



KİTAPLARIN KAPAK TASARIMLARINDAKİ MESAJLARDA KULLANILAN PROPAGANDA TEKNİKLERİ

Kadir KAPLAN*

Geliş Tarihi: Mayıs, 2017

Kabul Tarihi: Ağustos, 2017

Öz

Bu çalışmada günümüz ikna yöntemlerinden olan propaganda, propagandanın tarihî gelişimi, propagandanın temel teknikleri, bu tekniklerin kitap kapaklarındaki kullanımı ve kitap seçimine olan etkisi üzerinde durulmuştur. Kitabın dış yapısını oluşturan ve okuyucu tarafından tercihi konusunda belirleyici unsur kitabın kapak tasarımıdır. Kapak tasarımı, okuyucuya kitapla ilgili fikir vermenin yanı sıra okuyucuyu kitaba karşı meraklandırır. Günümüzde bu özelliklere ilave olarak reklam ve pazarlamanın etkisiyle kapak tasarımlarında propaganda tekniklerine de yer verildiği görülmektedir.

Bu çalışmada Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş. tarafından yayınlanan 2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitabın ön ve arka kapağı incelenerek kitap kapaklarında tasarımcıların; “Bir Otoriteye Referans, Kalabalığa Katıl, Kasıtlı Muğlaklık, Özdeşleşme, Korkuya Başvurma, Tren Etkisi, Tanıklık, Parıltılı Genellemeler, Slogan, Transfer” olmak üzere temel propaganda tekniklerinden pek çoğunu kullandığı belirlenmiştir. Kullanılan bu teknikler, örnekleriyle değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Kitap seçimi, kitap kapağı, propaganda, propaganda teknikleri.

PROPAGANDA TECHNIQUES USED IN MESSAGES IN THE BOOK DESIGNS OF BOOKS

Abstract

In this study, it is stressed on propaganda which is one of today's persuasion methods, the historical development of propaganda the basic techniques of propaganda the use of these techniques on book covers and the effect on choosing books it is design of the cover of the books which constitutes the external structure of the books and which is decisive for the readers preference. In addition to giving to readers an idea of the book, the cover design entices the reader in to book. Nowadays, besides these features it is seen propaganda techniques are also included in the cover designs by influence of advertising and marketing.

In this study, we establish by examining the front and back cover of the first hundred books on the list of bestseller. In the year 2016 published by Kitapyurdu Publishing and Communication Cooperation that the most basic propaganda techniques were used such as reference to an authority, join a crowd, Intentional vagueness, plain folks truth, fear, bandwagon, testimonial, Glittering Generalities, slogan. Used these techniques are evaluated with examples.

Keywords: Book choice, book cover, propaganda, propaganda techniques.

* Doktora Öğrencisi; Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 164009022@usak.edu.tr.

1. Giriş

Okuyucunun kitap seçimini doğrudan etkileyecek pek çok unsur vardır. Kitabın fiyatı, biçimsel özellikleri, yazarı, konusu, kaynakçası, sayfa sayısı, türü, tavsiye edilip edilmemesi vb. gibi sebepler okuyucunun tercihini şekillendirmektedir. Her yıl basılan binlerce kitap arasında tercih edilebilmek için yayınevleri, tasarımcılar farklı yöntemler, uygulamalar geliştirmektedir. Bu uygulama ve yöntemler daha çok kitabın dış yapısına yöneliktir. Bir kitap dış yapı özellikleri bakımından değerlendirilirken kitabın ebadı, kâğıt ve cilt kalitesi, kapak tasarımı, sayfa düzeni, harf punto büyüklüğü ve kitapta kullanılan resimler incelenir. Saydığımız dış yapı özelliklerinden kapak tasarımı; okuyucunun kitaba yönelmesini, kitapla arasında bağ kurmasını ve kitabı tercih etmesini sağlayan ilk uyaran durumundadır. Okuyucunun beklentilerini, ilgi ve beğenilerini karşılayan bir kapak; kitabın tercih edilerek okunmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda yapılan çalışmalarda Soysal (2006), Sezgin (2006), Tosunoğlu ve Kayadibi (2006), Işıtan ve Gönen (2006), Sürmeli (2006), Kaya (2006), Erdal (2006), Maltepe (2009) kitapların kapak tasarımında aranan özelliklerle ilgili olarak kapağın sanatsal özellik taşıması, ilgi çekici ve merak unsurları uyandıracak şekilde tasarlanması, konu ile tutarlı olması, dayanıklı olması, kapakta doğru renklerin tercih edilmesi gibi birtakım ortaklıklar bulunmaktadır. Bu ortak tespitlerin yanında kitap kapaklarında çalışmamızın da özünü oluşturan propaganda tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Kullanılan bu tekniklerin tespiti ve tespitlerin okuyucu ile paylaşılması; okuyucunun kitap seçiminde daha bilinçli hareket etmesini sağlayacaktır.

Günümüzde iletişim, mesajın bir kanal aracılığıyla karşıya iletilmesinin yanı sıra ikna etme faaliyetine de dönüşmüştür. Dönüşümde amaç başkalarının değerlerini, inançlarını, ideolojilerini, düşüncelerini ve yaptıklarını değiştirmektir. İkna ve düşünceyi değiştirmede propaganda önemli bir kavramdır. Kökeni İtalyanca olan propaganda kelimesi *TDK Türkçe Sözlük* (2011)'te “Bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca.” şeklinde tanımlanırken Laswell (1927; Aktaran Geçikli, 1999) ise propagandayı düşüncelerin denetimi olarak tanımlar. Qualter (1980)'in tanımında ise propagandanın kitleleri biçimlendirme, kontrol altına alma ve değiştirme özelliği ön plana çıkmaktadır. Özetle propaganda bireyleri, kitleleri veya grupları çeşitli edimler aracılığıyla etkileyip amaçlanan fikirlerin, kanaatlerin bireylerde, kitlelerde veya gruplarda yaygınlaştırılarak insanın belirli bir konumda nasıl hareket edeceğini belirleyen psikolojik faktördür. Propagandayla ilgili tanımları nicelik olarak artırmak mümkün; ancak bu tanımların ortak noktasında “etkileme, özendirme, denetim altına alma ve biçimlendirme” vardır.

Propagandanın tarihi ile ilgili çalışmalara göre Qualter (1980), Armağan (1999), Satkın (2011) propagandanın ortaya çıkışında Roma Kilisesinin başlattığı misyonerlik faaliyetlerinin etkili olduğunu görmekteyiz. Roma Kilisesi, din anlayışını geniş kitlelere benimsetmek amacıyla “Sacra Congregatio de Propaganda Fide” isimli bir kuruluş kurar. Bu kuruluş; eylemlerini yaymak, meşrulaştırmak ve hedef kitleye sempatik göstermek isteyen farklı propagandacılara örnek olmuştur. Propaganda faaliyetleri Fransız Devrimi’yle beraber hızla yayılmıştır. 20. yüzyıldaki gelişmelerle birlikte boyut atlayan propaganda pek çok alanda kullanılmaya başlar. Reklam ve pazarlama, siyaset, sanat, savaş stratejileri bu alanlardan birkaçıdır. Reklam ve pazarlamanın bir parçası olarak propaganda kitapların kapak tasarımında da sıkça kullanılmaktadır.

Propaganda yapmak için kullanılabilecek pek çok araç vardır. Kullanılacak aracın belirlenmesinde propagandanın amacı ve propaganda uygulanacak hedef kitle önemli bir etkidir. 20. yüzyıla gelindiğinde artan teknolojik gelişmeler propaganda aracı olarak kitle iletişim araçlarını ön plana çıkarmıştır. Gazete, kitap, dergi, televizyon, radyo, afiş, broşür, internet, pano, fotoğraf vb. Saydığımız araçlardan kitap, içerisinde barındırdığı tarihsel derinliği nedeniyle en eski araç olma özelliği taşır. Gerek ideolojik anlamda fikirlerin gerekse toplum hayatındaki davranışların yönlendirilmesinde kitap daima kullanılagelmiştir. Kutsal kitaplar dahi hem din propagandasının hem de politik propagandanın en temel araçları olmuşlardır (Abadan, 1996; Aktaran Satkın, 2011). İlk dönemlerde daha çok kutsal kitapların veya dinî metinlerin ekseninde var olan kitaplar, geçmişten günümüze bilim, tarih, edebiyat, felsefe, siyaset vb. konularında da yazılmaya başlar. Ele aldığı konular dönem dönem değişiklik gösterse de kitabın propaganda aracı olarak kullanımı değişmemiş; kitap, 16. yüzyıldan itibaren kitleleri etkileyen en önemli iletişim aracı olmuştur. Bu özellik günümüzde de çeşitli düşünceleri derinlemesine işleme nedeniyle hâlâ devam etmektedir. 20. yüzyılın ideolojilerinin biçimlenmesinde kitapların rolü yadsınamaz bir durumdadır. Pek çok değer, ideoloji, inanç, öğreti bir kitabın konusu olarak ele alınmakta ve bunların propagandası yapılmaktadır. İzlenen bu yolla edebî değeri olmayan birçok kitap yüz binlerce okuyucuya ulaşmaktadır. Bu durum edebî değeri olan pek çok kitabın da etkili bir propaganda süreci izlenmediği/izlenemediği için okuyucuya ulaşmadan yok olmasına sebep olmaktadır.

Propaganda, kitabın konusunun içine sindirilerek kitabın iç yapısında yapılabildiği gibi kitapların dış yapı dediğimiz kapağında da yapılabilmektedir. Okuyucunun kitapla ilk buluşması kapak tasarımıyla gerçekleşir. Kapak tasarımı okuyucunun kitaba yönelmesini, kitapla arasında bağ kurmasını ve kitabı tercih etmesini sağlar. Kapak tasarımının bu özelliği propagandanın

teknik özelliklerinden (Tarhan, 2002) olan dikkat, ilgi ve istek ile uyumludur. Propagandacı, kapak tasarımıyla dikkat ve ilgi çekerek okuyucuda kitabı alma isteği uyandırmaya çalışır.

Bu çalışmada 2016 yılında en çok okunan kitapların kapak tasarımları incelenerek bu tasarımlarda kullanılan propaganda teknikleri tespit edilmiştir.

2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş. tarafından yayınlanan 2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitap kapağında hangi propaganda tekniklerinin kullanıldığını tespit etmek ve kullanılan tekniklerin incelenen ilk yüz kitaptaki dağılımını belirlemektir. Bu kapsamda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. İncelenen kitaplarda kullanılan propaganda tekniklerinin dağılımı nasıldır?
2. Propaganda teknikleri ile kitap tercihi arasında ilişki var mıdır?

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, araştırma verilerinin toplanma süreci, araştırma verilerinin analiz yöntemi hakkında bilgi verilmiştir.

2.1. Araştırma Modeli

Kitap kapaklarında kullanılan propaganda tekniklerinin kitap tercihine olan etkisini değerlendirmek amacıyla tarama modelinde yapılan bu çalışma nitel yönteme göre desenlenmiştir.

2.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş. tarafından yayınlanan 2016 yılı çok satanlar listesi oluşturmaktadır. Örneklem olarak Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş. tarafından yayınlanan 2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitap herhangi bir tür, konu, yayınevi ayrımı yapılmaksızın seçilmiştir. Örneklemen seçiminde “amaçlı örnekleme” tercih edilmiştir. Amaçlı örneklemede araştırmacı çalışmasındaki amaç doğrultusunda evrenin bir bölümünü örnekleme dâhil eder (Sencer, 1989). Bu doğrultuda propaganda teknikleri ile kitap tercihleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla tüm evren içinden en fazla tercih edilen ilk yüz kitap örnekleme dâhil edilmiştir.

Bu yüz kitap sırasıyla: *Kürk Mantolu Madonna*, *Şeker Portakalı*, *1984*, *Kırmızı Saçlı Kadın*, *Küçük Prens*, *İçimizdeki Şeytan*, *Bilinmeyen Bir Kadının Mektubu*, *Hayvan Çiftliği*, *Havva'nın Üç Kızı*, *Simyacı*, *Bülbülü Öldürmek*, *Eyvallah*, *Yabancı*, *Kırmızı Pazartesi*, *Kuyucaklı Yusuf*, *Dönüşüm*, *Yabancı & Şahmeran*, *Hızır Dokunsun Dualarına*, *Hayvanlardan*

Tanrılara Sapiens & İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi, Ayasofya'nın Gizli Tarihi, Eyvallah 2, Satranç, Oyuncu Anne & Çocuğuyla Nitelikli Zaman Geçirmek İsteyen Annelere Rehber Kitap, Kelebek Adası, Size Bir Sır Vereceğim, Dedemin Bakkalı, Sineklerin Tanrısı, Tutunamayanlar, Senden Sonra Ben, Elveda Güzel Vatanım, Fareler ve İnsanlar, Otomatik Portakal, Sol Ayağım, Martı Jonathan Livingston, Yeşil Deniz Kabuğu, Yüzyıllık Yalnızlık, Osmanlı'nın Şifreleri, Aşk 5 Vakittir, Harry Potter ve Lanetli Çocuk, Küçük Kara Balık, Adam, Gurur ve Önyargı, Çavdar Tarlasında Çocuklar, Mucize, Geliştiren Anne-Baba, Beni Ödülle Cezalandırma, Nar Ağacı, Aylak Adam, Saatleri Ayarlama Enstitüsü, Fıtrat Pedagojisi, Uçurtma Avcısı, Olasılıksız, Böğürtlen Kışı, Türklerin Tarihi, Lügat 365 & Bazı Kelimeler Çok Güzel, Senden Önce Ben, Mutluluk Kürleri, Mücella, Küçük Prens, Oz, Arzın Kapısı Kudüs & Mescid-i Aksa, Ev Yapımı Sihirli Değnek, Kudüs'ün Gizemli Tarihi, Başlarım Şimdi Anneliğe, Olağanüstü Bir Gece, Devletin Gizli Sahipleri Heyet, Fedailerin Kalesi Alamut, Güvenli Bağlanma, Semerkant, Fıtrat Pedagojisi 2 & Peygamberlerin Çocuk Eğitimi Metotları, Galat-ı Meşhur & Doğru Bildiğiniz Yanlışlar, Kanadı Kırık Kuşlar, Casus, Tehlikeli Oyunlar, Kurt Gölü, Lantano, Su Kanunu, Diriliş Neslinin Amentüsü, Aşkla Kal, 0-6 Yaş Dönemi Çocuk Eğitiminde 100 Temel Kural, Beyaz Gemi, Aeden & Bir Dünya Hikayesi, YDS Sınav Stratejileri Gramer Konu Anlatımı, Bu Ülke, Güneşi Uyandırırım, Kelebeğin Hayat Sırları, Uçan Sınıf, İyi Hissetmek, Türklerin Tarihi 2-Anadolu'nun Bozkırlarından Avrupa'nın İçlerine, Darbenin Kayıp Saatleri, Momo, Osman/ Birinci Kitap: Aşk, İslam'ın Kızına, Elveda Haziran, Kitaplardan Korkan Çocuk, Gün Olur Asra Bedel, Mor, Benimle Oynar mısın Anne 365 Eğitici Çocuk Oyunu, Puslu Kıtalar Atlası Korku isimli kitaplardır. Yüz kitabın içinde Küçük Prens isimli kitap yayınevleri ve kapak tasarımları farklı olduğu için iki kez yazılmıştır.

2.3. Verilerin Toplanması

Bu çalışma ile birlikte kitap kapaklarında bulunması gereken özellikler, propagandanın tanımı, propagandanın tarihsel gelişim süreci ele alınmış; ardından Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş. tarafından yayınlanan 2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitabın ön ve arka kapağında yer alan propaganda unsurları incelenmiş ve tespitler ortaya konulmuştur. Son olarak da bu teknikler ile kitap tercihi arasındaki bağlantı kurulmuştur.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş. tarafından yayınlanan 2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitap kapağında kullanılan propaganda teknikleri araştırmacı tarafından geliştirilen "Propaganda Tespit Formu"na göre incelenerek hangi propaganda tekniklerinin kitap kapakları aracılığıyla kullanıldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Propaganda tespit formu oluşturulurken Yüksel (1994)'in propaganda teknikleri sınıflandırması ile Çifci ve Yıldırım (2012)'in 1938'de

Propaganda Analiz Enstitüsü tarafından belirlenen teknikler üzerinden yaptıkları sınıflandırmadan yararlanılmıştır. Propaganda tespit formu aracılığıyla Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş. tarafından yayınlanan 2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitap kapağında kullanılan propaganda tekniklerinden elde edilen verilerin yüzde ve frekans analizleri yapılmıştır. Araştırmada güvenilirliğini sağlamak için, tespit edilen propaganda tekniklerinin söz konusu teknikleri temsil edip etmediğini teyit etmek amacıyla uzman görüşü alınmıştır. İki araştırmacının kodları karşılaştırılmıştır. İçerik analizi ile elde edilen verilerin güvenilirliğinin sağlanması için, Miles ve Huberman (1994) 'ın "Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) x 100" formülü kullanılmıştır. Araştırmacılar arasındaki güvenilirlik bu formül kullanılarak ,72 olarak bulunmuştur. Araştırmacılar arasında görüş ayrılıklarının olduğu kodlar üzerine tartışılarak bahsi geçen kodlar uygun teknik altına yerleştirilmiş ya da tamamen değerlendirme dışında bırakılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Araştırmadaki verilerin değerlendirilmesinde nitel araştırma tekniklerinden içerik analizi kullanılmıştır. "İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır" (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 227). Araştırmada veriler tespit edildikten sonra genel bir çerçeve içinde kodlama yapılmıştır. Daha sonra, birbiriyle ilişkili ve anlamlı bir bütün oluşturan kodlar, propaganda teknikleri altında birleştirilmiştir.

3. Bulgu ve Yorum

Propagandanın temelinde çeşitli araç ve yöntemler kullanarak fertleri etkileme, değiştirme vardır. Propagandacı bu teknikleri kullanırken etkili ve toplum tarafından kalıcı olacağına inandığı semboller kullanır. Amaca ters düşecek veya kitlenin dikkatini dağıtabilecek gerçeklerden hiç söz etmez (Geçikli, 1999). Bu sebeple propagandanın özünde oluşturulduğu çevrenin, toplumun değerleri, kültürel izleri vardır. Bu iz ve değerler kullanılacak tekniği ve aracı da etkiler. Propagandacı bu faktörü göz ardı edemez, ederse amacına ulaşamaz. Propagandacı propaganda oluşturabilmek için birtakım tekniklerden yararlanır. Korkuya başvurma, bir otoriteye referans, tren etkisi, kalabalığa katıl, kaçınılmaz zafer, dorudan emir, reddin elde edilmesi, parıltılı genellemeler, rasyonalizasyon, kasıtlı muğlaklık, transfer, nedeni aşırı basitleştirmek, sokaktaki adam, tanıklık, damgalama, günah keçisi, erdem sözleri, sloganlar, ifade edilmemiş kabuller vb. Burns (1982; Aktaran Çifci ve Yıldırım, 2012).

Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş. tarafından yayınlanan 2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitabın ön ve arka kapağında yer alan propaganda unsurlarının incelenmesi sonucunda kitapların ön ve arka kapağında yer alan propaganda unsurlarına ilişkin sayısal sonuçlar Tablo 1’de gösterilmiştir:

Tablo 1: 2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitapta kullanılan propaganda teknikleri

Teknikler	Frekans(F)	Yüzde (%)
Bir Otoriteye Referans	12	8,8
Kalabalığa Katıl	25	18,4
Kasıtlı Muğlaklık	3	2,2
Özdeşleşme	2	1,5
Korkuya Başvurma	2	1,5
Tren Etkisi	13	9,6
Tanıklık	17	12,5
Parıltılı Genellemeler	7	5,1
Sloganlar	27	19,9
Toplam	108	79,4
Teknik Kullanılmayan	28	20,6
Genel Toplam	136	100,0

2016 yılı çok satanlar listesindeki ilk yüz kitapta kullanılan propaganda tekniklerinin sayısal dağılımına baktığımızda yüz kitaptan yetmiş ikisinde propaganda tekniğine başvurulduğu yirmi sekizinde herhangi bir propaganda tekniği kullanılmadığı görülmektedir. Yetmiş iki kitapta toplam yüz sekiz propaganda tekniğine kullanıldığı, bazı kitaplarda birden fazla propaganda tekniğine yer verildiği görülmektedir.

Kullanılan propaganda tekniklerinin dağılımına bakıldığında “Bir Otoriteye Referans” tekniğinin (f12), “Kalabalığa Katıl” tekniğinin (f25), “Kasıtlı Muğlaklık” tekniğinin (f3), “Özdeşleşme” tekniğinin (f2), “Korkuya Başvurma” tekniğinin (f2), “Tren Etkisi” tekniğinin (f13), “Tanıklık” tekniğinin (f17), “Parıltılı Genellemeler” tekniğinin (f7), “Sloganlar” tekniğinin (f27) kullanıldığı görülmektedir. Propaganda tekniklerinden en fazla “Slogan” tekniğinin kullanıldığı görülmektedir (f27). En az kullanılan teknikler ise “Korkuya Başvurma” ve “Özdeşleşme” olmuştur (f2).

3.1. Bir Otoriteye Referans: Propagandacının bir değeri, ideolojiyi, inancı, öğretiyi düşünceyi desteklemek; bunların farklı kimseler tarafından kabul görmesi için bir makam sahibini veya yetkinliği kabul görmüş otoriteyi kaynak göstermesidir.

İncelediğimiz yüz kitabın on iki tanesinde propaganda tekniklerinden “Bir Otoriteye Referans”ın kullanıldığı görülmektedir. *Kırmızı Saçlı Kadın*, *Yabancı*, *Kırmızı Pazartesi*, *Sineklerin Tanrısı* isimli kitaplarda kitabın Nobel ödülü aldığı belirtilmiş; otorite olarak Nobel gösterilmiştir. *Kuyucaklı Yusuf*, *Fareler ve İnsanlar*, *Sol Ayağım* isimli kitaplarda ise kitapların 100 Temel Eser listesinde yer aldığı vurgulanarak otorite Milli Eğitim Bakanlığı olmuştur. *Küçük Prens* isimli kitapta Davranış Bilimleri Enstitüsünün; *Martı*, *Mucize*, *Uçurtma Avcısı* isimli kitaplarda Uluslararası Bestsellersin; *Uçan Sınıf* isimli kitapta Andersen’in otorite olarak

kullanıldığı görülmektedir. Kitaplarda kullanılan otoriteler okuyucunun kitap seçimini doğrudan etkilemektedir.

3.2. Kalabalığa Katıl: Bu tekniğe başvuran propagandacının amacı empoze edilmeye çalışılan düşüncenin, değer, ideolojinin artık bir kitle hareketine dönüştüğünü; farklı kişi ve kurumlarca kabul gördüğünü ortaya koymaktır. Böylece diğer kişi ve kurumların dikkatini çekmek ve kendilerine katılmalarını sağlamak temel hedeftir. İncelediğimiz kitapların yirmi beş tanesinde kitabın yaptığı baskı sayısı vurgulanmıştır. Baskı sayısının fazlalığı ön plana çıkartılmış; kitabın pek çok kişi tarafından okunduğu vurgulanarak propagandası yapılmıştır. *Şeker Portakalı, Küçük Prens, Bilinmeyen Bir Kadının Mektubu, Hayvan Çiftliği, Simyacı, Yabancı, Kırmızı Pazartesi, Dönüşüm, Satranç, Size Bir Sır Vereceğim, Otomatik Portakal, Yüzyıllık Yalnızlık, Osmanlının Şifreleri, Küçük Kara Balık, Gurur ve Önyargı, Aylak Adam, Olasılıksız, Başlarım Şimdi Anneliğe, Heyet, Semerkant, Lontano, Güneşi Uyandırırım, Uçan Sınıf, İyi Hissetmek, Kitaplardan Korkan Çocuk* kitapları içerisinde yaptığı altı yüz bin baskı ile *Küçük Prens* dikkat çekmektedir. Yayınevleri ya da kapak tasarımcıları kalabalığa katıl tekniğini kullanarak kitabın pek çok kişi ve topluluk tarafından kabul gördüğünü ortaya koyar. Kitabın baskı sayısını ön plana çıkartarak okuyucunun dikkatini kitap üzerine çeker. Kitabın baskı sayısını kapakta gören okuyucu, kitabın yaptığı baskı sayısından hareketle çıkarımda bulunur. Okuyucu, kitabın çok fazla kişi tarafından tercih edildiğini düşünüp onların tercihinden etkilenir. Bu etki, okuyucunun kitap tercihinde belirleyici faktörü olacaktır.

3.3. Kasıtlı Muğlaklık: Propagandacı, bu teknikte kesin ifadelerden kaçınıp yuvarlak ifadeler kullanır. Yapılan genellemeler net değildir. Bu teknikte amaç hedef kitleyi muğlak genellemelerle etkilemektir. *Kuyucaklı Yusuf* isimli kitabın arka kapağında “Kuyucaklı Yusuf, Türk edebiyatının belki de en romantik kahramanıdır.” denilmek suretiyle bu teknikten faydalanılmıştır. Aynı teknik Hikmet Anıl Öztekin’in *Eyvallah 2* isimli kitabında ve Stefan Zweig’in *Bilinmeyen Bir Kadının Mektubu*’nda da görülür. Öztekin, “Kim bilir belki gelmesini beklediğiniz sevda, bu satırlarda sizi bekliyordur.” der. Zweig’in kitabının arka kapağında ise “Mutlak aşk kavramının şimdiye kadar bilinmeyen kıyılarına varmayı amaçlamış olması da muhtemel” cümlesi kullanılır. Her iki cümle ile bir muğlaklık ortaya konulmuş ve yuvarlak ifadelerle kitabın okuyucu tarafından tercih edilmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

3.4. Özdeşleşme: Propagandacı, bu teknikte propagandanın inandırıcılığını ve etki gücünü artırmak için kendini etki altına almak istediği hedef kitlenin bir parçası gibi gösterir. Bu tekniğin bir başka boyutu da güvenilirliktir. Propagandacı ile hedef kitle arasında sağlanan güven ortamı propaganda faaliyetlerini doğrudan destekleyecektir. İncelenen kitaplardan *Başlarım Şimdi Anneliğe* ve *Sihirli Değnek*’te yazar kendisinin de üç çocuk annesi olduğunu,

kariyerinden vazgeçmeyip hayata tutunduğunu ve mutlu olduğunu belirterek hedef kitlesindeki bayanlar, anneler ve anne adayları ile bağ kurmaktadır.

3.5. Korkuya Başvurma: Propagandacı bu teknikte hedef kitleyi etkilemek; hedef kitleye ideolojisini, düşüncesini kabul ettirmek amacındadır. Bu amacına ulaşabilmek için korku, endişe ve tehdit gibi unsurlardan faydalanır. 2016 yılında en çok tercih edilen ilk yüz kitabın iki tanesinde bu tekniğin kullanıldığı görülmektedir. George Orwell'in *Bin Dokuz Yüz Seksen Dört* isimli kitabının arka kapağında yazarın geleceğe ilişkin bir kâbus senaryosu kaleme aldığı vurgulanarak kitabın bugüne ilişkin bir uyarı çığlığı olduğu ifade edilir. Okuyucunun bu uyarı çığlığını duyabilmesi için kitabı okuması gerekmektedir. Korkuya başvurma tekniği ile okuyucunun kitabı tercih etmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Aynı tekniği Michael Ende'nin yazdığı *Momo* kitabında da görmekteyiz. Kitabın arka kapağında zaman konusunda okuyucu uyarılır. Momo ve çocukların zamanın alındığına dair yaptığı uyarının algılanabilmesi için arka kapakta "Okuyun, dinleyin ve anlayın..." ifadeleri kullanılmıştır. Yoksa zaman alınacaktır. Yine bu kitapta da korkuya başvurma tekniği ile okuyucunun kitabı tercih etmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

3.6. Tren Etkisi: "Herkesin aynı ürünü kullandığı, herkesin aynı şekilde düşündüğü ileri sürülerek farklı düşüncede olanların yalnızlaştırılması amaçlanmaktadır." (Çifci ve Yıldırım, 2012: 36). Böylece hedef kitle mademki herkes bunu yapıyor düşüncesi ve yalnız kalma korkusu ile hareket edecek; bu durum da propagandacının amacına ulaşmasına katkı sağlayacaktır. 2016 yılında en çok tercih edilen ilk yüz kitabın on üçünde bu teknik kullanılmıştır. *Türklerin Tarihi 1 ve 2* kitaplarının arkasında hayali tarih yerine gerçek Türk tarihini bilmek, doğruyu öğrenmek için kitabın okunması gerektiği vurgulanmıştır. Şermin arkacı, tarafından yazılan *Oyuncu Anne ve Başlarım Şimdi Anneliğe* isimli kitaplarda ise "Çocuğuyla nitelikli zaman geçirmek isteyen annelere rehber kitap.", "Anneliğe ve bebek bakımına güzel bir başlangıç için rehber kitap." denilerek iyi anne olmak isteyen bu kitapları okur vurgusu yapılmıştır. Aynı vurgu *Beni Ödülle Cezalandırma* isimli kitapta da yapılmıştır. *Su Kanunu* isimli kitapta tren etkisi "Kendi mucizeni yaşamak için su kanunlarını öğrenmelisin..."denilerek kullanılmıştır. Tren etkisi tekniği *Sihirli Değnek*'te "Kalbindekileri düzenle.", *Dedemin Bakkalı*'nda "Çocukların yetişkinlerle iletişimde dikkat etmesi gereken hassas konular bu kitapta.", *Aeden*'de "Masalla gerçeği ayır.", *Size Bir Sır Vereceğim*'de "Hayatında muhteşem bir değişim isteyenlere...", *Heyet*'te "Gerçekleri öğrenmek için ilk sayfayı okumanız yeterli", *Mutluluk Kürleri*'nde "21 günde enerjini artır, zayıfla, depresyonu yen, kronik yorgunluğa son ver.", *İyi Hissetmek*'te "Depresyondan ilaçsız kurtulun." cümleleri ile yapılmıştır.

3.7. Tanıklık: Propagandacı bu teknikte hedef kitle tarafından değer verilen, sözü dinlenen, saygı duyulan kişinin sözlerini kendi düşüncesine tanık gösterir. Bu tanıklık sayesinde hedef kitle propagandacının düşüncelerini, değerlerini, ideolojilerini kabullenir. Tanıklık incelenen kitapların on yedisinde kullanılmıştır. *Hızır Dokunsun Dualarına* isimli kitapta Mevlana Celaleddin-i Rumi; *Hayvanlardan Tanrılara Sapiens*'te Jared Diamond ve John Gray; *Ayasofya'nın Gizli Tarihi* ve *Kudüs'ün Gizemli Tarihi*'nde Pelin Çift; *Oyuncu Anne*'de Serap Antepli, Özgün Kızıldağ, Çiğdem Doğan, Banu Özkan; *Tutunamayanlar*'da Berna Moran; *Osmanlı'nın Şifreleri*'nde Cansu Canan Özgen; *Mucize*'de Nicholas Sparks, Rebecca Stead, Julia Alvarez; *Uçurtma Avcısı*'nda Joanna Trollope; *Güvenli Bağlanma*'da Doğan Cücelioğlu; *Olasılıksız*'da Clive Cussler ve Ben Mezrich tanık gösterilen kişilerdir. Bu isimler yoluyla kitabın alınması sağlanmaya çalışılmıştır.

Bu tekniğe bağlantılı olarak izlenen başka bir yol ise yazarların daha önceden beğenilmiş, ciddi manada satış rakamlarına ulaşmış kendi kitaplarına göndermeler yapmadır. *Eyvallah* kitabının kapağında “Elif gibi Sevmek kitabının yazarı”; *Senden Sonra Ben*'de “Senden Önce Ben kitabının yazarı”; *Böğürtlen Kışı*'nda “Mart Menekşeleri ve Yağmur Sonrası yazarından”; *Oz*'da “Olasılıksız ve Empati'nin yazarı”; *Kurt Gölü*'nde “Aklından Bir Sayı Tut'un yazarından”; *Aşkla Kal*'da “Bukrenin yazarından”; *Arzın Kapısı Kudüs Mescid-i Aksa*'nın arka kapağında “Kitapları, televizyon programları ve gezileriyle binlerce insanı keyifli bir tarih yolculuğuna çıkaran Talha Uğurluel anlatıyor.” ifadelerinin kullanılması bu sebeptir.

3.8. Parıltılı Genellemeler: Bu propaganda tekniğinin özünde pek çok kitle tarafından kabul gören olgu ve inanç vardır. Propagandacı hedef kitleyi etki altına alabilmek için bu olgu ve inançla ilgili kelimeler kullanır. Parıltılı genelleme tekniği *Su Kanunu* kitabının ön kapağında karşımıza çıkar. “Bir Hızır Öğretisi” ifadesi ile kutsal kavramlardan yararlanmıştır. Kutsal değerlerden yararlanan bir diğer kitap da *Fıtrat Pedagojisi 1 ve 2*'dir. Bu kitapların ön kapaklarında yer alan elif, vav harfi ve peygamber metodu, adetlerle değil ayetlerle çocuk eğitimi kutsal kavram olarak değerlendirilmiştir. *Hızır Dokunsun Duaları*'nın hem isminde geçen Hızır (a.s.) hem de kapak görselinde kullanılan Allah lafzı, cami ve namaz kılıp dua eden insan figürlerinde parıltılı genelleme kutsal değerler üzerinden yapılmıştır. Aynı teknik Ayşe Kulin'in yazdığı *Kanadı Kırık Kuşlar* isimli kitapta “Kanadı Kırık Kuşlar, vatani sevgi olan herkesin kalbine degecek...” cümlesiyle vatan sevgisi; *Gün Olur Asra Bedel*'de “... tutsaklığa, baskılara ve sürgünlere karşı umudu hep diri tutan bir meydan okuyuştur.” cümlesiyle umut üzerinden kullanılmıştır. *Heyet* isimli kitabın kapağında yer alan “Bizler üç kıtada Allah dedirtmek için varız ve var olacağız.” cümlesi kitabı almayı düşünenler için çoğunluk tarafından kabul gören kutsal değerler üzerinden yapılan parıltılı genellemedir.

3.9. Sloganlar: Hedef kitlede olumlu bir bakış açısı oluşturmak amacıyla propagandacının kullandığı özlü, etkileyici söz ya da cümlelerdir. Slogan tekniği incelediğimiz kitapların pek çoğunda kullanılmıştır. *Eyvallah* isimli kitabın ön kapağında kullanılan “Bazen solundan, soluğundan eksilirsin yine de eyvallah dersin!”, *Satranç*’ın ön kapağında “İnsan bekler, bekler, bekler, şakakları zonklayana dek düşünür, düşünür, düşünür.”, *Kelebek Adası*’nda “Gittiğim her yol sana çıkıyor.”, *Elveda Güzel Vatanım* romanının ön kapağında yer alan “Devletin derinlikleri, toprağın derinliklerinden daha karanlıktır.”, *Yüzyıllık Yalnızlık*’ın arka kapağında “Kitabımda gerçekliğe dayanmayan tek cümle bulamazsınız.”, *Gurur ve Önyargı*’da “Tüm zamanların en sevilen romanı.”, *Mucize*’de “Kaderinde sıradışı olmak varsa sıradan kalamazsın.”, *Beni Ödülle Cezalandırma*’da “Bildikleriniz değişecek.”, *Nar Ağacı*’nda “Yıllarca unutulmayacak kitap.” ve “Sen öyle çağırmasan ben böyle gelmezdim.”, *Uçurtma Avcısı*’nın arka kapağında “Su gibi akıp giden öykü.”, *Böğürtlen Kışı*’nda “Bu öyküyü yüreklerinizden kolay kolay silip atamayacaksınız.”, *Bülbülü Öldürmek*’te “İstedığın kadar saksığanı vur vurabilirsen ama unutma, bülbülü öldürmek günahdır.”, *Eyvallah 2*’de “Varacağını bilmediğin yola çıkar mıydın?”, *Kırmızı Saçlı Kadın*’da “İlk aşk deneyimi bütün bir hayatı belirler mi? Yoksa kaderimizi çizen yalnızca tarihin ve efsanelerin gücü müdür?”, *İyi Hissetmek*’te “Yeni Duygudurum Tedavisi”, *Ayasofya’nın Gizli Tarihi* kitabının arka kapağında “Ayasofya’yı okudukça anlayacak, anladıkça sevecek, sevdiğe sahipleneceksiniz.”, *Heyet*’te “Anlattıklarımızı anladıkça bildikleriniz sadece basit bir bilgi olarak kalacak.”, *Mor*’da “Zordur sadakat; gerçekten sevmeyince insan.” *Elveda Haziran*’ın kapağında “ Bir varmış, bir yokmuş hâlâ içindeki masala kulak veren küçük bir kadın varmış.”, “Sıkıntılardan kurtulmada çıkış yolu çok yakınında.”, *Darbenin Kayıp Saatleri*’nde “Ölmek için güzel bir gün annem!”, *Lontano*’da “Grange’den Kongo-Fransa-Belçika üçgeninde tüyler ürpertici, soluk soluğa bir kovalamaca.”, *Senden Önce Ben*’de “Aşka ve mucizelere inan.”, *Uçan Sınıf*’ta “Bitmeyen eğlence ve bol mizah. Bir kez okumak yetmeyecek.”, *YDS Sınav Stratejileri*’nde “Yds’de başarı artık size uzak değil!”, *Oz*’da “Yeniden kendini keşfet.”, *Kelebeğin Sırları*’nda “Mutlu bir kahraman ol.”, *Arzın Kapısı Kudüs Mescid-i Aksa*’nın arka kapağında “Ya bilmedikleriniz...Anlatılmayanlar... Görülmeyenler... Bu kitabı okuduğunuzda Taht-ı Süleyman’dan Antonia Kulesi’ne, Mescid-i Aksa’dan Kubbetü’s-Sahra’ya birçok mekânı görmüş gibi olacaksınız.” ifadeleri bu tekniğe örnek olacak kullanımlardır.

4. Sonuç ve Öneriler

Temel dil becerilerinden olan okumanın beceri hâlini alması, alışkanlık boyutuna varması oldukça önemlidir. Bu noktada okurun seviyesine uygun, nitelik olarak doğru kitapla buluşması gerekmektedir. Okuma alışkanlığının kazanılmasında ya da kazanılmamasındaki

kritik dönemde onu kitaptan soğutup uzaklaştıracak durumlardan uzak durulmalıdır (Kaplan, 2013: 291).

Kitapların satın alınma ve tercih edilme sürecinde rol oynayan pek çok etken vardır. Bu etkenlerden biri de kitap kapağıdır. Ürünün ambalajı olarak nitelendirilebilecek olan kapak okuyucunun dikkatini çekmede büyük rol oynamaktadır. Yapılan çalışmalar (Kamphuis,1991), (Stokmans ve Hendrickx,1994), (Kurulgan ve Algan, 2006) kitap kapağının kitap seçiminde bazı durumlarda destekleyici, bazı durumlarda da ana unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada kitap kapağının tasarımı ve bu tasarımında kullanılan yöntemler, tercihler, işaretler, göndergeler, simge ve semboller, renkler, görseller büyük önem arz etmektedir. Tasarımcılar, son dönemde kitap kapağı tasarımlarında propaganda tekniklerine başvurmaktadır. Kullanılan tekniklerle okuyucunun tercihi ve satın alma isteği şekillendirilmeye çalışılmaktadır.

İncelenen 100 kitap içinde propaganda tekniklerinden “Bir Otoriteye Referans, Kalabalığa Katıl, Kasıtlı Muğlaklık, Özdeşleşme, Korkuya Başvurma, Tren Etkisi, Tanıklık, Parıltılı Genellemeler, Slogan” tekniklerine yer verildiği tespit edilmiştir. Propaganda tekniklerine yer verme yüzdesinin 79,4 olması tekniklerden sıkça yararlandığını ortaya koymaktadır. Bu durum kitabın satışında, kitapların tercih edilmesinde kitap kapaklarında kullanılan propaganda tekniklerinin etkisini ortaya koymaktadır. İncelenen yüz kitabın nerdeyse tamamında bilerek veya farkında olmadan bir ya da daha fazla propaganda tekniğine başvurulduğu görülmüştür. Bazı kitapların hem ön hem de arka kapağında propaganda tekniğine başvurulması eylemin bilinçli bir çabanın ürünü olduğu düşüncesini de kuvvetlendirmektedir. Okuyucu, kitap seçerken kapak tasarımındaki mesajlarda kullanılan propaganda tekniklerinin farkında olursa okuyucunun doğru kitapla buluşması mümkün olacaktır.

Kaynaklar

- ARMAĞAN, A. (1999). Siyasal Bir İletişim Türü Olarak Propaganda. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 9, 417-426.
- ÇİFCİ, M. ve YILDIRIM, T. (2012). Kâşgarlı Mahmud’un Kullandığı Temel Propaganda Teknikleri. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 32, 33-41.
- ERDAL, G. (2006). Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları Çocuk Kitaplarının Resimlemelerine Genel Bir Bakış. *II. Ulusal Çocuk ve Gençlik Edebiyatı Sempozyumu*. Ankara: ÇOGEM Yayınları, (4), 405-412.
- GEÇİKLİ, F. (1999). Geçmişten Günümüze Propaganda Kavramı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 9, 265-276.
- İŞİTAN, S., & GÖNEN, M. (2005). *Resimli Çocuk Kitaplarının Benlik Kavramıyla İlgili Konuları İçermesi Yönünden İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- KAMPHUIS, J. (1991). Satisfaction With Books: Some Empirical Findings. *Poetics*, 20, 471-485.

- KAPLAN, K. (2013). *Hidayet Karakuş'un Roman ve Hikâyelerinde Yer Alan Eğitsel İletiler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon: Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KAYA, İ. (2006). Çocuk Kitabı Resimlerinde Estetik Boyut. 2. *Ulusal Çocuk Kitapları Sempozyumu*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 421-424.
- KURULGAN, M., ARGAN, A. (2006). Yeni Kitap Seçiminde Etkili Olan Biçimsel Faktörlerin Okuyucu Perspektifinde Değerlendirilmesi. *Bilgi Dünyası*, 7(2), 230-249.
- MALTEPE, S. (2009) Türkçe Öğretmeni Adaylarının Çocuk Edebiyatı Ürünlerini Seçebilme Yeterlilikleri. *Bahkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 398-412.
- MİLES, M. B., & HUBERMAN, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- QUALTER, Terence H. (1980) Propaganda Teorisi Ve Propagandanın Gelişimi, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt 35, Sayı 1, 255-307.
- SATKIN M.B. (2011). *Türkiye'de Belgesel Fotoğrafın Propaganda Amaçlı Kullanımı*. Sanatta Yeterlilik Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SENCER, M. (1989). *Toplum Bilimlerinde Yöntem*. İstanbul: Beta Basım.
- SOYSAL, M. (2006). Çocuk ve Gençlik Edebiyatında Uzman Yayıncılık Kavramı. 2. *Ulusal Çocuk Kitapları Sempozyumu*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 379-384.
- SÜER SEZGİN, N. (2006). Çocuk ve Gençlik Edebiyatında Yayınevlerinden Kaynaklanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. 2. *Ulusal Çocuk Kitapları Sempozyumu*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 373-378.
- SÜRMEİ, K. (2006). Masal Kitaplarında Grafik Tasarım Sorunları ve Çözüm Önerileri. 2. *Ulusal Çocuk Kitapları Sempozyumu*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 553-558.
- STOKMANS, M. ve HENDRİCKX, M. (1994). The Attention Paid To New Book Releases On A Display Table. *Poetics*, 22, 185-197.
- TARHAN, N. (2002). *Psikolojik Savaş Gri Propaganda*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- TOSUNOĞLU, M., KAYADİBİ, N. (2006). Türkiye'de 2000-2005 Yıllarında Devlet Tarafından Yayımlanmış Çocuk Kitaplarının Biçim ve İçerik Analizi. 2. *Ulusal Çocuk Kitapları Sempozyumu*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 379-384.
- Türkçe Sözlük* (2011). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YÜKSEL, Ahmet Haluk. (1994) *İkna Edici İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Vakfı Yayınları.

İncelenen Kitaplar

- AKMAN, B. (2016). *Osman Birinci Kitap: Aşk*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- AKTAŞ, Ü. (2016). *Mutluluk Kürleri*. İstanbul: Hayy Kitap.
- ALİ, S. (2009). *Kürk Mantolu Madonna*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- ALİ, S. (2007). *İçimizdeki Şeytan*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ALİ, S. (2015). *Kuyucaklı Yusuf*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ANAR, İ. O. (2015). *Puslu Kıtalar Atlası*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- ATAY, O. (2016a). *Tutunamayanlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- ATAY, O. (2016b). *Tehlikeli Oyunlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- ATILGAN, Y. (2017). *Aylak Adam*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- AUSTEN, J. (2017). *Gurur ve Önyargı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- AYTMATOV, C. (2016). *Beyaz Gemi*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- AYTMATOV, C. (2017). *Gün Olur Asra Bedel*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- BACH, R. (2015). *Martı Jonathan Livingston*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- BARTOL, V. (2012) *Fedailerin Kalesi Alamut*. İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- BEHRENGİ, S. (2017). *Küçük Kara Balık*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- BEKİROĞLU, N. (2017a). *Nar Ağacı*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- BEKİROĞLU, N. (2017b). *Mücella*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- BOLAT, Ö. (2017). *Beni Ödülle Cezalandırma*. İstanbul: Doğan Kitap.
- BOZKURT, C., YARAR, M. (2016). *Darbenin Kayıp Saatleri*. İstanbul: Destek Yayınları.
- BROWN, C. (2009). *Sol Ayağım*. İstanbul: Nemesis Kitap
- BURGESS, A. (2017). *Otomatik Portakal*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- BURNS, D. (2012). *İyi Hissetmek*. İstanbul: Psikonet Yayınları.
- CAMUS, A. (2017). *Yabancı*. İstanbul: Can Yayınları.
- COELHO, P. (2016). *Casus*. İstanbul: Can Yayınları.
- COELHO, P. (2017). *Simyacı*. İstanbul: Can Yayınları.
- CÜCELOĞLU, D. (2016). *Geliştiren Anne-Baba*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- ÇANKIRILI, A. (2016). *Benimle Oynar mısın Anne*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- ÇARKACI, Ş. (2015a). *Başlarım Şimdi Anneliğe*. İstanbul: Elma Yayınevi.
- ÇARKACI, Ş. (2015b). *Oyuncu Anne Çocuğuyla Nitelikli Zaman Geçirmek İsteyen Annelere Rehber Kitap*. İstanbul: Elma Yayınevi.
- ÇARKACI, Ş. (2016a). *Dedemin Bakkalı*. İstanbul: Taze Kitap.
- ÇARKACI, Ş. (2016b). *Ev Yapımı Sihirli Değnek*. İstanbul: Elma Yayınevi.
- ÇİFT, P., ALTUNBAY, E. (2017). *Ayasofya'nın Gizli Tarihi*. İstanbul: Destek Yayınları.
- ÇİFT, P., HARMAN, Ö. F. (2017). *Kudüs'ün Gizemli Tarihi*. İstanbul: Destek Yayınları.
- ENDE, M. (2013). *Momo*. İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- ERTUĞRUL, O., ERTUĞRUL B. (2017). *Lügat 365 Bazı Kelimeler Çok Güzel*. İstanbul: Can Yayınları.
- FAWER, A. (2016a). *Olasılıksız*. İstanbul: April Yayıncılık.
- FAWER, A. (2016b). *Oz*. İstanbul: April Yayıncılık.

- GOLDİNG, W. (2017). *Sineklerin Tanrısı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- GRANGE, J. C. (2016). *Lontano*, İstanbul :Doğan Kitap.
- GÜNEŞ, A. (2017a). *Güvenli Bağlanma*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- GÜNEŞ, A. (2017b). *0-6 Yaş Dönemi Çocuk Eğitiminde 100 Temel Kural*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- GÜRÇAN, S., GÜRBÜZ, R. (2015). *YDS Sınav Stratejileri Gramer Konu Anlatımı*. İstanbul: İrem Yayıncılık.
- HARARİ, Y. N. (2017). *Hayvanlardan Tanrılara Sapiens İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi*. İstanbul: Kolektif Kitap.
- HOSSEİNİ, K. (2017). *Uçurtma Avcısı*. İstanbul: Everest Yayınları.
- JİO, S. (2013). *Böğürtlen Kışı*. İstanbul: Arkadya Yayınları.
- JİO, S. (2015a). *Elveda Haziran*. İstanbul: Arkadya Yayınları.
- JİO, S. (2015b). *Yeşil Deniz Kabuğu*. İstanbul: Pena Yayınları.
- JİO, S. (2016). *Kelebek Adası*. İstanbul: Pena Yayınları.
- KAFKA, F. (2011). *Dönüşüm*. İstanbul: Can Yayınları.
- KARAİBRAHİMĞİL, N. (2015). *Kelebeğin Hayat Sırları*. İstanbul: Doğan Novus.
- KARAKOÇ, S. (2012). *Diriliş Neslinin Amentüsü*. İstanbul: Diriliş Yayınları.
- KASTNER, E. (2017). *Uçan Sınıf*. İstanbul: Can Yayınları.
- KAYA, M. (2016a). *Hızır Dokunsun Dualarına*. İstanbul: Fenomen Kitaplar.
- KAYA, M. (2016b). *Su Kanunu*. İstanbul: Fenomen Kitaplar.
- KAYA, M. (2017). *Size Bir Sır Vereceğim*. İstanbul: Fenomen Kitaplar.
- KOHEN, A. A. (2017). *Aeden Bir Dünya Hikayesi*. İstanbul: Destek Yayınları.
- KOLLU, H. Y. (2016). *Devletin Gizli Sahipleri Heyet*. İstanbul: Lopus.
- KULİN, A. (2017). *Kanadı Kırık Kuşlar*. İstanbul: Everest Yayınları.
- LEE, H. (2017). *Bülbülü Öldürmek*. İstanbul: Sel Yayınları.
- MAALOUF, A. (2017). *Semerkant*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- MARQUEZ, G. G. (2017a). *Kırmızı Pazartesi*. İstanbul: Can Yayınları.
- MARQUEZ, G. G. (2017b). *Yüzyıllık Yalnızlık*. İstanbul: Can Yayınları.
- MERİÇ, C. (2016). *Bu Ülke*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- MOYES, J. (2016a). *Senden Sonra Ben*. İstanbul: Pegasus Yayınları.
- MOYES, J. (2016b). *Senden Önce Ben*. İstanbul: Pegasus Yayınları.
- ORTAYLI, İ. (2016). *Türklerin Tarihi 2*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- ORTAYLI, İ. (2017). *Türklerin Tarihi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- ORWELL, G. (2014a). *Hayvan Çiftliği*. İstanbul: Can Yayınları.
- ORWELL, G. (2014b). *Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*. İstanbul: Can Yayınları.
- ÖZDİL, Y. (2017). *Adam*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

- ÖZTEKİN, H. A. (2015). *Eyvallah*. İstanbul: Yakamoz Yayıncılık.
- ÖZTEKİN, H. A. (2016). *Eyvallah 2*. İstanbul: Yakamoz Yayıncılık.
- PALACİO, R. J. (2016). *Mucize*. İstanbul: Pegasus Yayınları.
- PAMUK, O. (2016). *Kırmızı Saçlı Kadın*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ROWLING, J. K., TIFFANY, J., THORNE, J. (2017). *Harry Potter ve Lanetli Çocuk*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- SAINTE-EXUPERY, A. D. (2017a). *Küçük Prenses*. İstanbul: Can Yayınları.
- SAINTE-EXUPERY, A. D. (2017b). *Küçük Prenses*. İstanbul: Karbon Kitaplar.
- SALİNGER, J. D. (2017). *Çavdar Tarlasında Çocuklar*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- STEINBECK, J. (2012). *Fareler ve İnsanlar*. İstanbul: Sel Yayınları.
- ŞAFAK, E. (2016). *Havva'nın Üç Kızı*. İstanbul: Doğan Kitap.
- ŞENOCAK, İ. (2016). *İslam'ın Kızı*. İstanbul: Hüküm Kitap.
- TAMARO, S. (2017). *Kitaplardan Korkan Çocuk*. İstanbul: Can Yayınları.
- TANPINAR, A. H. (2015). *Saatleri Ayarlama Enstitüsü*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- TAZEOĞLU, K. (2016). *Aşkla Kal*. İstanbul: Destek Yayınları.
- TAZEOĞLU, K. (2017). *Mor*. İstanbul: Destek Yayınları.
- TONGAR, H. K. (2015a). *Fıtrat Pedagojisi*. İstanbul: Hayy Kitap.
- TONGAR, H. K. (2015b). *Fıtrat Pedagojisi-2 Peygamberlerin Çocuk Eğitimi Metotları*. İstanbul: Hayy Kitap.
- UĞURLUEL, T., ÖZGEN, C. C. (2016). *Osmanlı'nın Şifreleri*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- UĞURLUEL, T. (2017). *Arzın Kapısı Kudüs Mescid-i Aksa*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- ÜMİT, A. (2017). *Elveda Güzel Vatanım*. İstanbul: Everest Yayınları.
- VASCONCELOS, J.M. (2009). *Şeker Portakalı*. İstanbul: Can Yayınları.
- VASCONCELOS, J.M. (2017). *Güneşi Uyandırırım*. İstanbul: Can Yayınları.
- VERDON, J. (2016). *Kurt Gölü*. İstanbul: Koridor.
- YALÇIN, S. (2017). *Galat-ı Meşhur Doğru Bildiğiniz Yanlışlar*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- YILDIRIM, Ö. (2017). *Yabancı Şahmeran*. İstanbul: Pegasus Yayınları.
- YILDIZ, M. (2016). *Aşk Beş Vakittir*. İstanbul: Genç Nesil.
- ZWEİG, S. (2017a). *Bilinmeyen Bir Kadının Mektubu*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- ZWEİG, S. (2017b). *Satranç*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- ZWEİG, S. (2017c). *Olağanüstü Bir Gece*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- ZWEİG, S. (2017d). *Korku*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.