

KİTAP OKUMA EYLEMİNİN METALAŞTIRILMASI: INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Mehmet Serhan TEZGEÇ*

Özet

Kitap okumak; bilgi edinmek, zihin dünyasını genişletmek, bir konu hakkındaki merakı gidermek için gerçekleştirilen eylemlerden ilk akla geleni ve en temel olanıdır. Kitap okuma denildiği zaman, zihinde öncelikle, kütüphanede yapılan okumalar haricinde, bireysellikle özleşmiş, edimi gerçekleştirenden üst düzeyde dikkat bekleyen bir eylem gelmektedir. Kitaplar ve kitaplıkların evlere girişi çok eskilere dayansa da, kitapların içe dönük yapısını bozuma uğratan ve onların dışarıya açılmasını sağlayan uygulamaların, hayatların bu denli içerisine girişi çok daha yenidir. Web 2.0 olarak da adlandırılan etkileşimli internet uygulamalarının bireylerin hayatında önemli bir yer kaplamaya başlamasının ardından gündelik hayat dönüşüme uğramış; kitaplar da bundan payını almıştır. Kitabın teknolojik olarak formatında yaşanan dönüşüm haricinde yine teknolojik bir gelişmenin sonuçlarıyla birlikte, kitaplar da sosyal medya içerisinde birer tüketim nesnesi haline gelmeye başlamıştır ve bu çalışmanın ağırlıklı olarak ilgileneceği ve üzerinde duracağı konu da budur. Kitapların birer sunum malzemesi gibi fotoğrafın içerisine yerleştirildiği pozların sergilenmeye başlaması ile kitaplar eskiye nazaran daha yüksek oranda bir metalaşmaya maruz kalmaktadır. Kitapların ve kitap okuma eyleminin sosyal medya içerisinde sunuluşunu analiz edebilmek için amaçlı örneklem yoluyla seçilmiş on adet Instagram paylaşımı göstergebilimsel analize tabi tutulacaktır. Çalışma sonucunda kitabın gösteriş ve tüketim bağlamlarında metalaşma süreçleri bu paylaşımlar özelinde gösterilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kitap, Okuma, Instagram, Tüketim, Metalaşma

* Arş. Gör., Marmara Üniversitesi, mehmet.tezgec@marmara.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8871-0813

COMMODIFICATION OF THE ACT OF READING BOOKS: A RESEARCH ON INSTAGRAM POSTS

Abstract

Reading a book is the basic act which comes to mind in the first place in order to get information, expand the world view and to satisfy one's curiosity. The act of reading firstly reminds an act which is integrated with individualisation and demanding full concentration of the reader. The entrance of the books and book into homes has a long history, however the penetration of the applications into lives deconstructing the introverted structure of the books is brand new. After the interactive Internet applications which are also named as Web 2.0. started to take a significant place in individuals' lives daily lives have been transformed and books have been affected by this process, too. Except the transformations occurred in the books in through technological changes, thanks to another technological development books have started to become an object of consumption and this study will focus on this specific issue. With the display of photos including books as an exhibition material, books started to be commodified in higher levels. In order to demonstrate the presentations of the books and the act of book reading in social media, ten Instagram posts which have been selected by using the purposeful sampling method will be analyzed through semiotic analysis. At the end of the study the commodification processes of the books in the contexts of consumption and display has been revealed with the help of these posts.

Key Words: Book, Reading, Instagram, Consumption, Commodification

Giriş

Okuma denildiğinde akıllara ilk gelen eylem, kitap veya başka bir formatta bulunan yazılı bir metnin alfabeyle ait semboller vasıtasıyla okuyucu tarafından anlamlandırılması ve yorumlanması olmaktadır. Yazılı kültür içerisinde doğup büyüyen bireyler için sözlü kültür içerisinde gerçekleştirilen okuma eylemini tahayyül etmek ise daha zordur. Örneğin, Sokrates için basılı kitaplar, öğrenmenin önünde birer engeldir. Burada kast edilen kitapların içerikleri değil, somut varlıklarıdır. Sokrates, öğrenmenin yalnızca eğitilmiş bir entelektüel grubu tarafından paylaşılan ve yalnızca sözel yollar kullanılarak aktarılabilen tek bir yolu olduğunu iddia eder. O'na göre yazı içerisinde çok fazla anlam kaybı meydana gelmektedir (Fischer, 2004, s. 52). Antik Yunan içerisinde de okumanın farklı açılımları vardı. Taburoğlu'nun belirttiği üzere; "Okumanın eylemsizlik gibi görünmesi zamanımıza ait bir olgudur: Antik Yunan hekimleri, yürüme, koşma, ya da top

oynamayla eşit düzeyde fiziksel bir egzersiz olarak, hastalarına okumayı tavsiye ederlerdi.” (Taburoğlu, 2016, s. 230) Sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş esnasında yaşanan değişimlerin yanı sıra, el yazması olarak çoğaltılan kitapların muhteviyatı da matbaa ile değişime uğramıştır. Bu değişimin izlerini okuma eylemi üzerinde gözlemlemek de mümkündür.

Matbaanın icadı ile birlikte kitapların çoğalması ve erişilebilir olması, bir bakış açısına göre kutsallık özelliklerinin yitimine ve dolayımında da yoğunlaşarak yapılan okumadan yüzeysel okumaya geçişe neden olmuştur (Burke, 2001, s.179). Ancak yine de burada suçu hemen, teknolojik ilerlemeye ve el yazmalarının ağırlıklı olarak hüküm sürdüğü çağdan matbaa ile rahatlıkla kopyaları üretilen kitaplara atmak doğru değildir. Keza iletişim araçları arasındaki bu tarz geçişlerin yaşandığı çağlar ve dönemlerde, bir medyumun bir anda önemini yitirmesinden söz edilmemektedir. Örneğin, Antik Yunan’da yazılı kültür varlığını sürdürse dahi egemen ve baskın olan kültür sözlü olardı. Matbaanın icadından sonra da el yazmaları aynı şekilde önemsiz olarak sınıflandırılmamıştır (Barbier ve Lawenir, 2001, s. 386’den aktaran Aymaz, 2018, s. 129). Eski ve yeni araçların karşılıklı etkileşim halinde ilerlemesinin, okumanın yüzeyselleşmesi için tek başına bir günah keçisi olamayacağı, bu konudaki uyarıların çok daha eskiye dayanması ile ortaya konulabilir. Burke (2001, s. 179) tarafından belirtildiği üzere “Eski Roma’da filozof Seneca, Lucilius’a ikinci mektubunda, öğrencisine kitaplara göz gezdirmemesini salık vermekteydi; bu, insanın yemeğiyle oynamasına benzerdi.” Bu dönemlerde dahi gündeme gelen kitabın içeriğinden bağımsız olarak ele alınması ve yüzeysel bir biçimde okunması, günümüz toplumu göze alındığında başka tehlikeleri de gündeme getirmektedir. Kitap teknolojisinde yaşanan değişimler ve e-kitap ve e- kitap okuyucularının ortaya çıkması ile yaşanan değişikliklerden ziyade kitaplar birer tüketim ve gösteri nesnesi haline gelme tehlikesi ile karşı karşıya kalmıştır. Bu bağlamda ilk olarak sosyal medya kavramına ve yeni kitap paylaşım mecralarına göz atmakta fayda vardır.

1. Sosyal Medya ve Kitap Paylaşım Alanları

Geleneksel medyadan ayrılan belirli özellikleri ile birlikte günümüzde çok fazla kullanıcının aktif olarak katılım gösterdiği bir platform haline gelen sosyal medya ağları; Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat vb. pek çok mecraanın türemesini ve devasa

ekonomik yapılar haline gelmesini sağlamıştır. Kitle iletişim araçlarından farklı olarak bu mecralar, bireyin de gönderici konumuna geçmesine olanak tanımış; postmodern benliğin yansıtılmasına olanak vermesi sayesinde sanal kimliklerin (sanal persona) oluşturulmasına imkân tanımıştır. Sosyal medyanın en temel özelliklerinden bir tanesi etkileşimdir. Bu etkileşimin ortaya çıkmasını sağlayan da Web. 2.0 teknolojisi olmuştur. Bu teknoloji kullanıcıların birbirleriyle etkileşim içerisinde olmalarına ve aktif olarak üretim yapmalarına müsaade etmiştir (O'Reilly, 2005). Sosyal medya çalışmaları alanında sıklıkla referans verilen Manovich de sosyal medyayı geleneksel medyadan ayırıştıran ve onu farklı bir noktaya yerleştiren iki adet unsurdan söz etmektedir. Bunlar; Web 2.0 olarak adlandırılan gelişmeler ışığında, kullanıcıların üretici konumuna geçmesi ve sosyal medyanın bireyler için bir iletişim mecrası haline gelmesidir. Manovich istatistiklere dayandırdığı çalışmasında ilk iddianın yani kullanıcıların birer üretici haline gelmelerinin tüm sosyal medya ekosistemini kapsamadığını, belirli sayıda insanın üretici pozisyonuna geldiğini; iletişim amaçlı kullanım iddiasının ise rakamlarla daha kolay desteklenebileceğini belirtmiştir (Manovich, 2009, s. 320-321).

Manovich burada yine herkesin gerçek anlamda bir üreticiye dönüşemediğinden bahsederek, sosyal medyanın gücünün sınırlılıklarını çizmektedir. Üreticilik ve emek konuları ise çok farklı bir tartışma evrenine ait olup bu çalışmanın sınırlarını aşmaktadır. Kullanıcıların etkileşime girme şansını artıran bir diğer teknolojik gelişmeden bahsetmek, üreticiliğin her ana ve mekâna taşınmasının nasıl olanaklı hale geldiğinin anlaşılabilmesi açısından faydalı olacaktır. Medya yakınsama kültürü ile birlikte bireylerin hayatına nüfuz eden son gelişmeler ve akıllı telefon vb. dijital teknolojilerin ortaya çıkması, medya çalışmaları içerisinde bu alana dönük özel bir ilgi ortaya çıkmaya başlamıştır. Daha önce bahsedilen teori ve kuramsallaştırmaların yanı sıra Sheller ve Urry (2006) de yeni taşınırlıklar paradigmasına geçiş yapıldığını belirtmişlerdir. Günlük yaşam aktiviteleri içerisinde internete ve sosyal medya platformlarına erişimi artıran mobil teknolojiler sayesinde, uzak mesafelerde bulunan bireyler arasındaki etkileşim artmış bulunmaktadır. Akıllı telefonların artık gündelik hayat içerisinde kapladıkları alan, bu teknolojinin henüz doğmaya ve gelişmeye başladığı dönemin şartları içerisinde değerlendirildiğinde öngörülemez boyuttadır. Telefon görüşmeleri gözle görülür bir biçimde azalmış, telefon mesajları daha kısa ve sınırlı bir formata bürünmüştür. Başka biçimde ifade etmek gerekirse, her iletişim formuna ayrılan zaman ve verilen emek azalmış görünmektedir.

Bu bağlamda ele alındığında, görsel iletişim en fazla kullanılan iletişim aracı olarak göze çarpmaktadır (Sheller ve Urry, 2006'dan aktaran Serafinelli, 2015, s.36).

Buradaki görsellik vurgusu çalışma açısından özel önem teşkil etmektedir. Youtube, Instagram ve Pinterest gibi sosyal medya alanları kitabın yeni paylaşım alanlarına dönüşmüştür. Etkinlikleri yüz yüze gerçekleştirilen eski usul okuma kulüplerinin yerini artık bu mecralar almaktadır. Doğaları gereği görselliğe yatkın olan bu mecralar, yazıdan çok fotoğrafları ön plana çıkarmaları sebebiyle kitapların sunulmasını da bir anlamda etkilemiştir. Instagram üzerinden yapılan paylaşımlar İngilizce kitap anlamına gelen book ve Instagram kelimelerini birleştirerek Bookstagram etiketi altında yapılmaktadır.

Youtube üzerinden kitap paylaşımı yapanların kullandığı terim ile isimlendirilecek olduğunda Booktube etiketi içerisindeki en popüler formatlardan bir tanesi BookHaul'dur. Bu format kapsamında içerik üreticileri, yakınlarda satın aldıkları bir kitabın tanıtımını yapmaktadır. Burada genellikle henüz okunmayan bir kitaptan temaya ve tanıtım yazısına bakılarak neler beklendiğine dair bir paylaşım yapılmaktadır (Birke ve Fehrle, 2018, s.74). Burada sosyal medyaya eleştirel yaklaşanların kitap paylaşımı denildiğinde ilk akıllarına gelenin bir gerçekliğinin olduğu görülebiliyor. Kitaplar okunmadan, sadece arka kapaklarına bakılarak tanıtılıyor ve paylaşımlar bunun üzerinden yapılıyor. İmajlar üzerinden tüketim yapılan bir çağda kitapların yalnızca kapakları üzerinden metalaştırılmaları ve bu şekilde paylaşılmaları bu sosyal medya mecraları için son derece doğaldır.

Kitapların bir diğer paylaşım alanı olan Pinterest dahilinde de durumun çok farklı olmadığı yapılan çalışmalar ile ortaya koyulmuş durumdadır. Pinterest üzerinden yapılan paylaşımlarda kitap okuma eylemine büyük bir önem verilmekte ve öncelik tanınmaktadır. Okunan kitabın ne olduğu ya da içeriği ise genellikle ikincil dereceden önem teşkil etmektedir. Buysa okuma merakından (Readirleness) çok kitap merakına (bookishness) bir gönderme yapmaktadır (Rodger, 2019, s. 473).

2. Tüketimin Nesnesi Olarak Kitap

Günümüz toplumunu anlamlandırmak için kullanılan; enformasyon toplumu, gösteri toplumu gibi tanımlamalar içerisinde ehemmiyet bakımından en üst sıralarda yer alan kavramlaştırmalardan bir tanesi de tüketim toplumdur. Tüketim toplumunun

tanımlanması için başvurulabilecek alanın öncül yazarlarından bir tanesi olan Featherstone (2007, s.57) için tüketim toplumu, ürünler ve onların etrafında kurulan bir yapılaşmaya tekabül etmektedir. Bu tanımlamanın iki boyutu vardır; ilkinde göre ekonomik yapılanmanın kültürel bir boyutu vardır ve nesnel kullanım değerleri için değil, onların temsil ettiği değerler için tüketilmekte, sembolik değerlere ve diğerlerine tüketici hakkında bir şeyler anlatan hüviyete kavuşmaktadır. İkinci boyutta ise, bu yaşam tarzı tüketiminin doğurduğu klasik tüketim paradigmalarına daha yakın duran arz ve talep konuları vardır. Şan ve Hira da Featherstone'un tüketim toplumu tanımlamasında birinci boyut olan sembolik tüketimle doğru orantılı bir biçimde ilerleyen bir tanımlama geliştirmektedir. Buna göre, pozitivist ve modernist dönem içerisinde insanlar, sıkı sıkıya bir üretim ve ilerleme inancına bağlı olarak yaşamlarını sürdürmekteyken; günümüzde bireylerin toplumsal yaşama tüketim biçimleriyle de katılmaları gerekmektedir. Hazların, arzuların doyurulması ve tüketimin bu doğrultuda yapılması tüketim toplumunun başat göstergesidir (Şan ve Hira, 2004, s. 5).

Nesnel birincil tüketim amaçları, yani Marksist terminolojiyle ifade edilecek olduğunda, kullanım değerleri ile birlikte tüketilmeleri yerine, tüketilenin onların sembolize ettiği değerler olduğunu iddia etmek günümüz toplumları açısından yanlış olmayacaktır. Konu kitaplar olduğunda bir nesne olarak kitabın tüketilmesinin öncelikli amacı bilgi edinmektir, ancak günümüzde kitaplar sıklıkla boş zaman geçirme aracı olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bunun haricinde kitaplar, kültürlü oluşun bir sembolü olarak statü kazanmak maksadıyla da tüketilir hale gelmiştir. Newman tarafından belirtildiği üzere kitap okuma ya da kitap paylaşımı üzerine olan oluşumlar genellikle, kullanıcıları kitaplar hakkında verimli tartışmalar yürütmeye yöneltmekten çok kitapları bir statü sembolü olarak biriktirmelerine ve kitabın bir meta olarak sunulduğu sanal, sosyal medya kimlikleri oluşturmalarına olanak tanır (Newman, 2008, s.21'den aktaran Foasberg, 2012, s.33).

Semboller üzerinden tüketim ve kültür kavramları bir araya geldiğinde, kültürel tüketim ürünleri ve onların tüketiliş biçimlerini incelemekte olan Bourdieu akıllara gelmektedir. Kültürün bir sermaye olarak tüketilebildiğini ve bireylerde somutlaşabildiğini iddia eden Bourdieu'ya göre, toplumsal sınıflar içerisindeki ekonomik ve kültürel sermaye grupları bir mücadele içerisinde dir. Ekonomik sermayenin niceliksel göstergelerle bariz bir biçimde ayrışması ve toplumu katmanlara ayırması gibi kültürel

sermaye ve beğeniler de sınıfların doğuştan gelen kodlarında yazılıdır ve bu da benzer bir biçimde toplum içerisinde bir mücadele alanının doğmasına yol açar. Kültürel sermayeyi ekonomik çatışmaların dışında ve bağımsız olarak analize tabi tutmak eksik kalmış, anlamsız bir çabanın ürünü olmanın ötesine geçemez (Köse, 2010, s.365). Aynı ekonomik sermayenin belirli gruplar içerisinde eşitsiz bir biçimde dağılması gibi kültürel sermaye de sınıfsal olarak toplumu ayrıştırmaktadır. Beğeniler ve kültürel zevkler bir sınıfın ürünü olarak gelişmekte, zaman içerisinde sınıflar arasında bu zevkler üzerinden bir geçişlilik durumu da söz konusu olabilmektedir.

Bourdieu, ekonomik temelli sınıfsallığın izlerini, kültür içerisinde de aramış ve çarpıcı sonuçlara ulaşmıştır. Bourdieu için kültürel sermayenin oluşumunun incelenmesi adına bakılması gereken ilk nokta, beğeni ve eğitim arasındaki ilişkidir. Diploma ile bir dereceye kadar ölçülen eğitim ile kökleri dışarıda bulunan, bireyin yetiştiği toplumsal kökenin izlerinin cisimleştiği eğitim birbirinden farklıdır. Kültürel sermayenin dayanaklarını ve temellerini, görünmeyen bu ilişki içerisinde aramak ve Bourdieu'nun deyimiyle popüler beğeniden uzakta “meşru beğeniler” olarak adlandırılan sınıflandırmanın, nasıl olup da toplumsal yaşam içerisinde kemikleştğine bakmak gereklidir (Bourdieu, 2015, s. 26 - 31). Bourdieu için “meşru beğeniler” yüksek kültür ürünlerine ait bir alanı betimlemektedir. 1960'larda yazılan bu eserin, yüksek kültür ve popüler kültür tartışmalarının da ötesinde hala daha güncelliğini koruduğu alanlar mevcuttur. Yeni medya ve yeni toplumsal düzen; beğenilerin sergilenmesini kolaylaştırarak, güncelliğin sürdürülmesini sağlayan faktörlerden bir tanesi olarak ortaya çıkmaktadır. Popülerleşme yani bir anlamda kitlelere yayılma, okunan kitaba ait zevkin daha önemli bir hale gelmesine neden olmuştur. Okuma ile ilgili tartışmalar insanların okuyup okumamasından çok okuyucuların okuduğu türler üzerine odaklanmaya başlamıştır. Okunan kitabın faydalı ya da bilgilendirici mi olduğu ya da yalnızca zaman geçirme için kullanılan kitaplardan mı olduğu da odak noktasına alınmaya başlamıştır. Kitlelerin zevkine uygun kitap biçimlerinin tüketilmesi tartışmalı bir hal almıştır (Wright, 2006, s.125).

Üst sınıfların kendi habituslarını oluşturma ve bunun etrafında dönen beğenilerini keskinleştirme çabaları, kitle kültürünün dayatmacı tavrı ile daha da görünür hale gelmiştir. Bourdieu'nun tüketim ve sosyal sınıflar arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaya çalıştığı çalışmaları içerisindeki anahtar kavramlardan biri de “habitus” terimidir.

Habitus, sıklıkla habit yani alışkanlık ile karıştırılmaktadır. Ancak alışkanlıkların oluşması için bir zaman ve tekrarlama süreci gereklidir, yani özünde bireysel bir çaba da yatmaktadır. Habitusun temelinde yatan yatkınlıklar ise doğal olmalı ve yaratıcı eylemi bu şekilde ortaya çıkarmalıdır (Çeğin ve Göker, 2015, s.18). Kendi habituslarına ait genel kitleye hitap etmeyen kitap zevklerine sahip olmak ve bunun sınırlarını çizmek ve farkında olunmayan, kendiliğinden ortaya çıkan bir eylem sonucunda olsa da bu zevklerin ayrıştırılması kültürel anlamda trend belirleyici konumlarından vazgeçmek istemeyen üst sınıf için elzemdir. Featherstone'a göre postmodern ürünlerin üretimi ve tüketimi konusunda bir anlamda otorite olarak kabul edilen kültür araçları ve izler kitleleri arasında sürekli devinim halinde olan bir yarış söz konusudur. Kültür araçları beğenilerini popülerden uzak tutmaya çalışırken, kitleler ise ürünlerin yoğun bir biçimde tüketilerek sıradanlaşmasına neden olmaktadır. Örneğin tüketimi kültürel anlamda bir statü biçiminde ele alınabilecek olan Beatles'ın popülerleşmesi demek beğenileri yönlendirme görevini üstlenen kültür araçlarının hemen bir başka müzik grubuna yönelmeleri anlamına gelecektir (2007, s. 90). Aynı durum kitapların tüketimi için de geçerlidir. Günümüzde bir üst sınıfa ait beğenileri izlemek ve ona göre davranmak eskiye nazaran kolaylaşmıştır. Replikaların üretimiyle beraber beğenilerin taklit edilmesi daha mümkün hale gelmiştir. Sosyal medyada kültürel anlamda trend belirleyici olmak isteyen bireyleri de, eski zaman kültür araçlarının birer replikasına benzetmek mümkündür. Yalnızca genel beğeniye dönük paylaşımlar yapmak ve diğerlerinin ilgisine mazhar olmak sosyal medyada etkin olmak isteyen kullanıcılar için daha ön plandadır. Ürünün hangi beğeni sınıfına ait olduğundan çok beğenilip beğenilmeyeceği düşüncesi paylaşım yapanların motive olmasını sağlamaktadır. Manovich'e göre, Instagram kullanıcıları ürettikleri içerikler ile beraber Bourdieu'nun teriminden esinle, kültürel bir kapital ortaya koymaktadır. Bu kültürel kapitalin değeri ise takipçi ve beğeni sayısı gibi nicel ölçümlenmelerle ya da fotoğraflar hakkındaki yorumlara bakılarak nitel bir biçimde analiz edilebilir. Eğer reklam verenler ve markalarla bir ortaklık kurulmaya başlanırsa, kültürel kapitalin ekonomik kapitale dönüştürülmesi de mümkündür (2015, s.117). Görüldüğü üzere Bourdieu'nun ekonomik ve kültürel kapital türlerini birbiri ile bağdaştırma ve aralarındaki ilintiyi ortaya koyma çabası, günümüzün sosyal medya toplumu içerisinde daha da görünür bir hal almıştır. Şeffaflığa daha yakındır. Beğenilerini pazarlayarak

beğeni toplayan sosyal medya kullanıcılarının bunun sonucunda bir ekonomik kapital elde etmeleri de günümüz toplumunda mümkün hale gelmiştir.

Bourdieu'nun kültürel sermaye ve sınıf arasında ilişki kurmaya çalışan çalışmalarına getirilen eleştirilerden bir tanesi, bu araştırmaların yalnızca Fransız toplumunu açıklamakta oluşu, işin içerisine kültürel farklılıklar gireceği için diğer toplumları anlamlandırmakta yetersiz kalacağı olmuştur. Ünsal Oskay da Bourdieu ile paralel bir iddiada bulunmuştur. O'na göre kitle iletişim araçlarının tüketiliş biçimleri ve sınıfsallık arasında direkt bir ilişki vardır. Serbest zaman içerisinde kendisini geliştirmeye ve özgür kılmaya dönük medya türleri tüketebilecekken eğlenceye dönük programları izleyerek sistemin arzusunu birebir yerine getiren kesim, ağırlıklı olarak öğrenim seviyesi ve gelir olarak daha altlarda bulunanlar olmaktadır (2014, s. 42 - 422). Birer kitle iletişim aracı olan kitaplar için de benzer çıkarımlar yapmak mümkündür. Bourdieu'nun düşünceleri ile uyumlu olarak sınıfsallık ve ait olunan habitus, okunan kitapları da etkileyebilmektedir. 2006 yılında Çin'de yürütülen bir çalışma, kitap okuma alışkanlıklarına bakıldığında elit sınıflar ve işçi sınıfı arasında gözle görülür bir fark bulmuştur. Buna göre, yönetici sınıfında yer alan veya hükümette görev alanlar arasında okuma kültürü, onları entelektüel olarak zorlayacak kitaplardan ya da prestij sahibi edebi eserlerden oluşmaktadır. Karşıt olarak, işçi sınıfından gelenler ise türü fark etmeksizin daha az okuma eğilimindedir (Wang, Davis ve Bian, 2006, s. 336 - 337). Yine aynı çalışma içerisinde Amerika özelinde yapılan bir çalışmaya verilen referans da ortaya koymaktadır ki, üst sosyoekonomik sınıftan gelen bireyler özel ve keskin bir zevk grubunu temsil etmezler. Ancak üst sınıftan gelen bireylerin alt sınıftan gelen bireylere oranla daha fazla kültürel türe aşina oldukları ve zevk yelpazelerinin daha geniş olduğu da çalışmanın dikkat çekici bir sonucu olarak literatürdeki yerini almıştır (Wang ve diğerleri, 2006, s. 319). Türkiye genelinde bu tarz bir araştırma yapılmamış olmasına rağmen, Amerika ve Çin örneklerinde de Fransız toplumu ile uyumlu sonuçların bulunması, kültürel sermayenin sınıfsal temelinin dinamiklerinin yalnızca Fransa için geçerli bir sonuçlar ortaya koyacağı iddiası geçerliliğini yitirmiş bulunmaktadır.

3. Gösterinin Nesnesi Olarak Kitaplar

Gösteri toplumu imajların ön plana çıktığı ve toplumun da bu doğrultuda evrimleştiği bir süreci tanımlamak için kullanılmaktadır. Debord tarafından geliştirilen

gösteri toplumu kavramsallaştırılması, 1960'lara ait bir terim olsa da yeni medya dolayımında ortaya çıkan gelişmeler ışığında belki de her zamankinden daha fazla akademik ilgiye mazhar olmakta ve güncelliğini korumaktadır. Medya ve tüketim toplumu ilişkisini imajların tüketimi ekseninde organize olan bir inşa olarak ele alarak, tüm medya araçlarının gösteriye dönük bir yapı sergileme olasılığında söz etmektedir (Kellner, 2019, s.59). Debord'un tanımladığı anlamıyla gösteri, kapitalist toplumun meta fetişizminin bir başka ifadesidir. Gösterinin etkisi bu anlamda sahip olunan metalar üzerinden kurulan kimlik, ahlak ve gündelik yaşam pratiklerinin bireyleri gündelik yaşamın gerçekliklerine ve olaylarına katılımını yabancılaştırıcı etkisidir (Köse, 2010, s. 341). Gösterinin metalaştırma süreci son derece yaygın ve kapsayıcıdır. Han tarafından dile getirildiği üzere:

Kapitalist ekonomi her şeyi sergilenme mecburiyetine tabi kılar. Sadece sergilenmeye yarayan sahnelemedir değer yaratan, şeylerin her türlü kendine özgülüğü feda edilmiştir. Şeyler karanlığın içinde değil aşırı ışık altında ortadan kaybolmaktadır (2017, s.28).

Gösteri toplumu ve tüketim kültürü dolayımında gerçekleşen toplumsal dönüşümler, gündeliğin daha hızlı ve kolay tüketilir halini ön plana taşımış, emek gerektiren süreçler birer birer terk edilmiştir. Okumanın izlemekten daha zahmetli bir süreç olması, anlamlı ve hakkını veren bir okuma eyleminin sözcükler üzerinde uzun uzadıya düşünme edimini kendisiyle beraber getirmesi gerektiği muhakkaktır. İster bilgi edinme aracı olarak kullanılıyor olsun ister eğlence niyetiyle faydalanılacak olsun, televizyon ve sonrasında gelen sosyal medyanın kitaplara nazaran görselliği ve imajları çok daha fazla desteklemesi nedeniyle bu mecraların kullanıcının niyetinden bağımsız olarak eğlenceye daha yatkın olmalarını iddia etmek yanlış olmayacaktır. Neil Postman'ın (2016, s. 33) belirttiği üzere, söze ve yazıya dayalı toplumlardan imajlara önem veren toplumlara bir geçiş yapılmış; bunun neticesinde birbirleri ile saatlerce seçim vaatleri üzerinden tartışan siyasi adayları dinleyen halkın yerini, adayların dış görüntüleri üzerinden değerlendirmelerde bulunan ve bu bağlamda da siyasi kararlarını veren topluluklar almıştır. Eğlence ve görselliğe önem veren bu düzenin oluşmasında aşağıdan gelen talep göz ardı edilmeksizin sosyal medyanın da bir rolünün olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Rodger tarafından dile getirildiği üzere bundan elli yıl önce de kitaplar bilginin kaynağı olmaları hasebiyle kutsanıyorlardı ancak kullanıcıların üretici

pozisyonuna geçtiği görsel paylaşım platformlarının ortaya çıkışıyla beraber çok daha ön planda olmaya ve farklı açılardan ele alınmaya başladılar (2019, s. 476).

Sosyal medya tabanlı kitap paylaşım ağlarının gözler önüne serdiği açılardan iki tanesi, kimlik inşası için kitap kültürünün kullanılması ve kitabın materyal bir nesne olarak fetişleştirilmesidir. Bunlar, kitap okuma ve paylaşmanın yeni biçimlerinin gösterişi ve tüketim odaklı olarak ele alınmasına neden olabilir. Bu durumun ötesinin de olduğu ve bunun tek başına açıklayıcı bir yaklaşım olamayacağı da ortadadır (Birke ve Fehrle, 2018, s.74). Kitabın nesneleştirilmesi demek onun somut yanlarının ön plana alınıp, entelektüel muhteviyatına gönderme yapan tözünün göz ardı edilmesi anlamına da gelmektedir. Rodger tarafından dile getirildiği üzere, bir sosyal ağ olan Pinterest vasıtasıyla yapılan paylaşımlarda, kitap okuma eylemine büyük bir önem verilmekte ve öncelik tanınmaktadır. Okunan kitabın ne olduğu ve içeriği ise genellikle ikinci dereceden önem teşkil etmektedir. Buysa okuma merakından (readerliness) çok kitap merakına (bookishness) bir gönderme yapmaktadır (2019, s. 473). Bir boş zaman geçirme aparatı ya da bu sosyal platformlar üzerinden sosyalleşme vasıtası olarak araçsallaştırılan kitaplar, ruhlarını ve niteliksel yanlarını kaybetme tehlikesi ile karşı karşıyadır. Bireyselliğin ve kişisel gelişimin bir virüs gibi yayıldığı toplum ve onun pratiklerini yansıtan sosyal medya içerisine yerleştirilen kitap da; sayılarla ifade edilen, bu yeni medya içerisinde paylaşım değeri yüksek bir metaya dönüşecektir. Birke ve Fehrle de bu konudaki endişelerini benzer bir biçimde dile getirmişlerdir. Bu tarz kitap paylaşım siteleri üzerinden yapılan kişisel gelişim vurgusunun ortaya çıkaracağı problemlerden bir tanesi de okumanın nicelikle ilintilendirilmesidir. Okuma eyleminin kendisinin vurgulanması yerine, günlük olarak okunan sayfa sayısının ön plana çıkarılması; okumanın ölçülebilir ve somut bir şeye dönüşmesine neden olacaktır (2018, s. 80).

Sosyal medya ve paylaşım konuları eskiden beri akıllara ilk olarak panoptik göndermeleri getirmektedir. Bu durumun aşılmasının, eskiden mahrem olarak kabul gören pek çok olayın kamusallaşıp, paylaşımına açılmasının nedeni nedir peki? Bauman'a göre eski zamanlarda insanlar yalnız olmaya çalıştıkları anlarda dahi gözetlenmekten korkmakta ve kameralara karşı paranoyak bir yaklaşım sergilemektedir. Bunun aşılmasını sağlayan, çağın yarattığı yeni insan tipolojisinin yalnız kalmaya, gözden düşmeye dayanamamasıdır. Sosyal medya tarafından sunulan görünür olma vaadi, insanların her an varlıklarını ve saygın olmalarının gerekçelerini görünür kılma endişeleri ile

mükemmel bir uyum sağlamıştır (Bauman ve Lyon, 2016, s. 36-37). İnsanlar yalnız olmadıklarını kendilerine hissettiren takipçileri arasında saygıdeğer bir konumda olmayı arzulamakta ve istemekte; bu doğrultuda da mahremlerini şeffaf bir biçimde sergilenir hale getirmekten çekinmemektedir. Burada statüyü sağlayan şey ise tüketim ve gündelik hayatı yaşayış biçimi olmaktadır. Kitaplar da boş zamanın kıymetli değerlendirildiğinin birer ispatı olarak izler kitle ile paylaşımına açılmaktadır. Kitapçılarda çekilen fotoğraflar da Instagram ve kitap okuma eylemini birleştirmenin önemli parçalarından birisi olarak tasarlanmaktadır. Dekorasyonu ile sofistike bir atmosfer sunan kafeteryalardan paylaşılan filtrelenmiş, kitap odaklı fotoğraflar, kişinin özenli kitap seçimleri ve okuma alışkanlıkları hakkında diğerleri üzerinde bir izlenim oluşturmaktadır (Rodger, 2019, s. 488). Bu tasarlanmış fotoğraflar, zamanın ruhunu yansıtır bir biçimde bilgiden ve buna dönük paylaşımları ön plana çıkarmaktansa kitabı bir fotoğraf nesnesi haline getirmektedir. Bu durum Ellul tarafından imajların doğasına dönük ortaya atılan eleştirileri akla getirmekte ve adeta onu haklı çıkarmaktadır. İmaj paradoksal olmayan şeydir çünkü, o daima doxa (kanaat, kural, kaide) ile uyum içindedir. Göreceğimiz üzere, o özellikle uyuma yönelik bir etkidir. Bu nedenle kültür devrimcileri, filmlerin ve posterlerin devrimci düşünceleri motive edeceklerine inandıkları zaman çocukça bir illüzyona yenik düşerler. İmajlar, egemen doxa'ya uymak dışında hiçbir şeyi güçlendirmezler (Ellul, 2012, s.34). Teknolojik iyimser bakış açısına sahip olanların sıklıkla dile getirdiği tüketicileri üretici konumuna getiren ve özgürleştiren sosyal medya tahayyülleri imajlar arasında kaybolmakta ve eriyip gitmektedir.

Manovich günümüz toplumunu Debord'un gösteri toplumundan daha farklı bir terimle tanımlamayı tercih etmektedir. Manovich'e göre günümüzde sosyal medya ile birlikte evrilen düzen bir estetik toplumdur. Bu toplum içerisinde estetiğe dayalı ürünlerin üretimi merkezi konumda yer almaktadır. Mimarlar, profesyonel fotoğrafçılar gibi kurumsallaşmış üreticilerin yanı sıra Instagram ve diğer bloglar üzerinden içerik üreten ve yayan bireyler de bunun bir parçası konumundadır (Manovich, 2016, s.5). Estetik üretimin tüketim için geçerli bir araç haline gelmesi ile birlikte bireyler bu alanlara yönelmekte ve yaşamlarını da estetize etme gayreti içerisine girmektedir. Sosyal medya içerisinde gerçekleştirilen kitap paylaşımları da bu estetik kaygı doğrultusunda yapılmaktadır. Rodger (2019, s. 474) tarafından dile getirildiği üzere burada bir materyal olarak kitabın yanı sıra kitap ile ilgili ya da kitabı çağrıştıran objelerin (bookish) de

paylaşımı söz konusudur. Bu objeler, kitaplığın yer aldığı bir arka plan, kitap resimlerinin nakşedildiği bir çaydanlık, elektronik okuyucuların kitap görünümlü kılıfları ve kitap resimli çoraplar gibi geniş bir skalaya sahiptir.

4. Yöntem

Çalışmada yöntem olarak göstergebilimsel analiz tercih edilmiştir. Fiske (2003, s.122) tarafından dile getirildiği üzere göstergebilimin üç temel çalışma alanı söz konusudur:

- 1- Göstergenin kendisi: Bu kısım göstergelerin anlam kazanma ve iletme yollarının göstergeleri kullanan bireylerle ilintilendirilmesini araştırmaya tabi tutmaktadır.
- 2- İçinde göstergelerin düzenlendiği kodlar ya da sistemler: Bu kısım içerisinde göstergelerin yer aldığı kodların iletildiği iletişim kanallarının incelenmesi sağlanmaktadır.
- 3- Kodlar ve göstergelerin içinde işlediği kültür: Kültürel biçimlenmeler de bahsi geçen kodların ve göstergelerin kullanım alanları ile doğrudan ilişkilidir.

Dilbilim alanında yapısalcı yaklaşımın temel isimlerinden biri olan Ferdinand de Saussure'un dilbilim analizlerinde de göstergeler, gösteren ve gösterilenden oluşmaktadır. Gösteren işaret ya da seslere gönderme yaparken, gösterilen düşün yapısına referans vermektedir (Yaylagül, 2016, s.125). Fiske (2013, s.127) de Saussure'un bu temel kavramlarını şu şekilde açıklamaktadır; "gösteren, göstergenin algıladığımız imgesidir – kâğıt üzerindeki işaretlerdir, havadaki seslerdir. Gösterilen, göstergenin göndermede bulunduğu zihinsel kavramdır." Bu çalışma içerisinde de gösteren, gösterilen ve anlamın açığa çıktığı kısmın analiz edilmesine olanak sağlayacak olan yorum başlıkları açılarak görseller incelemeye tabi tutulacaktır.

Çalışmanın örneklemini Instagram üzerindeki #kitapaşkı etiketinden seçilerek alınmış on adet paylaşım oluşturmaktadır. Bu etiketin tercih edilmesinin nedeni, Türkçe paylaşım yapan sayfalar arasında en fazla tekrarlayan etiketlerden birinin bu olması ve içerisinde 1.1 milyon gönderiyi kapsamasıdır. Literatür içerisinde sıklıkla referans verilen Bookstagram etiketinin tercih edilmemesinin sebebi ise, bu etiket altındaki gönderilerin ağırlıklı olarak yabancı kullanıcılara ait olmasıdır. Araştırmanın örneklemini oluşturulurken amaçlı örneklem tercih edilmiştir. Punch (2005, s.183) tarafından

belirtildiği üzere nitel araştırmalarda olasılıklı örnekleme nazaran amaçlı örnekleme tercih edilmekte ve spesifik bir amacı olan araştırmanın örnekleminin önceden belirlenmesi gerekmektedir. Bu çalışma içerisinde amaçlı örnekleme kullanılması ve daha geniş içeriklere ulaşılmamasının nedeni, seçilen resimlerin literatür dahilinde ele alınan kitabın metalaştırılması olgusunu gözler önüne seren nitelikte olmasıdır. Kitap paylaşımı yapan sayfalar içerisinde kitabın görselliğinden çok içeriğine önem veren paylaşımların da olduğu bir hakikattir. Bu çalışmanın amacı, kitap paylaşım sayfalarından metalaştırma kriterlerine uyum sağlayan fotoğrafların analize tabi tutularak, Instagram vasıtasıyla yapılan kitap paylaşımlarının gösteri ve tüketim toplumu ile uyumlu olan yanlarının sergilenmesidir.

5. Paylaşımların Analizi



Görsel 1

Gösteren: Kitap, kahve, saat, yatak örtüsü ve gömlek

Gösterilen: Kitabın arka planda kaldığı bir görsel sunum düzeni ile birlikte; kahve, saat, el ve ayak bileği öne çıkarılarak kitap, gönderi içerisinde görsel bir meta olarak yerini almış bulunmaktadır. Kitaptan çok kitap okumayı estetik bir görünüm içerisine sokan gösterenlere ağırlık verilmektedir. Bu da kitabın kültürel doğası ile diğer nesnelere ayrışmasını güç bir hale getirmektedir.

Yorum: Bu paylaşımı yapan kullanıcı literatür içerisinde de geçen kitap ile ilgili estetik bir kurgunun ortaya çıkmasına gayret göstermektedir. Kitap burada yalnızca bir dekordur ve kahve bardağından, saatten ya da halhaldan ayırt edilmeksizin estetik bir amaca hizmet etmektedir. Paylaşımın altına yazılan yazılar da görseli desteklemektedir. Görsele bakıldığı zaman okunup okunmadığı belli olmasa da kitabın içeriği ile ilgili herhangi bir metnin görsele iliştilirilmemiş olması dikkat çekicidir. Sosyal medyada sıklıkla birlikte anılan kitap ve kahve ikilisinden ilki burada ihmal edilmiş; kitaptan çok kahvenin ve kahve kültürünün bir paylaşımı yapılmıştır. Gönderinin altındaki yorumlar kısmında da kitap ile ilgili herhangi bir yazı bulunmamaktadır.



Görsel 2

Gösteren: Ağaç, yaprak, doğa, kitap

Gösterilen: Kitap, pastoral bir görsel temanın bir parçası haline getirilmekte ve yapraklar ve dallarda olduğu gibi görsel bir sunum aracı olarak kullanılmaktadır. Kitabın kültürel yanı bu gönderide de ikincil plandadır. Kitap, beğeni kazanmanın bir aracı olarak yalnızca fiziki varlığı ile sunumdaki yerini almaktadır.

Yorum. Bu paylaşımın görsel kısmında ise hakkında gönderi oluşturulan kitap doğa içerisinde sergilenmektedir. Gönderinin altındaki yazılı metinde ise ilk olarak takipçilerle samimi bir dil kullanılarak pandemi süreci hakkında yorumlarda bulunulmakta, ardından da görselde yer alan kitapla ilgili şahsi yorumlara yer verilmektedir. Bunun peşi sıra da kitabın arka kapağında bulunan tanıtım metnine yer verilmektedir. Bu paylaşım özelinde,

fotoğrafın odak noktasında yer alan kitapla, paylaşımın yazılı metinlerden oluşan kısmı arasında bir bağlantısı kurulsa da, Instagram ve paylaşım estetiği ile uyumlu bir görsel tercih edilmiştir. Her ne kadar paylaşımın altındaki metinlerde kitapla ilgili göndermeler bulunsa da kitabın bir görsel malzeme olarak kullanımı, paylaşımında görselin ön plana çıkmasına neden olmaktadır.



Görsel 3

Gösteren: Kitap, çilek, tava, kesme tahtası, mutfak havlusu, tel çırpıcı

Gösterilen: “Kızgın tavada aşk” isimli kitabın paylaşılması için oluşturulmuş bu gönderide, kitabın isminden yola çıkılarak oluşturulan konsept içerisinde kitap, mutfak malzemelerinin yanında konumlandırılmış ve gönderinin konseptine uyum sağlaması için faydalanılan görsel bir metaya dönüştürülmüştür.

Yorum: Bu paylaşımında kitap adeta bir mutfak malzemesi gibi araçsallaştırılmış ve bu şekilde sunulmuştur. Kitabın birincil değeri olan entelektüel bilgi aktarımı tamamen arka planda bırakılmış ve kitap sıradan bir nesne gibi sergilenmiştir. Kitap sayfası paylaşımlarında kitapların yemeklerin yanına koyularak sunum malzemesi olması sıklıkla karşılaşılan bir durum olsa da, bu görsel özelinde mutfağa ait pek çok aletin de işin içerisine girmesi ile birlikte kitap tamamen bir gösteri materyali haline gelmektedir. Görsel altındaki metinde ise kitabın içeriği ile ilgili bir girdi bulunmaktadır. Görsel içerisindeki tüm materyaller kitap hariç tutulmak üzere birbiri ile uyumludur ve bir

mekâna gönderme yapmaktadır. Kitap ise mutfak ile bağdaştırılması güç bir yapıda olması nedeniyle resim içerisinde alakasız gözükmektedir.



Görsel 4

Gösteren: İstanbul resmi, fes, kitap

Gösterilen: Kitabın kapağında yer alan resim ile kitabın paylaşıldığı görsel arasında fes üzerinden bir bağ oluşturulmaya çalışılmış ve bu temanın içerisinde kitap da bir estetik unsur olarak kendisine yer bulmuştur. Kitabın bu bağlamda festen veya duvara asılı resimden bir farkı yoktur. Bu nesneleştirme, kitabın doğasını zedeler niteliktedir.

Yorum: Bu paylaşım içerisinde kitabın kapağından yola çıkarak estetik bir konsept oturtulmaya çalışılmıştır. İstanbul resmi ve fes bağlantısı ile birlikte kültürel bir bağlam yaratılma gayesi güdülmüştür. Görsel altındaki yorumlara ve etkileşimlere bakıldığında ise, bir kitap okuma grubu olarak bu kitabın okunduğu ve yorumlarda da bu doğrultuda mesajlar geldiği göze çarpmaktadır. Kitabın konusunun anlatılmasından sonra kitaptan birebir alıntılara yer verilerek kitabı tanıtmaya gayesi sürdürülmüştür. İlk bakışta kitabın yanındaki fes kitabı bağlamından kopartır gibi görünse de bütünsellik içerisinde bakıldığında bu gönderinin kitabı paylaşma amacını taşıdığı da görülmektedir. Diğer örneklerle göre bu paylaşımın kitap tanıtımına en yakını olduğunu söylemek mümkündür. Ancak fes ve kitap uyumsuzluğu ile ilk anda dikkatleri toplamak ve daha fazla beğeni toplamak da bir diğer amaçtır. Bu paylaşımında da kitabın bir sembol olarak tüketildiğini ve kültürel beğenilerin sunulması için görselin de ona eşlik ettiğini iddia etmek mümkündür.



Görsel 5

Gösteren: Kuru yapraklar, kahve fincanı, kitap

Gösterilen: Kitabın kapağının renklerindeki tonların yakalanabilmesi adına kuru yapraklar tercih edilmiş ve kitap da bu estetik sunumun görsel bir parçası olarak konumlandırılmıştır. Kitap, bir kitap olarak değil de yapraklar ya da kahve fincanı gibi görsel bir sunum aracı olarak kendisine yer bulmaktadır. Bu paylaşım içerisinde de kitap pek çok nesne gibi Instagram'ın gösterisinin bir parçasıdır.

Yorum: Sunum nesnesi olarak kitabın yanında sıklıkla yer alan nesnelere bir tanesi de kuru yapraklardır. Kahve de benzer bir biçimde kitap eşlikçisi olarak paylaşımlardaki yerini almaktadır. Kitap ve kahvenin birlikteliği keyif göndermesinde bulunmakta kitabın hoş zaman geçirmek için tüketilen bir nesne olduğunu hatırlatmaktadır. Kitap ve kahve kültürüne bu gönderiler haricinde, günümüzde diğer hizmet edenler de kitap kafelerdir. Kitabın tüketim biçiminin bir trend halinde sunulması ile birlikte kitap kahve ile anılır hale gelmektedir. Kitap ve kahvenin birlikteliğinden doğan bu fotoğraf çalışmalarında hem kitap okunarak kaliteli zaman geçirildiği hem de kahve içilerek keyifli zamanlar geçirildiği diğerleri ile paylaşılmaktadır. Görselin altındaki metinde ise kitaptan kısa kısa üç adet alıntı bulunmaktadır.



Görsel 6

Gösteren: Kitaplık, çiçek, bardak, kitaplar

Gösterilen: Kitaplığın önüne yerleştirilmiş birkaç kitap ve diğer estetik malzemeler, gönderinin ana unsuru olan, tanıtılması amaçlanan kitabın, gönderi içeriğinde güzel görünebilmesi adına birer eşlikçi olarak yerleştirilmiştir. Bu gönderide kitabın ve kitaplığın birer gösteri unsuru olarak konumlandırılışı dikkat çekmektedir.

Yorum: Kitap ve kitap alanına gönderme yapan ve paylaşımlarda sıklıkla paylaşılan nesnelere bir tanesi de kitaplıktır. Kitaplığın arka planda da olsa üzerindeki kitapların görünür olması bireyin kültürel zevklerinin bir seçkisinin bu şekilde sunulması diğerleri üzerinde bir merak uyandırmaktadır. Kitapların estetik bir biçimde sunulması amaçlandığında sıklıkla başvurulan yollardan biri olan çiçeklere bu fotoğraf içerisinde de yer verilmiştir. Tanıtımı yapılan kitabın hemen yanı başında bulunan boş bardağın üzerindeki resimse dikkat çekicidir. Bardağın üzerinde ressam Frida Kahlo bulunmaktadır. Bu paylaşım içerisinde kitap haricinde bir sanat eseri daha paylaşılarak, gönderi sahibinin kültürel sermayesi hakkında diğerlerine biraz daha fazla ipucu verilmektedir.



Görsel 7

Gösteren: Yapay çiçek, ip, kitap

Gösterilen: Kitaba Instagram üzerinden sunulan başka nesnelere sergilenişinde kullanıldığı üzere ip ile bağlanarak estetik bir görünüm kazandırmaya çalışılmıştır. Instagram ve sunum konusu bir bütün olarak ele alındığında, kitabın da bir süs eşyası olarak konumlandırılması, onun kültürel yanının yok sayılıp eşya yanının ön plana çıkarılmasına neden olmuştur. Bu görsel özelinde kitabın metalaşması, onun bir eşyadan farksız olarak konumlandırılışı ile başlamıştır.

Yorum: Instagram'da yemeğin sunumunda kullanılan aşırı özenli süslemelerde olduğu gibi burada da kitabın doğası ile uyumsuz bir süs unsuru kullanılmıştır. Tanıtımı yapılan kitap fotoğrafının odak noktasında ve ortada dururken solda üç adet kitap hediyecek süs eşyası gibi ip ile bağlanarak bir dekor görevi görmektedir. Sağda durmakta olan yapay çiçek de bir dekor olarak yerini almaktadır. Yapay çiçeğin evlerde veya dış mekanlarda bir dekor olarak kullanılması alışılmış bir durumken, kitabın bu amaçla kullanılması kitap ile ilgiliymiş gibi durmayan görünümlerin açığa çıkmasına neden olmaktadır. Görsel altındaki yorumlarda ise kitabın içeriği hakkında şahsi yorumlara yer verilmiş bulunmaktadır. Bu kısmıyla gönderi bir kitap paylaşımı olarak işlevini yerine getirmektedir.



Görsel 8

Gösteren: Dart tahtası, kitap

Gösterilen: Dart tahtası üzerine yerleştirilen kitap ile ilk anda dikkatleri çekme ihtimali yüksek bir görsel ortaya çıkarılmaya çalışılmış; bu da kitabı modern zamanlarda pek çok nesnede olduğu gibi dikkati gösteri üzerinden toplamaya çalışan bir eşya ile aynı konuma oturtmuştur. Kitap, burada dart ile uyumsuzluğunu sergileyen ve insanların ilgisini toplamaya çalışan görsel bir meta olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yorum: Bu paylaşım ile birbiri ile alakasız iki obje olan dart tahtası ve kitap kullanılmış. Renk uyumu açısından bir görsellik ihtiva etse dahi bu iki nesnenin anlamsal bir bütünlüğü bulunmamaktadır. Görselde bağlam eksik kalmış durumdadır. Bu paylaşımında tercih edilen görsel kurgu ile amaçlanan şey dikkatleri üzerine çekmek ve beğeni alabilmektir.



Görsel 9

Gösteren: Kitap, el, kurutulmuş çiçek, ışık

Gösterilen: Bu paylaşıma ait görselin altında Tutunamayanlar'dan bir pasaj paylaşılmış üzerinde de herhangi bir kitap görseli kullanılmıştır. Gönderinin ana unsuru olması gereken Tutunamayanlar'a dair yalnızca bir pasaj ve ışık ile süslenen bir kitap bulunmaktadır. Bu tarz süslemelere maruz kalan bir kitap kendisi de bir süs unsuru olarak metalaştırılmaktadır.

Yorum: Bu gönderi kitabın ışıklar ve çiçekler ile estetize edildiği çokça karşılaşılan kitap paylaşım formatlarından birisine sahiptir. Bu paylaşımın seçilmesinin sebebi, sosyal medyada sıklıkla karşımıza çıkan aforizmaların veya kitap alıntılarının bağımsız görseller ile birlikte paylaşımının çalışmanın örnekleme içerisinde de geçerli olduğunu gözler önüne sermektir. Oğuz Atay'a ait Tutunamayanlar gibi kült bir romandan yapılan direkt alıntı, paylaşım sahibinin çokça rastlanılan örneklerde olduğu gibi okumadığı bir kitaptan alıntıyı buraya kopyalayıp kopyalamadığına dair şüphe uyandırmaktadır. Sanal kimlikleriyle sosyal medyada bulunan bireyler, personalarını istedikleri doğrultuda inşa edebilmek adına bu tarz hilelere başvurmaktadır.



Görsel 10

Gösteren: Erik, çilek, bisküvi, oyuncak ayı, piknik örtüsü, kitap

Gösterilen: Doğada kitap okuma temasının ortaya çıkabilmesi adına bir kurgu yapılmış ve birbiri ile ilinti kurulması hayli güç olan pek çok görsel nesnenin yanı sıra, kitap da piknik örtüsü üzerine yerleştirilmiştir. Kitap burada dikkat çekme amacına hizmet eden görsel bir araçtır. Oyuncak ayı, erik ve kitabı aynı anda gören ve bağlantıyı kurmaya çalışan zihnin ilgisi otomatik olarak çekilmektedir. Kitabın ne olduğu, içeriği ve okuyucuya neler kazandırabileceği gibi bir kitap paylaşımının ilk anda sordurması gereken sorular ise ikincil planda kalmaktadır. Bunun nedeni ise diğer paylaşımlarda olduğu gibi kitabın yalnızca bir görsel, bir meta olarak sunulmasıdır.

Yorum: Kitabın piknik örtüsü üzerinde piknik esnasında tüketilecek olan gıdalar ile birlikte sunulması, kitabın doğasına karşıt bir görünüm sergilemektedir. Görseldeki nesnelere kasıtlı şekilde özensiz yerleştirilmesi ile gelişigüzel çekilmiş bir fotoğraf havası yaratılmaya çalışılmıştır. Oyuncak ayı ise kullanıcının diğer paylaşımlarından anlaşıldığı üzere konsept gereği oradadır. Tüm paylaşımlar içerisinde oyuncak ayıya rastlamak mümkündür. Gönderi altındaki metinde kitap ile ilgili bir tanıtım yazısı bulunmaktadır. Gönderinin altındaki yorumlara bakıldığında ise bisküviler ve meyveler hakkında yapılan yorumların ağırlıkta olduğu görülmektedir.

Sonuç

Kitaplara ve okuma eylemine insanlık tarihi boyunca farklı anlamlar yüklenegelmiştir. Sözlü kültürden yazılı kültüre geçişin sağlandığı ilk dönem içerisinde anlam kaybına neden olan nesnelere olarak görüldükleri dahi olmuştur. Ancak, tipografik çağ içerisinde kitapların yeri ve önemi her zaman için ayrı olmuştur. Kitaplara karşı olan bakış açısı, onların genellikle bilgi kaynağı oldukları ve okumanın da entelektüel bir aktivite olduğu yönündedir.

E-kitapların ortaya çıkması, okumanın cihazlar düzeyinde başkalaşımına neden olmuş olsa da, matbu kitaplar önemini korumaya devam etmiştir. E-yayıncılık uygulamaları, bu uygulamaların ortaya çıktığı ilk dönemlerde korkulan aksine, basılı olanların yerini almak konusunda muvaffak olamamıştır. Kitabın ve kitap paylaşımının metalaşma ve tüketim nesnesi olarak kaderini değiştiren gelişmeler sosyal medya ile beraber ortaya çıkmıştır. Elbette ki, kitaplar ve okuma toplum içerisinde her zaman için bir kültürel sermaye ürünü ve statü sembolü olagelmıştır. Ancak sosyal medyanın salt beğeniye ve gösteriye dayalı yapısı içerisinde kitapların da sembolik olarak tüketilmesi hız kazanmıştır.

Bu çalışma kapsamında da örneklem olarak ele alınan gönderiler göstermiştir ki, görselliğin temel paylaşım alanı olduğu Instagram uygulaması, geneline hâkim olan eğlenceye ve tüketime dönük doğasını kitaplara da yansıtmaktadır. Çalışma içerisinde, kitapların tanıtımına düzgün bir biçimde yer vermesine rağmen, kullanılan görsel nedeniyle sıradan bir Instagram gönderisi hüviyetinden sıyrılmayı başaramamış olan paylaşımlara da rastlanmıştır. Bireylerin gündelik yaşamlarının her anını takipçileri ile paylaşımlarına olanak tanıyan bu uygulama içerisinde, kitaplar da o anların sıradan bir parçası olarak göze çarpmaktadır. Görsel içerisinde birer dekor olarak orada bulunmaları istenen kitaplar, gösterinin ve sunuşun birer parçası haline gelmektedir. Tüm bunlara rağmen salt teknolojik determinist bir bakış açısıyla olaya yaklaşmak ve sosyal medyanın tüm biçimlere kendi şeklini verdiğini, bireylerin orada anlamlı paylaşımlar yapamayacağını veya hiç kimsenin sosyal medyadan bir kazanım elde edemeyeceğini iddia etmek de doğru olmayacaktır.

Kitapların sosyal medyada birer meta olarak kullanılmalrı, nihayetinde bireyin interneti kullanma biçimleri ile ilişkilidir. Kitap paylaşım sitelerinden bir kitabı görüp,

okuyarak bundan bilgi de edinilebilir, gösteriş yapma arzusu da giderilebilir. İnternet bireylerin gösterişçiliğe dönük kötücül yanlarının doğmasına neden olmamakta, var olanı görünür kılmaktadır. Sosyal medya var olduğu için mecralarda eleştiri konusu olan görünümeler ortaya çıkmamaktadır, ya da bizleri o noktaya taşıyan sosyal mecralar olmamaktadır. Sosyal medya ancak, bireylerin eleştirdikleri noktaya biraz daha hızlı varmalarını sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Aymaz, G. (2018). İletişim araçlarının toplumsal tarihi için bir giriş. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 124-139.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2016). *Akışkan gözetim*. (Çev. Elçin Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Birke, D., & Fehrle, J. (2018). #booklove. *Komparatistik online*. 60-86.
- Burke, P. (2001). *Bilginin toplumsal tarihi*. (Çev. Mete Tunçay). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayırım: beğeni yargısının toplumsal eleştirisi*. Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Çeğin, G. ve Göker, E. (2015). Araştırmasından 50 yıl, kitabından 35 yıl sonra Ayırım. Bourdieu, P, *Ayırım* içinde (9-21.ss.). Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Ellul, J. (2012). *Sözün düşüşü*. (Çev. Hüsamettin Arslan). İstanbul. Paradigma Yayınları.
- Taburoğlu, Ö. (2016). *Resim söz ve yazı: imge yaratmanın ve bozmanın yolları*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism*. Sage Publications.
- Fischer, S. R. (2004). *A history of reading*. Reaktion books.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş* (Çev. Süleyman İrvan). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Foasberg, N. M. (2012). Online reading communities: From book clubs to book blogs. *The Journal of Social Media in Society*, 1(1).
- Han, Byung-Chul. (2017). *Şeffaflık toplumu*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Kellner, D. (2019). Media culture and the triumph of the spectacle. *Fast capitalism*, 1(1).
- Köse, H. (2014). *Şovenist inşa: medya gösterisinin ahlaki kapsama alanı üzerine elleştirel metinler*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Manovich, L. (2009). The practice of everyday (media) life: From mass consumption to mass cultural production?. *Critical Inquiry*, 35(2), 319-331.
- Manovich, L. (2016). Designing and living instagram photography: themes, feeds, sequences, branding, faces, bodies. Erişim adresi: <http://manovich.net/content/04->

projects/097-designing-and-living-instagram-
photography/instagram_book_part_4.pdf

- O'Reilly, T. (2005). *What is web 2.0?* Sebastopol: O'Reilly Media.
- Oskay, Ü. (2014). *Kitle iletişiminin kültürel işlevleri*, XIX. Yüzyıldan Günümüze Kuramsal Bir Yaklaşım. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Postman, N. (2016). *Televizyon: öldüren eğlence*. Gösteri Çağında Kamusal Söylem. (Çev. Osman Akinhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Punch, K. F. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş*. (Çev. D. Bayrak, HB Arslan ve Z. Akyüz). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Rodger, N. (2019). From bookshelf porn and shelfies to bookfacefriday: How readers use Pinterest to promote their bookishness. *Participations Journal of Audience & Reception Studies*.
- Serafinelli, E. (2018). Digital life on Instagram: new social communication of photography. *Emerald Publishing Limited*.
- Şan, M. K., & Hira, İ. (2004). Modernlik ve postmodernlik bağlamında tüketim toplumu kuramları. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 1-19.
- Wang, S., Davis, D., & Bian, Y. (2006). The uneven distribution of cultural capital: Book reading in urban China. *Modern China*, 32(3), 315-348.
- Wright, D. (2006). Cultural capital and the literary field. *Cultural Trends*, 15(2-3), 123-139.
- Yaylagül, L. (2016). *Kitle iletişim kuramları: egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.