Sosyal Medya ve Edebiyat*

Kişinin kendini ifade etme ve başkasına ulaşma isteği, içinde yaşadığı zamanın teknik imkânlarına göre biçim kazanır. Geçmişten günümüze doğru gelindiğinde, mağaralara çizilen resimlere, kayalara, ağaçlara oyulan şekillere, duvarlara yazılan yazılara varıncaya değin, bütün bu iletişim çabalarında sosyal medyanın ilk örneklerini bulabiliriz. Bu araçların en ileri aşaması, internet teknolojisi içinde ortaya çıkan iletişim ağlarıdır. Sosyal medya toplumun haber aldığı, bilgilendiği, buluştuğu büyük bir "meydan" gibidir. İletişim teknolojileri geliştikçe, sosyal medyanın içeriği ve tarzı da değişmiştir. Günümüze doğru gelindikçe gazeteler, radyo ve televizyon kanalları, kısmen de olsa, tek taraflı bir yayın akışı olmaktan çıkarak toplumun kendini ifade ettiği aygıtlara dönüşmüşlerdir. Bir iletişim aygıtının "sosyal medya" vasfını kazanabilmesi için yalnız topluma hitap etmesi yetmez, toplumun kendini ifade edebilmesine imkân da tanıması gerekir. Buna göre sosyal medya tek taraflı bir iletişim ve yayın akışı değil, içinde pek çok öznenin bulunduğu, birbiriyle diyalog oluşturduğu bir iletişim ortamıdır.

Bu geniş ifade imkânı, hemen her alanda olduğu gibi edebiyatta da yansıma bulmuş, edebiyat da bir anda sosyal medyanın renkli, hareketli ve curcunalı ortamı içinde buluvermiştir kendisini. İşte burada sorgulanacak husus, sosyal medyanın edebiyat ortamı açısından doğurduğu imkânların neler olduğu sorusudur. Soruyu şu şekilde de sorabiliriz: sosyal medya ve edebiyat arasında nasıl bir ilişki kurulabilir: sosyal medya, "edebiyat olayı"nı, yazar, okuyucu ve metin bağlamında nasıl etkiler? Sosyal medya edebiyat için bir imkân mıdır, yoksa edebiyatın kendini tükettiği bir elverişsiz ortam mı?

1. Teknolojik Bir Aygıt Olarak Sosyal Medya ve Edebiyat

İnsanı tanımlayan ve onu diğer canlılardan ayıran pek çok özelliği vardır. Bunlardan biri de "alet yapan varlık varlık" (*homo faber*) oluşudur. Gerçekten de insanın dışında düşünerek taşınarak, bilgi ve deneyimini kullanarak alet yapabilen, yaptığı aleti geliştirebilen, başka bir canlı türü yoktur. Zaman içinde, insan, bu özelliği sayesinde tabiatla olan mücadelesinde önemli bir güç ve üstünlük elde etmiştir. Teknoloji, bu güç ve üstünlüğün en ileri ifadesidir. Buna göre insan sadece çevresinde bulduğu ile yetinmez, kendi çevresini de oluşturur; sadece doğanın bir parçası olarak kalmaz, doğanın düzenini kavrayarak, bu düzen içinde kendi varoluşunu güçlendirecek tekniği de üretir.

Teknoloji, kültürel bir üründür, kültür dünyasının bir parçasıdır; orada ortaya çıkar ve her ürün gibi içinde var olduğu kültür tarafından tamamlanmak ve anlamlandırılmak ister. Onun anlamlandırılması, sosyal dünyanın kendi değerleriyle gerçekleşir. Edebiyat da bu değerlerden biridir. Teknolojide eksik olan anlam alanının tamamlanması, sosyal bilimlerin teknolojiye önemli bir katkısı olacaktır. Böylece teknoloji salt mekanik bir aygıt olmaktan çıkararak moral dünyanın değer ve yaşantılarına göre anlaşılan, kendisiyle bu çerçevede ilişki kurulan anlamlı bir nesne, insanî değerlerin hâkim ve etkin olduğu bir alan hâline

* Taşdelen, V. (2014). Sosyal Medya ve Edebiyat. *Hece*, 213, ss. 83-94.

gelmeye başlar. Edebiyat böylece etik bir boyut ekler teknolojiye, onun anlam dünyasının oluşmasına katkı sağlar.

İnsanın teknolojiyle olan ilişkisi, teknolojinin giderek havayı, suyu, toprağı, bir bütün olarak çevreyi, hatta uzayı bile kirlettiği, silahlanma yarışının insanlık için ciddi bir tehdit oluşturduğu günümüzde, pek çok açıdan yeniden değerlendirilmeye ihtiyaç duyar. Teknolojinin insan dünyasına katılmasında, bu konuda değerlerin ve yaşama kültürünün oluşturulmasında, edebiyatın önemli bir katkısı olacaktır. Teknolojinin olumlu ve olumsuz etkileri, pek çok yazarda ortaya çıktığı şekliyle sadece estetik duyarlık oluşturması açısından değil, bir "vicdan", "sağduyu" ve "iyi niyet mesajı" olabilmesi açısından da yansıma bulur. Bu açıdan bakıldığında "edebiyat ve sosyal medya arasında nasıl bir ilişki vardır?" sorusuna öncelikle verilecek cevap, "edebiyat, sosyal medyanın ruhunu, anlamını ve vicdanını oluşturur" şeklinde olabilir. Ele aldığı, öne çıkardığı değer ve duygularla, teknolojik ortamın insanî ve ahlâkî bir nitelik kazanmasına katkı sağlar. Bilgi kaynaklarının sorgulanması, çoklu bakış açılarının ortaya konması, yaratıcı ve eleştirel düşüncenin geliştirilmesi, giderek bir medya etiği ve yaşama kültürünün oluşturulması söz konusu olumlu etkiler arasında yer alır.

Tabii, sosyal medya, bir araç olarak edebiyata nasıl bir imkân sağlar sorusu da ilginç bir soru olabilir. İleri iletişim teknolojileri sayesinde "merkez" ve "otorite" kavramı anlam yitimine uğramış, merkezler çoğalmış, kristalleşmiş, dünyanın en ücra köşeleri bile "ulaşılabilirlik" ve "görülebilirlik" değeri açısından merkez hâline gelmiştir. Merkez, dünyanın neresi olursa olsun, öncelikle "değer"in olduğu, "değerin üretildiği", "değerin yaşandığı" yerlerdir. Bu açıdan bakıldığında belirli merkezlere bağlı olan kültür, sanat ve düşünce hayatı, iletişim teknolojilerinin sağladığı imkânlarla kristalleşmiş, giderek nerede olursa olsun bireye kadar indirgenmiştir. Bu kolaylık, bireye, değer üretebilme, ürettiği değeri sergileyebilme, başkalarının ürettiği değerlere ulaşabilme imkânı kazandırmıştır. Edebiyat açısından bakıldığında elektronik kitap ve dergiler bu kolaylığın en basit örnekleri olarak görülebilir.

2. Sosyal Medya ve Edebiyat İlişkisinin Boyutları

Her edebiyat olayı yazar, eser ve okuyucu olmak üzere üç temel boyuttan oluşur. Yazar olmazsa, edebiyat da olmaz. Eser olmazsa edebiyat olayı da gerçekleşmez. Aynı şekilde okuyucu olmazsa edebiyat olayı tamamlanmış sayılmaz. Sosyal medya ve edebiyat ilişkisini; yazar, okuyucu, metin boyutları açısından ele alabiliriz.

2.1. Yazar Boyutu: Edebiyat olayında öne çıkan üç unsurdan ilki, yazar boyutudur. Sosyal medya yazarı nasıl etkilemekte, onun yazma eylemi üzerinde nasıl bir etki oluşturmaktadır? Yazarın gelişimine, eğitimine ve yazının ortaya çıkmasına nasıl bir katkı sağlamaktadır? Öncelikle, sosyal medya sunduğu "çoklu bilgi kaynakları" ile yazarı ve eserini beslemektedir. Yazma eyleminin temelinde "yaşama", "okuma", "kültürlenme", başka ifade ile "beslenme" edimi vardır. Yazmak için yaşamaya, bilmeye, tecrübe etmeye ihtiyaç vardır. Sosyal medya, sınırsız organları sayesinde, insanlığın birikimini, bu eserler hangi dilde olursa olsun, yazarın ve okuyucunun hizmetine sunmaktadır. Son on yılda, paylaşım siteleri vasıtasıyla, yüzlerce yıl önce basılmış kitaplara, hatta el yazması eserlere bile, hiçbir zahmete katlanmadan ulaşabilme imkânı ortaya çıkmıştır. Gelinen bu noktada, felsefeden edebiyata, edebiyattan çeşitli bilim dallarına varıncaya değin, insanlığın birikimi elimizin altındadır. Sosyal medyanın, bilinçli kullanılması durumunda, yazar için sürekli bir "besin kaynağı" durumunda olduğunu belirtmek gerekir.

Edebiyat alanı, yazar açısından bakıldığında, sıradan bir benliğin ürünü olarak görünmez; özellikle modern edebiyat, yazarın yaratıcılığı ve öznelliği çerçevesinde açıklanır. Bu bakış açısında, sanat eserindeki "şahsilik", "öznel algılama biçimi" daha çok öne çıkar. Tabii bu husus, duruma göre ağır bir duygu oluşturabilmektedir. Son yüz elli yıldır daha sık duyduğumuz "bunalım", "melankoli", "bohem" gibi ifadeler, yazarın kendi benliği ile varlık, varlıkla kendi eseri arasında yaşadığı gerilimin bir ifadesi olarak görülebilir. Modern dönem, bu sorunun onlarca ağır örneği ile karşımızdadır. Edebiyat, öncelikle yazarını şekillendirerek, terbiye ederek, olgunlaştırarak yola çıkan; geleneği ve adabı olan bir çalışma alanıdır. Bu adap ortaya çıkmadığında, sanatçı, "kendini taşıyamama" gibi ileri derecede varoluşsal bir kriz yaşayabilmektedir. Acaba sosyal medya bu varoluşsal krizi teşvik mi eder, yoksa ona çare mi olur? Yapılan değerlendirmelere baktığımızda, yazarın ve yazının olgunlaşma süreciyle ilgili şu tür eleştirilerle karşılaşmamız mümkündür: "İnternete iki şiiri düşen, iki satır yazısı yayımlanan, kendisini büyük yazar olarak görmeye başlıyor. Sosyal medya ortamına giriyoruz, bakıyoruz zaten herkes yeterince meşhur,

yeterince tanınmış. Ortada meşhur yazarlar var, ama meşhur eserler yok. Sosyal medya, oluşturduğu bu sahte hava ile gençlerin edebi ve estetik anlamda yeteneklerinin olgunlaşmasına, gelişmesine fırsat vermemekte; onları kendi içlerinde birikmek yerine dışa çevirmekte, bu şekilde yazılarının tohumunu oluşturacak içselliğe imkân tanımamakta; en sonunda onları kendi havalarını taşıyamaz hâle getirmekte, bir bakıma edebiyatın sabır sınavında kalmaktadırlar" Eleştirilerdeki bu tereddüt, eski ve yeni, geleneksel olan ve çağdaş olan arasındaki çatlağın açılması ile daha da derinleşebilmekte; bu da esasında bir "gelenek oluşturma" çabası olarak özetlenebilecek edebiyatın doğasını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu tereddütte haklılık payı da vardır; zira edebiyat kendi tarihi ve geleneği demektir. Tarih ve geleneğin dışında edebiyat oluşmaz. Sosyal medya, güncele odaklı dikkatiyle, edebiyat geleneğini yeterince algılayabiliyor mu; işte bu da sosyal medya ve edebiyat bağlamında tartışılması gereken sorunlardan biri olarak görülebilir.

Sosyal medya, bir araç olarak yazarın kendisini ifade etmesine daha çok katkı sağlar. Bu yönüyle edebiyat alanında eser vermek isteyenlere araç olabilir. Bugün edebiyat eserleri, niteliği ne olursa olsun, sosyal medya aracılığı ile tanıtılabilmekte, eleştirilebilmekte, sipariş verilebilmekte, bu şekilde okuyucusuyla buluşabilmektedir. İster adı hiç duyulmamış, ister çok okunan yazarlar olsun, her birisi sosyal medya alanında kendine bir yer bulabilmektedir. Metinlerin tanıtımı, eleştirilmesi, çabuk ve kolay dağıtımı, dijital ortamdan temin edilebilmesi, sosyal medyanın sağladığı kolaylıklar arasındadır. Metnin daha çok okuyucuya ulaşmasında, edebiyata ilişkin haber ve eleştirilerin geniş kitlelere ulaşabilmesinde, günümüzün sosyal medyası aktif bir işlev görür. Daha roman yazılmadan, yazılacak romanla ilgili haberler, daha kitap çıkmadan kitaba ilişkin yorumlar, bir bakıma edebiyatın günümüzdeki sosyal medya ile elde ettiği imkânları gösterir. Öyle ki, okuyucu, bizzat romanın yazılışına tanıklık edebilir, yazım sürecinde yazarla bağlantıya geçip metnin oluşumuna müdahâle edebilir. Tabii internet teknolojisinin gelişmesiyle olanaklı hâle gelen bütün bu yeni durumların tümüyle iyi ve olumlu bir şey olduğunu da söyleyemeyiz. Zira sanat eserinin oluşum sürecindeki yaratıcı sır, bir bakıma aleni hâle gelmiş, sanat eseri özgünlüğünü, derinliğini ve sahihliğini yitirmiş de olur. Bu konuda başka eleştiriler de getirilebilir.

Edebiyattaki bu "şeffaflaşma"ya getirilebilecek eleştirilerden biri de şudur: Edebiyatın kendine özgü bir sırrı, bir gizemi vardır. Yazarın eseriyle dolması ve nihayetinde onu doğurması, kendi içinde bir sır öğesi taşır. Sosyal medya tabiattaki ve insan dünyasındaki her şeyi, mahremi, kutsalı, gizli ve saklı olanı "alenî" hâle getirmekle sınır tanımaz hâle gelmiştir. Zweig'ın sözünü ettiği (1949: 34, 38) tılsımlı, tanrısal ve sır dolu yaratım süreci, sosyal medyanın ifşa edici ve aleni hâle getirici ortamında bozulmaya uğramakta, "mahremiyet"ini yitirmektedir. Mahremiyet ve sır, sosyal medyanın en çok ilgi gösterdiği konular arasında yer almaktadır. Bunun nedeni, ilgi ve meraktır. Sosyal medya, insan doğasındaki zaaftan, merak duygusundan yararlanarak kendisine taraftar toplamaktadır. Oysa edebiyatçı, eserini üretmeden önce kendini, kendi dünyasını üretebilen kişi olmalıdır. Kendisini sosyal medyanın rüzgârına tuttuğunda, kendisini oranın aynasında görmeye kalkıştığında, farkında olmadan sahih doğasından da uzaklaşacaktır. O kendi içinde birikebilmeli, kendi içinde çoğalabilmeli, kendi içinde eserini bir inci tanesi gibi oluşturabilmelidir. Günümüzde insanlar acılarını bile sosyal medyada yaşarken ya da daha iyi bir ifade ile "yaşayamazken", farkında olmadan "rol kesmeyi" de öğreniyorlar. Edebiyat sahih bir varoluşun, sahih bir yaşantının eseridir. İşte sorgulanabilecek hususlardan biri de, sosyal medyanın bu sahih doğaya ne derecede imkân tanıdığı, onun doğasına ve olgunlaşmasına ne kadar uygun bir yapıda olduğudur. Edebiyat eseri zeytin ağacı gibi bulunduğu ortamın havasını çeken bir niteliktedir. Bu yüzden temiz, sahih ve arınmış bir ortam içinde bulunması gerekir. Sosyal medyanın son derece geliştiği günümüzde, sahnenin önü ile arkası, kurgu ile gerçek, otantik olanla kurmaca olan, edebiyat eseri ile gazete yazısı, okuyucu ile yazar birbirine karışmış durumdadır. Bu ortamda edebiyatçılar, kendi sahih dünyalarını vitrine çıkardıkça, eserlerini üretebilecekleri bereketli topraklardan da uzaklaşmış olurlar.

2.2. Okuyucu Boyutu: Yukarıda yaptığımız sınıflamaya göre, sosyal medya ve edebiyat konusunun bir başka boyutu, okuyucu boyutudur. Okuyucu açısından bakıldığında, nasıl bir durumla karşılaşırız? Sosyal medya, öncelikle, okuyucu, yazar ve eserleri hakkında tanıtıcı yazıların, akademik araştırmaların ve eleştiri yazılarının bulanabildiği bir ortamdır. Okuyucu, eserleri seçerken bu birikimden yararlanabilir; okuduktan sonra da kendi düşüncelerini paylaşarak eserin içeriğinin zenginleşmesine katkı sağlayabilir. Dünyanın neresinde olursak olalım, sosyal medya, edebiyat ürünlerine ulaşmanın yollarını son derece çoğaltan bir ortamdır. Pek çok eserin elektronik ortama aktarılması, telif hakkı olanların belirli bir ücret karşılığında indirilebilmesi; öte yandan edebiyat ve sanat dergilerinin kendilerini elektronik ortama aktarmaları, araştırmacıların ve okuyucuların önünde yeni ufuklar açmıştır. İnternet ortamında küresel kütüphaneler oluşmaya başlamış, felsefeden bilime, edebiyattan müziğe insanlığın kalıcı birikimi, elektronik

ortam üzerinden kolayca erişilebilir hâle gelmiştir. Bütün klasik eserler, neredeyse ilk baskılarıyla çoktan bu küresel kütüphanelerin raflarında yerlerini almaya başlamıştır bile.

Tabi burada bir kuşku da ortaya konulabilir: Edebiyat olayı, bir metin üretme, bir metin okuma olayıdır. Sosyal medya, metin üretmeye ve metin okumaya yaptığı katkı oranında edebiyat için değerli olacaktır. "Oyalayıcı" doğası gereği, yazar ve okuyucuyu metinden uzaklaştırdığında; gerçek anlamda metinle değil, metin benzeri üretimlerle karşılaştırdığında edebiyat üzerinde olumsuz bir etki de oluşturabilecektir.

2.3. Metin Boyutu: Yukarıdaki eleştirilere de ışık tutabilecek şekilde, edebiyat olayının üçüncü unsuru olan "metin" konusunu ele alalım ve "sosyal medya, metnin estetik yapısına nasıl etki etmektedir?" sorusuna cevap arayalım: Edebiyat tarihine baktığımızda anıtsal nitelikte metinlerin üretilmiş olduğunu görebiliriz ve bu metinler edebiyatı oluşturur. Metin varsa edebiyat da vardır, metin varsa söyleyiş güzelliklerinin sergilendiği bir sanat vardır. Edebiyat kendisini metinle açar, metinle kurar, metinle gerçekleştirir. Edebiyat bir metin dokuma sanatıdır. Metin yoksa edebiyat da yoktur, metin yoksa edebiyatın ontolojik yapısı da oluşmamış demektir. Metin yazmak, sözcüklere ruh ve kişilik yüklemektir. Metin yazmak, hayatı kelimelerin damarlarından akıtmak; varoluş durumlarını cümlelerde yeniden canlandırmak demektir.

Edebiyat kültürü, bir metin yazma ve metin okuma kültürüdür. Edebiyat dediğimiz her bir durumda bu kültürden söz ederiz. Her edebî çaba, sözcükler üzerinden bir dünya kurar, bir metin oluşturur. Metin oluşturmayan, metinle bir dünya kurmayan edebiyat olayı, kendi varlığını gerçekleştirmiş sayılmaz; var olmak bakımından bir kusur ve eksiklik içinde bulunur. Edebiyat tarihine baktığımız zaman, büyük sanat eserlerinin aynı zamanda büyük ve ölçülü metinler olduklarını görürüz. Romancı, şair, kendi ustalığını metin yazarak inşa eder, ortaya koyduğu metinlerle ifade eder. Edebiyatın temelinde olan şey, açmaktır, derinleşmektir, keşfetmektir, söylemektir, açığa vurmaktır.

Eleştirmenlerin görüşlerine bakılırsa sosyal medya üzerinden türeyen bir dil ve edebiyat biçimi ile karşı karşıyayız. Bu akıma sadece edebiyatçılar ve edebiyatseverler değil, sanatçılar, politikacılar, bilim adamları, sporcular, giderek sıradan vatandaşlar da katılmaktadır. Günümüzde sosyal medya ortamında ve yine bu medya ortamı üzerinden gerçekleşen yeni bir metin tarzıyla karşı karşıyayız. Birlikte yazılan romanlar, altı kelimelik gezi yazıları, birkaç kelimelik öyküler, 140 karakterlik tweetler, 160 karakterlik aforizma türü yazılar; bütün bunlar sözü edilen "sosyal edebiyat" ya da daha iyi bir ifadeyle "dijital edebiyat" kapsamında görülebilirler. Bu yeni stilde, sadece metnin boyutu değil, dilin kullanımı da belirgin bir şekilde farklılaşmaktadır. Metin, sanki sözü söylemeye değil kısmaya, açmaya değil örtmeye odaklanmış gibidir. Kısa söylemeyi mümkün kılacak simgesel ifadeler, kırılmış ve eksik bırakılmış cümle ve sözcükler, kelimelerin ve duygusal durumların yerini alabilecek simgeler, bu metin oluşturma biçiminin özellikleri arasında yer alır. Sözü kısmak, kısaca söylemek, anlamı belirsiz, çağrışımı geniş bir ifade biçimi benimsemek; aynı şekilde anlam ve duyguları, kendi içlerindeki öznelliği, bireysel çeşitliliği ve farklılığı hesaba katmadan belirli simgeler dizgesine emanet etmek; yer yer gramer yapısını kıran, nezaketi, ölçülülüğü bir yana bırakan kaba ve argo söyleyişlere eğilim duymak, bütün bunlar sosyal medyada türeyen yeni yazım biçiminin özellikleri arasındadır. Yeni metin anlayışı, bu hâliyle kendisini, sözü açmaya değil kısmaya, sözü güzelleştirmeye değil sıradanlaştırmaya, kalıcı bir değer oluşturmaya değil zaman geçirmeye adamış gibi görünmektedir. Bu yazım biçimine edebi bir nitelik kazandırmak isteyenler twitter grupları oluşturmuş, işi festivaller düzenlemeye kadar götürmüşlerdir (http://twitterfictionfestival.com/archive). Ortaya haikuları, reklam sloganlarını, aforizmaları çağrıştıran ifadeler çıkmıştır. Bunlardan biri şöyle der: "Hayattan aldığım dersi iki kelimeyle özetleyebilirim: ömür geçiyor." Bir başkası, farklı açılardan yorumlanabilecek iki sözcüğü bir araya getirir: "Sessizliğe sağır". Bir başkası şöyle der: "Son yeniden başlar". Ultra minimize edilmiş ifade biçimleri, söz konusu edebiyatın metin anlayışını oluşturur.

Bu tür sosyal medya grupları, paylaşım siteleri ve bu sitelerin yazarları, metni anında üretebilmekte, nerede olursa olsun anında dolaşıma sokabilmekte, anında okuyabilmektedirler. Hızlı bir üretim, hızlı bir paylaşım, aynı şekilde hızlı bir tüketim biçimi söz konusudur. Bu hız bir bakıma çağın karakterini de yansıtır: Her şey hızla değişiyor, her şey hızla akıyor; oturmak için zaman yok, okumak için zaman yok, yazmak için zaman yok, düşünmek için zaman yok, yaşamak için zaman yok... Oysa metin yazmak ve metin okumak, öncelikle yaşanacak bir hayatın olduğunu varsaymak, içinde çeşitli yaşantıların, çeşitli hikayelerin bulunduğu uzun bir yolculuğa çıkmak gibidir. Bunun için zamana, uzlete, kendini dinlemeye, hayatı gözlemlemeye, durup düşünmeye, sorup soruşturmaya ihtiyaç vardır. Sosyal medya alanında ise bu uzlet, bu derin ve içsel yolculuk, bu geniş zaman söz konusu değildir. İlgideki sürekliliği sağlayabilmek ve

iletişim hâlini koruyabilmek için herkes her an bu meydanda hazır bulunmalı, herkes her an bir şeyler yazmalı ve söylemelidir; aksi hâlde iletişim kesilecek, ilgi dağılacaktır. Metin yazmak ve metin okumak için zaman yoktur, uzun ve sessiz yolculuklar yapmak için zaman yoktur, içte-birikmek için zaman yoktur. Gerekli olan şey, anında üretilebilir, anında iletilebilir, anında tüketilebilir, anında özümsenebilir, anında paylaşılabilir bir şeydir: Pratik, şaşırtıcı, etkileyici, olağanüstü bir şeyler! Slogan şudur: "Kalıcı olanı aramıyoruz, saygın olanı aramıyoruz. Hatta kalıcı ve saygın olanla dalga geçiyoruz!" Hızlı akış içinde yazılan, okunan ve üretilen her şey, bir daha kendisine dönülmemek üzere zamanın hızlı akışına bırakılır. Gerçeği söylemek gerekirse, sosyal medya, "an"a odaklı yapısıyla, henüz "nesne sürekliliği" oluşmamış bebekleri andırmaktadır: nesne gözünün önünde varsa var, yoksa yoktur.

Oysa sanat kalıcılığı olan bir değer üretir. Bir edebiyat eseri, ilk çağda bile yazılmış olsa, bugünkü insana, varoluşun temel durumları karşısında bir şey söyler. Sosyal medya ise hemen her gün yenilenen yüzü ile geniş kapasitesine rağmen yine de hafızası olmayan, günübirlik bir tüketim ve alışkanlık alanıdır. Kalıcılık özelliği, sosyal medyanın "sabun köpüğü" gibi eriyip giden yapısıyla bağdaşmaz. Phill James, "Sosyal Medyanın Sanat ve Edebiyatı Yok Etmesinin Sekiz Nedeni" başlıklı yazısında, sanatın "düşünsellik" (*contemplative*), sosyal medyanın "tüketilebilirlik" (*consumable*) özellikleri arasında, sanat ve edebiyatın aleyhine gelişen bir işleyiş görür (James, 2014). Sosyal medya bizi, popüler olanın rüzgârına kaptırır; popüler olanı bizzat oluşturur, reklamını yapar, pazarlar. Estetik değeri düşük, ama tüketilebilirlik oranı yüksek bir üretim biçimine yönelir; derin etkiler bırakmak, önemli söylemler ortaya koymak, metin yazmak, denilebilirse gök kubbede "hoş seda" bırakmak gibi bir önceliği yoktur.

Tabii şunu da söyleyebiliriz: Kısa yazmak da edebi bir yaklaşım, edebi bir tercihtir. Bu gerçekten de böyledir. Zira edebiyat sözü sarf etmek olduğu kadar, tasarruf da etmektir. Kısa ve öz yazma çabası, sözü özleştiren ve anlamı yoğunlaştıran bir çabadır. Aforizma tipi, sözün tasarrufuyla ortaya çıkar. Az ve öz yazma isteği, bir tutum olarak şunu demek ister gibidir: "Aslında gerçek çok açık, uzun uzadıya anlatmaya ihtiyaç duymuyor. Gerçeği anlatmak için daha kısa, daha kolay metinler gerekli. Bugün biz bunu yapıyoruz. Bizi yalnız söylediklerimizle değil, söylemek istediklerimizle de anlamalısınız. Metin bizde olduğu kadar sizdedir de. Sezgileriniz, yaşantılarınız ve deneyimlerinizle baktığınızda, yalnız bizim metnimizi değil, kendi metninizi de görebilirsiniz. İşte o zaman, okurken, yalnız bizim metnimizi değil, kendi içinizdeki metne de ulaşır, onu da keşfedersiniz. Kendi içindeki metni göremeyenler, bizim metinlerimizden de bir şey anlamazlar. Kendi metinlerine eremeyenler, bizim metinlerimizdeki dünyaya da eremezler." Kısa yazmanın bu ve benzeri savunuları olabilir. Almanya'da özellikle ikinci dünya savaşına bağlı travma döneminde kimi kısa öykü (*Kurzgeschichte*) yazarlarının kendi tarzlarını temellendirmede kullandıkları görüş buydu: "Uzun uzun konuşup süslü cümleler kurmaya gerek yok. Amacımız edebiyat yapmak değil; sadece gerçeği tespit etmek istiyoruz ve o çok açık."

"Ultra minimize olmuş edebiyat" şeklinde özetlenebilecek bu tarz, metin kavramının neredeyse yok olduğu bu tür, bir bakıma postmodern algıyla da örtüşür. Sürrealizm, dadaizm, pop-art gibi yaklaşımlarla birlikte çoğalıp gelen, sanatın saygınlığını sarsıp onu komik hâle getirmeyi amaçlayan bu tutum, sosyal medyanın geniş imkânları ile buluşunca söz konusu biçim ortaya çıkmıştır. Bir başka deyişle, bu yazım biçimi, daha önceden oluşmaya başlayan bir tutumun sosyal medya ortamında farklı bir tarzda yeniden ifade bulmasıdır. "Klasik" olanın komikleştiği, saygınlığını yitirdiği bir dönemde, tek kelimelik, tek cümlelik ifadelerle; geleneksel edebiyatın, söylemedeki zarafeti, derinliği, genişliği, ölçülülüğü esas alan metin kavramıyla adeta dalga geçilmekte, denilebilirse metin "yapıbozum"a uğratılmaktadır. Kısa söyleme yaklaşımı, modern edebiyatın orantılı, ölçülü, sözü ve dünyayı açan, söyleyişteki güzelliği ve zarafeti hedefleyen metin anlayışı karşısında postmodernist bir yadsıma ve itibarsızlaştırma olarak görülebilir.

3. Çocuk Edebiyatı ve Kültürü Açısından Sosyal Medya

Daha önce yeni teknolojilerin, edebiyat bağlamında, özellikle çocuklar ve gençler için nasıl anlamlı, hoş, verimli bir ortam hâle getirebileceğini sormuş ve cevabını "Yeni Teknolojiler ve Çocuk Edebiyatı" başlığı altında ele almıştık (2012: 287-311). İnternet teknolojisinin okumayı ve yazmayı, oynamayı ve iletişimde bulunmayı yeniden tanımladığı bir dönemde, ortaya çıkan sonuç, "eğer edebiyat teknolojinin ruhunu oluşturmazsa, teknoloji edebiyatın ruhunu oluşturacak" şeklindeydi. Yukarıda ele alınmaya çalışılan sorun biraz bu durumla alakalı görünüyor: Söz konusu yeni metin anlayışı, teknolojinin edebiyatı oluşturmaya başladığını örnekler niteliktedir. Burada üzerinde ısrarla düşünülmesi gereken konu, edebiyatın yeni teknolojilere nasıl bir katkı sağlayabileceği sorusudur. Söz konusu makalede, yeni teknolojilerin anlam

boyutunun oluşumunda, uygun kullanım alışkanlık ve değerlerinin ortaya çıkmasında edebiyatın katkı sağlayabileceği hususu vurgulanmıştı. "Eğitim ve Sosyal Bilimler Bağlamında Teknolojik Sorun" başlıklı yazımızda ise sadece edebiyatın değil, bütün sosyal bilimlerin bir yaşama kültürü oluşturacak şekilde bu çabaya katılmalarının gerekliliği üzerinde durulmuştu (2014: 1250-1254). Sosyal medya ve edebiyat konusu, bu duyarlığın geliştirilebileceği en önemli ve en etkili alanlardan birisidir. Burada asıl sorun bu etkili iletişim ve paylaşım teknolojilerinin nasıl faydalı bir araç hâline getirilebileceği konusunda ortaya çıkar.

C. John Farley, "Sosyal Edebiyat Sosyal Medyayı Tamamlayabilir mi?" başlıklı yazısında (Farley, 2014) "anne babaların kaygılı oldukları oyun ve videolar karşısında, çocuklar ve gençler için sosyal medyada, eğlenceli, anlamlı bir edebiyat, alternatif olabilir mi?" sorusunu sorar ve şu konular üzerinde durur: Çocuklar ve gençler, sosyal medyanın sanal dünyasında, gerçek sosyal etkileşimlerini yitirdikçe, kendilerini yapay bir ortam içinde buluyorlar. Onları bu ortamdan uzak tutmanın yolu yok. Peki, o hâlde sanal ortamı onlar için daha elverişli ve daya uygun hâle getiremez miyiz? İşte çocukları ve gençleri cezbedecek, onları eğlendirecek, ama aynı zamanda edebiyat zevki ve heyecanı kazandıracak, değer duygusunu yüceltecek, insanî duyarlıkları geliştirecek bir edebiyatın imkânı üzerinde durulabilir; sosyal medya ve edebiyat ilişkisi, bu anlayış üzerinden geliştirilebilir. Bu durum çocukların ve gençlerin sosyal duygularını geliştirecek, onları şiddet ve çok farklı şekilleri olan istismar biçimlerinden de koruyacaktır. Kuşkusuz bu sadece edebiyat açısından değil, dijital ortamda yer alan oyun, video gibi eğlence ürünleri açısından da geçerlidir.

Sonuç

Sosyal medya ortamında üretilen ve tüketilen edebiyat çalışmaları, önemli ölçüde Postmodern duyarlığın teknolojik olanaklarla ifade bulmasının ürünüymüş gibi görünüyor. Bu da öncelikle geleneksel metin anlayışının sarsılması, kolay üretilebilen, kolay tüketilebilen, kolay iletilebilen yeni bir "metin" anlayışı şeklinde ortaya çıkıyor. Edebiyatta metin bir değerdir; bir olaydan söz eder, belirli karakterleri vardır, belirli bir mekânda geçer, başı ve sonu olan bir hikâyesi vardır. Bir metni yazmaya ya da okumaya başlamak, insan dünyasına doğru kendi içinde bütünlüğü olan bir yolculuğa çıkmak gibidir. Bu da başlı başına bir yaşantı ve deneyimdir.

Edebiyat dediğimiz her bir anda, şiir, roman, öykü, deneme gibi türleriyle "metin" kavramı aklımıza gelir. Edebiyat, metin yazma, sözü sevme ve sürdürme, dünyayı dile çevirme ve dilde görme sanatı demektir. Edebiyatın varlık alanı ve nedeni, sözdür. Sözün dışında edebiyat susar, insan bilinci susar. Eğer söylemek istemiyorsak, yazmak ve okumak için bir nedenimiz de kalmaz. Yazarı edebiyata bağlayan, dünyayı sözde yeniden kurmaya duyarlı hâle getiren şey, söze ve sözle de insanlığa, geniş anlamda varlığa olan bağlılığıdır. Yazar, içindeki bu arzu sürdüğü oranda kendi konumunda bulunur, kendini tanımlayan eyleme sadık kalır. Edebiyatı sevmek, sözü, sözdeki varoluşu ve güzelliği sevmek demektir. Edebiyat tarihine baktığımız zaman göreceğimiz şey, klasik edebiyatın ciltler dolusu anıtsal eserleridir. Geleneksel edebiyat, metin oluşturma, sözü zenginleştirme, dil üzerinden yeni dünyalara açılma tutumudur. Bugün sosyal iletişim ağları üzerinden kendini geliştirmeye ve gerçekleştirmeye çalışan edebiyat yaklaşımları, klasik edebiyatın metin anlayışına uymayan bir tarz ortaya koyar. Estetik beğeninin farklı bir nitelik kazandığı, söyleme duygusunun köreldiği, geleneksel edebiyat açısından bakıldığında güzellik değeri zayıflamış bir edebiyat anlayışı söz konusudur. Oysa edebiyat için "metin" kutsal bir şeydir. Ne şekilde olursa olsun, bir edebiyat hareketi, metnin ontolojik gerçekliğine sadık kalmakla gerçekleşebilir. Metnin yapısını bozmakla kendi varlık yapısına da saldırmış olur. Sosyal medyada oluşan yeni metin anlayışında yalnız geleneksel metin kırılmaz, dil de kırılır. Dil ve metinle birlikte edebiyat da kırılır. Böylece edebiyat olayını tanımlayan unsurlardan biri olan metin, metinle birlikte okuyucu anlayışı da dönüşüme uğrar. Böylece sosyal medyada dilin, yazının, metnin, yazarın kırıldığı yeni bir yazım türü ortaya çıkar. Bu aynı zamanda edebiyatı kırılan edebiyat anlamına da gelir. Tabii buradan, "edebiyat risk altında!", "metin risk altında!", "insanî duyarlık risk altında!" gibi çıkarımlarda da bulunulabilir. Böyle bir çıkarımdan sonra söylenebilecek en iyi şey, "yazarın ölümünden sonra, şimdi de metnin ölümü!" ifadesi olabilir. Ama yine de bu yargıya varmak için acele etmemek gerekir. Zira sosyal medyada kendini gösteren bütün edebî çabaların bu şekilde olduğunu düşünmemek gerekir. Yukarıda sözünü ettiğimiz yeni metin anlayışı, sosyal medya ve edebiyat bağlamında sözü edilebilecek konulardan yalnızca biridir. Aksi hâlde edebiyat, her zamanki gibi yine metinlerini ve ürünlerini vermekte, bu ürünlerin tanıtımı, okuyucuya pazarlanması, eleştirilmesi, bu konuda yapılan bilimsel çalışmalar sosyal medyada geniş bir şekilde yer almaktadır. Nasıl ki metal müzik, çağdaş müziğin

yalnızca belli bir yönünü yansıtıyor ve tümünü temsil etmiyorsa, aynı şekilde sözü edilen metin anlayışı da çağımız edebiyatının tümünü değil sadece birini temsil eder.

Sosyal medya ve edebiyat konusu temelde teknolojiyi bir değer dünyası içinde anlamlandırabilme ve uygun şekilde kullanabilme sorunudur. Konuyu şu şekilde formüle edebiliriz: Teknolojik sorun yok, teknolojiyi kullanma sorunu vardır; teknolojiyi kullanma sorunu, teknolojik sorunun ta kendisidir. Teknolojinin kendisi olumlu ya da olumsuz, eksi ya da artı değildir; o, kendini kullanan bilince göre nitelik kazanır. Bu anlamda sosyal medya ve edebiyat konusunda konuşmak, sosyal medyayı kullanan bilinç ve niyet konusunda konuşmaktır. Teknoloji, insanın kullanım amacına göre değer kazanır. Sosyal medya ve edebiyat olayında da aynı durum söz konusudur. Sorun şudur: Sosyal medya, edebiyatın doğasına uygun bir şekilde, insanî değerler çerçevesinde nasıl kullanılabilir? Bu iki soruyu, "iyi" ve "uygun" değerleriyle ifade edebiliriz. Asıl sorun iyi ve uygun olanı ortaya çıkarabilmektir. Bugün edebiyat dünyasının temel sorusu, iletişim teknolojilerinden nasıl kurtulabiliriz sorusu değil, uygun bir şekilde ondan nasıl yararlanabiliriz, yaşama kültürümüze nasıl katabiliriz, sorusu olmalıdır.

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz: Edebiyat bir bilinç ve değerdir. Teknoloji edebiyatı değil, temsil ettiği etik ve estetik değerlerle edebiyat teknolojiyi etkilemeli, onun anlam dünyasını oluşturmalıdır. Edebiyat estetik değerinin yanında, bir duygu, şahsiyet ve zihin eğitimidir. Yeniden metne dönebilmek, insanın dünyasını metinde yeniden üretebilmek, söz konusu eğitim açısından önemlidir. Bu da edebiyatın teknolojiye bir katkısı olacaktır ve o doğa bilimlerinin teknolojinin gelişmesine yaptıkları katkıdan daha düşük seviyede bir katkı olmayacaktır.