

Sosyal Medya Kullanımı ve Yaratıcılık: Sanatçı Odağında Bir Perspektif

The Use of Social Media and Creativity: A Perspective Focusing on the Artist

Ayşe ALDEMİR 

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 19.02.2023 ■ Kabul Accepted: 19.06.2023

ÖZ

Günümüzde sosyal medya yapıtın-sanatçının tanıtımı, sanatçının takipçileriyle ve dünyayla etkileşimi gibi konularda büyük rol oynamaktadır. Sanatçı sosyal medyayı yapıtın ve aynı zamanda kendisinin tanıtımını yapabildiği dijital bir portföy olarak kullanma, takipçiyle anlık etkileşime girme ve alanında yapılan çalışmaları kolaylıkla takip etme gibi açılardan çeşitli olanaklara sahiptir. Ancak sanatçının sosyal medyayla arasında geliştirdiği etkileşimin sanatsal yaratıcılığına olan etkileri bağlamında bazı sorular yanıt beklemektedir. Bu odak noktadan hareketle araştırma kapsamında sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığa olan etkileri, üretim sürecinde sosyal medyanın işlevleri, sanatçının ağ aracılığıyla kolaylıkla ulaşılabilir olmasının sonuçları, yapıta yönelik geri bildirimlerin üretim sürecine olan etkileri gibi hususlara ilişkin sanatçıların görüşlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Dolayısıyla bu çalışma en temelde sanatçı perspektifinden sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığa olan etkilerini ortaya koymaya odaklanmaktadır. Bu bağlamda sanatın çeşitli alanlarından sosyal medyayı aktif olarak kullanan sekiz sanatçı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda sanatçılar sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığa yönelik hem olumlu hem de olumsuz taraflarına dikkat çekmişler, temel meselenin daha çok sanatçının kendi iradesiyle ilgili olduğunu, sosyal medya ile geliştirilen ilişkinin dengeli bir biçimde olmasının gerekliliğini vurgulamışlardır.

Anahtar Kelimeler: Sanatçı, Yaratıcılık, Sosyal Medya, Dijitalleşme, Sanat.

ABSTRACT

Nowadays, social media plays a major role on several points such as the promotion of the work of art and artists, the interaction of artists with their followers and the world. Artists can also find various opportunities in terms of using social media as a digital portfolio to promote their works as well as themselves, interact with the followers instantly and follow the works shared in their field easily. However, some questions still await answers in the context of the effects of the interaction between artists and social media on their artistic creativity. Based on this, the current study aims at revealing the views of artists on issues such as the impacts of the use of social media on artistic creativity, the functions of social media in the production process, the results of artists being easily accessible through the network and the effects of feedback on the work in the production process. Hence, this study mainly focuses on revealing the impacts of the use of social media on artistic creativity from the perspective of artists. In this context, in-depth interviews have been conducted with eight artists who actively use social media in several fields of art. As a result of the interviews, the artists have attracted attention to both the positive and the negative aspects of the use of social media towards artistic creativity. Furthermore, they have emphasized that the main problem is about the artist's own will and that the relationship with social media must be kept in a balanced way.

Keywords: Artist, Creativity, Social Media, Digitalization, Art.



Giriş

Dijital teknolojilerin sanatla entegre olması yapının üretim süreci, tanıtımı, izleyicinin yapıtı deneyimleme biçimi ve sanatçının izleyiciyle olan ilişkisinde birtakım dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme farklı tekniklerin, yeni biçimlerin ortaya çıkışını gerçekleştirmiş ve sanatçıya pek çok avantaj sağlamıştır. Bu avantajların en başında sanatçının izleyiciyle/okurla olan etkileşimi gelmektedir. Sanatın çeşitli alanlarında üretim gerçekleştiren sanatçılar üretim sürecini, yapıtı ve aynı zamanda kişisel deneyimlerine dair pek çok içeriği sosyal medya hesaplarında paylaşabilmektedir. Sosyal medya teknolojileri aracılığıyla sanatçı geniş kitlelere ulaşma, diğer sanatçılarla kolay iletişim kurma, sanat galerileri ile hızlı etkileşim sağlama olanağına sahip olmuştur (Firat, 2019: 461). Aynı zamanda sanatçının toplumu gözlemleme, değişime kayıtsız kalmama arzusu sosyal ağlarda etkileşime girme ve onu yeni bir ifade aracı olarak kullanmasını sağlamıştır (Türker & Sözüer, 2019: 193).

Günümüzde sanatçılar ilgilendikleri sanat alanıyla ilgili çalışmaları takip edebilme, diğer sanatçı ve sanatçı topluluklarıyla, galerilerle, yayınevleriyle sosyal ağ vasıtasıyla iletişime girme, bilgi alışverişinde bulunma gibi pek çok imkâna sahiptir. Ne var ki sıklıkla dile getirilen tüm bu olumlulukların yanı sıra dikkat dağınıklığı, odaklanamama, bağımlılık, çevrimiçi ortamda geçirilen zamanın fazlalığı gibi sosyal medyanın bazı olumsuz etkileri söz konusudur. Sosyal medyanın sanatı aşındırdığı yönünde düşünceler geliştiren Sharlow (2015) sosyal medyanın pek çok harika özelliği olsa da birçok nedenden dolayı, yaratıcılığı öldürdüğünü ve sanatçı açısından tehdit içerdiğini savunur. Sharlow, sosyal medyanın gerçek anlamda bir etkileşim yerine abartı ve övünme için bir platform olarak hizmet ettiği yaklaşımına sahiptir. James (2014) sosyal medyanın tüketimi motive etmek için inşa edilen bir ortam olduğunu, eleştirel ve derin düşünmeye ilham vermesi gereken eserleri sunmak adına, doğal olarak sağlıklı bir ortam olduğunu belirtir. Whitehead (2017) ise James'in aksine sosyal medyanın sanatı demokratikleştirdiğini öne sürer.

Sosyal medyanın söz konusu olumsuz yönleri nedeniylen sanatçı yaratıcılığının olumsuz etkilendiği ve tasarımcıların yeni fikirler yaratma yeteneğinin azaldığı vurgulanmaktadır (Elmansy, 2015). Sosyal medyada başkalarıyla etkileşim kurmanın üretim ve yaratıcı düşünce için harcanması gereken zamanı tükettiği, çok sayıda paylaşım ve beğenin tasarımcı ve sanatçıları gerçek yaratıcı süreçten uzaklaştırdığı belirtilmektedir. Sanatçı kendi üretimine odaklanmak yerine başkalarının paylaşımlarını inceleyerek kendi üretim süreci için gerekli olan zaman ve çabayı tüketmektedir (Elmansy, 2015). Nitekim Fransız sanatçı Cecile Dormeau da bir dönem yaratıcılık açısından yaşadığı tıkanmayı sosyal medya ile ilişkilendirmiştir. Sanatçı 12 dakikalık çektiği videoda Instagram'ın üzerinde baskı yarattığını, sürekli yeni iş yayınlamak, her paylaşımında binlerce beğeni ve yorum almak zorunda hissettiğini belirtir (Burgaz, 2021). Sosyal medya ve sanat ilişkisi bağlamında yapılan bir araştırmada bir sanatçı, her şey çok hızlı tüketildiği için kendisini yarış atı hissettiğini söylemiştir (Karagöl & Kaplanoğlu, 2022: 134). Başka bir sanatçı da sosyal medyanın çalışmalarına tek etkisinin araştırma-pazarlama olduğunu, kendisini geliştiren ve yeni fikirler sunan bir mecra olmadığını belirtmiştir (Karagöl & Kaplanoğlu, 2022: 134). Ithra Kültür Merkezi bir farkındalık kampanyası başlatarak sosyal medyanın bireyin kendini değerlendirmesi, eleştirmesi ve dikkat dağıtmasına neden olduğu için yaratıcılığı olumsuz etkilediğini öne sürmüştür (Gazan, 2022).

Sosyal medya kullanımının yaratıcılıkla bir ilgisi olup olmadığına dair çalışmalar da söz konusudur (Upshaw vd., 2021). Sosyal medya ve yaratıcılık arasında bir ilişkinin henüz tam olarak bilinmediği belirtilse de sosyal medyanın yaratıcılığı olumsuz etkilediğine dair yaklaşımlar söz konusudur (Upshaw vd., 2021). Runco bir çalışmada, sosyal medyanın yaratıcılığı engellediğini öne sürerek bu durumu "yaratıcılığın krizi" olarak nitelendirir (Runco, 2015). Runco'ya göre sosyal ağlar genellikle tepkileri ortaya çıkarmak üzere tasarlanmıştır, burada söz konusu eylemler beğenmek, yorum

yapmak gibi dışsal tepkilerle kendini gösterir. Bu tepkiler dışsal motivasyon aracıdır. İçsel motivasyonda ise bireyin dikkatini dağıtacak bir şey yoktur; neyin gerekli olduğu, cezadan nasıl kaçılacağı ya da ödülün nasıl kazanılacağı gibi etkenler düşünülmez. Dışsal motivasyon araçları bireyin dikkatini dağıtır, birey bir ödül olarak bunları nasıl kazanacağını düşünür, örneğin birey sosyal ağda daha çok izleyiciye hitap etme ve beğeni toplama ihtiyacı hissedebilir. Yalnızca içsel motivasyon ve bağımsız düşünce, yüksek düzeyde yaratıcılığın temel özellikleri arasındadır (Runco, 2015). İçsel motivasyon yaratıcı süreç için her zaman faydalıken, dışsal faktörler genellikle yaratıcı süreci engeller (Eisenberger & Shanock, 2003).

İllüstratör Jen Bartel ise yukarıda ifade edilen olumsuz yaklaşımlara rağmen bir sanatçı olarak sosyal medyanın yaratıcılığa olumlu etkisine vurgu yapar ve bunu "Sadece sosyal medya gönderilerinden bana her gün ilham veren pek çok yeni sanatçı keşfettim" sözüyle ifade eder (Carter, 2018). Nicola Scott Twitter, Instagram gibi ağlar aracılığıyla sanatçıların başarılarını ve yenilgilerini paylaşabildiklerini, çalışmalarını bu sayede paylaşabildiklerini ve tanıttiklerini belirtir (Carter, 2018). Sanatçıların sosyal medya paylaşımları kendilerini izole etmelerini önleyebilir, bu olgu sosyal medyanın sanatçı topluluğu duygusunun oluşmasını sağlama işlevine sahip olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda sosyal ağlar, sanatçıların tanınma umuduyla kendilerini temsil etmenin ucuz ve kolay bir yolu olarak görülmektedir. İllüstratör Charles Chaisson ise sosyal medyanın önemli bir yan etkisine dikkat çeker: "Sosyal medya, beyninizde zevkle ilişkili bir kimyasal olan dopamin salınımını teşvik ediyor. Bu etkileşimin bizi zihinsel olarak nasıl etkilediğinin farkında olmanın önemli olduğunu düşünüyorum" (Carter, 2018). Chaisson, bu duruma tepki olarak sosyal medyada geçirdiği zamanı kısıtlama yolunu tercih eder (Carter, 2018).

Tasarım öğrencilerinin sosyal medya kullanımı üzerine yapılan bir araştırmada, sosyal medyanın yaratıcı ifade ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır

(Chai & Fan, 2018: 41). Araştırmaya göre sosyal medyanın kullanım kolaylığı, kullanılabilirliği ile ilhamın yakalanması ve meydan okuma arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Tasarım alanında uzmanlaşan öğrenciler yaratıcılıklarını geliştirmek için sosyal medyayı kullanabilir, ancak aşırı sosyal medya kullanımı kişinin gerçek dünyayı anlamasını ve ilham almasını engeller (Chai & Fan 2018: 33). Stefania Manca ve Maria Ranieri (2016) sosyal medyanın ilhamın yakalanmasını kolaylaştıran kayıt, depolama, anında paylaşma ve değiş tokuş işlevlerini sağladığını öne sürer. Sosyal medyada sanatçının sanatsal vizyonunu ifade etmekten ziyade, izleyiciye hitap etme ve beğeni toplama ihtiyacı hissetmeye başladığı özellikle vurgulanır. Sanatçının ürettiği işin doğrulama noktasının dışarıda bir kaynak oluşu, yaratıcılığın içinin boşaltılması şeklinde değerlendirilmektedir (Artsacad, 2022).

Bu çerçevede bu çalışma, sosyal medyanın sanatçının yaratıcılığını engellemeye dönük kuşkuları da dikkate alarak, sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığa yönelik olumlu ve olumsuz etkilerini ortaya koymak amacındadır. Sosyal medya ve sanat odağında yapılan çalışmaların genelinde sosyal medyanın sanatçıya sağladığı imkânlar bağlamında sosyal ağların sanatı-sanatçıyı geliştirici ve dönüştürücü yönleri üzerinde durulmaktadır. Bu çalışmaların en belirgin özelliği, sosyal medyanın olumlu taraflarına ve dijitalleşmenin getirdiği avantajlara vurgu yapmaktır. Yapılan çalışmalarda sosyal medyanın sanatsal yaratıcılığı ne şekilde etkilediğine dair bulgulara pek rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışma, sanatçının sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığına dair olumlu ve olumsuz etkilerini araştırması yönüyle diğer çalışmalardan farklılık arz etmektedir. Çalışmada yöntem olarak özel bir sanat disipliniyle ilgilenen sanatçı tercihi benimsenmemiş, çeşitli sanat disiplinine mensup isimlerle sosyal medya ve sanatsal yaratıcılık bağlamında derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışma için örneklem ifade edecek belirli bir sosyal medya platformu gözetilmemiş, sanatçıların sosyal medya kullanıcısı olmaları ve sosyal medyada aktif olmaları yeterli

görülmüştür. Yapılan görüşmeler sonucunda sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığı yönelik olumsuz etkileri olmakla birlikte olumlu yönlerinin de olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yaratıcılık ve Sanatsal Yaratıcılık

Bilim, sanat, mühendislik, tıp, spor gibi çeşitli alanlar için kullanılan yaratıcılık, çok boyutlu bir kavram olarak tanımlanması güç kavramların başında gelmektedir. Çok anlamlı bir kavram olarak yaratıcılığın doğasıyla ilgili yapılan tartışmalarda kavramın farklı tanımlamalarından kaynaklanan zenginlik söz konusudur (Moruzzi, 2020). Kavramın tarihsel geçmişini yaratıcılığın ilahî bir ilham veya delilik sonucu gerçekleştiği düşüncesine dayanan Platoncu açıklamalara kadar götürmek mümkündür (Stokes & Paul, 2016). Bu düşünceye göre yaratıcı kişiler yaratıcılıklarının faileri değil hastasıdır, dolayısıyla eylemleri ilhama dayalıdır. İlhamın kendisi doğaüstü ve açıklanamaz olduğundan yaratıcılığın kendisi de açıklanamaz (Stokes ve Paul, 2016, s. 4). Romantik gelenekte ise yaratıcılık dehanın işaretidir ve yaratıcı insan sıradan insanların yapamayacağı bir şeyi yaratmanın gizemine sahip -ressam, şair, müzisyen gibi- olağanüstü bir bireydir (Moruzzi, 2020). Yaratıcılığın doğası hakkında da çeşitli tartışmalar söz konusudur ve bu tartışmalar yaratıcılığın gerçekte ne olduğuna dair bir uzlaşmayı güçleştirmektedir. Boden (1990) yaratıcılığı "Yeni, şaşırtıcı, değerli fikirler veya eserler ortaya çıkarma yeteneği" şeklinde tanımlar. Ancak Boden'in tanımındaki şaşırtıcılık, kavramı daha baştan yaratıcılığı onu gözlemleyen bakış açısını öne çıkarması yönüyle bir belirsizliğe işaret eder. Rollo May ise yaratıcılığı "bilinci yoğunlaşmış insanın kendi dünyasıyla karşılaşması" biçiminde daha sofistike bir şekilde tanımlar (May, 2007: 102).

Bir ürünün yaratıcı olarak konumlandırılabilmesi için çoğunlukla iki özellik öne çıkarılmaktadır. Yaratıcı olarak değerlendirilen ürünle kendinden öncekiler arasında bir karşılaştırma yapıldığında bu ürünün yeni ve değerli olması gerektiği belirtilir (Paul & Kaufman, 2014). Değerli kavramı bazı durumlarda yararlı, uygun ya da etkili sözcükleriyle

ifade edilir. Bir ürünün yeni olması, yaratıcılık için tek başına yeterli bir koşulu sağlamaz çünkü yeni olan bir ürün değersiz de olabilir. Bu iki kriter aynı zamanda Kant'ın sanatsal dehanın iki özelliği olarak belirttiği özgünlük ve örnek niteliğine sahip olma ile de örtüşür (Elgammal & Saleh, 2015). Yaratıcılık kavramının çok boyutlu, karmaşık ve kapsamlı doğası, yaratıcılığın kaynağını açıklamaya yönelik varsayımlar arasında da tutarsızlıklara neden olmuştur. Teresa Amabile (1998), yaratıcı düşünmenin insanların problemlere ve çözümlere nasıl yaklaştıklarını, mevcut fikirleri yeni kombinasyonlarda bir araya getirme kapasitelerini ifade ettiğini belirtir. Becerinin kendisi büyük ölçüde kişiliğe ve bir kişinin nasıl düşündüğüne ve çalıştığına bağlıdır. Ona göre yaratıcılık üç temel unsurun bir araya gelmesiyle ortaya çıkar. Birinci bileşen uzmanlıktır, ikincisi yaratıcı düşünme becerileri, son olarak motivasyon (yaratıcı üretimin anahtarı ve en belirleyici motive ediciler, işin kendisine yönelik içsel tutku ve ilgidir). Osborn (1953), yaratıcı düşüncenin oluşmasında "yönelim (sorunu kabul etmek), hazırlık (ilgili verilerin toplanması), analiz (uygun konuyu yorumlama), fikir oluşturma (fikirler aracılığıyla alternatif bulma), kuluçka (fikirlerin yerleşmesine izin verme), sentez (parçaları bir araya getirme) ve değerlendirme (sonuçların değerlendirilmesi) aşamalarının söz konusu olduğunu belirtmiştir (Osborn, 1953: 125).

Sanat alanında üretimlerde kendini gösteren yaratıcılık ise sanatsal yaratıcılık olarak ifade edilirken, sanatçının yaratım sürecinde dış uyanlarla birlikte iç uyaranların da etkisinin olduğu belirtilir. Sanatsal yaratıcılık sanatçının sosyal ve tarihsel bağlamlarıyla kişisel deneyimlerinin sürekli iletişim halinde bulunması sonucunda ortaya çıkan çok yönlü bir olgu olarak kabul edilmektedir. Colton (2008) sanatçıların yapıtlarında yaratıcılığın birincil düzeyde bir öneme sahipken, çalışmaların güzelliğinin ikincil planda kaldığını belirtir. Sanatçı yaratırken yeni bir sorunla karşılaşır ve bu yeni fikri ele almak için yavaş yavaş bir sanat eserinin zihinsel görüntülerini oluşturur (Okada & Ishibashi, 2017). Sanatsal yaratıcılığın doğasıyla ilgili olarak Carl Jung, psikolojinin hiçbir zaman herhangi bir sanat

eserinin kökenini tam olarak kavrayamayacağını, bunun başlıca nedeninin ise yaratıcı arzunun bilinçaltında üretilmesi olduğunu savunur (Runco vd., 1999).

Sanatsal yaratıcılığın aşamalarının sanat dışındaki diğer alanlardaki yaratıcılığın aşamalarıyla açıklanamayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle Lingen, Osborn'un yukarıda bahsettiği süreçlerin insan çabasının her alanındaki fikir alanlarını kapsaması nedeniyle, bu aşamaları sanatçının çalışma sürecini açıklayacak biçimde değiştirir. Lingen'e göre bu süreçleri bilmek, sanatçının çalışma süreci hakkında da bilgi sahibi olmayı sağlar. Lingen'e göre ilk aşama "açık fikir" aşamasıdır. Bununla ön yargılı düşünceleri terk etmeyi kasteder. İkinci aşamada arka plana vurgu yapar. Yaratıcı eylemlerin üretildikleri zamanla iç içe olduğunu belirtir. Sanatçının dönemindeki tarihsel, sosyolojik, felsefi, sanatsal gibi açılardan arka planın anlaşılması önemlidir. Sanatçıların kişisel geçmişi duyguları, farkındalıkları, duyarlılıkları ilgileri ve deneyimlerinin her yönü önemlidir. Üçüncü aşama araştırma aşamasıdır, bilinçdışı depolanmış bilgilere ek olarak bilinçli araştırma yapmak önemlidir, bu fazladan anlayış ve farkındalığı beraberinde getirir. Dördüncü aşama, analiz sorgulama aşamasıdır, sanatçı geçmişiyile ilgili düşünme, kafa yorma ve zihinsel oyunlar oynama aşamasıdır. Kişisel vizyon arama olarak adlandırdığı beşinci aşamada dışarıdaki dağınıklığın içinden bir eleme yapılır. Altıncı aşama "kuluçka" aşamasıdır. Bütün temel çalışmalar yapıldıktan sonra, zihnin bir cevaba ulaşması için kısa ya da uzun süre gerekir. Bu aşamada sorunu unutmak ve başka projeler üzerinde çalışmanın yararlı olduğu düşünülmektedir. Yedinci aşama "evreka" henüz bir fikre ulaşılmamışsa beklenmedik bir zamanda fikrin yüzeye çıkması mümkün olabileceği aşamadır. Tesadüfen sorun çözülmüş gibi gözükse de aslında öyle değildir; gizemli bir biçimde su yüzeyine çıkmış gibi gözükken düşünceye aslında bilinçli araştırmalar, öznel gözlemler ve bilinçdışının katkısı söz konusudur (Lingen, 2017: 10). Lingen yaratıcılığın doğrusal bir süreç seyretilmediğini, adımların birleştirildiği, değiştirildiği, tekrar tekrar döndürülebildiği katmanlı bir süreç olduğunu

belirtir. Bu nedenle yaratıcı sürecin tam olarak anlaşılmasının bir yolu da yoktur. Yaratıcı süreçte sanatçının kişisel deneyimlerinin, sezgilerinin, iç sesini dikkatle dinlediği bilgilerin de katkısı söz konusudur. Bazı sanatçılar fikirlerini hızlı bir biçimde geliştirirken, bazıları daha yavaş ve metodiktir. Her biri belirli bir düzeye gelebilmek için sürekli bir araştırma ve uygulama yapar (Lingen, 2017:13). Lingen'in yaklaşımı sanatçıların yaratıcı süreçlerinin kendilerine has bir yordama sahip olduklarını göstermektedir.

Sosyal Medya Kullanımı ve Yaratıcılık

Sosyal medyanın yaratıcılığı nasıl etkilediği, düşünme şeklimizi değiştirip değiştirmediği, yaratıcı düşünceye engel mi olduğu yoksa yardımcı mı olduğu yönünde çeşitli sorular söz konusudur (Acar vd., 2019). Runco (2015) sosyal medya kullanımının yaratıcılığı olumsuz yönde etkileyebileceğini belirttiği çalışmada bazı uyarılarda bulunur. Sosyal medyada abartılı etkileşimin yaratıcılıkta düşümlere yol açabileceğini belirttiği çalışmada, yaratıcılık potansiyeli açısından iki tür tehdit söz eder. Kullanıcıların çevrimiçi ortama harcadıkları süre, yaratıcı etkinliklere daha fazla katılmasını engeller. Bir diğer risk de sosyal medya diğer kullanıcıların tepkilerini ve beklentilerini görmelerini sağlayan etkileşimli özellikleri nedeniyle yaratıcı fikirleri olan insanlar üzerinde sosyal baskı oluşturabilir (Runco, 2015).

Sosyal medyanın içerik oluşturma ve onu sürekli olarak değiştirme, katılımcılık ve iş birliği esasına dayalı olması gibi özellikleri yaratıcı düşünme sürecinin de özel bileşenleridir. Sosyal medya internet erişimi olan herkesin fikir alışverişi içinde bulunabileceği serbest bir pazar yeri gibidir (Acar vd., 2019: 40). Kullanıcı yeni fikirlerini ücretsiz olarak sunabilir, başkalarının fikirlerine kısıtlama olmadan ulaşabilir. Herkes herkesin fikirlerini burada görebilir, başkalarının düşüncelerinden ilham alarak onu farklı şekillerde uyarlayıp paylaşabilir (Piller vd., 2012). Sosyal medyada geri bildirimlerin anında yapılabilmesi de kullanıcının fikirlerinin diğerleri tarafından değerli olarak kabul edilip edilmediği bilgisini sağlar. Yaratıcı özellikleri henüz bilinmeyen bir kişinin yaratıcılığı diğerleri

tarafından keşfedilebilir, bu kişilerin başkalarıyla etkileşime geçmesi ve yaratıcı etkilerinin daha geniş bir alana yayılması sağlanır. Böylece sosyal ağ kullanıcılar arasında iletişimin görünürlüğüne sağlayan bir platform olma işlevi görür (Acar vd., 2019: 40) Sosyal medya yaratıcılığın farklı şekillerde geçişkenliğini sağlama gibi olumlu etkiler açığa çıkarma potansiyeline sahipken aynı zamanda intihale de ortam hazırlayabilmektedir. Nitekim "Akbank 40. Günümüz Sanatçıları" yarışmasında ödüle değer görülen Zeynep Sude Can'ın eserinin, Alex Merrit'in "The Stranger" eserinin kopyası olduğu ödül verildikten sonra anlaşılmıştır (Abik, 2022).

Budge, Instagram gibi görsel odaklı bir platform göz önüne alındığında, görsel uyarımın yaratıcı fikirleri ve ilhamı teşvik ederek sanatçılara fayda sağlayacağını savunmaktadır (Budge, 2013). Yapmış olduğu bir araştırmada sosyal medya araçlarını kullanarak sanatçıların çalışma tarzı ve üretim pratikleri konusunda bilgi sahibi olunabileceğini belirtir (Budge, 2013). Budge'a göre sanatçı Twitter, Instagram gibi mecralar aracılığıyla diğer sanatçıların kendi çalışmasına nasıl tepki verdiği hakkında bilgi edinir ve sosyal medya platformları sanatçının yaratıcılığını önemli ölçüde artırabilir. Budge'ın aksine sosyal medyadan tamamen uzaklaşmaya karar veren Noah Bradley, sosyal medyanın kendisi için bir stres kaynağı olduğunu ve ondan uzak kalarak yaratımlarına dalmakta özgür olduğunu vurgular (Carter, 2018). Twitter hesabını hem iş hem de eğlence için kullandığını belirten sanatçı Bartel, sosyal medyayı işinin bir parçası olarak gördüğünü ve daha aktif olacağı zamanlar belirlediğini ifade ederek bir tür kontrol mekanizması geliştirdiğini söyler (Carter, 2018). Ancak Carter, kişinin en iyi niyetlerinin bile bir süre sonra yenilgiye uğrayabileceğinin altını çizerek, sanatçının sosyal medyayı yapıcı bir şekilde kullanmakta zorlanabileceğine işaret eder (Carter, 2018). Yazar Hakan Bıçakçı konu sosyal medya olunca olumu-olumsuz tarafları olduğunu, bu etkilerin üretme uğraşı içinde bulunan sanatçılar için de geçerli olduğunu belirtir. Bıçakçı, sosyal medyanın dikkat dağıtan, odaklanmayı zorlaştıran yanına değinirken öte yandan sanatçının kimleri

ve neleri takip ettiğine göre ilham verici ve motivasyon kaynağı olabileceği de dikkat çeker (Akıncı, 2022). Jennefer Barlow da sosyal medyanın sanatçı açısından oldukça olumlu ve güçlü bir araç olduğuna dikkat çekerken sosyal medyanın en olumsuz tarafının "karşılaştırma" olduğuna işaret eder (Barlow, 2022). Barlow, popüler bir sanatçının sadece bir yılda çok sayıdaki başarısını sosyal medyada paylaştığını gördükten sonra, bir karşılaşmaya gittiğini ve kendinden şüphe duyarak yeterince iyi olmadığını düşündüğünü belirtir. Ona göre sosyal medya sanatçı için ilham kaynağı olabilir fakat aynı zamanda sanatçıyı aşağıyı çekebilir ve sanatçıya yeterince iyi olmadığını düşündürtebilir (Barlow, 2022).

Instagram'la ilgili yapılan araştırmada kullanıcıların buraya yükledikleri fotoğraf ve videolarda yaratıcılıklarını gösterebildikleri için bu uygulamayı kullanmayı tercih ettikleri belirtilir (Sheldon & Bryant, 2016). Aynı zamanda bu uygulamanın kullanıcıların yaratıcılıklarını geliştirmelerine ve takipçi topluluklarıyla etkileşime geçmelerine imkân tanınması da tercih sebeplerindedir (Buryan, 2018). Katılımcıların, Instagram'ı farklı şekillerde kullandıkları belirtilen başka bir araştırmada, sanatçılar Instagram'ı ilham almak ve yaratıcı engellerin üstesinden gelmek için bir teknik olarak gördüklerini ve takipçilerle etkileşimin sanatsal yaratıcılıkları üzerine çok az etkisi olduğunu ifade etmişlerdir (Seabra, 2021: 80-81). Instagram'ın sanatçıların kullanmayı en çok tercih ettiği platform (%91) olduğunun belirtildiği bir araştırmada ise sanatçıların %37'sinin haftada 5 ila 10 gönderi paylaştığı, %46'sının takipçilerle haftada 10'dan fazla etkileşim kurduğu, %63'ünün en beğenilen sanat eseri ile takipçileri arasındaki etkileşimin bir sonraki sanat eserlerinin yaratılmasını etkileyeceğini kabul etmediği, %80'inin en beğenilen sanat eserinin aynı zamanda en sevdiği sanat eseri olduğunu reddettiği, sosyal medyayı kullanmada temel motivasyonlarının sanat eserini paylaşmak, satmak ve daha fazla sanatçı tanımak olduğu ortaya konulmuştur (Kang vd., 2019). Sosyal medya yaratıcı fikirlerin oluşması adına elverişli bir ortam sunmakta ve kullanıcıların farklı bakış açılarından haberdar olmasını sağlamakla yaratıcı

düşüncenin gelişmesine yardımcı olmaktadır (Acar vd., 2019). Ancak sosyal medya kullanımının bağımlılığa dönüşmesi, sosyal baskı ve yaratıcılık için harcanması gereken zamanın çevrimiçi ortama harcanması gibi sebeplerden dolayı riskler içerdiği de göz önüne alınmalıdır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada sanatçının sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılıklarına olan etkileri sanatçıların perspektifi bağlamında ortaya konulmak istenmiştir. Çalışmanın amacı, dijitalleşme çerçevesinde sanatçının sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığına olan etkilerini sanatçıların bakış açısıyla ortaya koymaktır. Sanatsal yaratıcılık üretimlerinin odak noktasında olması nedeniyle sanatçıların görüşlerine başvurulmuştur. Sosyal medya kullanımı ve sanatsal yaratıcılık ilişkisini sanatçıların düşünceleri doğrultusunda derinlemesine ve geniş bir bakış açısıyla görebilmek adına yapılan bu çalışmada sanatçıların farklı sosyal uygulamaları kullanmaları nedeniyle, sosyal medyayı örnekleyen belirli bir platform tercih edilmemiştir. Çalışmanın amacı kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- ▶ Sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığı olumlu ve olumsuz etkileri nedir?
- ▶ Sosyal medyanın üretim sürecinizde dikkat dağıtıcı bir rolü olduğunu düşünüyor musunuz?
- ▶ Sanatçının okur/izleyici ile etkileşiminin kolay oluşunun ve sanatçının ulaşılabilir olmasının sanatsal yaratıcılık üzerindeki etkileri nelerdir?
- ▶ Sosyal medya sanatçı açısından yaratıcılığı besleyen bir kaynak mı yoksa stres kaynağı mıdır?
- ▶ Sosyal medya sanatçısının performansını diğer sanatçıların performanslarıyla karşılaştırmasına, kendisini eleştirmesine, ayrıca suçluluk duygusu hissetmesine neden oluyor mu?

Bu çalışmada veri elde edebilmek amacıyla, nitel bir araştırma tekniği olan derinlemesine görüşme yöntemine başvurulmuştur. Derinlemesine

görüşmenin avantaj ve dezavantajları olmakla birlikte, niteliksel verilerin elde edilmesini sağlayan bu yöntem bir odak grubun bir konu hakkındaki tutum ve düşüncelerinin ayrıntılı bir biçimde analizine imkân tanır (Akarsu & Akarsu, 2019: 26). Sosyal medya ve izleyicinin sanat deneyimi arasındaki ilişkinin, sanatçı perspektifinden ayrıntılı bir biçimde ortaya yöntemle uygunluğu göz önüne alındığı için bu yöntem benimsenmiştir. Amaca yönelik örneklem yöntemiyle belirlenen katılımcıların, özellikle sosyal medyayı aktif kullanan sanatçılar olmasına dikkat edilmiştir. Katılımcılar için belirli bir yaş aralığı esas alınmamıştır. 07.07.2022 ile 07.08.2022 tarihleri arasında 8 sanatçı ile yapılan görüşme dijital ortamda gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Sosyal Medya Kullanımının Sanatsal Yaratıcılığa Etkileri

Çalışmada sanatçılara öncelikle sosyal medyanın sanatsal yaratıcılıklarına yönelik olumlu ve olumsuz etkilerini belirtmeleri istenmiştir. Tasarımcı Hakan Helvacıoğlu sanatçı kavramının ülkemizde çok kolay dağıtılan bir unvan olduğunu belirtirken, sosyal medyayı bilgiye ulaşmak için bir araç olarak kullanıldığında yararlı bulunduğunu, bu kullanım biçiminin de tasarımcının karakteriyle ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Ressam Dicle Çiftçi, çift yanlı bir bakış sergileyerek sosyal medyanın yaratıcılığı hem iyi hem de kötü anlamda etkilediğini şu şekilde açıklamıştır: *“İyi anlamda etkiliyor çünkü dünyanın her yerinden insanların yaratıcı süreçlerine sosyal medya aracılığıyla tanık olabiliyorsunuz. Pek çok fikirle kendi çizginizi bulabiliyorsunuz. Kötü yanı ise o kadar kolay ulaşıyorsunuz ki bir süre sonra görmemeye, sadece bakmaya doğru evrilebiliyor. Nasıl yöneteceğiniz size kalmış aslında.”* Fotoğraf sanatçısı Can Sarıçoban da sosyal medyanın iki taraflı bir etkisi olduğunu ve zaman zaman birinin diğerine galip geldiğini belirtmiştir: *“Sosyal medya, aynı diğer iletişim araçları gibi doğru kullanıldığında -örneğin önemli eserlere, sanatçılara ve yeni üretimlerine ulaşımı kolaylaştıracak şekilde yararlanıldığında-*

yaratıcılığı olumlu etkileyebilen, ancak diğer yandan da dikkati kolaylıkla dağıtıp odaklanma sorununu tetikleyen bir yapıya sahip. Ben de bu iki açıdan etkileniyor olduğumu hissediyorum. Dönem dönem birinin diğerine daha ağır bastığını görüyorum.” Müzisyen Büşra Kayıkçı ise bu soruyu, “Olumsuz tarafı çok fazla vakit alması, olumlu tarafı içerik çeşitliliği, alternatif dünyaları görmek ona göre yeni yöntemler keşfetmek vs.” şeklinde yanıtlamıştır. Yazar İrmak Zileli, sorunun yanıtının kişinin sosyal medyayı ne şekilde kullandığına göre değişeceğini belirtirken yazarlar için sosyal medyanın tanıtıcı ve yaratıcılığı besleyen yönüne dikkat çekmiştir: “Günümüzün gerçeği şu ki artık her işin tanıtım ayağı var. Yazdığımız eserlerin de daha çok okura ulaşması, doğru şekilde ulaşması için sosyal medya bir tanıtım mecrası. Ayrıca bir yazar olarak okurlarla buluşma alanı olarak da kullandığım bu mecranın bu yönden yaratıcılığı besleyen, gözlem olanağı tanıyan bir tarafı yok değil.” İllüstratör Ethem Onur Bilgiç sosyal medyanın olumsuz etkilerinden söz etmemiştir: “Oldukça olumlu etkilediğini düşünüyorum. İşlerimi insanlara daha hızlı ve kolay sunabiliyorum. Ayrıca birçok farklı sanatçı ve tasarımcının işlerini takip edebiliyorum.”

Sosyal medyanın yaratıcılık aşamasında dikkat dağıtıcı rolü olup olmadığını ortaya koymak amacıyla sanatçılara “Sosyal medyanın üretim sürecinde dikkat dağıtıcı bir rolü olduğunu düşünüyor musunuz” sorusu yöneltilmiştir. Sanatçıların çoğunluğu sosyal medyanın dikkat dağıtıcı olduğu yönünde görüş birliğine sahiptir. İllüstratör Murat Palta bu soruya hem evet hem hayır şeklinde yanıt vermiştir. Güncel olayları takip etmede sosyal medyayı fayda bulduğunu belirtirken, Türkiye’deki aşırı hareketli gündemin doğal olarak zorlayıcı olduğunu ifade etmiştir. Helvacıoğlu, sosyal medyadan esinlenme olgusunun intihale dönüşme ihtimaline dikkat çekmiştir: “Zamanı yönetmek ve odaklanmak tasarım sürecinde çok önemli. Dağılmak, konudan uzaklaşmak olası. O yüzden kaynak veya bilgi araştırma haricinde vakit geçirmenin, esinlenme ihtiyacı ile dosyalar oluşturmanın yanlış yönlendirilebilecek bir “tekrarlanma” veya hatta

“kopyalama” yanılığısına iteceğini düşünüyorum.” Kayıkçı, “Her zaman kendi şartlarım bir şey üretmeye veya yeni bir şey denemeye müsait olmayabiliyor. O zaman getirisi çeşitlilikten ziyade üretme/sunma baskısı oluyor. Bu da dikkat dağıtıcı veya motivasyon düşürücü diyebiliriz.” Çiftçi, “Çalışma esnasında eğer teknolojik araçlarım yanımda ise evet dikkatimin dağılması için bir sebep. Gözüm bir şekilde gelen bildirimle takılıyor ancak bu da çözümsüz bir durum değil,” şeklinde yanıtlamıştır. Sarıçoban, “Yeterli motivasyona sahip olunamadığında sosyal medyanın ya da bir başka “şey”in aynı miktarda dikkat dağıtıcı rolü olduğunu düşünüyorum,” şeklinde yanıtlamıştır. Bilgiç, “Biraz düşünüyorum. Zamanla daha kontrolcü olmaya ve gereksiz diyaloglardan kaçmaya başladım. Böylelikle daha rafine bir tüketim yapabiliyorum,” yanıtını vermiştir. Zileli, “Kitap okurken iki sayfada bir sosyal medyayı kontrol ediyorsanız okuduğunuza konsantre olmuyorsunuz demektir. Bu da okumanın verimini düşürür. Sosyal medyaya bağımlı olmadan, dengeli bir kullanımın ise böyle bir etkisi olacağını sanmıyorum.”

Sosyal medyayı yaratıcılığı besleyen bir kaynak mı yoksa bir stres kaynağı olarak mı değerlendirdikleri sorusuna Kayıkçı, “Üretebildiğim şartlardaysam besliyor fakat yukarıda da bahsettiğim gibi şartların olgun olmadığı bir döneme denk geldiğinde stres kaynağı olabiliyor ama bu da içinden çıkılmaz bir döngü değil” yanıtını vermiştir. Helvacıoğlu sosyal medyanın doğru kullanımına vurgu yapmıştır: “Belirttiğim gibi dönem gereği iletişim ve doğru aktarım önemli olduğundan fikir vermek, portfolyo veya etkinlik paylaşımı için yararlı bir aktör ancak esiri olmadan...” Çiftçi sosyal meydanın diğer sanatçılara ulaşmak açısından yaratıcılığı besleyici bir kaynak oluşuna işaret etmiştir: “Ben beni besleyen bir mecra olarak görüyorum sosyal medyayı. Örneğin kalkıp İspanya’daki bir sanatçının ne tür çalışmalar yaptığını ya da Miami fuarındaki sanat eserlerini sadece oraya giderek görebilirdim. Elimin altında koca bir dünya var ve ben bundan çok kolay haberdar oluyorum. Bence bu çok değerli bir imkân. Kaldı ki yurtdışından sizinle kontak

kurmaya çalışan insanlar, galeriler de olabiliyor. Bu hayatımızı epey kolaylaştıran bir durum, tembelliğe de alıştıırıyor mu orası tartışılır. Kendi adıma şanslı olduğumuza inanıyorum.”

Palta, “Müthiş bir kaynak. İnsanlar yaratıcılığın sadece masa başına oturup çizmeye başladığınız süreçte oluştuğunu zannediyor. Oysa, başka sanatçılarla tanışmak, çalışmalarını incelemek, iletişimde kalmak bu süreci oldukça iyi besliyor,” yanıtını vermiştir. Sarıçoban ise “Sosyal medya, aktif olarak çalışan ve üretimlerine istediği geri dönüşleri alan bir sanatçı için yaratıcılığı tetikleyen motivasyonu besleyen, bir türlü atması gereken adımları atmayan ve çeşitli sebeplerle üretim sürecine başlayamayan bir sanatçı için ise stres kaynağı olabilir. Ancak sosyal medya hiç olmasaydı da yine yukarıdaki formülün aynısı geçerli olacaktı,” şeklinde yanıt vermiştir. Şair Ömer Erdem, “Ne yaratıcılığımı besleyen ne de strese sebep olan bir kaynak benim için,” yanıtıyla sosyal medyaya daha nötr bir yaklaşım sergilemiştir. Bilgiç ise “Eskiden daha stres dolu tartışmalar içinde buluyordum kendimi ama son zamanlarda tamamen yaratıcılığı besleyen mecralara dönüştüler benim için. Kullanmayı biraz öğrenmek gerekiyor. Kontrolsüz biçimde herkesle iletişime geçmek hem strese hem de zamana mal oluyor.”

“Yapıta yönelik paylaşımlarınıza gelen yorum ve beğeniler üretim sürecinizi etkiliyor mu?” sorusu yöneltilmiştir. Helvacioğlu, “Dönem dönem proje süreçleri veya bitmiş projelerden kareler paylaşıyorum. Gelen iyi yorumlar tabii ki tasarım rutinine iyi geliyor ancak projeye müdahale gibi algılanacak yorumlarla karşılaşmıyorum,” yanıtını vermiştir. Erdem, sosyal medyayı yaratım sürecinin dışında bir alan olarak değerlendirdiğini, “Hayır hayır, yapıt başka sosyal medya paylaşımı başka bir konu/ uzay benim için,” sözüyle ifade etmiştir. Zileli, “Hayır. Yapıt ortaya çıktıktan sonra onunla vedalaşmış sayıyorum kendimi. Artık o metin okurundur ve istediği yorumu yapmakta özgürdür,” yanıtını vermiştir. Palta, “Hayır. Bugün internet, herkesin erişiminde olan bir araç. Doğal olarak herkes yorum yapabiliyor. Fakat herkes yorum

yapabilir diye yapacağı anlamına gelmiyor. Buna sosyal medya kullanım etiği diyebiliriz ve bu etikten yoksun çok insan var. Ben bunu kabullenerek paylaşımlarımı yapıyorum. Fakat şu da bir gerçek, insanların sizi gerçekten sevdiğini görüyorsunuz. Bu da çok büyük bir motivasyon elbette,” yanıtını vermiştir. Çiftçi, “Yapıta yönelik gelen yorumlar ve beğeniler ister istemez etkiliyor elbette. Bazen halk bu resmimi sevdi, bu resmimi pek sevmedi diyorum,” şeklinde yanıtlamıştır. Bilgiç, olumsuz yorumlara da önem verdiğini ifade etmiştir: “İyi yorumlar kadar kötü yorumları da dinlemeye çalışıyorum ve bunlar üzerinde de düşünüyorum. Sorun haline getirmeden anlamaya çalışıyorum.” Kayıkçı, “Süreci genelde paylaşıyorum ve hiç olumsuz yorum almadım açıkçası. Kesinlikle motive ediyor, cesaretlendiriyor,” yanıtını vermiştir. Sarıçoban ise yorum ve beğenilerin üretim sürecini etkilemesine izin vermediğini, ancak olumlu geri bildirimlerin motive edici olduğunu belirtmiştir.

Sosyal Baskı, Karşılaştırma ve Etkileşim

Sanatçılara, “Fransız sanatçı Cecile Dormeau, Instagram’ın üzerinde baskı yarattığını, sürekli yeni iş yayınlamak, her paylaşımında binlerce beğeni ve yorum almak zorunda hissettiğini ve bu nedenle de yaratıcılık açısından bir dönem tıkanma yaşadığını ifade ediyor. Bu düşünceye katılıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Helvacioğlu, bu durumun bağımlı olanlar için doğru olduğunu belirtirken, Zileli, sanatçının bu deneyiminin kendine has olduğunu, kendisinin böyle bir his içinde olmadığını ifade etmiştir. Çiftçi sanatçının olabildiğince yeni şeyler denemesi ve beğenileri görmezden gelebilmesinin önemli olduğunu ifade etmiştir: “Bu fikre kesinlikle katılıyorum. Eğer paylaştığınız fotoların geneli yüksek beğeni alıyor ise düşük beğeni alan resmim için kafamda “neden beğenmedi insanlar” düşüncesi oluşuyor. Ve belki de sonraki resimlerimde yönelimim buna göre evrimleşiyor. Bazen insanların beni portrelerimden tanıdığı için mi portre yapmaya devam ettiğimi? Yoksa zaten aslında insanlar bilmiyor olsalar da yine portre yapmaya devam mı edeceğimi sorguluyorum. Cevabı her ikisi de oluyor. Çok severek yaptığım halde, sosyal baskıyla devam ediyor olabiliriz yaptığımız işlere.

Sonra bu anlayışı kıracak bir seri ürettiyorum ve az beğeni alacağını bildiğim halde paylaşıyorum. Az beğeni alıyor.” Sarıçoban, ise bu düşünceyi kendisine yabancı bulduğunu, kendisi için yeni bir projenin zoraki değil kendiliğinden şekillenen bir süreç olduğunu belirtmiştir.

“Sosyal medya kendinizi diğer sanatçıların performanslarıyla karşılaştırmanıza ve kendinizi eleştirmenize, suçluluk duygusu hissetmenize neden oluyor mu?” sorusuna Zileli, “Hayır. Herkesin kendi oluş biçimi var. Ne kendimi ne eserlerimi başkalarıyla kıyaslamam. Hepsini kendi içinde değerlendirmek gerekir. Hatta kendi romanlarım arasında bile kıyas yapmam,” şeklinde yanıt vermiştir. Helvacıoğlu, “İlham, esinlenme, özenme, ders alma, yanlış görme bunlar insani deneyimler. Kariyer ve tasarımcıya olumlu katkıları mutlaka olacaktır.” Çiftçi, “Evet bazen. Bu fikir neden benim aklıma gelmedi!” cümlesini çok kuruyorum. Çok kaliteli işler gördüğümde yeteneklerine âşık oluyorum. Benim çalışmalarım da kadın bedenine ve komplekslerine dair incelemeler var. Bakışlarıyla, ifadeleriyle bir şeyler hissettiriyorum. Yaptığım resmin aynısını yapan insanlar gördüğümde başta sinirlenmişim, hırsızlık bu demiştim. Sonra o kadar açık bir mecra ki bunu paylaşırsan kopyalanması ihtimalini gözeteceksin diye düşünmeye başladım,” yanıtıyla sosyal medyanın intihale ortam hazırladığına dikkat çekmiştir.

Palta, “Kendimi eleştirme ya da suçluluk duyma diyemeyiz fakat hayranlıkla karışık kıskançlıklar yaşıyorum ve bu harika bir duygu. Sizi harekete geçirmek için bir sebep. Bunun dışında çok büyük hayranlık duyduğum sanatçıların benim çalışmalarımı beğendiğini duymak da gurur verici bir his,” şeklinde ifade etmiştir. Kayıkçı “Başlarda bu duyguya kapıldım evet ama sonra herkesin farklı şartları farklı ortamları ve buralardan da bambaşka hikayelere çıkabildiğini keşfettim” yanıtını vermiştir. Sarıçoban bazı zamanlar sosyal medyanın olumsuz bir etkisi olabileceğini ifade etmiştir: “Elbette her sanatçı işlerinin -ve aslında kendisinin- değerli olduğunu hissetmek ister. Her ortamda olduğu gibi sosyal medya ortamında da

hak ettiğinin altında değer gördüğünü düşünmek çeşitli olumsuz duyguları tetikleyecektir. Ancak bu anafora kapılıp gitmek de bir o kadar anlamsızdır. Çünkü her devrin bir “diğer sanatçı” sı olmuştur ve olacaktır. Burada elbette gerçekten başarılı işler çıkarmanın arasındaki tatlı rekabetten bahsetmiyorum. Ancak bunu sanata indirgemeye gerek yok, her işte böyle değil mi zaten? Açıkçası yıllar geçtikçe artık böyle olumsuz duygulara pek kapılmıyorum. Yine de kimi zaman işler kötü gittiğinde anlık da olsa sosyal medyanın bu yönde ekstra bir olumsuz etkisi olduğunu itiraf edebilirim.” Bilgiç ise, “Olmuyor. Başka insanların başarılarını, iyi işlerini gördükçe hırslanıyorum,” yanıtını vermiştir. Erdem “Hayır hayır, böyle bir derdim yok benim. Sanatın etkisi sayılarla ölçülemez,” şeklinde yanıtlamıştır.

“Sanatçının dijital çağda okur/izleyici ile etkileşiminin kolaylığı ve sanatçının ulaşılabilir olmasının sanatsal yaratıcılığın nasıl bir etkisi söz konusu?” sorusu yöneltilmiştir. Erdem, sosyal medyada etkileşime kuşkuyla yaklaşmış ve sanatın organik ilgiyle ilişkili olduğuna dikkat çekmiştir: “Böyle bir etkileşim gerçekten var mı? Takipçiler şair/ yazar, sanatçının tüketicileri mi? Buna inananlar olabilir. Sanal bir alem sosyal medya. Sanat ise daha organik ilgi ve iletişimlere gerektiriyor.” Kayıkçı, “İnsanlar bağ kurabildiği kişilerin üretimleriyle de daha güzel uyumlanıyorlar bence. Sanatçıların, üreten insanların da takipçileri gibi bir hayatı bir hikayesi olduğunu görmek ve aslında üretimlerin bu sıradan alanlardan çıktığını görmek esere duyulan empatiyi artırıyor. Dolayısıyla geri dönüşler daha farklı daha içten olabiliyor. Bence bunların hepsi olumlu şeyler,” şeklinde yanıtlamıştır. Çiftçi etkileşimin izleyen-izleten-izlettiren arasında güçlü bir bağ kurduğunu belirtmiştir: “İzleyici tarafından kolay ulaşılabilir olmanın sanatsal yaratıcılığımıza pek bir etkisi yok ama sanatsal bir ağ kurmama epey etkisi olduğunu söyleyebilirim.”

Zileli, sanatçının ötekiyle temasını önemseydiğini vurgularken, sosyal medyadaki beğeniyen sanatçının kendini kaptırmaması üzerinde durmuştur: “Her deneyim sanatçı için kıymetlidir. Zaman zaman

İçer çekilebilir ama o içer çekilmenin de bir anlama sahip olması için dışarı açıldığı zamanlar olmalıdır. Yoksa içinde bir boşlukla çekilme tehlikesi olur sanatçının. Nereden beslenecek? Ötekiyle temas etmedikçe kendi içinde kendini büyütmekten başka ne yapacak? Öte yandan sadece sanatçı için değil ama bu gösteri toplamında, görünme saplantısı da başka türlü bir kibri beslediğinden sanatçı için de özel olarak tehlike arz edebilir. Sosyal medya öyle bir mecra ki sürekli bir alkış talep edebilir ve ona sahip de olabilirsiniz.” Palta, etkileşim kavramına açıklık getirmiştir: “Nasıl televizyon ekranından bir filmi izlemek o filmin yönetmeniyle etkileşimde bulunmak değilse, sosyal medyadan bir sanatçıyı takip etmek, çalışmanın altına kalp eklemek de çok etkileşimde bulunmak sayılmıyor aslında. Esas şu an burada yaptığımız şey etkileşim. Ben tam olarak ne anlatmak istiyorum, nelerden bahsediyorum, bu tip detayları yakalayan insanlar bunu yakalıyor. Ben bu etkileşimi birebir fiziksel ortamda, ya da en azından online etkinliklerde daha iyi sağlıyorum.” Bilgiç, “Kolay ulaşılan ucuz olandır gibi bir anlayış var. İletişime çok kıymet veriyorum ama bu kadar kolay olduğunda arada olması gereken çok fazla sınır sanki kalkmış gibi algılanıyor. Bu da gereksiz tartışmalara neden olabiliyor,” yanıtını vermiştir. Sarıçoban, yapıtı üretmek ve ona ulaşmanın eskiye nazaran kolaylaştığını, günümüzde yapıtın “heyecan uyandırıcı” olma niteliğinin öne çıktığını, “sanat yapıtının hakikiliğini aramanın” önemsiz bir hâle geldiğini vurgulamıştır:

“Sosyal medyada aktif bir kullanıcı olmanın ve takipçilerle etkileşimin üretim sürecinize zarar verdiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna Helvacıoğlu, “Hayır düşünmüyorum. İstikrarlı, doğru ve güvenilir paylaşım, sadece yararlı geri dönüşler alır,” yanıtını vermiştir. Sarıçoban ve Zileli de bu soruya hayır yanıtını vermiştir. Çiftçi, “Ben dozunu iyi ayarladığımı düşünüyorum. Sosyal medyada zaman geçirmekten dolayı ya da takipçilerim yüzünden çalışmalarımın yavaşlaması gibi bir şey pek mümkün değil. Kaldı ki 15k takipçim var öyle aman aman bir sayı değil, yine de en çok hoşuma giden şey %90 resimlerimi paylaşıyorum ve insanlar beni

bu yüzden takip ediyor. Sosyal medya sanatı görmeyen, ulaşmanın, aşına olmanın tatlı bir yolu. Sanata hiç ilgi duymayanlar benim resimlerimi gördükten sonra başlayanlar ya da sadece sanat eseri üreterek Türkiye şartlarında nasıl yaşanır diye merak edenlerle kurduğum diyaloglar çok besleyici oluyor iki taraf için de” şeklinde yanıtlamıştır. Palta, “Burada eşik çok önemli. Sosyal medyayı sanatınızı pazarlamak için bir platform olarak görüp buna göre yüzeysel bir etkileşimde bulunmak samimiyetinizi yitirmenize neden olabilir. Doğal olarak ürettikleriniz de sosyal medyaya yönelik çalışmalar olacaksa bu durum zarar veriyor demektir. Ben böyle bir şey yapmıyorum,” yanıtını vermiştir. Erdem, “Hayır. Bu bir denge ve ölçü meselesi,” yanıtını verirken, Bilgiç, “Kontrollü olduğu sürece düşünmüyorum. Bunun biraz zamanla öğrenildiğini deneyimledim,” yanıtını vermiştir. Kayıkçı, “Bence özellikle yalnız başına üreten kişiler için süreç aşamasında pozitif etkileşimler almak oldukça faydalı,” şeklinde yanıtlamıştır.

Sosyal Medya Uygulamaları ve Üretim Sürecinde Hesabı Kapatmak

Sanatçılara sıklıkla kullandıkları sosyal medya uygulamaları ve tercih nedeni, ayrıca yapıt üretim aşamasında sosyal medya hesaplarını kapatıp kapatmadıkları sorusu yöneltilmiştir. Bu sorunun sorulmasındaki amaç, hangi sosyal medya uygulamalarının öne çıktığı ve aynı zamanda üretim sürecinde sosyal medyadan uzaklaşmayı tercih edip etmediklerini ortaya koymaktır. Bu soruya Zileli, “Instagram ve Twitter. Instagram’da görsel iletişim hoşuma gidiyor. Çok ilginç, güzel imajlarla da karşılaşabiliyoruz. Güzel yerler, kitaplıklar, iyi fotoğraf kareleri.. Ayrıca Instagram’da kitap paylaşımları ilgimi çekiyor. Okur yorumları da keza öyle. İşin kişisel boyutu da uzaklardaki dostlarımın ne yapıp ettiğini görmek mutlu ediyor. Ayrıca bir yazar olarak insanların hayatlarına ilgi duyuyorum. Edebiyatçı biraz da röntgencidir nihayetinde. Instagram bulunmaz bir gözlem alanı,” şeklinde yanıtlamış ve üretim aşamasında hesaplarını kapatmadığını belirtmiştir. Bilgiç, “Instagram, Twitter. Instagram görsel içerik konusunda. Twitter hem gündem hem de görsel

içerik konusunda oldukça iyi ve günceller,” yanıtını vermiştir: *“Kapatmıyorum ama kullanımını azaltıyorum. Dikkat dağılması, ya da başka konulara odaklanmayı engellemek için.”* Kayıkçı, *“Ben hepsinde aktif olmaya çalışıyorum ama ufak bir farkla Instagram sanırım. Arayüzü daha rahat olduğu için bence çok kişi böyle düşünür. Hayır kapatmıyorum ben bir şey üretirken hayattan kopan bir yapıya sahip değilim hatta aksine böyle üretemem. Sık sık ara verip sonra döndüğümde yeniden başlama hissini yakalamaya çalışıyorum”* şeklinde ifade etmiştir. Helvacıoğlu, *“Instagram, ağırlıklı kullandığım uygulamadır. Pinterest de zaman zaman başvurduğum bir kaynak benim için. Hayır, kapatmıyorum. Tasarım sürecimde de ilham almaya, yeni ürünler ve tasarımlar keşfetmeye devam ediyorum”* yanıtıyla sosyal medyadan üretim aşmasında da faydalandığını belirtmiştir. Erdem *“Daha çok Instagram’ı kullanıyorum. Zaman zaman gerek görürsem tweet de atıyorum. Instagram daha az anlık kamuoyu refleksine dayanıyor. Kullanıcının iradi görseiliğinin daha kalıcı paylaşımı gibi geliyor bana,”* yanıtını vermiş ve kapatıp kapatmadığı sorusuna *“Böyle bir alışkanlık veya gereklilik içinde”* olmadığını ifade etmiştir. Çiftçi, *“En çok kullandığım ve sevdiğim uygulama muhtemelen çoğunluğun da tercih ettiği Instagram uygulaması. Instagram vitrin görevi görüyor şu anda ve bence özellikle sanatçıların çok işine yaradığını düşünüyorum. Sosyal medyayı resimlerimi üretirken kapatmıyorum. Hatta bazen ürettiğim resimden detaylar çekerek fotoğrafını paylaşıyorum,”* yanıtını vermiştir. Palta, Twitter’ı daha çok kullandığını, bir not defteri gibi olduğunu, üretim sürecinde hesabı kapatmayıp kullanımını aşırı yoğun olduğu zamanlarda azalttığını belirtmiştir. Sarıçoban, sosyal medya kullanımı konusunda her yeni uygulamaya açık olduğunu, ancak daha çok Instagram’ı kullandığını, bir projeye yoğunlaştığında başka bir şeyin ona ayak bağı olmadığını, yapıt üretim aşamasını Maslow’un “doruk deneyim” tanımına yakıştırdığını belirtmiştir. Sarıçoban, sosyal medya dışında başka şeylerin de dikkat dağıtıcı olabileceğini, ama bir kere yaratım sürecine odaklanan birisinin

çalışmasında ilerleyeceğine dikkat çekmiştir. Ancak elbette bu durum sanatçının odak süresi, çalışma biçimleri gibi başka olgularla ilişkilidir ve sanatçıların verdikleri yanıtlardan hareketle tamamıyla öznel deneyimlerin söz konusu olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç

Yeni teknolojilerin sanatla entegre olması sonucunda sanatçılar bu teknolojileri üretim sürecinde aktif bir biçimde kullanarak teknolojinin olanaklarından olabildiğince yararlanmaktadır. Dijitalleşme üretim biçimlerini değiştirmekle birlikte sanatı-sanatçıyı da dönüştürerek bu alanda yeniliklerin başlatıcısı olmuştur. Bu bağlamda özellikle sosyal medya sanatçıların onaylanma, tanınma, etkileşim gibi açılardan kendilerini temsil ettikleri bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede çalışmada sanatçıların sosyal medya kullanımının üretim süreçlerine olan olumlu-olumsuz etkileri ve yaratıcılıkla ilgili diğer yönleriyle ilgili sanatçı görüşlerinin ortaya konulması hedeflenmiştir. Ulaşılan bulgulardan hareketle, sanatçıların temel olarak sosyal medyanın sağladığı olanakların ve içerdiği risklerin bilincinde oldukları söylenebilir. Yapılan görüşmeler sonucunda sanatçılar sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığa yönelik olumlu-olumsuz etkileri olduğuna dikkat çekmekle birlikte, temel meselenin daha çok sanatçının kendi iradesiyle ilgili olduğunu, sosyal medya ile geliştirilen ilişkinin dengeli bir biçimde olmasının gerekliliğini vurgulamışlardır.

Çalışmada sanatçıların uzlaştığı noktalar olmakla birlikte, bazı sorulara farklı bakış açılarıyla yaklaştıkları görülmüştür. Bu durum sanatçıların bir olguyu yorumlama ve yordama biçimlerinin birbirinden ayrıştığını göstermiştir. Sanatçı görüşlerinin farklılaşmasında, sosyal medya kullanımıyla ilgili bireysel deneyimlerinin kendine özgü olduğunun de etkili olduğu söylenebilir. Bu deneyimlerin farklılığı doğal olmakla birlikte, aynı zamanda sanatın öznel bir alan oluşu, bu alanda çalışma pratiklerinin, üretim sürecinin tamamen sanatçının kendine has oluşu nedeniyle de yanıtların birbirinden ayrıştığını

söylemek mümkündür. Her ne kadar çalışmada sınırlı sayıda sanatçı ile görüşülmüş olsa da ve çalışmanın bir sınırlılığı olarak bu durumu göz önüne almak gerekse de sanatçıların ayrıştıkları noktalardan hareketle sosyal medya gibi bir mecraanın sanatsal yaratıcılığa etkileri konusunda uzlaşının güç olduğu sonucu çıkarılabilir. Ancak çalışmada özellikle belirtilmesi gereken bir durum bütün sanatçıların sosyal medyaya karşı temkinli ve tedbirli yaklaştıklarıdır. Sanatçıların sosyal medya kullanımının bazı durumlarda üretim sürecine müdahale ettiğini fark ettiklerinde, bu etkiyi minimize etme yoluna gittikleri söylenebilir. Burada sanatın tam anlamıyla bağımsızlık gerektiren bir alan olması da etkili olabilir, dolayısıyla sanatçılar bu bilinçle hareket etmektedir.

Katılımcılardan çoğu sosyal medyaya olumlu yaklaşırken ve onu olabildiğince yaratıcı süreç açısından bir araç olarak kullanmaya odaklanırken, az sayıda katılımcının diğerlerine göre sosyal medyaya daha mesafeli ve daha kuşkucu yaklaştığı görülmüştür. Sanatçılar özellikle sosyal medyanın yaratıcılık açısından bir araç olarak kullanması gerektiğini vurgulamışlar, aşırı ya da yanlış kullanımının yaratıcı sürece zarar vereceği üzerinde durmuşlardır. Sosyal medyanın doğrudan kendisinin yaratıcı süreçle ilgisinden ziyade sanatçıları onu kullanan birey olarak öznenin iradesine vurgu yapmışlar, sosyal medyanın olası risklerine karşı sanatçının onu ne şekilde kullandığının önemli olduğuna dikkat çekmişlerdir. Bazı sanatçılar zaman zaman sosyal medyada kendilerini diğer sanatçılarla karşılaştırdıkları ya da etkileşim konusunda sorun yaşadıklarını ifade etmiş ancak kendi içlerinde yaşadıkları sorunlara çözüm ürettiklerini belirtmiştir. Bazı sanatçılar da sosyal medyanın dikkat dağıtıcı olduğunu kabul etmekle birlikte bunu aşamayacak bir sorun olarak görmemektedir.

Sanatçıların genel olarak sosyal medyayı olduğu gibi benimsedikleri ve burada yaratıcı süreçleri adına karşılaştıkları olumsuz durumları aşmak için çaba gösterdikleri söylenebilir. Sanatçıların

üretim aşamasında sosyal medya hesaplarını kapatmadıkları, bunun yerine kullanımını azalttıkları görülmüştür. Bu da günümüzde bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın etkililiğini göstermektedir; aynı zamanda bazı sanatçılar üretim aşamasında sosyal medyadan ilham aldıklarını da belirtmiştir. Sanatçıların sosyal medyada diğer sanatçılarla/takipçilerle etkileşime girme imkânına sahip oldukları ve takipçiler tarafından beğeni aldıklarında hoşnut oldukları görülmüştür. Bir başka sonuç, sanatçı açısından işler iyi gitmediğinde sosyal medyada sanatçının kendisini diğer sanatçılarla karşılaştırdığı ve bu durumun memnuniyetsizlik duygusunu tetiklediği ifade edilebilir. Ancak bazı sanatçılar sosyal medya olmasa da dikkat dağıtan ya da olumsuz durumlar yaratacak başka şeyler olabileceğini vurgulayarak sosyal medyanın salt olumsuz durumların olumsuz durumların faili şeklinde değerlendirilemeyeceğini ifade etmiştir. Yaratıcılığa zaman zaman olumsuz etkiler söz konusu olsa bile bu durumla baş etmeye çalışmışlardır. Bazı sanatçıların sosyal medyadan üretim sürecinde olumsuz etkilenmedikleri, bu ortamı olabildiğince faydalı bir şekilde kullanmaya çalıştıkları görülmüştür.

Sanatçıların çoğunluğu sosyal medyanın dikkat dağıtıcı olduğu düşüncesine katılmaktadır. Aynı zamanda başka sanatçılarla tanışmak, onların çalışmalarını incelemek açısından sosyal medyanın yaratıcılıklarını besleyen bir kaynak olduğunu düşünmektedirler. Sosyal medyada etkileşime şüpheli yaklaşan sanatçılar da olmuş, bir sanatçıyı takip etmenin ya da “kalp” emojisiyle yorum yapmanın “etkileşim” olarak nitelendirilemeyeceği belirtilmiş, sosyal medyanın sanal bir ortam olduğu vurgulanarak sanatın organik bir iletişim gerektirdiği vurgulanmıştır. Sanatçıların verdikleri yanıtlardan hareketle en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasının Instagram ve Twitter olduğu görülmüştür. Instagram özellikle daha çok plastik sanatlarla ilgili çalışma yapan sanatçıların tercih ettiği bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın, sanatçının sosyal medya kullanımının sanatsal yaratıcılığına olan etkilerini farklı açılardan ele alacak şekilde başka yöntemlerle

yapılacak araştırmaların ortaya çıkarılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Literatürü genişletecek bu çalışmaların aynı zamanda sanat ve teknoloji arasındaki bütünleşmenin etkilerinin daha ayrıntılı bir biçimde sorgulanmasına imkân tanıyacağı umulmaktadır.

Kaynaklar

Abik, B. (2022, Haziran 6). Akbank Sanat, kopya esere verildiği ortaya çıkan 'Günümüz Sanatçısı Ödülü'nü geri aldı! <https://t24.com.tr/haber/akbank-sanat-kopya-esere-verildiği-ortaya-cikan-gunumuz-sanatçisi-odulu-nu-geri-aldi.1038863>.

Acar, S., Neumayer, M. & Burnett, C. (2019). Social media use and creativity: Exploring the influences on ideational behavior and creative activity. *Journal of Creative Behavior*, 55 (1), 39-52.

Akarsu, B. & Akarsu, B. (2019). Bilimsel araştırma tasarımı: Nicel, nitel ve karma araştırma yaklaşımları. Cinius Yayınları.

Akıncı, S. (2022, Şubat 27). Sosyal medya yaratıcılığınızı baltalıyor mu? Erişim: <https://www.milliyet.com.tr/kultur-sanat/sosyal-medya-yaraticiliginizi-baltaliyor-mu-6708185>

Amabile, T. M. (1998, September). How to kill creativity. Harvard Business Review. <https://hbr.org/1998/09/how-to-kill-creativity>.

Artsacad (2022). The impact of social media on the arts. <https://www.artsacad.net/the-impact-of-social-media-on-the-arts/>

Barlow, J. (2022, May, 1). The negative effects of social media on artists. <https://www.jkb-art.com/blog/174591/the-negative-effects-of-social-media-on-artists>

Boden, M. (1990). *The creative mind: Myths and mechanisms*. George Weidenfeld and Nicolson.

Budge, K. (2013). Virtual studio practices: Visual artists, social media and creativity. *Journal of Science and Technology of the Arts*, 5(1), 15–23.

Burgaz, E. (2021, Ekim 12). Bir sanatçı yaratıcılığını kaybettiği dönemleri nasıl atlatabilir? <https://bigumigu.com/haber/bir-sanatci-yaraticiligini-kaybettigi-donemleri-nasil-atlatabilir-a-creative-block-story/>

Buryan, M. (2018). Instagram engagement: Everything you need to know Socialbakers. <https://www.socialbakers.com/blog/instagram-engagement>

Carter, D. (2018, August 9). Social media for artists: A lifeline or a curse? <https://www.creativeblog.com/features/social-media-for-artists-a-lifeline-or-a-curse>

Chai, J. X. & Fan, K. K. (2017). Constructing creativity: Social media and creative expression in design education. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(1), 33-43.

Colton, S. (2008, 26-28 March). Creativity versus the perception of creativity in computational system. Creative Intelligent Systems, AAAI Spring Symposium, California, USA.

Elgammal A. & Saleh, B. (2015, June 29 - July 2). Quantifying creativity in art networks. Sixth International Conference on Computational Creativity, Park City, Utah, USA.

Elmansy, R. (2015, June 22). How social media affects your creativity. <https://www.designorate.com/how-social-media-affects-creativity/>

Fırat, M. (2019). Sosyal medyanın yeni nesil sanatçılara etkisi. *Ulakbilge*, 7 (37), 460–483.

Gazan, O. (2022, Şubat 1). Rönesans döneminde sosyal medya olsaydı. <https://bigumigu.com/haber/ronesans-doneminde-sosyal-medya-olsaydi/>

- James, P. (2014, March 8) 8 Reasons Why Social Media Is Decimating Art and Literature. <https://gwiklit.com/2014/03/08/8-reasons-why-social-media-is-decimating-art-and-literature/>
- Kang, X, Wenjin C. & Kang, J. (2019). Art in the age of social media: Interaction behavior analysis of Instagram art accounts. P. 52 in Vol. 6. Multidisciplinary Digital Publishing Institute, 6 (52), 1-19.
- Karagöl, A. & Kaplanoğlu L. (2022). Sosyal medya ve sanat ilişkisi bağlamında sanat profesyonellerinin sosyal medya kullanımı. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 8 (1), 126-138.
- Lingen, C. (2017). Art and the creative process. https://www.academia.edu/24118565/Art_And_The_Creative_Process.
- Manca, S. & Ranieri, M. (2016). Yes for sharing, no for teaching!: Social media in academic practices. *The Internet and Higher Education*, 29, 63-74.
- May, R. (2007). *Yaratma cesareti* (A. Oysal, Çev.). Metis Yayıncılık.
- Moruzzi, C. (2020). Measuring creativity: An account of natural and artificial creativity. *European Journal for Philosophy of Science*, 11(1), 1-20.
- Okada, T. & Ishibashi, K. (2017). Imitation, inspiration, and creation: Cognitive process of creative drawing by copying others. *Artworks. Cognitive Science*, 41(7), 1804–1837.
- Osborn, A.F. (1953). *Applied imagination: Principles and procedures of creative thinking*. Scribner <https://media.oaipdf.com/pdf/84aaf8cd-894b-4815-8a01-563afad4a62a.pdf>
- Piller, F., Vossen A., & Ihl, C. (2011). From social media to social product development: The impact of social media on co-creation of innovation. *Unternehmung*, 65, 7-27.
- Runco, M. (2015, February 5). The real creativity crisis. *Creativity & Human Development*. <https://creativityjournal.net/component/k2/item/286-the-real-creativity%20crisis#.XjVsi2gzblU>.
- Runco, Marc A., Pritzker, M. A., Pritzker, S. R. & Pritzker, S. (1999). *Encyclopedia of creativity*. Elsevier.
- Seabra, F. (2021). Art on Instagram: The impact of art-related content on followers' and artists' self-perception of creativity [Unpublished Master Thesis] Universidade Católica Portuguesa.
- Sharlow, S. (2015, January 23). Death of an artist: How social media is ruining creativity. <https://www.elitedaily.com/life/culture/death-artist-social-media-ruining-creativity/907113>
- Sheldon, P. & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97.
- Stokes, D., & Paul, E.S. (2016). Naturalistic approaches to creativity. In J. Systma, W. Buckwalter (Eds.), *The Blackwell Companion to Experimental Philosophy* (pp.318-333). Blackwell.
- Türker, S.H. & Doğan Sözüer, Z. (2019). Moda tasarımcılarının sosyal medya ile ilgili görüşleri üzerine bir inceleme. *International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, 4(9), 189-202.
- Upshaw, J. D., Davis, W. M. & Zabelina, D. L. (2021). iCreate: Social media use, divergent thinking, and real-life creative achievement. *Translational Issues in Psychological Science*, 8(1), 125-136.
- Whitehead, K. (2017, February 28). Is social media killing art or bringing it to the people? <https://www.scmp.com/culture/arts-entertainment/article/2074306/social-media-killing-art-or-bringing-it-people>

Extended Abstract

Nowadays, as a consequence of the integration of art with digitalization, it has undoubtedly become more effortless for the artists to promote their work, interact with their followers and follow the works related to the art in their field. The artists, who produce in various fields of art, use social media applications for different purposes such as recognition, approval and interaction. By this way, they have the opportunity to strengthen their communication with the audience/reader and they can give direction to their works without compromising their originality with the feedback from their followers. At the same time, the artists are inclined to observe society, interact on social networks with the desire not to remain indifferent to change and use it as a new means of expression. When the situation is viewed from the point of artists, it was possible for them to introduce themselves via a gallery which represented them before social media. However, the social media accounts of artists function as art galleries today. Social media is a medium where artists can independently promote their works. Artists can find the chance of using their social media accounts as digital portfolios as well as working with a gallery which represents them. This situation definitely provides the artists with the opportunity to benefit from the possibilities of social media in an equal and democratic way and paves the way for being inspired by this atmosphere in terms of creativity at the same time. Nevertheless, it is emphasized that social media affects the production process of artists negatively due to several reasons such as distraction, the inability to focus, addiction and the excessive amount of time spent online. Therefore, it is claimed that artists waste the time which has to be spent on production and creative thinking as a result of focusing on communication with others on social media as well as posts, shares or likes. It is assumed that this situation distracts artists from the creative process. Owing to the structural characteristics of social media, artists may feel under pressure as they may feel obliged to be active on social media so as to publish their works constantly and ensure the continuity of the interests of their followers. They may even

have to compare themselves with other artists. Besides, social media is based on phenomena such as likes and comments as a source of external motivation. Internal motivation is the main source in this creative process as internal motivation can provide the continuity of creative process. Hence, the artists' attachment to external motivation will affect their creativity in a negative way. Due to those reasons, it is considered that the relationship of artists with social media has a negative impact on their creativity. On the other hand, social media has some advantages such as recognition of the artists, interaction with art lovers, following the works of other artists and inspiration. The features of social media, which are based on creating contents, being able to change the contents, participating and collaborating are also the components of creative thinking process. Owing to its structure, social media is like a free market where everyone can easily exchange ideas. The users can share their ideas freely, be inspired by others' ideas, and use them in a particular way. It may even be possible for someone, whose creative characteristics are not known, to outshine through that creativity. Thus, s/he may be recognized and approved by others. Those features can be regarded as some of the positive ones that social media provides the artists with. However, is it really possible to articulate a relationship distinctly between social media and creativity?

Despite the fact that several studies have been conducted in order to explain the relationship between social media and creativity, there is still no clarity about the exact relationship between those two phenomena. The artists expressed different views about the effect of the use of social media on artistic creativity. On the one hand, some artists stated that they easily followed the works of the other artists by using social media and they were inspired by their works, therefore by sharing their achievements and failures in such an environment, they were able to form an emotional artist community, and it had a positive meaning. On the other hand, some artists claimed that social media is a source of stress for them. Hence, they stated that they could focus on their creations

in a free way when they stayed distant from social media. Consequently, it is possible to say that artists interpret the relationship between the use of social media and artistic creativity precisely according to their personal experiences.

In conclusion, this study aims to reveal the positive and negative impacts of the use of social media on artistic creativity in terms of the perspective of artists. In this context, in-depth interviews have been conducted with eight artists who actively use social media in several fields of art. As a result of the interviews, the artists have attracted attention to both the positive and the negative aspects of the use of social media towards artistic creativity. Moreover, they have emphasized that the main problem is about the artist's own will and that the relationship with social media must be kept in a balanced way.

Yazar Bilgileri

Author details

(Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi. ayse.aldemir@ibu.edu.tr

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Aldemir, A. (2023). Sosyal medya kullanımı ve yaratıcılık: Sanatçı odağında bir perspektif. *Yeni Medya*, (15), 209-225, <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1253170>