklemek zorunda değilsiniz.

- Destekli yayıncılık, zaman kaybını ortadan kaldırır. Birkaç hafta içinde dosyanız editoryal süreçten geçer, profesyonel bir mizanpaj ve kapakla **D&R, İdefix, BKM Kitap, Trendyol ve Amazon Türkiye** gibi dev platformlarda satışa çıkar.

4. Şeffaf Bir İş Ortaklığı ve Sürdürülebilir Gelecek

Bireysel yayıncılık, bir "çaresizlik" değil; aksine dünyada ve Türkiye'de çağdaş yazarların kendi kaderini eline aldığı **en rasyonel ve prestijli yayıncılık modelidir**.

- Bütçenize uygun **Eko**, **Ortak** veya **Çoklu** paket seçenekleriyle neye ne kadar yatırım yaptığınızı bilirsiniz.
- Satılan her kitabınızdan hiçbir kotaya bağlı olmaksızın %40'a varan şeffaf telif geliri elde eder, birinci kitabınızın başarısını ve okur kitlesini kanıtlayarak yayın dünyasında kendi markanızı inşa edersiniz.

Yazmak yalnız yapılan bir eylemdir; ancak kitabınız bittiğinde artık yalnız kalmamalısınız. Emeğinizi başkalarının insafına veya uzun bekleme sürelerine terk etmek yerine; haklarınızı koruyan, eserinize nitelikli bir kitap gözüyle bakan ve arkasında köklü bir gelenek taşıyan kurumsal bir destekli yayıncıyla yola çıkmak, hayallerinize atacağınız en saygın ve mantıklı adımdır.

08

Yazar Adayları İçin Fikrî Mülkiyet ve Telif Hakları Rehberi

Bir edebi eser yaratmak; zihinsel birikimin, özgün kurgunun ve yoğun bir emeğin hukuki bir boyut kazanması sürecidir. Yazarlığa adım atan pek çok kalemin sıklıkla kafa karışıklığı yaşadığı alanların başında; ürettikleri metinlerin hukuki statüsü, sahip oldukları haklar ve bu hakların devlet nezdinde nasıl korunduğu gelir. Türkiye Cumhuriyeti hukuk sistemi, yaratıcı emeği en üst normlardan başlayarak özel kanunlarla teminat altına almıştır.

Anayasal Güvence ve Mülkiyet Hakkı

Fikrî emek, hukukumuzda sadece basit bir metin değil, anayasal koruma altında olan bir mülkiyet türüdür.

- **T.C. Anayasası Madde 27 (Bilim ve Sanat Hürriyeti):** "Herkes, bilim ve sanatı serbestçe öğrenme ve öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma yapma hakkına sahiptir." maddesiyle edebi ve bilimsel üretim özgürlüğü devlet güvencesine bağlanmıştır.
- **T.C. Anayasası Madde 35 (Mülkiyet Hakkı):** Fikrî mülkiyet, mülkiyet hakkının nitelikli bir türü olarak kabul edilir. Eser üzerindeki tasarruf yetkisi doğrudan yaratıcısına aittir.

5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) Esasları

Edebi çalışmaların hukuki niteliği ve yazar koruması, temelde **5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK)** çerçevesinde şekillenir.

- **Eserin Doğuşu ve Kendiliğinden Koruma (FSEK Madde 1/B ve 6):** Türk telif hukukunda "tescil" ya da "patent" şartı bulunmamaktadır. Bir metnin "eser" sayılması için *sahibinin hususiyetini (özgünlüğünü) taşıması* yeterlidir. Metninizi oluşturup somut bir ortama (kâğıda veya dijital dosyaya) aktardığınız an, hiçbir kuruma başvuru yapmanıza gerek kalmaksızın hukuki koruma kendiliğinden başlar.
- **Manevi Haklar (FSEK Madde 14-17):** Yazarın eseri üzerindeki manevi hakları kişiye sıkı sıkıya bağlıdır; devredilemez, vazgeçilemez ve miras yoluyla devre konu olamaz (sadece kullanımı devredilebilir).
  - **Umuma Arz Hakkı (Madde 14):** Eserin kamuoyuna sunulup sunulmayacağına, ne zaman ve hangi yöntemle sunulacağına yalnızca yazar karar verir.
  - **Adın Belirtilmesi Hakkı (Madde 15):** Eser üzerinde gerçek adınızın, müstear (takma) adınızın yer almasını veya adınızın tamamen gizli tutulmasını talep etmek mutlak hakkınızdır.
  - **Eserde Değişiklik Yapılmasını Menetme Hakkı (Madde 16):** Yazılı izniniz olmaksızın metniniz üzerinde biçimsel veya içeriksel hiçbir esaslı değişiklik yapılamaz.
- **Mali Haklar (FSEK Madde 21-25):** Eserin işlenme, çoğaltma, yayma, temsil ve dijital dâhil umuma iletim hakları münhasıran yazara aittir. Yayıncılarla yapılan tüm hukuki süreçler, bu mali hakların belirli süre, bölge ve şartlarla devredilmesi veya lisanslanması işlemidir. Koruma süresi, yazarın yaşamı boyunca ve vefatından itibaren 70 yıl devam eder (FSEK Madde 27).

Fikir ve İfade Ayrımı (İspat Hukuku Boyutu)

Telif hukuku prensipleri gereği "**fikirler değil, fikirlerin ifade ediliş biçimi**" korunur. Genel bir konu, tema veya soyut bir kurgu fikri telif korumasına konu olamaz; korunan unsur, o fikrin sizin diliniz ve üslubunuzla somutlaşmış halidir.

Hukuk Muhakemeleri Kanunu nezdinde, yazılan bir metnin size ait olduğunu gösteren her türlü yazılı doküman, e-posta yazışması, zaman damgası veya dijital veri delil niteliği taşır. FSEK ve Türk Ceza Kanunu hükümleri uyarınca başkasına ait bir eseri izinsiz kullanmak, değiştirmek veya sahiplenmek (intihal); ağır tazminat yaptırımlarının (FSEK Madde 68 uyarınca rayiç bedelin 3 katına kadar tazminat) yanı sıra hapis ve adli para cezasına varan ciddi yaptırımlara tabidir.

Sözleşme Hukuku ve Yazarın Dikkat Etmesi Gerekenler

Bir eser tamamlanıp yayınlama aşamasına gelindiğinde, yazar ile yayıncı arasındaki ilişki **Türk Borçlar Kanunu (Madde 487-501 Yayın Sözleşmesi)** ve FSEK hükümleriyle düzenlenir.

- **Yazılı Şekil Şartı (FSEK Madde 52):** Mali haklara ilişkin devir veya lisans sözleşmelerinin yazılı olması ve devredilen hakların tek tek, ayrı ayrı gösterilmesi kanuni bir zorunluluktur. Aksi halde yapılan devir geçersiz sayılır.
- **Hakların Sınırlandırılması:** Yazar, mali haklarının tamamını devredebileceği gibi sadece belirli bir baskı sayısı, belirli bir süre veya sadece basılı/dijital formatla sınırlı olarak da ruhsat verebilir.

Özetle; yasal mevzuat, kaleme aldığınız ilk cümleden itibaren metninizi tam koruma altına almaktadır. Haklarınızı ve kanuni sınırlarınızı bilmek, edebi üretim sürecinde en güçlü hukuki dayanağınızdır.

09

Destekli Bireysel Yayıncılıkta Yazar Adaylarının Yaşadığı Mağduriyetler ve Dikkat Edilmesi Gerekenler

Son yıllarda geleneksel yayıncılığın daralan imkânları ve uzun değerlendirme süreçleri, maliyetini kendi yüklenerek kitabını basmak isteyen yazar adaylarını "destekli bireysel yayıncılık" modeline yönlendirmiştir. Ancak bu model, doğru ve şeffaf çalışan yayınevleriyle yürütülmediğinde yazar adayları için ciddi mağduriyet kapılarına dönüşebilmektedir. Forumlarda, şikâyet platformlarında ve yayıncılık gruplarında daha önce bu süreçten canı yanmış yazarların paylaştığı acı tecrübeler incelendiğinde, sektördeki temel tuzaklar ve dikkat edilmesi gereken hususlar net biçimde ortaya çıkmaktadır.

Sözleşme Öncesinde ve Sürecinde Sık Yaşanan Mağduriyetler

Destekli yayıncılıkta yazarın hem müşteri hem de eser sahibi konumunda olması, bazı art niyetli firmalar tarafından suistimal edilmektedir. En çok öne çıkan mağduriyet başlıkları ise şunlardır:

- **Yetersiz veya "Matbaa Düzeyinde" Editörlük:** Yazarlara "profesyonel editörlük ve redaksiyon" hizmeti vaat edilip ücret alınmasına rağmen, dosyanın imla hataları dahi düzeltilmeden, olduğu gibi matbaaya gönderilmesi. Kitap basıldıktan sonra sayfa düzeni ve yazım yanlışlarıyla karşılaşan yazarlar büyük bir hayal kırıklığı yaşamaktadır.

- **Dağıtım ve Satış Ağı Yalanları:** Kitabın "tüm seçkin kitapçılarda ve zincir mağazalarda raflarda olacağı" sözü verilmesine karşın, uygulamanın sadece internet sitelerinde "sipariş üzerine baskı" (print on demand) veya pasif listelemeden ibaret kalması.
- **Telif ve Satış Raporlarının Gizlenmesi:** Sözleşmede belirlenen telif oranlarının ödenmemesi, kaç adet baskı yapıldığının ve kaç adet satıldığının yazardan gizlenmesi veya şeffaf satış panellerinin sunulmaması.
- **Pazarlama ve Tanıtım Vaatlerinin Tutulmaması:** Sosyal medya reklamları, basın bülteni dağıtımı, imza günleri ve röportaj organizasyonları gibi ek paketler için yüksek ücretler alınıp bu taahhütlerin hiçbirinin yerine getirilmemesi.
- **Fahiş Bandrol ve İkinci Baskı Ücretleri:** İlk baskı ücreti alındıktan sonra, kitabın devamı veya bandrol süreçleri için sözleşmede açıkça belirtilmeyen ek maliyetlerin çıkarılması ve yazarın metninin âdeta rehin tutulması.

Mağdur Olmamak İçin Yazar Adaylarının Dikkat Etmesi Gereken 6 Kritik Adım

Destekli bireysel yayıncılık modeli doğru kurgulandığında son derece prestijli ve hızlı bir yol olabilir. Ancak başınızın ağrımaması için başvuru sürecinde şu hususları mutlaka denetlemelisiniz:

1. Sözleşmedeki "Mali Hak Devri" Maddelerini Detaylıca İnceleyin: Sözleşmede devrettiğiniz mali hakların (çoğaltma, yayma, temsil) süresini, sınırını ve devir koşullarını mutlaka kontrol edin. Sözleşmenin ucu açık veya süresiz olmamasına, belirli bir yıl (örneğin 2-3 yıl) ile sınırlandırılmasına dikkat edin.

2. Editörlük Hizmetinin Kapsamını Netleştirin: Anlaşma sağlamadan önce "editörlük" hizmetinin neyi kapsadığını sorun. Sadece imla düzeltmesi mi (tashih) yoksa kurgusal ve üslupsal bir

müdahale mi (redaksiyon/geliştirici editörlük) yapılacağını yazılı olarak teyit edin.

3. Dağıtımın Detaylarını Öğrenin (Raf mı, İnternet Satışı mı?): Yayınevinin ana dağıtımcılarla (D&R, İdefix, BKM Kitap vb.) doğrudan çalışıp çalışmadığını, fiziki mağaza raflarına giriş garantisi verip vermediğini sorun. Fiziksel raf garantisi veren firmanın bunun lojistik maliyetini nasıl karşıladığını sözleşmede arayın.

4. Şeffaf Satış Raporlama Sistemi İşletip İşletmediklerini Sorun: Satılan her kitabın takibini nasıl yapacağınızı öğrenin. Yazar paneli üzerinden anlık mı yoksa 6 aylık periyotlarla mı raporlama yapıldığını, bandrol sorgulama verilerinin paylaşılıp paylaşılmayacağını önceden yazılı kayda geçirin.

5. Matbaa Baskı Adedini ve Kalitesini Kontrol Edin: Bastırmayı düşündüğünüz adetlerin gerçekten basılacağından emin olun. Yayınevinin daha önce bastığı diğer kitapların kâğıt kalitesini, cilt tipini ve kapak basım standartlarını fiziki olarak elinize alıp inceleyin.

6. Yayınevinin Geçmişini ve Referans Yazarlarını Araştırın: İlgili yayınevi ile daha önce çalışmış yazarları sosyal medya veya diğer kanallardan bularak süreçten memnun kalıp kalmadıklarını doğrudan sorun. Şikâyet sitelerinde yayınevi hakkında kronikleşmiş (ödenmeyen telifler, basılmayan kitaplar) başlıklar olup olmadığını kontrol edin.

Dikkat Edilmezse Başınıza Neler Gelebilir?

Bu kriterleri göz ardı ederek hareket ettiğiniz takdirde; ciddi miktarlarda finansal kayıp yaşayabilir, elinizde basım hatası dolu binlerce satılamayan kitapla baş başa kalabilir, telif haklarınızı yıllarca elinde tutan ama kitabınızı hiçbir yerde satmayan bir firmaya hukuki olarak bağlanabilir ve hepsinden önemlisi aylarca verdiğiniz edebi emeğin yıpranmasıyla moral kaybına uğrayabilirsiniz.

Yayıncılık bir iş ortaklığıdır. Profesyonel ve şeffaf bir yayınevi, sözleşmenin her maddesini açıkça izah etmekten ve aklınızdaki tüm soruları yanıtlamaktan çekinmez.

10

Yayıncılık "Hayal Tüccarlığı" Olmamalıdır

Türkiye'de geleneksel yayıncılık pazarının ağırlaşan ekonomik şartlar altında daralması, bireysel ve destekli yayıncılık alanında muazzam bir arz patlaması yarattı. Ancak bu kontrolsüz büyüme, sektörde yayıncılık etiğinden ve piyasa gerçeklerinden tamamen uzak, yazarların umutlarını ve ilk kitap heyecanını istismar eden "**hayal tüccarlığı**" kavramını ortaya çıkardı.

İnternet sitelerinde ve sosyal medya reklamlarında havada uçuşan vaatler, Türkiye'nin mevcut yayıncılık ekonomisi ve dağıtım kanallarının gerçekleriyle yan yana getirildiğinde ciddi bir illüzyon yaratmaktadır.

Aşağıda, sektörde pıtrak gibi çoğalan gerçek dışı vaatler, Türkiye'nin yayıncılık gerçekleri ve **Karina Yayınevi**'nin 14 yıllık şeffaf duruşu arasındaki rasyonel mukayese yer almaktadır:

1. Piyasada Satılan "Boş Hayaller" ve Piyasa Gerçekleri

Hayal 1: "%50 - %55 Telif Veriyoruz" Söylemi

- **Sektör Gerçeği:** Türkiye'de bir kitabın nihai etiket fiyatının ortalama **%45 ila %50'si** ana dağıtımcı ve perakende satış kanalına (D&R, BKM Kitap, Amazon vb.) iskonto/pay olarak gider. Kalan tutardan kâğıt, matbaa, kargo, KDV ve bandrol maliyetleri düşülür.
- **İllüzyon:** Bir firmanın etiket fiyatı üzerinden "%50-55 telif" vaat etmesi matematiksel ve ticari olarak imkânsızdır. Bu tür firmalar ya yüksek baskı/hazırlık ücretleri talep ederek maliyeti önden

yazardan fazlasıyla tahsil etmekte ya da bu telif oranını sadece kendi düşük trafikli web sitelerindeki cüzi satışlar için (o da net kâr üzerinden) geçerli kılmakta ya da yazara kolaylıkla erişemeyeceği satış kotaları dayatmaktadır.

- **Karina Farkı:** Karina Yayınevi, yazarına uygulanabilir ve sürdürülebilir olan **%40'a varan şeffaf telif oranları** sunar. Ne alacağınızı ve sistemin nasıl işlediğini ilk günden net sözleşme şartlarıyla bilirsiniz.

Hayal 2: "Türkiye'deki Tüm Kitabevlerinin Raflarında Olacaksınız"

- **Sektör Gerçeği:** Türkiye'de her ay binlerce yeni başlık basılmaktadır. D&R gibi zincir mağazaların veya bağımsız fiziki kitabevlerinin raf kapasitesi son derece kısıtlıdır. Kitabevleri, tanınmamış veya reklam bütçesi olmayan ilk kitapları fiziki raflarına dizmek istemez; sadece sipariş üzerine dağıtımcıdan çeker.
- **İllüzyon:** "Her kitabevinin rafındayız" vaadi gerçeği yansıtmaz. Yayıncı sadece dağıtım kataloğuna giriş sağlar, kitabın tüm raflara dizileceğini garanti edemez.
- **Karina Farkı:** Karina Yayınevi hayal satmaz. Arkasındaki **Telgrafhane Yayınları** altyapısı ile kitabınızın **D&R, İdefix, BKM Kitap** gibi majör e-ticaret platformlarında doğrudan satışa açılacağını ve tüm fiziki kitabevlerinin sipariş sistemlerine (dağıtım ağları) entegre edileceğini dürüstçe taahhüt eder.

Hayal 3: "Sizi Çok Satan Yapacağız / Ulusal Basında Garantili Tanıtım"

- **Sektör Gerçeği:** Bir kitabın "bestseller" olması veya ulusal basında/televizyonlarda yer bulması; organik okur ilgisi, nitelikli editoryal içerik ve yüksek bütçeli halkla ilişkiler çalışmalarıyla mümkündür.
- **İllüzyon:** Yayın paketinin yanına "garantili çok satan" veya "ulusal medyada haber" etiketi koyan yapılar, genellikle birkaç

merdiven altı blogda bülten yayımlatıp yazarı oyalamaktadır.

- **Karina Farkı:** Kitabınızı bir şaheser veya kesin çok satan olarak ambalajlamak yerine; uzman editör kadrosuyla editoryal kalitesini yükseltir, profesyonel mizanpaj ve özgün kapak tasarımı sunarak eserinizi "nitelikli bir kitap" statüsüne çıkarır.

Edebiyat dünyasına ilk adımınızı atarken ihtiyacınız olan şey süslü reklam vaatleri veya tutulamayacak sözler değil; piyasanın gerçeklerini bilen, kitabınıza hak ettiği niteliği kazandıran ve 14 yıldır 1000'den fazla esere hayat vermiş dürüst bir yayın ortağıdır.

Karina Yayınevi, Ankara yayıncılık etiğiyle edebiyat yolculuğunuzda size ayağı yere basan en güvenilir yol arkadaşı olacaktır.

11

İlk Kez Kitap Çıkaracak Yazar Adayları İçin Yayınevi Seçim Rehberi

Türkiye'deki yayıncılık pazarında geleneksel modelin yüksek reddedilme oranları ve uzun değerlendirme süreçleri, ilk kez kitap çıkaracak yazar adaylarını **destekli (bireysel) yayıncılık** modeline yönlendirmektedir. Bu modelde yazar, eserinin yayın maliyetine katkıda bulunarak kontrolü ve telif haklarını elinde tutar. Ancak Türkiye pazarında faaliyet gösteren destekli yayıncılık firmalarının hizmet standartları, sözleşme şartları ve dağıtım güçleri arasında ciddi farklılıklar bulunmaktadır.

İlk kitabını yayımlatacak bir yazar adayının yayınevi seçerken dikkat etmesi gereken kritik kriterlere ve bu kriterler ışığında **Karina Yayınevi**'nin sunduğu avantajlara gelin birlikte göz atalım:

1. Fikrî Mülkiyet ve Telif Haklarının Korunması

Sektördeki en büyük risklerden biri, yazarın tüm emeğini yayınevine devretmek zorunda kalmasıdır. Bazı firmalar yüksek maliyetler talep etmesine rağmen telif oranlarını sembolik seviyelerde tutar.

- **Neye Dikkat Edilmeli?** Sözleşmede eserin tüm telif ve fikrî mülkiyet haklarının yazara ait kaldığı açıkça belirtilmelidir.
- **Karina Yayınevi Farkı:** Karina Yayınevi, destekli yayıncılık ilkesi gereği eserin telif haklarını tamamen yazara bırakır. Satış modeline bağlı olarak **%40'a varan ve hiçbir şartla sınırlanma-**

mış yüksek telif oranları sunarak yazarın emeğinin karşılığını doğrudan almasını sağlar.

2. Şeffaf Dağıtım Ağları ve Satış Kanalları

Türkiye'de pek çok destekli yayıncı, kitabı bastıktan sonra yalnızca kendi web sitesinde sergiler veya çeşitli bahanelerle majör satış sitelerine giriş yapmaz.

- **Neye Dikkat Edilmeli?** Kitabın basıldığı andan itibaren fiziki ve online mecralarda siparişe açık hâle gelip gelmediği sorgulanmalıdır.
- **Karina Yayınevi Farkı: karinakitap.com** ve **okumaodasi.com** merkezli altyapısıyla Karina Yayınevi; basılan her eseri ön satış şartı veya ek engel koymaksızın (Ortak Paket ve Çoklu Paket'te) **D&R, İdefix, BKM Kitap, Trendyol ve Amazon Türkiye** gibi Türkiye'nin en büyük satış platformlarına ve tedarikçilerine her an gönderilecek şekilde hazır tutar.

3. Editoryal Destek ve Tasarım Nitelikleri

Matbaa hizmeti veren "merdiven altı" bazı yayıncılar, metne hiçbir editoryal dokunuş yapmadan ve şablon kapak tasarımlarıyla kitabı baskıya gönderir. Bu durum yazarın prestijini zedeler.

- **Neye Dikkat Edilmeli?** Yayınevinin imla/düzelti (redaksiyon) desteği sunup sunmadığı ve kapağın yazara özel kurgulanıp kurgulanmadığı kontrol edilmelidir.
- **Karina Yayınevi Farkı:** Karina, her dosyayı profesyonel editör masasından geçirir. İç dizgide (mizanpaj) uluslararası tipografi standartlarını uygular ve yazarın yazılı e-posta onayı alınmadan kapak veya iç sayfa baskısına kesinlikle geçmez.

4. Esnek Paket Seçenekleri ve İhtiyaca Uygunluk

Her yazarın hedefi ve bütçesi aynı değildir. Tek tip paket dayatan yayıncılar yazarın bütçesini zorlayabilir.

- **Neye Dikkat Edilmeli?** Yayınevinin farklı yazar profillerine (akademisyen, seri roman yazarı, bütçe odaklı yazar) özel paketler sunabilmesi gerekir.
- **Karina Yayınevi Farkı:** Karina Yayınevi; bütçe dostu **Eko Paket**, doğrudan kitlesel dağıtım sağlayan **Ortak Paket**, iddialı bir başlangıç yapmak isteyen yazar adaylarına sunduğu **Çoklu Paket** ve akademik standartlara uygun **Akademik Paket** gibi çeşitlendirilmiş seçenekleri ile sektörde yazar odaklı yaklaşımıyla öne çıkar.

5. Yasal Prosedürler ve Şeffaf İletişim

Bandrolü alınmayan veya korsan baskı riski taşıyan belirsiz yayıncılardan uzak durulmalıdır.

- **Neye Dikkat Edilmeli?** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı onaylı resmi ISBN ve bandrol süreçlerinin yayınevi tarafından eksiksiz yürütüldüğünden emin olunmalıdır.
- **Karina Yayınevi Farkı:** Başvurudan bandrol alımına, matbaa sürecinden yazar kopyalarının teslimine kadar tüm aşamalar şeffaf bir iletişimle yürütülür.

Türkiye'deki destekli yayıncılık pazarında doğru yayınevini seçmek, ilk kitabınızın geleceğini belirler. Haklarınızı koruyan, eserinize matbaa ürünü değil "*nitelikli bir kitap*" gözüyle bakan ve güçlü dağıtım ağıyla arkasında duran **Karina Yayınevi**, ilk kez kitap çıkaracak yazar adayları için en güvenilir ve profesyonel limandır.

12

Pıtrak Gibi Çoğalan Yayıncılar Çağında Doğru Liman: Karina Yayınevi

Türkiye'de geleneksel (klasik) yayıncılık pazarının ağırlaşan mali şartlar ve yüksek riskler nedeniyle kapılarını yeni yazarlara neredeyse tamamen kapatması, dağıtım kanallarının da sınırlı sayıda "çok satan" isme odaklanması, edebiyat dünyasında büyük bir boşluk yarattı. Yazma tutkusunu raflara taşımak isteyen binlerce yazar adayının bu arayışı, piyasada **destekli (bireysel) yayıncılık** modelinin hızla büyümesini sağladı.

Ancak bu talep patlaması, beraberinde ciddi bir nitelik ve güven krizini de getirdi. Son yıllarda âdeta **pıtrak gibi çoğalan**, yayıncılık geçmişi ve editoryal birikimi olmayan, sadece "matbaa aracılığı" yapan sayısız kontrolsüz yapı sektörü kapladı. Birçoğu ilk krizde kapanan, yazarına muhatap bırakmayan veya kitabını fason mizanpajlarla basıp e-ticaret sitelerinde kaderine terk eden bu yapılar arasında kaybolmamak, yazar adayı için en kritik aşama hâline geldi.

İşte bu kontrolsüz çoğalma çağında, **Karina Yayınevi**'ni sıradan bir "fiyat teklifi veren firma" olmaktan çıkarıp edebiyat yolculuğunuzun en güvenilir partneri kılan temel özellikler tam da bu köklülük ve profesyonellikte saklı:

1. Sektörün En Deneyimlilerinden ve En Çok Kitap Basmış Olanlarından

Bireysel yayıncılık Türkiye'de henüz bu denli konuşulmazken, 14 yıl önce bu yolculuğa başlayan Karina Yayınevi, alanın **en eski ve en**

tecrübeli markalarındandır.

- **1000'den Fazla Eser Birikimi:** Onlarca farklı türde 1000'den fazla kitabı başarıyla okurla buluşturan yayıncılık masamız, bir dosyanın karşılaşabileceği her türlü teknik, hukuki ve dağıtım engelini tecrübesiyle aşmış durumdadır.
- **Geçici Değil, Kalıcı Kurumsallık:** Piyasada birkaç ay içinde açılıp kapanan yapıların aksine Karina Yayınevi, kurumsal hafızası ve **Telgrafhane Yayınları** gibi köklü bir gelenekten aldığı güçle yerini sarsılmaz kılmaktadır.

2. Matbaa Aracılığı Değil, Gerçek Editoryal Disiplin

Pıtrak gibi çoğalan firmaların en büyük tuzağı, kitabı sadece bir "kâğıt baskı nesnesi" olarak görmeleridir.

- **Nitelikli Kitap Mizanpajı:** Karina Yayınevi'nde dosyanız hazır şablonlara atılıp basılmaz. Dosyanız, uzman editörlerimizin süzgecinden geçer; özel tipografi, mizanpaj ve kitabın ruhuna uygun özgün kapak tasarımlarıyla "raf değeri olan nitelikli bir eser" hâline getirilir.
- **Yazarın Onayı Şarttır:** Sürecin hiçbir aşamasında yazardan bağımsız hareket edilmez. İç tasarımdan kapak görseline kadar her detayda yazarın **yazılı e-posta onayı** alınmadan matbaa aşamasına geçilmez.

3. Dağıtımcıların ve Kitabevlerinin Güvendiği İsim

Dağıtım şirketleri ve kitapçılar, merdiven altı olarak gördükleri imzasız veya yeni türemiş yayıncıların kitaplarına raf ayırmaktan kaçınır.

- **Eş Zamanlı Ulusal Görünürlük:** Karina Yayınevi etiketini taşıyan her eser, **okumaodasi.com** merkezli vitrinimizin yanı sıra

D&R, İdefix, BKM Kitap ve Amazon Türkiye başta olmak üzere tüm majör platformlarda satışa açılır.

- **Gelişmiş Dağıtım Ağı:** Arkasındaki kurumsal güven sayesinde ana dağıtım kanallarında cari hesapları bulunan yayınevimiz, kitabınızın Türkiye genelindeki kitabevlerinin sipariş sistemlerine doğrudan entegre olmasını sağlar.

4. Şeffaf Sözleşme ve %100 Fikrî Hak Güvencesi

Gözü kapalı imzalatılan ve hak kaybına yol açan karmaşık sözleşmelerin aksine Karina Yayınevi, Ankara yayıncılık etiğinin şeffaflığını sunar:

- **Haklarınız %100 Sizde Kalır:** Eserinizin mali, manevi ve fikrî mülkiyet hakları tamamen sizin kontrolünüzdedir.
- **Yüksek ve Zamanında Telif:** Satış modelinize göre **%40'a varan şeffaf telif oranları** sunulur ve raporlamalar zamanında yapılır.

Sonuç: Kalitesiz baskılarla, muhatapsız e-postalarla ve birkaç ay sonra kapanma riski taşıyan acemi yapılarla emeğinizi ve bütçenizi riske atmayın. İlk kitabınızla edebiyat dünyasına saygın, kalıcı ve profesyonel bir giriş yapmak istiyorsanız; sektörün en köklü ve en çok kitap basmış uzman adreslerinden olan **Karina Yayınevi** ile yola çıkmak en rasyonel karardır.

13

Klasik Yayıncılık Güvencesiyle Destekli Yayıncılık: Niçin Karina Yayınevi?

Türkiye yayıncılık pazarında her yıl binlerce yeni dosya kaleme alınmakta; ancak özellikle ilk kitabını yayımlatmak isteyen yazar adayları için yayın dünyasının kapıları oldukça dar bir aralıktan ibaret kalmaktadır. Geleneksel yayıncılığın uzun değerlendirme süreçleri ve yüksek reddedilme oranları yazarları alternatif modellere yöneltirken; dağıtımcılar ve kitabevleri ise ticari riski yüksek gördükleri ilk kitaplara raf ayırmakta çekimser kalmaktadır.

İşte bu noktada **Karina Yayınevi**, arkasındaki **Telgrafhane Yayınları** gibi rüştünü ispatlamış, köklü bir klasik yayıncılık markasının deneyimi ve kurumsal gücüyle destekli yayıncılık alanında ezber bozan bir konuma yerleşmektedir. Klasik bir yayıncılık markasının alt yapısı olarak faaliyet göstermek, hem yazar adayı hem de dağıtım kanalları nezdinde eşsiz avantajlar yaratmaktadır:

1. Dağıtımcılar ve Kitabevleri Nezdinde Kurumsal Güven

Dağıtım şirketleri ve kitapçılar, yeni kurulan veya sadece matbaa hizmeti veren "destekli yayıncı" etiketli firmaların bastığı kitaplara mesafeli yaklaşır. Arkasında Telgrafhane Yayınları gibi yayıncılık etiğine, editoryal süzgece ve güçlü bir dağıtım ağına sahip ana bir kurumun bulunması:

- **Tedarik Kolaylığı Sağlar:** Telgrafhane Yayınları'nın dağıtımcılar ve kitabevleri nezdindeki açılmış cari hesapları ve kurulu dağı-

tım kanalları, Karina Yayınevi etiketli kitapların doğrudan bu ağa entegre olmasını sağlar.

- **İade ve Lojistik Güveni Oluşturur:** Kitabevleri, arkasında kurumsal bir yayıncılık firması olan markaların ürünlerini rafta ve sistemde sergilemekten çekinmez.

2. İlk Kitabını Basan Yazarlar İçin "Nitelikli Kitap" Garantisi

İlk kez kitap çıkaracak bir yazarın en büyük endişesi, eserinin matbaa kalitesinde kalması ve "ücretini ödeyip bastırdı" algısıyla niteliksizleşmesidir.

- **Klasik Yayıncılık Disiplini:** Telgrafhane Yayınları'nın yayıncılık ilkeleri, Karina Yayınevi'nin editoryal masasına doğrudan yansır. Kitap şablon bir mizanpajla değil; profesyonel editör kontrolü, dil bilgisi redaksiyonu ve özgün kapak tasarımı aşamalarından geçerek "nitelikli bir eser" olarak raflara çıkar.
- **Prestij Kaybının Önüne Geçer:** Yazar, destekli yayıncılık kolaylığından faydalanırken aynı zamanda rüştünü ispatlamış bir yayın grubunun kalite standartlarını arkasına almış olur.

3. Oturmuş Pazarlama ve Dağıtım Ekosistemi

Bağımsız destekli yayıncıların yaşadığı en büyük kilitlenme noktası, kitabı bastıktan sonra dağıtacak kanal bulamamalarıdır.

- Karina Yayınevi, Telgrafhane Yayınları'nın yıllar içinde inşa ettiği fiziki ve dijital dağıtım altyapısından faydalanır.
- Eserler basıldığı andan itibaren başta D&R, İdefix, BKM Kitap ve Amazon Türkiye gibi majör platformlara doğrudan servis edilir.

Tekrar edelim: Piyasada "destekli yayıncılık" adı altında hizmet veren yüzlerce imzasız ve niteliksiz yayıncı arasından Karina Yayınevi'ni ayıran temel güç; arkasındaki Telgrafhane Yayınları'nın

kurumsal birikimidir. Bu yapı, hem dağıtımcıların "güvenilir tedarikçi" algısıyla kitabı kabul etmesini sağlar hem de ilk kitabını basan yazarın edebiyat dünyasına saygın ve sağlam bir adım atmasına imkân tanır.

14

Ankara'da Yayıncılığın Köklü Kalesi: 14 Yıllık Güvenle Hayalinizden Eserinize

Türkiye'nin edebiyat, fikir ve yayıncılık tarihindeki yeri tartışılmaz olan Ankara; cumhuriyetin kurucu aklını, edebi disiplini ve yayıncılık etiğini bünyesinde barındıran mütevazı ama sarsılmaz bir okul gibidir. Bu köklü Ankara yayıncılığı geleneğinin kalbinde doğan **Karina Yayınevi**, tam 14 yıldır **Ankara'da destekli (bireysel) yayıncılık alanında faaliyet gösteren ilk ve en eski marka** olmanın gururunu taşımaktadır.

Geleneksel yayıncılık dünyasının İstanbul merkezli yüksek maliyetli, ticari kaygıları yüksek ve yeni yazarlara kapılarını kapatan sert yapısına karşı; Ankara'nın o güven veren, ciddiyetini koruyan ve emeğe saygı duyan yaklaşımını temsil ediyoruz.

Neden Ankara'nın Alanında En Deneyimli Yayınevi ile Yola Çıkmalısınız?

Eserinizi emanet edeceğiniz yayınevini seçmek, sadece bir matbaa hizmeti satın almak değildir; o eserin arkasında duracak kurumsal bir duruşu ve tecrübeyi yanınıza almaktır. Ankara'da bireysel yayıncılığın öncüsü konumundaki Karina Yayınevi'ni sektördeki diğer yapılardan ayıran temel unsurlar şunlardır:

1. 14 Yıllık Köklü Ankara Yayıncılığı Geleneği

Son yıllarda mantar gibi türeyen, yayıncılık geçmişi olmayan ve ilk krizde kapanan imzasız adreslerin aksine; Karina Yayınevi 14 yıllık

birikimiyle **Telgrafhane Yayınları** gibi saygın bir gelenekten beslenir. Ankara'nın yayıncılık disiplinini her adımda hissedersiniz: Sözümüzün arkasındayız, süreçlerimiz şeffaftır ve iletişimimiz dürüstlük ilkesine dayanır.

2. Matbaa Değil, Editoryal Masası Olan Gerçek Bir Yayınevi

Bireysel yayıncılık adı altında yazarların karşısına çıkan pek çok firma, kitabınızı şablon tasarımlarla basıp geçen matbaa aracılarından ibarettir. Karina Yayınevi ise uzman editör kadrosu, özel mizanpaj çözümleri ve özgün kapak tasarımlarıyla dosyanıza "raf değeri olan nitelikli bir kitap" gözüyle bakar.

3. Fikrî Haklarınızda %100 Güvence ve Şeffaflık

Ankara yayıncılık etiğinin gereği olarak, imzaladığımız sözleşmelerde eserin tüm mali, manevi ve telif hakları **%100 sizde kalır**. İç mizanpajdan kapak görseline kadar hiçbir detay yazılı e-posta onayınız olmadan tamamlanmaz. Üstelik satış modellerimizde yazarlarımıza **%40'a varan yüksek ve şeffaf telif oranları** sunarız.

4. Ankara'dan Türkiye'nin Tüm Raflarına Kesintisiz Dağıtım

Eseriniz, **okumaodasi.com** merkezli dijital vitrinimizin yanı sıra **D&R, İdefix, BKM Kitap ve Amazon Türkiye** başta olmak üzere tüm ulusal pazar yerlerinde satışa açılır. Ana dağıtım ağlarımız sayesinde Türkiye genelindeki tüm kitabevlerinin sipariş sistemlerine doğrudan erişim sağlanır.

Çekmecenizdeki Sözler Ankara'nın En Güvenilir Adresinde Esere Dönüşsün

Geleneksel yayınevlerinin e-posta kutularında yıllarca yanıt beklemek ya da yayıncılıktan anlamayan yapılarla zaman ve bütçe kaybetmek zorunda değilsiniz. **Eko, Ortak, Çoklu ve Akademik** paket

seçeneklerimiz arasından bütçenize en uygun modeli belirleyerek, edebiyat dünyasına ilk adımınızı başkentin alanında en köklü markasıyla atabilirsiniz.

Tecrübeli kadromuz, hayalinizi gerçeğe dönüştürmek için hazır.

15

Yapay Zekâya Sorduk: Karina Yayınevi'ni Diğer Destekli Bireysel Yayıncılık Firmalarından Ayıran Özellikler Nelerdir?

Destekli bireysel yayıncılık sektörü son yıllarda hızla büyürken, yazar adaylarının karşısına pek çok farklı yayın seçeneği çıkıyor. Ancak tabelasında "yazar destekli yayıncılık" yazan her kurumun sunduğu hizmet kalitesi ve iş etiği aynı değil. Birçoğu yazarları sadece birer "matbaa müşterisi" gibi görürken, bazıları bu süreci gerçek bir editoryal iş birliğine dönüştürüyor.

Peki, piyasadaki irili ufaklı firmalar arasından **Karina Yayınevi** neyi temsil ediyor? Bu sorudan yola çıktık ve objektif verilere dayalı bir analiz yapmak için sorumuzu doğrudan gelişmiş yapay zekâya yönelttik: **"Karina Yayınevi'ni sektördeki diğer destekli bireysel yayıncılık firmalarından ayıran temel farklar nelerdir?"**

İşte yapay zekânın veri taramaları, sektör analizleri ve yazar geri bildirimleri doğrultusunda çıkardığı 5 net fark:

1. Sadece "Matbaa Baskısı" Değil, Kurumsal Yayıncılık Niteliği: Sektördeki pek çok firma, yazardan gelen metni olduğu gibi matbaaya gönderen birer aracı kurum gibi çalışır. Yapay zekâ analizlerine göre Karina Yayınevi'ni ayıran ilk çizgi; Yayıncılar Telif Hakları ve Lisanslama Meslek Birliği (YAYBİR) üyesi ve Yayıncılar Kooperatifi (YAYKOOP) kurucu üyesi olmasıdır. Yani eseriniz, sıradan bir matbaa çıktısı olarak değil, kurumsal yayıncılık

kimliğine ve etik değerlerine sahip profesyonel bir çatı altında basılır.

2. Gelişmiş Özgün Altyapı: Okuma Odası ve Dijital Ekosistem: Diğer bireysel yayıncılık firmaları dağıtımda neredeyse tamamen üçüncü taraf firmalara bağımlıyken, Karina Yayınevi kendi bünyesinde yer alan **Okuma Odası** satış platformuyla öne çıkıyor. Yapay zekâya göre bu altyapı, kitabın hem doğrudan okura ulaşmasını hem de üyelik şartı olmaksızın hızlıca sipariş edilebilmesini sağlıyor. Ayrıca e-kitap tarafında **Google Play** altyapısıyla entegre çalışılarak eserlerin küresel ölçekte erişilebilir kılınması büyük bir teknolojik artı.

3. "ÜAK Tanınmış Uluslararası Yayınevi" Statüsü: Özellikle akademik eser, araştırma-inceleme ve kuramsal çalışma yayınlatmak isteyenler için yapay zekânın tespit ettiği en somut farklardan biri bu. Karina Yayınevi, Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı (ÜAK) kriterlerine göre "**Tanınmış Uluslararası Yayınevi**" statüsündedir. Bu durum, akademisyen ve araştırmacı yazarların akademik teşvik ve doçentlik süreçlerinde eserlerini tam güvenle yayımlatmalarını sağlar.

4. Şeffaf Telif Politikası ve Kitap Alma Zorunluluğunun Olmaması: Piyasadaki en büyük mağduriyetlerden biri, gizli maliyetler ya da baskı sonrası yazara yüksek adetlerde "**kendi kitabını satın alma zorunluluğu**" getiren sözleşmelerdir. Algoritma verileri, Karina Yayınevi'nin bu tarz sürpriz maddeler barındırmayan, zamanında ve eksiksiz telif ödemesi yapan şeffaf bir sürece sahip olduğunu gösteriyor. Yazara dayatılan zorunlu stok alımları yerine, yazarın haklarını koruyan net paket seçenekleri sunuluyor.

5. Yayıncı Geçmişine Sahip Mutfak Ekibi ve Fuar Katılımları: Bireysel yayıncılıkta genellikle satış temsilcileriyle muhatap olunurken; Karina'da sürecin mutfağında yayıncılık, dergicilik ve edebiyat kökenli editörler yer alıyor. Bunun yanı sıra, basılan

kitapların sadece dijital raflarda kalmayıp Türkiye genelindeki kitap fuarlarında yer alması ve imza günleriyle desteklenmesi, yazara sunulan gerçek bir yayıncılık tecrübesi yaratıyor.

Sonuç: Neden Fark Yaratıyor?

Yapay zekânın çıkardığı özet tablo şunu gösteriyor: Piyasada "parayı ver, kitabı bas" mantığıyla hareket eden sayısız seçenek varken; **Karina Yayınevi**, yazar destekli yayıncılık modelini **geleneksel yayıncılık prestiji, etik ilkeler ve güçlü bir dağıtım ağıyla** birleştiriyor.

Eğer siz de dosyanızı teslim edeceğiniz yayınevini seçerken bu kriterleri ön planda tutuyorsanız, karar aşamasında aklınıza takılan diğer noktaları konuşmak üzere bize ulaşabilirsiniz.

Ve elbette... Teşekkürler yapay zekâ!

16

Karina Yayın Paketleri Analizi: Hangi Yazar Hangi Paketi Seçmeli?

Destekli yayıncılık modelinin Türkiye'deki öncü temsilcilerinden **Karina Yayınevi**, her yazar adayının bütçesine, hedeflerine ve dağıtım beklentilerine yönelik farklı paket seçenekleri sunmaktadır. Unutulmamalıdır ki dosyanız için doğru paketi seçmek yayıncılık serüveninizin başarısını doğrudan etkiler.

Aşağıda, yayınevimizin sunduğu yayın paketleri ve hangi yazar profilinin hangi seçeneği tercih etmesi gerektiği detaylıca irdelenmiştir:

1. Eko Paket: Bütçe Dostu Giriş ve Risk Yönetimi

- **Paket Özellikleri:** En düşük maliyetli başlangıç seçeneğidir. Sayfa sayısına göre bütçe dostu fiyatlandırma sunar ve yazara 15 adet ücretsiz telif nüshası teslim edilir. Kitabın genel dağıtıma açılması, öncelikle belirlenen satış eşiğinin (Okuma Odası platformu üzerinden) tamamlanması esasına dayanır.
- **Hangi Yazar Seçmeli?**
  - **İlk Kez Yazacak, Risk Hassasiyeti Yüksek Adaylar:** Yayıncılık dünyasına girerken yüksek bütçeler ayırmak istemeyenler.
  - **Kendi Çevresine Güvenenler:** Sosyal çevresi veya yerel okur ağı vasıtasıyla ön satışı hızlıca tamamlayıp genel dağıtıma geçebilecek yazarlar.

- **Test Amacı Güdenler:** Metninin yazın dünyasındaki karşılığını düşük maliyetle görmek isteyenler.

2. Karina Ortak Paket: En Çok Tercih Edilen Dengeli Model

- **Paket Özellikleri:** Yayınevimizin amiral gemisi paketidir. Kitabın basımının ardından herhangi bir ön satış şartı aranmaksızın dosya **doğrudan ulusal genel dağıtıma** açılır. D&R, İdefix, BKM Kitap ve Amazon gibi tüm majör platformlarda satışa sunulur. Yazara 50 adet ücretsiz nüsha teslim edilir ve ek kitap alımlarında %50 indirim tanımlanır.
- **Hangi Yazar Seçmeli?**
  - **Profesyonel Görünürlük Hedefleyen Roman ve Öykü Yazarları:** Kitabının ânında tüm Türkiye'deki online kitapçılarda yer almasını isteyenler.
  - **Kapsamlı Editoryal Destek Bekleyenler:** Metninin tasarımı, kapak vizyonu ve mizanpajıyla eksiksiz yayınevi standardında olmasını önemseyen adaylar.
  - **Bireysel Satışla Uğraşmak İstemeyenler:** Dağıtım ve lojistik süreçlerini tamamen yayınevine bırakıp kitlesel okura ulaşmayı hedefleyenler.

3. Karina Çoklu Paket: Satışına Güvenen Yazarlar İçin

- **Paket Özellikleri:** Her ne kadar uzun yıllar oturduğu tahtını Ortak Paket'e kaptırmış olsa da hâlâ kitabını bir seferde ve toplu olarak bastırıp hem birim baskı maliyetini en düşükte hem de telif gelirini (%40) en yukarıda tutmak isteyen, kitabının satışına peşinen güvenen yazarların tercihidir.
- **Hangi Yazar Seçmeli?**
  - **Satışını Öngören ve Telifini Korumak İsteyenler:** Şayet yazar kitabının 500 ve üzeri adette kesin olarak satacağından

eminse ve bütçesi de baskı maliyetini karşılamaya uygunsa, %40'lık bir telif geliri hedefiyle Çoklu Paket'i tercih edebilir.

- **Birim Maliyet Avantajı İsteyenler:** Kitap başına harcanan bütçeyi en aza indirgeyerek bütçesini böylece planlayanlar.

4. Karina Akademik Paket: Uzmanlık ve Referans Eserler

- **Paket Özellikleri:** Akademisyenler, araştırmacılar, doktora/yüksek lisans tezlerini kitaplaştırmak isteyenler veya uzmanlık alanı kitapları (tarih, sosyoloji, psikoloji vb.) için özel kurgulanmış seçenektir. Akademik dipnot, kaynakça ve indeks standartlarına uygun dizgi süreçlerini içerir.
- **Hangi Yazar Seçmeli?**
  - **Akademisyenler ve Araştırmacılar:** Tezini veya akademik bildirisini resmi ISBN/bandrol ile literatüre kazandırmak isteyenler.
  - **Referans Kitap Yazarları:** Belirli bir disipline, üniversite kütüphanelerine ve uzman okur kitlesine hitap edenler.

5. e-Kitap ve Dijital Yayıncılık Paketi: Küresel Erişim

- **Paket Özellikleri:** Fiziki matbaa baskısı maliyetlerine girmeden eserin Google Play Books ve dijital platformlar üzerinden küresel erişimini sağlayan dijital yayın modelidir.
- **Hangi Yazar Seçmeli?**
  - **Yurt Dışındaki veya Dijital Odaklı Yazarlar:** Fiziksel kargo ve matbaa sınırlarını aşmak isteyenler.
  - **Genç Dijital Okur Kitlesini Hedefleyenler:** E-kitap okuyucu cihaz kullanan kitleye hitap edenler.

Özetle: Bütçeniz kısıtlıysa **Eko Paket**, ânında ulusal dağıtım ve yüksek görünürlük için **Ortak Paket** tercih edilmelidir. Kitabınızın

çok yüksek satış rakamlarına erişeceğinden eminseniz ve bütçenizi de optimize etmek istiyorsanız **Çoklu Paket** en avantajlı seçenektir. Akademik çalışmalar için ise **Akademik Paket** seçilmelidir. Karar vermeden önce yayın sorumlumuzla görüşmenizi ise mutlaka ama mutlaka öneriyoruz.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Dosyadan Kitaba

Sözleşmeden matbaaya: editörlük, tasarım, sabır ve o kaçınılmaz doğum sancısı.

17

Destekli Yayıncılık Modeliyle Kitabınızı Yayıma Hazırlarken Editörden Tavsiyeler

Destekli (bireysel) yayıncılık, eserinizin tüm telif haklarının, fikrî mülkiyetinin ve yayın kararlarının sizde kaldığı; yayınevinin ise editörlük, mizanpaj, kapak tasarımı, matbaa ve dağıtım gibi teknik süreçlerde çözüm ortağınız olduğu profesyonel bir modeldir.

Bu süreçte kitabınız bir reddedilme kaygısıyla değerlendirilmez; ancak eserinizin okurla buluştuğunda en yüksek kaliteye ulaşması tamamen yayınevine teslim edeceğiniz dosyanın niteliğine bağlıdır. Dosyanızı Karina Yayınevi ekibimize iletmeden önce son şeklini verirken dikkat etmeniz gereken temel noktalar:

1. Metinsel Hazırlık ve İçerik Bütünlüğü

- **Nihai Taslak:** Destekli yayıncılıkta mizanpaj (sayfa düzeni) aşamasına geçildikten sonra metin üzerinde yapılacak büyük değişiklikler süreci zorlaştırır. Kurgusal revizyonlarınızı ve son eklemelerinizi teslim öncesinde tamamlayın.
- **Alıntı ve Telif Kontrolü:** Metninizde yer alan görseller, dipnotlar veya telif hakkına tabi uzun alıntılar/şarkı sözleri varsa bunlara ait izinleri ve kaynak gösterimlerini eksiksiz hazırlayın.
- **Bölüm ve Hiyerarşi Düzeni:** İçindekiler, bölüm başlıkları ve alt başlıkların hiyerarşisini belirgin hâle getirerek mizanpaj ekibine net bir taslak sunun.

2. Yayın Tercihleri ve Editoryal Seçimler

- **Editoryal Müdahale Seviyesi:** Eseriniz için ihtiyacınız olan hizmeti belirleyin. Sadece yazım ve imla kontrolü (redaksiyon) mu istiyorsunuz, yoksa metnin akışını ve kurgusunu güçlendirecek kapsamlı bir editörlük desteği mi talep ediyorsunuz?
- **Kapak Vizyonu ve Tasarım Referansları:** Hayalinizdeki kapak tasarımı için belirlediğiniz renk skalasını, örnek kapak görsellerini ve grafik tasarımcımıza iletmek istediğiniz ana fikirleri not edin.
- **Ebat ve Kâğıt Türü:** Kitabınızın fiziki formatına (örneğin 13,5x21 cm roman boyutu, 16x24 cm inceleme/araştırma boyutu vb.) ve kâğıt seçimine (Enzo ithal roman kâğıdı veya beyaz kâğıt) karar verin.

3. Pazarlama ve Sunum Materyalleri

- **Arka Kapak Tanıtım Yazısı:** Kitabınızın rafta ve online satış sitelerinde okuru karşılayacak en önemli unsur arka kapak yazısıdır. Eserin ruhunu yansıtan merak uyandırıcı 100-150 kelimelik bir metin hazırlayın.
- **Yazar Özgeçmişi:** Kitabın kanadında veya arka kapağında yer alacak kısa ve profesyonel biyografinizi tamamlayın.
- **Baskı ve Dağıtım Stratejisi:** Bütçenize ve hedeflerinize uygun baskı adedini (POD - Talebe Göre Baskı veya Toplu Matbaa Baskısı) ve sosyal medya lansman planlarınızı önceden belirleyin.

4. Teknik Dosya Düzeni

- **Format:** Metninizi tek bir Word (.docx) dosyasında, standart yazı tipinde (Times New Roman veya Arial, 12 punto, 1,5 satır aralığı) birleştirin.

- **Görsel Materyaller:** Kitap içinde yer almasını istediğiniz görselleri Word belgesi içine gömmekle kalmayıp, yüksek çözünürlüklü hâllerini ayrı bir klasörde numaralandırarak hazırlayın.

Editörden Not: Destekli yayıncılıkta kitabınızın vizyoner yönetmeni sizsiniz; biz ise teknik ve sanatsal altyapımızla bu vizyonu gerçeğe dönüştüren ekibiz. Metninizi tamamladıktan sonra birkaç gün dinlendirip son bir kez okumak, hayalinizdeki esere ulaşmanızı sağlayacaktır.

Dosyanız hazır olduğundaysa yayın sorumlumuza ulaşmanız yeterli.

18

Karina Yayınevi Yayın Süreci: Başvurudan Okura Detaylı Yolculuk

Karina Yayınevi'ne başvuruda bulunan bir yazar adayının eseri, ilk dijital iletişimden başlayıp basılı ve dijital raflardaki yerini alana kadar son derece şeffaf, sistemli ve adım adım ilerleyen bir yayın yolculuğundan geçer. Destekli (bireysel) yayıncılık modelimizin temel ilkesi; eserin tüm mali ve manevi fikrî hakları ile son karar yetkisini yazara bırakırken, yayıncılık dünyasının gerektirdiği tüm teknik, hukuki ve tasarımsal süreçleri yayınevinin uzman ekibiyle yürütmektir.

1. Dijital Başvuru ve Ön Değerlendirme

Yazar adayı, tamamlanmış Word dosyasını Yayın Sorumlumuza iletir. Editoryal ekibimiz, dosyanın türünü (roman, şiir, kişisel gelişim, araştırma-inceleme vb.), sayfa sayısını ve hedeflenen okur kitlesini inceler. İnceleme sonrası yazarla iletişime geçilerek beklentilerine en uygun yayıncılık paketi (Ortak Paket, Eko Paket, Çoklu Paket, Akademik Paket vb.) belirlenir.

2. Şeffaf Yasal Sözleşme ve Hakların Korunması

Süreç belirlendikten sonra yazar ile Karina Yayınevi arasında yasal **Yazar-Yayıncı Sözleşmesi** akdedilir. Bu sözleşme; eserin telif haklarının tamamen yazarda kalacağını, satışlardan elde edilecek yüksek telif oranlarını (satış modeli tercihlerine göre %40'a varan oranlar), basım adetlerini ve dağıtım esaslarını teminat altına alır.

3. Editoryal İnceleme ve Metin Hazırlığı (Redaksiyon)

Yasal sürecin ardından dosya editör masasına aktarılır. Uzman editörlerimiz metni dil bilgisi, imla, noktalama kuralları ve anlatım bozukluğu bakımından titizlikle inceler. Gerekli redaksiyon ve düzelti çalışmaları yapılır; metin dizgiye hazır nihai formuna kavuşturulur.

4. Profesyonel Tasarım Aşaması: Mizanpaj ve Kapak

- **İç Sayfa Düzeni (Mizanpaj):** Metin; kitabın fiziki boyutuna (13,5x21 cm, 16x24 cm vb.) uygun olarak tipografi kuralları, bölüm başlıkları, sayfa numaraları ve marjin dengesi göz önünde bulundurularak mizanpajlanır.
- **Kapak Tasarımı:** Grafik ekibimiz, eserin ruhunu yansıtan ön kapak görsel konseptini hazırlar. Arka kapak yazısı, yazar biyografisi, barkod alanı ve sırt payı hesaplanarak özgün bir kapak çalışması ortaya konur.
- **Yazar Onay Süreci:** Hazırlanan iç dizgi ve dış kapak tasarımları dijital ortamda (PDF) yazara sunulur. Yazarın detaylı incelemesi ve **yazılı e-posta onayı** alınmadan kesinlikle matbaa üretimine geçilmez.

5. Resmi ve Yasal Prosedürler (ISBN ve Bandrol)

Eserin yasal bir ticari ürün vasfı kazanması için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü nezdinde yayınevimiz tarafından resmi işlemler başlatılır. Eser adına özel **ISBN** numarası alınır, barkod sistemi oluşturulur ve korsan basımı engelleyen resmi **bandrol** alımı tamamlanır.

6. Matbaa Baskısı ve Yazar Nüshası Teslimatı

Onaylı dosyalar matbaaya sevk edilir. Seçilen kâğıt türü (Enzo ithal roman kâğıdı veya beyaz kâğıdın yanı sıra gramajlı karton kapak ve selofan kaplama) ve baskı kalitesiyle kitapların basımı gerçekleştirilir. Sözleşmede taahhüt edilen yazar kopyaları (ücretsiz yazar nüshaları) özenle paketlenerek yazarın adresine kargo ile ulaştırılır.

7. Dağıtım, Geniş Satış Ağı ve Pazarlama

- **Online ve Fiziki Dağıtım:** Kitap; D&R, BKM Kitap, İdefix, Amazon Türkiye ve Trendyol başta olmak üzere Türkiye'nin önde gelen tüm majör online kitap satış platformlarında ve dağıtım kanallarında satışa açılır.
- **Tanıtım ve Basın Bülteni:** Eser için profesyonel tanıtım bültenleri hazırlanır. Karina Yayınevi'nin sosyal medya kanalları ve okur bültenleri aracılığıyla kitabın geniş kitlelere duyurulması sağlanır.
- **Raporlama:** Dağıtım süreçleri belirli periyotlarla yazara şeffaf bir şekilde raporlanır.

Özetle: Yazar adayımız sadece hayalini kurduğu metni yazar; başvuru ânından itibaren editörlükten tasarıma, yasal izinlerden matbaaya ve ulusal dağıtıma kadar tüm meşakkatli adımları Karina Yayınevi profesyonellikle üstlenir. Yazar ise her aşamada kontrolü elinde tutarak eserinin bir kitaba dönüşme heyecanını yaşar.

19

Bir Düşün Doğuş Ağrısı: Sözleşmeden Sonraki O İnce İnce Sızlayan Yolculuk

Bir yazar için sözleşmeye imza atmak, aylardır tek başına taşınan devasa bir yükün nihayet bir ortağa devredildiği o ilk rahatlama ânıdır. O kalem kâğıda dokunduğunda zihninizi kaplayan o tatlı hafiflik hissi, ne yazık ki birkaç gün sonra yerini bambaşka bir gerçekliğe bırakır: **Kitabınızın fiziksel bir nesneye dönüşme sürecindeki o kaçınılmaz editoryal sancı.**

O dosya sizin evladınızdır. Gecelerce üstüne titrediğiniz, her cümlesini kalbinizin bir köşesinden söküp çıkardığınız o metin, editoryal masaya yattığı an yazar için zorlu bir duygusal sınav başlar.

İlk Kırılma: Zihninizdeki Resimle Ekrana Yansıyanın Çatışması

Yayınevinin grafik ekibinden gelen ilk kapak taslağını veya iç mizanpaj PDF'ini e-posta kutunuzda açtığınız o ilk ânı dürüstçe konuşalım. İçinizi aniden kaplayan o hafif hayal kırıklığı ve gerginlik son derece insani ve doğaldır: *"Kapaktaki o renk tam da hayal ettiğim mavi değil ki..." "Sayfa düzenindeki o yazı tipi benim zihnimde duyduğum sesi vermiyor..."*

Aylarca sadece sizin zihninizin içinde yaşayan ve orada kusursuz olan bir hayalin, dış dünyada somut bir çizgiye veya tipografiye dökülmesi her zaman ilk anda pürüzsüz olmaz. İşte yazarın en çok yo-

rulduğu, kendini yalnız ve anlaşılmamış hissettiği yer tam da bu eşiktir.

Yorulmak, Gerilmek ve İtiraz Etmek Sürecin Bir Parçasıdır

Aşırı hassaslaşmanız, e-posta trafiğinde gerilmeniz veya *"Acaba anlatamadım mı?"* kaygısına düşmeniz bir zayıflık değil; eserinize duyduğunuz derin tutkunun kanıtıdır. Ancak tam bu noktada durup nefes almak gerekir:

1. Sabır ve İletişim Anahtardır: Karina Yayınevi'nin bu süreçteki en büyük prensibi, sizin **yazılı onayınız** olmadan hiçbir dosyayı matbaaya göndermemektir. Bu bir süreçtir; ilk taslak nihai ürün değildir. İçinize sinmeyen her detayı, kapaktaki bir tonu veya bir yazı tipini editörünüzle adım adım konuşmak, düzeltmek ve üzerinde çalışmaya devam etmek bu işin doğasında vardır.

2. Ustalık Masasına Güvenmek: Zihninizdeki duygu ile yayıncılık dünyasının görsellik/okunabilirlik kuralları bazen çakışabilir. Grafik ekibinin veya editörün yönlendirmeleri, sizin hayalinizi yıkmak için değil; o hayali raflarda en profesyonel ve albenili şekilde temsil etmek içindir.

3. Mücadeleyi Bırakmamak: Yorulduğunuzda e-posta ekranını kapatın, bir gün dinlenin ama masadan kalkmayın. Düzeltme notlarınızı sakince kaleme alın. Eser sizin eserinizdir ve en doğru sonuca ulaşana kadar o editoryal diyalog sürecektir.

O Büyülü An Her Şeye Değer

Sözleşme sonrası yaşanan o gerilimli günler, gidip gelen revize PDF'leri, revize kapaklar ve bekleme sancıları... Tümü matbaa makinesinin sesiyle birlikte buharlaşıp gider.

Kargo kutusu kapınıza geldiğinde ve o ilk kopyayı elinize alıp kokusunu içinize çektiğinizde; kapağın dokusuna parmak uçları-

nızla dokunduğunuz o an, yaşadığınız tüm o duygusal yorgunluğun ve gerginliğin yerini tarifsiz bir gurura bıraktığını göreceksiniz.

Eserinizi büyütürken sancı çekmekten korkmayın. Doğru iletişimle, sabırla ve kararlılıkla çalışmaya devam edin; çünkü sonunda elinizde tutacağınız şey, tüm bu sancılara değecek olan sizin ölümsüz bir parçanızdır.

20

Aceleye Getirilen Sayfalar, Yarım Kalan Eserler: Yayıncılıkta Zamanın ve Emeğin Hakkı

Yayıncılık mesleğine yıllarını vermiş, yüzlerce dosyanın mürekkebine, imlasına ve ruhuna dokunmuş editörler olarak son yıllarda sektörün düştüğü hazin bir tuzağı kaygıyla izliyoruz. Türkiye'de destekli yayıncılık pazarında kızışan ticari rekabet, ne yazık ki meşakkatli bir zanaat olan yayıncılığı "hızlı teslimat" yarışına dönüştürdü. *"1 haftada kitabınız hazır"*, *"15 günde raflarda"* gibi pazarlama sloganları, kulağa cazip bir vaat gibi gelse de mutfağın gerçeğini bilen her yayıncı için bu cümlelerin tek bir karşılığı vardır: **Apar topar basılmış, ihmal edilmiş ve kusurlarla dolu bir kâğıt yığını.**

Bir romanın, şiir seçkisinin ya da titiz bir araştırma dosyasının 10-15 gün gibi absürt sürelerde yayına hazırlanabileceğini iddia etmek, edebiyatın ve matbuatın doğasına aykırıdır. O masada neyin kurban edildiğini anlamak için bir kitabın doğum sancılarına dürüstçe bakmak gerekir:

15 Günde "Hızlı Yayın" Neleri Yok Eder?

- **Metnin Ruhunu Katleden Fason Editoryal Süreç:** Nitelikli bir editörlük; metni sadece imla yönünden düzeltmek değil, kurgudaki mantık hatalarını, zaman sıçramalarını, dilin ritmini ve karakter tutarlılıklarını süzgeçten geçirmektir. 200 sayfalık bir romanın hakkıyla okunması, demlenmesi ve yazarıyla diyaloğa girilerek revize edilmesi haftalar alır. 1 haftalık takvimlerde "edi-

törlük" yapılmaz; metin otomatik kontrol yazılımlarından geçirilip matbaaya fırlatılır.

- **Şablon Tasarımlara Sıkıştırılan Görsel Kimlik:** Kitabın ilk kartviziti kapağıdır. Birkaç güne sıkıştırılan süreçte grafik tasarımcı eserin ruhunu anlamaya vakit bulamaz. İnternetten indirilmiş stok görsellerin üzerine rastgele fontlar yazılarak hazırlanan fason kapaklar, eseri raflarda "amatör" gösterir ve okurun gözünde ilk anda değersizleştirir.
- **Gözden Kaçan Felaketler (Mizanpaj ve Dizgi Hataları):** Sayfa marjinlerinin ayarlanması, dul/yetim satırların (paragraf sonu tek sözcüklerin) temizlenmesi, dipnot ve kaynakça kontrolü titizlik ister. Aceleye getirilen mizanpajlarda sayfa kaymaları, okunmayı zorlaştıran punto hataları ve dizgi skandalları kaçınılmazdır.
- **Yazarın Onay Hakkının Gasbedilmesi:** Süre baskısı altındaki yapılar, yazarın dosyayı sakince incelemesine, kapağı veya iç dizgiyi sindirmesine izin vermez. *"Süreç aksıyor"* baskısıyla yazardan alelacele onay alınır veya onay dahi alınmadan dosya matbaaya gönderilir.

Neden Karina Yayınevi'nde Süreç 45 ila 90 Gündür?

Yayıncılık bir hız yarışı değil, bir nitelik ve prestij mücadelesidir. **Karina Yayınevi**'nin yayın takvimini paket ve içeriğe göre 45 ila 90 gün arasında tutması, ticari bir hantallık değil; **eserinize ve yazar kimliğinize duyulan derin saygının bir sonucudur.**

45 ila 90 günlük bu zaman dilimi;

1. Editörün dosyanızla baş başa kalıp metnin edebi kalitesini en üst seviyeye çıkarmasını,
2. Grafik ekibinin kitabın içeriğine özel, özgün kapak alternatifleri kurgulamasını,

3. Yazara sunulan taslakların içe sinene kadar, e-posta onaylı revizyonlarla sakince olgunlaştırılmasını,
4. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı nezdindeki ISBN, bandrol ve yasal prosedürlerin eksiksiz yürütülmesini kapsar.

Deneyimli bir editörün yazar adaylarına tavsiyesi şudur: Aylarınızı, belki yıllarınızı vererek yazdığınız bir eseri, sırf 15 gün erken elinize almak uğruna hatalarla dolu, profesyonellikten uzak bir matbaa çıktısına dönüştürmeyin. Kitap, yazarın adıyla kıyamete kadar yaşayacak bir imzadır. Hızlı basılan değil, **niteliğiyle raflarda ve hafızalarda iz bırakan** bir esere sahip olmak istiyorsanız; emeğinize zaman tanıyan, yayıncılık etiğini ve zamana saygıyı ön planda tutan **Karina Yayınevi** gibi köklü yapılarla yola çıkın.

21

Kitabın Vitrini ve Kartviziti: Kapak Tasarımı ve Arka Kapak Yazısında Hayati Detaylar

Yayıncılık dünyasında okur algısı incelendiğinde, değişmeyen temel bir pazarlama gerçeği öne çıkar: Bir kitap ilk olarak kapağıyla dikkat çeker ve arka kapak yazısıyla satın alma kararına dönüştürülür. Aylar süren emekle hazırlanan bir kurgunun doğru bir vitrinle sunulması, eserin hedef kitleye ulaşabilmesi açısından belirleyici bir eşiktir.

Edebi bir çalışmanın yayınlanma aşamasındaki bu son ve kritik süreçte, kapak tasarımı ve arka kapak yazısında dikkat edilmesi gereken noktalar ile bunların teknik gerekçeleri şu şekildedir:

1. Kitap Kapağı Tasarımı: İlk Görsel İkna Eşiği

Kapak tasarımı, metnin görsel bir özetidir. Bir illüstrasyon veya grafik düzenleme olmanın ötesinde, doğrudan doğru hedef kitleye yöneltilmiş bir iletişim aracı işlevi görür.

- **Türün Kodlarına Uyum:** Her edebi türün kendine özgü bir görsel dili bulunmaktadır. Bir polisiye veya gerilim romanının kapak tipografisi ve renk paleti ile kurgu dışı bir eserin ya da tarihi romanın kapağı aynı yaklaşımı taşıyamaz. Tasarımın türün temel görsel kodlarıyla uyumlu olması, okurun kapağa baktığı ilk birkaç saniyede ne tür bir eserle karşı karşıya olduğunu anlamasını sağlar.
- **Tipografi ve Okunabilirlik (Dijital Ekran Uyumu):** Günümüzde kitap satışlarının büyük bir kısmı dijital platformlar

üzerinden gerçekleşmektedir. Kitap kapağı, bir akıllı telefon ekranında küçük bir görsel (thumbnail) olarak görüntülendiğinde dahi kitap adı ve yazar adı net bir biçimde okunabilmelidir. Karmaşık ve tipografisi zayıf fontlar, dijital sergilemede görünürlüğü düşürmektedir.

- **Sadelik ve Metafor Yaratımı:** Kapak tasarımında sık yapılan hatalardan biri, kitaptaki tüm olayları veya sahneleri tek bir görsele sığdırmaya çalışmaktır. Kapak, hikâyenin tamamını anlatmak yerine metnin ruhunu ve ana sembolünü yansıtmalıdır. Minimal ve güçlü bir imge, karmaşık görsel ögelerden her zaman daha etkilidir.

2. Arka Kapak Yazısı: Metnin Pazarlama Metni

Arka kapak yazısı, kitabın özetlendiği bir alan değil; okurun merak duygusunu harekete geçiren ve satın alma kararını destekleyen bir tanıtım metnidir.

- **Olay Örgüsünü Açık Etmeden Çatışmayı Vurgulamak:** Arka kapakta yapılan en yaygın hata, olay örgüsünü baştan sona özetlemek veya sürpriz gelişmeleri açık etmektir. Etkili bir arka kapak metni; ana karakteri, karakterin karşı karşıya kaldığı temel çatışmayı ve vermesi gereken kritik kararı sunmalıdır.
- **İlk Cümle Çengeli (The Hook):** Arka kapak yazısının ilk cümlesi, okurun dikkatini doğrudan çekecek nitelikte olmalıdır. Vurucu bir soru, iddialı bir tespit veya yüksek tempolu bir sahne girişi ile başlayan metinler, okuma isteğini belirgin şekilde artırır.
- **Hedef Kitleye Hitap Eden Ton:** Metnin üslubu, kitabın genel diliyle birebir uyum taşımalıdır. Felsefi bir romanın arka kapağı edebi ve derinlikli bir tonda hazırlanırken; bir macera kurgusunun arka kapağı daha kısa ve dinamik cümlelerden oluşmalıdır.

- **Hacim ve Okuma Kolaylığı:** Arka kapak yazısı uzun paragraflarla yoğunlaştırılmamalıdır. Ortalama 120-180 kelime arasında tutulan, paragraf aralıkları dengeli ve gözü yormayan bir metin ideal kabul edilir. Bu durum, okurun kısa sürede metni süzebilmesine imkân tanır.

Kapak ve arka kapak hazırlık süreci, esere yayıncılık ve pazarlama perspektifinden bakmayı gerektirir. Doğru tasarlanmış bir kapak ve etkileyici bir arka kapak yazısı, nitelikli bir metnin okura ulaşmasındaki en önemli tamamlayıcı unsurlardır.

22

Türkiye'de Şiir Kitabı Yayımlatmak

Türkiye'de şiir, edebiyatın en köklü ve duygusal yükü en yüksek damarlarından biridir; fakat yayıncılık dünyasının en acımasız ekonomik gerçekliğiyle de karşı karşıyadır. Günümüzde şiir kitaplarının ortalama baskı adetleri ve genel okur nezdindeki satın alınma oranları, roman ve araştırma-inceleme türlerinin belirgin şekilde gerisindedir. Geleneksel majör yayınevlerinin şiir dosyalarına kapılarını neredeyse tamamen kapatması, şair adaylarını **destekli (bireysel) yayıncılık** modeline yöneltmektedir.

Şiir okuma ve satın alma oranlarının düşük olduğu bu pazar dinamiklerinde, şiir kitabınızı sadece basılmış bir nesne olarak bırakmayıp gerçek bir okur kitlesiyle buluşturmak için yayın öncesinden başlayarak bütüncül ve ayakları yere basan bir yol haritası izlemeniz gerekir:

1. Yayın Öncesi: Dosya Disiplini ve Nitelikli Seçki

Şiir yazmak kadar, yazılan şiirleri bir "dosya bütünlüğüne" getirmek de editoryal bir ustalık gerektirir.

- **Katı Bir Seçki Yapın:** Defterlerinizde veya dijital arşivinizde biriken tüm şiirleri kitaba koyma hatasına düşmeyin. Birbirini tematik veya edebi dil açısından tamamlayan en güçlü 30-40 şiirinizi seçin. Sayfa sayısını şişirmek maliyeti artırırken kitabın edebi niteliğini zayıflatır.
- **Dış Göz ve Usta Editi:** Destekli yayıncılıkta yayınevi mizanpajı yapar; ancak şiirin iç ritmi, imla disiplini ve dize kırılımları için

yayın öncesinde olanağınız varsa güvendiğiniz bir şairden veya edebi editörden "dosya okuması" talep edin.

- **Görsel ve Tipografik Nitelik:** Şiir kitabı, sayfa düzenindeki boşluklarıyla ve tipografisiyle bir bütündür. İç tasarımda ve kapak görselinde ucuz şablonlardan kaçının; minimalist, şiirin ruhunu yansıtan özgün tasarımlara yönelin.

2. Yayın Modeli ve Paket Seçimi

Şiir kitaplarında yüksek satış rakamları beklentisiyle büyük bütçeli paketler seçmek rasyonel bir yayıncılık stratejisi değildir.

- **Bütçe ve Risk Yönetimi:** İlk aşamada **Karina Yayınevi**'nin sunduğu **Eko Paket** veya bütçeniz elveriyorsa **Ortak Paket** gibi, maliyeti optimize eden ancak kitabın majör online mağazalarda (D&R, BKM Kitap, Amazon vb.) bulunabilirliğini sağlayan modelleri tercih edin.
- **Fiziki Baskı Adedi:** İlk baskıda binlerce adet yerine, talebe dayalı ve makul sayılarda (örneğin 200-500 adet) basım tercih ederek maliyet riskinizi minimize edin.

3. Yayın Sonrası: Çok Kanallı Okura Ulaşma Planı

Şiir, algoritmaların tek başına satabileceği bir tür değildir. Şiir okuru dokunmayı, dinlemeyi ve şairin sesini duymayı ister. Sadece sosyal medyaya bel bağlamadan uygulanacak dağıtım ve tanıtım adımları:

A. Kulaktan Kulağa ve Yüz Yüze Temas (Fiziki Ağ)

- **Şiir Dinletileri ve Lansman Buluşmaları:** Şehrinizdeki bağımsız bir kitabevinde, kültür merkezinde veya edebiyat odaklı bir kafede küçük ölçekli, samimi bir "İmza ve Şiir Dinletisi" organize edin. Şiirin en hızlı yayılma şekli, şairin sesinden dinlenmesidir.

- **Fanzin ve Edebiyat Dergisi Ağları:** Türkiye'de hâlâ diri olan fanzin ve matbu/dijital şiir dergilerini (Varlık, Hece, İzdiham, Muhit vb.) hedefleyin. Kitabınızdan birkaç şiiri ve tanıtım bültenini bu dergilerin editörlerine iletin. Dergilerde yer almak, nitelikli şiir okuruna ulaşmanın en doğrudan yoludur.
- **Yerel Kütüphaneler ve Şiir Toplulukları:** İl/ilçe kütüphanelerine, üniversitelerin edebiyat kulüplerine kitabınızdan hediye nüshalar ulaştırarak şiirinizin elden ele dolaşmasını sağlayın.

B. İşitsel ve Dijital Odaklı İletişim

- **Sesli Şiir (Audio):** Şiir okuru dinlemeyi sever. Kitabınızdaki öne çıkan 3-5 şiiri kaliteli bir mikrofonla seslendirerek Spotify (Podcast), YouTube veya SoundCloud gibi platformlara yükleyin.
- **Doğrudan ve Hediye Dağıtımı:** Telif nüshalarınızın bir kısmını satmak yerine, Türkiye'de tanınan eleştirmenlere, şiir incelemesi yapan yazarlara ve edebiyat öğretmenlerine özel bir not eşliğinde hediye edin. Şiir dünyasında 10 nitelikli okurun veya eleştirmenin takdiri, 1000 adetlik genel reklamdan daha kalıcıdır.

Türkiye'deki şiir pazarının gerçeklerini kabul etmek bir teslimiyet değil, doğru stratejinin başlangıcıdır. Eserinizi güvenilir bir yayıncıyla (***Karina Yayınevi gibi***) teknik açıdan kusursuz basıma hazırladıktan sonra; şiirinizi dinletilerle, sesli platformlarla, dergilerle ve yüz yüze temasla beslemek, kısıtlı ama sadık olan Türk şiir okurunun kalbine dokunmanızı sağlayacaktır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Kitap Okurla Buluşuyor

Dağıtımın görünmeyen mutfağı, tanıtımla reklamın farkı ve ilk okurları kazanmanın yolları.

23

Kitabım Basıldı, Peki Şimdi Ne Olacak? Türkiye'de Kitap Dağıtımının Gerçekleri

Hoş geldin yazar dostum. Büyük ihtimalle aylardır, belki de yıllardır üzerinde çalıştığın o ilk dosyanı tamamladın. Belki de adını taze basılmış bir kitabın üzerinde görmenin heyecanını yaşıyorsun. Öncelikle tebrik ederim; bir fikri somut bir kitaba dönüştürmek harika bir duygudur.

Ancak bir yayıncı olarak sana sektörün en samimi gerçeğini söylemek zorundayım: **Bir kitabı yazmak ve basmak, bu serüvenin yalnızca ilk yarısıdır.**

Matbaa makineleri durup kitaplar kolilendiği an, yayıncılık dünyasının en çetin, en karmaşık ve dışarıdan en az görünen savaşı başlar: **Dağıtım Süreci.**

Yayıncılık sektöründe yıllarını devirmiş bir dostun olarak, seni bu büyülü ama bir o kadar da zorlu dünyaya hazırlamak, yolun başındayken karşılaşacağın sistemi tüm çıplaklığıyla anlatmak istiyorum.

Kitabın Matbaadan Çıktıktan Sonraki Yol Haritası

Bir yazar olarak haklı olarak kitabının ertesi gün Türkiye'deki tüm kitabevlerinin vitrininde olacağını hayal edebilirsin. Fakat mekanizma tam olarak şöyle işler:

Türkiye'de hiçbir yayınevi, binlerce farklı kitabevine veya okura tek tek kargo çıkaracak bir lojistik altyapıya sahip değildir. Bu noktada devreye "**Ana Dağıtımcılar**" girer.

1. Konsinye Teslimat: Bizler basılan kitapları bu dev dağıtım firmalarının depolarına göndeririz. Bu gönderim genellikle "konsinye" yani satıldıkça parası ödenmek üzere yapılır.

2. Sisteme Giriş ve B2B Panelleri: Dağıtımcı, kitabı kendi sistemine tanımlar. Türkiye'nin dört bir yanındaki bağımsız kitapçılar veya online satış siteleri bu sistem üzerinden ihtiyacı kadar sipariş verir.

3. Sevkiyat: Dağıtımcı depodan çıkardığı kitabı kitabevine veya online platformun lojistik merkezine ulaştırır.

Gördüğün gibi, bir kitabın rafa girmesi tek bir düğmeye basarak olmuyor; çok halkalı bir zincirden geçiyor.

İşin Görünmeyen Mutfak Kısmı: İskonto Devleri ve Vadeler

Sana bu işin finansal arka planını açıkça anlatmalıyım ki, bir kitabın etiket fiyatı ile yayınevinin ve senin eline geçen rakamlar arasındaki farkı anlayabilesin.

Bir kitabın arkasında yazan fiyat (Liste Fiyatı), pastanın tamamıdır. Ancak bu pastayı paylaşan çok fazla aktör var:

- **Dağıtımcı ve Satıcı Payı (%40 - %60):** Ana dağıtım firmaları, zincir mağazalar ve dev e-ticaret siteleri bizden %50'leri bulan, bazen aşan oranlarda iskonto (indirim) talep eder. Yani 200 TL'lik bir kitabın 100 TL'si daha ilk adımda dağıtım ve satış kanalında kalır.
- **Geriye Kalan Pay (%40 - %50):** Yayınevi olarak biz bu kalan kısımla kâğıt ve matbaa maliyetlerini öderiz, senin telifini karşılarız, editörlük, kapak tasarımı, mizanpaj, depolama, ambalaj ve vergi giderlerini yönetiriz.

Üstelik bu sistemde ödemeler peşin dönmez. Dağıtımcılar ve büyük platformlar, sattıkları kitabın parasını yayınevine **90 ila 180 gün arasında değişen vadelerle** öder. Yüksek enflasyonist bir ortamda 6 ay sonra tahsil edilen bir parayla yeni kâğıt almak veya

operasyonu yürütmek, biz yayıncıların her gün çözmeye çalıştığı dev bir bulmacadır.

Yazar Olarak Bilmen Gereken "Acı" Gerçekler

Bu yola çıkarken moralini bozmak değil, seni doğru beklentilerle donatmak istiyorum. Sektörün mevcut yapısı gereği şu durumlarla karşılaşacaksın:

- **Her Kitap Her Rafa Girmez:** Büyüklüğü ne olursa olsun, bir kitabevinin fiziki metrekaresi sınırlıdır. Her yıl basılan binlerce çeşit kitap arasından zincir mağazalar genellikle "çok satan" veya arkasında dev pazarlama bütçesi olan eserleri rafa koyar. Bu yüzden kitabını mahalledeki kitabevinin rafında doğrudan göremeyebilirsin; ama bu, kitabının "yok" olduğu anlamına gelmez.
- **Online Satışın Gücü:** Günümüzde dağıtımın ve satışın merkez üssü dijital mecralara kaydı. Kitabının Amazon, D&R, BKM Kitap gibi sitelerde bulunabilir ve sipariş edilebilir olması, şu an fiziki bir rafta durmasından çok daha kritik bir erişim sağlar.
- **İade Riski:** Satılmayan veya raf ömrü dolan kitaplar yayınevinin deposuna "iade" olarak geri döner. Çoğu zaman da yıpranmış hâlde... Yayınevi bu riski tamamen kendi omuzlarında taşır.

Peki Sen Ne Yapmalısın?

Bu tablo gözünü korkutmasın. Doğru bir strateji ve doğru bir yol arkadaşıyla bu çarkın içinde parlamak pekâlâ mümkündür.

Sadece kitabını yazıp kenara çekildiğin dönem geride kaldı. Artık yazarın kendi eserinin iletişimine katılması şart. Sosyal medyanı aktif kullanmalı, okur kitleni oluşturmalı ve kitabının hangi platformlardan tedarik edilebileceğini okuruna doğru duyurmalısın. Sen talep yarattıkça, dağıtımcılar ve kitapçılar senin kitabını depolarında ve raflarında tutmak zorunda kalacaktır.

Biz yayıncılar, mutfakta senin eserin için en kaliteli kâğıdı, en dikkat çekici kapağı ve en titiz editoryal çalışmayı hazırlamakla mükellefiz. Dağıtım ağının tüm bu ağır şartlarına rağmen, eserini en doğru kanallardan okura ulaştırmak bizim ana görevimiz.

Yazarlık uzun bir maratondur. İlk adımını atarken bu mekanizmayı bilerek hareket etmek, seni hayal kırıklıklarından koruyacak ve ayağını yere çok daha sağlam bastıracaktır.

Kalemin daim, okurun bol olsun!

24

Karina Yayınevi Dağıtım ve Satış Ağının Detaylı İncelemesi

Bir eserin kaleme alınması, editoryal süreçlerden geçmesi ve fiziksel bir kitaba dönüşmesi yayıncılık serüveninin ilk yarısıdır. İkinci ve en kritik yarısı ise o eserin okurla buluşmasını sağlayan **dağıtım ve satış ağıdır**. Destekli yayıncılık modelinde yazarların en çok dikkat etmesi gereken husus, kitabın basıldıktan sonra depolarda kalmaması ve Türkiye genelinde erişilebilir olmasıdır. Karina Yayınevi'nin dağıtım stratejisi incelendiğinde, yayınevinin hem dijital hem de fiziksel tedarik kanallarını kapsayan çok katmanlı bir dağıtım modeli uyguladığı görülmektedir.

Karina Yayınevi'nin dağıtım ağının temel taşları, işleyiş mekanizması ve yazara sunduğu avantajlar şu başlıklar altında irdelenebilir:

1. Majör Online Kitap Satış Platformları

Günümüz yayıncılık dünyasında okurların kitap tedarikinde ilk tercihi dijital kitap satış mağazalarıdır. Karina Yayınevi, basılan her eseri Türkiye'nin önde gelen tüm e-ticaret ve kitap platformlarında eş zamanlı olarak satışa açar.

- **Ana Satış Kanalları:** D&R, İdefix, BKM Kitap, Amazon Türkiye, Hepsiburada, Trendyol vb.
- **Erişilebilirlik:** Kitaplar bu platformların veri tabanlarına işlenerek "Stokta Var / Siparişe Açık" statüsüne getirilir. Okur Türkiye'nin neresinde olursa olsun tek tıkla kitaba ulaşabilir.

2. Ana Dağıtım Şirketleri (Tedarikçiler) ve Kitabevi Dağıtımı

Kitabevlerinin ve zincir mağazaların raflarına ya da sipariş sistemlerine girebilmenin yolu ana dağıtım şirketlerinden geçer. Karina Yayınevi, Türkiye'deki ana dağıtımcılar (Odak Kitap, Prefix, Kıta Dağıtım, Dost Kitabevi Dağıtım ve Yaykoop) ile entegre çalışır.

- **Sipariş Usulü Dağıtım (POD ve Depo Entegrasyonu):** Yerel veya zincir bir kitabevine (örneğin bir şehirdeki bağımsız bir kitapçıya) giden bir okur kitabınızı talep ettiğinde, kitabevi ana dağıtımcının sisteminden eseri sipariş eder. Karina Yayınevi'nin dağıtım ağı sayesinde bu talep doğrudan karşılanır.

3. Doğrudan Yayınevi Satışı (okumaodasi.com)

Yayınevinin kendi resmi e-ticaret sitesi olan **okumaodasi.com**, yazarın eserinin birinci elden sergilendiği ve satıldığı vitrindir.

- **Avantajı:** Yayınevinin kendi platformu üzerinden yapılan satışlar, aracı dağıtım komisyonlarını ortadan kaldırdığı için doğrudan yazara ve okura avantaj sağlar. Sitede düzenlenen kampanyalar, yazarın eserinin öne çıkarılmasına katkıda bulunur.

4. Dijital Yayıncılık ve Uluslararası Erişim (e-Kitap)

Dağıtım ağı sadece fiziksel sınırlar ile kısıtlı değildir. e-Kitap paketlerini veya dijital dağıtım seçeneğini tercih eden yazarlar için eserler dijital formatlara (ePub/PDF) dönüştürülür.

- **Küresel Ağ:** Google Play Books ve uluslararası dijital kütüphaneler aracılığıyla yurt dışındaki okurların fiziki kargo maliyeti olmadan kitaba anında ulaşması sağlanır.

5. Şeffaf Stok Takibi ve Satış Raporlaması

Dağıtım ağının etkinliği kadar, satışların yazara ne kadar şeffaf aktarıldığı da önemlidir. Karina Yayınevi, dağıtım kanallarının verile-

rini periyodik olarak raporlar. Yazar, hangi platformdan ne kadar dağıtım yapıldığını net bir şekilde takip edebilir.

Sonuç olarak diyebiliriz ki Karina Yayınevi'nin dağıtım modeli; son derece rasyonel, geniş ve modern bir yayıncılık ağıdır. Eseriniz basıldığı andan itibaren Türkiye'deki tüm kitap okurlarının bir tık uzağındadır.

25

Kitap Yayınlatmak ve Fark Edilmek: Tanıtım Yayınevinin, Reklam İse Stratejinin İşidir

İlk kitabını yayımlatma heyecanı taşıyan pek çok yazarın zihnini kurcalayan en kritik sorulardan biri şudur: *"Kitabım basıldıktan sonra herkes tarafından duyulacak mı?"*

Sektöre adım atarken yapılan en yaygın karıştırma, **tanıtım** ile **reklam** kavramlarını birbirine eşitlemektir. Oysa destekli yayıncılıkta profesyonel bir süreç yürütmenin ilk şartı, bu iki kavramın sınırlarını ve yayınevinin üstlendiği rolü doğru anlamaktan geçer.

Tanıtım Nedir? Yayınevi Sizin İçin Ne Yapar?

Bir yayınevinin temel varlık sebebi ve yayıncılık görevi **tanıtımdır**. Tanıtım; bir eserin nitelikli bir şekilde hazırlanıp sektörel mekanizmalara, dağıtım kanallarına ve okura kurumsal yollarla duyurulması sürecidir.

Yayıneviniz kitabınızın editoryal hazırlığını, mizanpajını ve kapak tasarımını tamamlayıp matbaadan çıkardıktan sonra şu profesyonel tanıtım adımlarını atar:

- **Dağıtım Ağlarına Duyuru:** Kitabın künye bilgileri, özeti ve barkodu; D&R, İdefix, BKM Kitap gibi ana dağıtımcılara ve perakende zincirlerine resmi olarak bültenlenir.
- **Kültür-Sanat ve Kitabevi Sistemleri:** Yayın dünyasının veri tabanlarına işlenerek kitabın fiziki ve online kitabevlerinin arama sistemlerinde "tedarik edilebilir" hâle gelmesi sağlanır.

- **Basın Bültenleri ve Duyurular:** Eserin çıkış haberi kurumsal bültenler, yayınevinin kendi katalogları ve sosyal medya kanalları üzerinden edebiyat kamuoyuna duyurulur.

Özetle tanıtım; kitabın "var olduğunu", "nereden alınabileceğini" ve "ne anlattığını" yayın dünyasına resmi kanallardan ilan etmektir. Bu, yayınevinin asli sorumluluğudur.

Reklam Nedir? Neden Bir Ajans İşidir?

Reklam ise, pazardaki binlerce kitap arasından sıyrılıp hedef okur kitlesinin ekranına, zihnine ve satın alma kararına doğrudan müdahale eden sponsorlu pazarlama faaliyetidir.

Reklam; dijital reklam kampanyaları (Meta, Google Ads), sponsorlu sosyal medya iş birlikleri, fenomen/bookstagram gönderimleri, açık hava panoları veya bütçeli içerik pazarlaması gibi doğrudan satış odaklı yatırımları kapsar.

Yayınevi bir reklam ajansı değildir. Yayıncının uzmanlığı metni işlemek, esere nitelikli bir biçim vermek ve onu dağıtım kanallarına sunmaktır. Doğrudan reklam bütçesi yönetmek, hedef kitle algoritmaları analiz etmek ve reklam stratejileri kurgulamak profesyonel dijital pazarlama ajanslarının ya da yazarın kendi bireysel pazarlama bütçesinin konusudur.

Sonuç: Doğru Beklenti, Başarılı Yolculuk

Destekli bireysel yayıncılıkta başarı, yayınevi ile yazarın güç birliği yapmasından doğar. Yayıneviniz kitabınızı eksiksiz bir tanıtım altyapısıyla raflara ve sistemlere taşırken; kitabınızın reklam ve görünürlük stratejisini doğru planlamak, eserinizi hak ettiği okur kitlesiyle buluşturmanın en sağlıklı yoludur.

26

Kitabınız Raflarda: Yayın Sonrası Başarı ve Görünürlük Rehberi

Destekli yayıncılık modeliyle eserinizin basılıp **okumaodasi.com** ve tüm büyük dağıtım kanallarında (D&R, İdefix, Amazon vb.) satışa açılması, yolculuğun sonu değil; aksine yazar kimliğinizin inşa edildiği yeni bir evrenin başlangıcıdır. Günümüz Türkiye yayıncılık pazarında okurun dikkatini çekmek ve kitabın sürdürülebilir bir satış grafiğine ulaşmasını sağlamak, yazarın yayın sonrasında atacağı bilinçli adımlara bağlıdır.

Kitabınız matbaadan çıkıp dağıtıma girdikten sonra adım adım uygulamanız gereken stratejik yol haritası:

1. Dijital Ayak İzinizi Doğrulayın ve Vitrininizi Kontrol Edin

Kitabınızın dağıtıma çıktığı ilk hafta, satış kanallarındaki görünürlüğü kontrol etmek ilk görevinizdir:

- **Pazar Yeri Listelemeleri:** Kitabınızın kapak görselinin, arka kapak yazısının, sayfa sayısının ve kategori bilgilerinin **Okuma Odası**, D&R ve İdefix gibi platformlarda doğru ve eksiksiz girildiğinden emin olun.
- **Yazar Profili Oluşturun:** 1000Kitap gibi platformlarda resmi yazar profilinizi aktif edin. Biyografinizi ve yüksek çözünürlüklü yazar fotoğrafınızı bu platformlara yükleyin.

2. Sosyal Medyada "Lansman Modu"na Geçin

Kitap çıktıktan sonraki ilk 30 gün, dijitaldeki ivmeyi yakalamak adına en kritik dönemdir:

- **Kutu Açılımı ve İlk Dokunuş Videosu:** Matbaadan gelen ilk yazar kopyalarınızı açtığınız samimi, heyecanınızı yansıtan kısa bir video (Reels/TikTok) çekin. Okur, yazarın gerçek duygusuyla bağ kurar.
- **Satın Alma Bağlantılarını Sabitleyin:** Instagram profilinize (Bio) kitabınızın doğrudan satın alınabileceği **okumaodasi.com** veya genel satış linkini içeren bir bağlantı (Linktree vb.) ekleyin.

3. Hedefli Okur ve Blogger İş Birlikleri Başlatın

Sadece eşe dosta kitap duyurmak sürdürülebilir bir okur kitlesi yaratmaz:

- **Nitelikli Bookstagram Paylaşımları:** Türünüze (roman, şiir, kişisel gelişim vb.) uygun içerik üreten, 2.000–10.000 arası aktif takipçisi olan mikro kitap blogger'ları belirleyin. Yayınevinizden temin edeceğiniz yazar telif nüshalarından bu kişilere imzalı olarak hediye edin ve samimi incelemelerini rica edin.
- **1000Kitap ve Goodreads Etkileşimi:** Türkiye'de kitapseverlerin en çok vakit geçirdiği 1000Kitap platformunda kitabınız hakkında yapılan ilk okur incelemelerini ve alıntıları takip edin, okurlara teşekkür yorumları yazın.

4. Yerel Basın, Söyleşi ve İmza Günü Etkinlikleri Kurgulayın

Görünürlük sadece dijitalle sınırlı kalmamalıdır:

- **Yerel Medya ve Kültür Sanat Basını:** Yaşadığınız şehrin yerel gazetelerine, kültür-sanat dergilerine veya dijital edebiyat portallarına kitabınızın bültenini ve kısa özgeçmişinizi ileterek röportaj talep edin.

- **Bağımsız Kitabevi ve Kütüphane Buluşmaları:** Şehrinizdeki bağımsız kitabevleri veya il/ilçe halk kütüphaneleri ile iletişime geçerek küçük ölçekli imza günleri, söyleşiler ve okuma kulübü etkinlikleri organize edin.

5. Okur Yorumlarını ve Satış Verilerini Düzenli Takip Edin

- **Geri Bildirimleri Toplayın:** Kitabınızı okuyan çevrenizden ve ilk okurlarınızdan e-ticaret sitelerine (özellikle BKM Kitap ve D&R) yıldız verip yorum yazmalarını rica edin. Türkiye'deki okur, satın alma kararını verirken diğer okurların yorumlarını doğrudan dikkate alır.
- **Yayınevi İletişimi:** Karina Yayınevi yayın temsilcinizle iletişimde kalarak ilk aylardaki satış grafiklerini belirli periyotlarla değerlendirin.

Pasif kalıp kitabın kendi kendine keşfedilmesini beklemek yerine; dijital kanalları doğru kullanan, okuruyla samimi bağ kuran ve eserinin arkasında duran bir yazar anlayışı, ilk kitabınızı başarıya ulaştıracak en temel anahtardır.

27

Bir Yazar Olarak Seni Kimse Tanımıyor mu? İşte İlk Okurlarını Kazanma Rehberi

Aylarca süren uykusuz geceler, defalarca revize edilen cümleler ve nihayet o mutlu son: Kitabın matbaadan çıktı, raflardaki ve online mağazalardaki yerini aldı. Ancak tam bu noktada, her yeni yazarın yüzleştiği o sessiz gerçekle karşı karşıya kalırsın: *Henüz seni ve kalemini tanıyan kemikleşmiş bir okur kitlen yok.*

Peki, ismi henüz duyulmamış bir yazar olarak kitabını insanlara nasıl ulaştıracaksın? Yanıt, bağırmakta değil; doğru stratejiyle doğru kapıyı çalmakta saklı. İşte sıfırdan okur kitlesi inşa ederken atman gereken ilk ve en kritik adımlar:

1. "Kitabımı Satın Alın" Demeyi Bırak, Hikâyeni Sat

Henüz tanınmayan bir yazarın yaptığı en büyük hata, sosyal medyayı bir reklam panosuna çevirip sürekli "Kitabım çıktı, satın almak için linke tıklayın" paylaşımı yapmaktır. İnsanlar tanımadıkları birinin ürününü satın almazlar; fikrini, hissini veya merak ettikleri bir çözümü satın alırlar.

Satışa odaklanmak yerine kitabının "**Neden**" yazıldığını anlat. Hangi soruna dokunuyorsun? Bu roman okura hangi duyguyu yaşatacak? İnsanları kitabın kendisine değil, kitabın onlara hissettireceği şeye davet et.

2. İlk Dalga: "Yakın Çevre" Harekâtı

İlk 100-200 satışın ana kaynağı her zaman ailen, arkadaşların ve yakın çevrendir. Ancak burada amaç sadece eşe dosta kitap satmak değil, dijital dünyada ihtiyacın olan **sosyal kanıtı** oluşturmaktır.

Yakın çevrenden rica edeceğin iki temel şey olmalı:

- Kitabı Okuma Odası, BKM Kitap, D&R, İdefix gibi platformlardan alarak online pazaryerlerinde **puan verip samimi yorumlar** yazmaları.
- Kitapla birlikte çekildikleri estetik bir fotoğrafı sosyal medyada seni etiketleyerek paylaşmaları.

Unutma, hiç yorum yapılmamış ve puanlanmamış bir kitaba yabancı bir okurun para yatırma ihtimali çok düşüktür.

3. Mikro-Nişini Bul ve Doğrudan Onlara Seslen

"Benim kitabımı herkes okuyabilir" düşüncesi bir pazarlama tuzağıdır. Kitabının tam olarak kime hitap ettiğini belirlemelisin.

- Bir distopya mı yazdın?
- 90'lar nostaljisi içeren bir öykü kitabı mı?
- Anne-babalara yönelik bir rehber mi?

Doğrudan bu konuların konuşulduğu Reddit topluluklarına, Facebook gruplarına, forumlara ve tematik kulüplere yönel. İnsanların hâlihazırda ilgi duyduğu konular üzerinden diyalog kurduğunda, kitabın bir "reklam" değil, ilgilerini çekecek doğal bir öneri hâline gelir.

4. İlk 20 Sayfayı Hediye Et (Tadımlık Stratejisi)

Bilinmeyen bir yazarın kitabına para vermek okur açısından bir risktir. Bu riski ortadan kaldırmanın en etkili yolu okura bir "tadım" sunmaktır.

Kitabının en sürükleyici, merak uyandıran ilk bölümünü veya ilk 20 sayfasını PDF formatında dijitalde ücretsiz erişime aç. E-posta bültenine kaydolanlara bu tadımlık bölümü hediye et. Okur diline, kurguna ve anlatımına güvendiği an, kalan 200 sayfayı okumak için satın alma butonuna kendiliğinden basacaktır.

Yazarlık maratonunda amacın ilk günden yüz binler satmak değil, senin için diğer okurlara tavsiyede bulunacak **ilk 100 sadık okurunu** bulmaktır.

28

Türkiye Kitap Pazarı Özelinde Yazar Adayları İçin Sosyal Medya ve Strateji Rehberi

Türkiye'de her yıl binlerce yeni kitap basılıyor; ancak okurun dikkat süresi ortalama 3 saniyeye kadar düşmüş durumda. Destekli yayıncılık modelinde yazarın "Kitabım basıldı, dağıtıma çıktı, artık arkama yaslanabilirim" deme lüksü yok. Türkiye özelinde okur artık sadece kitaba değil; **yazarın kendisine, hikâyesine ve dijitaldeki varlığına** yatırım yapıyor.

İlk kez kitap çıkaracak bir yazar adayının sosyal medyada bir "okur topluluğu" inşa ederken izlemesi gereken stratejik adımlara birlikte göz atalım mı?

1. Platform Seçimi: Türk Okurunun Kümelendiği Mecralar

Türkiye'deki demografik yapı ve okuma alışkanlıkları doğrultusunda enerjinizi doğru kanallara bölmelisiniz:

- **Facebook (Kemik Okur ve Kitap Grupları):** Türkiye'de orta ve üst yaş grubu okur kitlesi ile niş okuma topluluklarının (kitap kulüpleri, tarih/edebiyat grupları, şiir sayfaları) en aktif olduğu mecradır. Özellikle kurgu dışı, araştırma, anı, kişisel gelişim ve geleneksel edebiyat türlerinde yazıyorsanız Facebook gruplarında var olmak ve hedefli sponsorlu gönderiler çıkmak doğrudan dönüşüm sağlar.

- **Instagram (Ana Üs ve Görsel Vitrin):** Türkiye'de genç ve orta yaş kitap dünyasının kalbi (Bookstagram) burada atar. Estetik görsel tasarımlar, kitap alıntıları, kısa Reels videoları ve yazım süreci paylaşımları için birincil mecranız olmalıdır.
- **X / Twitter (Fikir ve Gündem):** Kurgu dışı, felsefi veya gündeme dair bir eser kaleme aldıysanız; düşüncelerinizi ve kitaptan vurucu tespitleri paylaşarak entelektüel bir kitle edineceğiniz alandır.
- **TikTok (BookTok Dinamikleri):** Genç kurgu, fantastik veya romantik türlerinde yazıyorsanız BookTok kitlesini göz ardı edemezsiniz. Samimi ve duygusal bağ kuran kısa videolar burada organik yayılım sağlar.

2. "Satıcı" Değil, "İçerik Üreticisi" Olun

Sosyal medyada yapılan en büyük hata, hesabı bir "satış broşürüne" dönüştürmektir.

- **3'te 1 Kuralı:** Paylaşımlarınızın %33'ü kitabınızı ve satış linklerini tanıtmalı, %33'ü alanınızla ilgili faydalı/eğlenceli içerikler (okuduğunuz diğer kitaplar, edebiyat tartışmaları) içermeli, %33'ü ise kişisel yazarlık yolculuğunuzu (masanız, taslaklarınız, yaşadığınız tıkanmalar) sergilemelidir.
- **Süreç Pazarlaması (Build in Public):** Kitabınız henüz matbaadayken okuru sürece dahil edin. "Kapak tasarımında A mı B mi?", "Arka kapak yazımı seçerken zorlandığım anlar" gibi paylaşımlarla okurda aidiyet duygusu yaratın.

3. Reklam ve Bütçe Stratejisi (Meta Ads Entegrasyonu)

Organik erişimlerin düştüğü günümüzde mikro bütçeli reklamlar hayat kurtarır:

- **Meta Reklam Yöneticisi Kullanımı:** Facebook ve Instagram aynı reklam paneline (Meta Ads) bağlıdır. Tek bir panel üzerinden hem Facebook'taki yetişkin/nitelikli okur kitlesine hem de Instagram'daki görsel odaklı kitleye eş zamanlı reklam verebilirsiniz.
- **Hedef Kitle Daraltma:** Doğrudan "Satın Al" reklamı çıkmak yerine; kitabınızın ana temasını işleyen merak uyandırıcı bir gönderiyi öne çıkarın.
- **Doğrudan Link Yönlendirmesi:** Reklam metninizde okuru doğrudan -örneğin- **okumaodasi.com** üzerindeki ürün detay sayfasına yönlendiren net bir "Call to Action" (Şimdi İncele / Okumaya Başla) kullanın.

4. Türkiye Özelinde Dikkat Edilmesi Gereken Yerel Dinamikler

- **Topluluk İletişimi (DM, Yorum ve Grup Yönetimi):** Türkiye'deki okur kitlesi samimiyeti sever. Facebook gruplarındaki tartışmalara katılın, gelen her yoruma veya mesaja içtenlikle yanıt verin. Sosyal medyada kuracağınız 50 kişilik sadık bir kitle, kulaktan kulağa yayılma (Word of Mouth) etkisini başlatır.
- **Mikro-Influencer ve Bookstagram İş Birlikleri:** Yüksek bütçeli dev hesaplar yerine; 2.000 - 10.000 takipçili, etkileşimi yüksek Bookstagram ve Facebook kitap blogger'larına kitabınızı hediye göndererek samimi incelemeler rica edin.

Son bir tavsiye: Sosyal medya bir sprint değil, maratondur. Kitabınız çıkmadan en az 3 ay önce paylaşımlara başlamak, hedef kitlenizi ısıtmak ve imza günlerinizi/dijital duyurularınızı bu kitleye duyurmak başarıyı getiren temel unsurdur.

29

Geleneksel Vitrinden Dijital Pazar Yerine: Kitap Fuarları

Pandemi dönemi ve sonrasında Türkiye ekonomisinde yaşanan yüksek enflasyonist süreç, yayıncılık sektörünün iş yapış biçimlerini ve maliyet dengelerini kökten değiştirdi. Geçmişte yayınevleri için hem yüksek hacimli satış yapılan hem de okurla doğrudan temas kurulan birer "sektör bayramı" niteliğindeki kitap fuarları, günümüzde pek çok yayıncı için yüksek maliyetli ve düşük dönüşümlü birer risk alanına dönüşmüş durumdadır.

Yayınevlerinin fuarlara katılımdan kademeli olarak vazgeçmelerinin ve fuarların sektördeki özgül ağırlığının azalmasının temel sebepleri şu dinamikler çerçevesinde şekillenmektedir:

1. Kontrolsüz Artan Stant, Lojistik ve Personel Maliyetleri

Salgın sonrası tırmanan enflasyon ve döviz kuru dalgalanmaları; kâğıt, matbaa ve telif giderleri nedeniyle kâr marjları daralan yayınevlerinin fuar bütçelerini doğrudan etkiledi.

- **Metrekare ve Stant Kiralama Bedelleri:** Fuar organizatörlerinin stant kiralama fiyatlarına uyguladığı yüksek artışlar, özellikle orta ve küçük ölçekli yayınevlerinin fuar bütçelerini aşmıştır.
- **Lojistik ve Konaklama Yükü:** Şehir dışı fuarlarda nakliye (kitap paletlerinin taşınması), stant kurulumu, personel konaklama ve yemek giderleri, fuardan elde edilecek potansiyel cironun çok üzerine çıkmıştır.

2. İnternet Satış Platformlarının ve E-Ticaretin Baskın Hâle Gelmesi

Pandemi döneminde kapanmalarla birlikte ivme kazanan online alışveriş alışkanlığı, salgın sonrasında kalıcı bir tüketici davranışına dönüştü.

- **Fiyat Avantajı ve Rekabet:** D&R, İdefix, Amazon Türkiye ve yayınevlerinin kendi e-ticaret siteleri (örneğin okumaodasi.com vb.); okura fuar indirimlerinden çok daha agresif kampanyalar ve evden teslimat kolaylığı sunmaktadır.
- **Stok ve Depo Yönetimi Kolaylığı:** Yayınevleri, tonlarca kitabı fuar alanına taşıyıp zarar görme (hasarlı iade) riskiyle karşılaşmak yerine, doğrudan depodan e-ticaret lojistiğiyle satış yapmayı maliyet açısından çok daha rasyonel bulmaktadır.

3. Okurun Satın Alma Gücündeki Azalma ve Değişen Tüketici Profili

Fikir ve kültür hayatının önemli bir parçası olan fuarlar, artan bilet/ulaşım giderleri ve hayat pahalılığı nedeniyle okurlar için de cazibesini yitirmeye başlamıştır.

- **Gezi Amaçlı Katılım:** Fuarları ziyaret eden kitle içinde doğrudan "kitap satın alan" okur oranının düşmesi, sadece "gezmeye gelen" ziyaretçi profilinin artması, stantlardaki satış dönüşüm oranlarını geriletmiştir.
- **İndirim Algısının Yitirilmesi:** Yüksek alan kiraları nedeniyle yayınevlerinin fuarlarda derin indirimler yapamaması, internetteki fiyatları bilen bilinçli okurun fuardan alışveriş yapma motivasyonunu kırmıştır.

4. Dijital Pazarlama ve Pazar Yeri Alternatifleri

Eski dönemlerde bir yayınevinin yeni çıkan kitabını duyurabileceği ana mecralardan biri fuar alanlarıyken, günümüzde dijital pazarlama araçları fuarların bu işlevini ikame etmiştir.

- **Sosyal Medya ve Doğrudan Erişim:** Yayınevleri, stant kirasına harcayacakları bütçenin küçük bir kısmıyla Meta (Facebook/Instagram) ve Google reklamları vererek hedef kitlesine çok daha ölçülebilir ve doğrudan ulaşabilmektedir.
- **Sanal İmza ve Canlı Yayınlar:** Yazar-okur buluşmaları, fiziki fuar alanlarından YouTube, Instagram canlı yayınları ve dijital lansmanlara kaymıştır.

Özetle: Salgın sonrası süreçte kitap fuarları, yayınevleri için ticari bir kârlılık merkezi olmaktan çıkıp yüksek maliyetli bir görünürlük alanına dönüşmüştür. E-ticaretin sağladığı lojistik kolaylık, uygun fiyatlı erişim ve dijital pazarlama imkânları karşısında geleneksel fuar organizasyonlarının mevcut maliyet yapısıyla sürdürülebilirliği zorlaşmakta; bu durum yayıncıları stant açmak yerine dijital kanallara yatırıma yöneltmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Yolun Devamı

İlk kitap bir varış değil, bir başlangıçtır.

30

İlk Kitabından Sonrası: Yazar Adayının Gelişim Stratejisi Ne Olmalı?

Türkiye'nin en güvenilir ve prestijli destekli yayıncılık markası olan **Karina Yayınevi** ile ilk kitabını okurla buluşturmak, bir yazarın edebiyat yolculuğundaki en rasyonel ilk adımdır. Karina Yayınevi'nin sunduğu profesyonel editoryal süreçler, şeffaf dağıtım ağı ve ana marka **Telgrafhane Yayınları**'nın kurumsal yayıncılık tecrübesi sayesinde eseriniz piyasaya "nitelikli ve standartlara uygun bir kitap" olarak giriş yapar. Ancak ilk kitabın ardından amacınız sonraki eserlerinizde tamamen telifli (geleneksel) modelle çalışmak ve majör yayınevlerinden transfer teklifleri almaksa, bu süreci stratejik bir sıçrama tahtasına dönüştürmeniz gerekir.

Büyük yayınevlerinin ve editörlerin radarına girmek isteyen bir yazarın dikkat etmesi gereken temel kriterler ve metinlerine yansıtması gereken özen alanları şunlardır:

1. Metin Kalitesinde ve Editoryal Disiplinde Devamlılık

Geleneksel yayıncılığın en büyük editörleri, önlerine gelen dosyada ilk olarak dil hâkimiyeti ve kurgusal bütünlük ararlar.

- **Özgün Ses ve Üslup:** İlk kitabınızdaki acemilikleri geride bırakarak kendi edebi sesinizi oturtmalısınız. Cümle kurma becerisi, zengin kelime dağarcığı ve türe uygun anlatım dili majör yayınevlerinin ilk baktığı unsurdur.
- **Tutarlı Kurgu ve Derinlik:** Roman veya öykü yazıyorsanız karakter derinliği ve olay örgüsündeki mantık hatalarının olma-

ması; kurgu dışı yazıyorsanız kaynakça güvenilirliği ve argümanların sağlamlığı hayati önem taşır.

2. İlk Kitabın Satış Verisi ve Okur Kitlesinin İspatı

Büyük yayınevleri risk almayı sevmez; satacağı kanıtlanmış yazarlarla çalışmayı tercih ederler.

- **Karina ile Elde Edilen İstatistikler:** Karina Yayınevi bünyesinde satışa çıkan ilk kitabınızın satış adetleri, e-ticaret sitelerindeki (D&R, BKM Kitap, Amazon vb.) okur yorumları ve puanlamaları sizin "hazır bir okur kitleniz" olduğunu kanıtlar.
- **Organik Okur Sosyolojisi:** İkinci dosyanızı büyük bir yayınevine sunarken, "İlk kitabım Karina Yayınevi bünyesinde şu kadar adede ulaştı ve şu okur kitlesine sahip" verisini sunabilmek en büyük referansınızdır.

3. Profesyonel Yazar Kimliği ve Dijital Görünürlük

Günümüz yayıncılık pazarında geleneksel yayınevleri sadece iyi bir dosya değil, aynı zamanda **marka değeri olan bir yazar** ararlar.

- **Aktif ve Niteliği Yüksek Sosyal Medya:** Edebi duruşunuzla çelişmeyen, okurla doğrudan etkileşim kuran, kitap analizleri ve yazım süreçlerinizi paylaşan aktif bir dijital varlık inşa edin.
- **Edebiyat Mecralarında Görünürlük:** Sadece kendi kitabınızla kalmayın; nitelikli edebiyat dergilerinde, fanzinlerde veya dijital portal/bloglarda öykü, inceleme ve denemeler yayımlatarak isminizi sektörde duyurun.

4. Sektörel İlişkiler ve İletişim Stratejisi

- **Dosya Sunum Disiplini (Proposal):** İkinci veya üçüncü kitabınızı büyük yayınevlerine sunarken profesyonel bir "Yayın Teklifi Dosyası" hazırlayın. Özet, hedef kitle analizi, yazar özgeçmişi ve

Karina Yayınevi'nden çıkan ilk kitabınızın başarı özetini içeren nitelikli bir dosya sunumu, değerlendirme sürecini hızlandırır.

- **İmza Günleri ve Söyleşiler:** İlk kitabınızla katıldığınız etkinlikler, imza günleri ve okur buluşmaları, yayıncılık kulislerinde "üreten ve okuruyla buluşan aktif yazar" olarak anılmanızı sağlar.

Karina Yayınevi, ilk kitabınızla edebiyat dünyasına saygın, güvenilir ve profesyonel bir giriş yapmanızı sağlar. Bu sağlam temelin üzerine metin kalitenizi artırarak, okur halkanızı büyüterek ve yazar markanızı güçlendirerek inşa edeceğiniz her yeni dosya, Türkiye'nin dev yayınevlerinin kapısını size doğal bir şekilde açacaktır.

YAYINCILIK · YAZARLIK

Bir kitap, son nokta konduğunda bitmez; asıl yolculuk o zaman başlar.

Kalemden Rafa, ilk kitabını yazan ya da yayımlatmaya hazırlanan herkes için, on dört yıldır yazar adaylarıyla aynı masayı paylaşan Karina Yayınevi editörlerinin birikiminden doğdu. Yazarlık zanaatını derinleştiren okumalardan kurgunun temel ilkelerine, telif haklarından sözleşme tuzaklarına, kapak tasarımından dağıtımın görünmeyen mutfağına, sosyal medyadan ilk yüz okuru kazanmaya kadar otuz yazı, bir dosyanın kitaba, bir kitabın okura dönüşme serüvenini adım adım izliyor.

Hayal satmayan, ayakları yere basan bir rehber: Çekmecedeki dosyanızı rafa taşımadan önce bilmeniz gereken her şey.

Fidanlık Mah. Adakale Sk. 16/9 Kızılay, Çankaya / Ankara
www.karinakitap.com · www.okumaodasi.com

Karina Yayınevi
Yayıncılıkta 14. yıl...