

Sosyal Medyada “Kopyala–Yapıştır” Edebiyatçılığı

“Copy-Paste” Culture on Social Media

Osman Metin

M. Salim Danış

Öz

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşması, sosyal medya aracılığıyla bireylerin kimliklerini ifade etmesine yeni bir alan açmıştır. Edebiyat paylaşımlarının yoğun olarak yapıldığı sosyal medya hesapları da kimlik temsilinin bir örneğidir. Bu çalışmada Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğrencilerinin edebiyat ağırlıklı paylaşımlarının kimlik temsili ile ilişkisi araştırılmıştır. Öğrencilerin bu paylaşımlarının, onların entelektüel kimlik oluşturma ve bu kimliği sergilemesine etkisi incelenmiştir. Çalışmada öncelikle sosyal medyanın gelişimi ve kimlik sunumu üzerine teorik çerçeve çizilmiş ardından araştırma bulguları ele alınmıştır. Nitel bir araştırma olarak tasarlanan bu çalışmada derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Katılımcılara görüşme öncesinde belirlenmiş, açık uçlu sorular sorulmuştur. Bu görüşmeler sonucunda bireylerin edebiyata olan ilgilerinin genel olarak sosyal medya ile sınırlı kaldığı görülmüştür. Katılımcıların yaptığı paylaşımların ise edebiyat okumalarının doğrultusunda değil, internet üzerinden kopyalanmış edebi ifadelerden ibaret olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, kimlik, Edebiyat paylaşımları

Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, ometin@aku.edu.tr

Arş. Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.

Bu makale iThenticate sistemi tarafından taranmıştır.

Makale gönderim tarihi: 1.03.2017

DOI: 10.17550/akademikincelemeler.342450

Abstract

Developing and expanding communication technologies, it has opened a new field of individuals to express their identity through social media. Social media accounts that made intensive literary exchange is an example of the representation of identity. In this study, association with the literary representation of identity sharing of Sociology students at the Afyon Kocatepe University were investigated. The relationship between the sharing of intellectual identity creation and exhibiting were investigated. In this study was drawn primarily theoretical framework on the development of social media and identity presentation. Later research findings are discussed. This study is designed as a qualitative research and in-depth interview technique was used. Participants were asked at the pre-interview, open-ended questions. As a result of these interviews, it has been seen that the information of the individuals in literature is generally confined to social media. Shares made by participants are not the result of literary readings. This is the result of the sharing of literary expressions copied over the internet.

Keywords: *Social media, identity, literature shares.*

Giriş

İletişim araçlarının en önemli özelliklerinin başında insanlar arasında fikir, düşüncelerin, bilgi ve sembolik değerlerin paylaşımının sağlanması bulunmaktadır (Erdal, 2013: 57). Teknolojik gelişmelerle birlikte insanlar arasındaki fikir, bilgi ve değerlerin paylaşım imkânı artmış ve hız kazanmıştır. Bu artış ve hız kazanma imkânını sağlayan unsurlar arasında en önemli etkiyi şüphesiz internet kullanımının yaygınlaşmasıyla doğru orantılı olarak, kullanım süresi artan sosyal ağlar sağlamıştır. Etkileşimlilik oranı ve yoğunluğu olan önceki araçlarla kıyaslanamayacak derecede zenginleşmiş olan kitle iletişim aracı olan internet, kişisel bilgisayar kullanımının yaygın hale gelmesiyle dev sanal ağları, sanal kitleleri, sanal cemaat örüntülerini ortaya çıkarmış, kendi kültürünü yaratmış ve önceki medya araçları gibi yeni bir yaşam kültürü dayatmıştır (Arık, 2013: 118 – 119). Dayatılan bu yaşam kültürü kimlik oluşturma, kimliğin sunumu noktasında da etkin hale gelmiştir. Sosyal medya bireyin gündelik yaşamda benliğini sunabildiği bir mecra haline gelmiş, fikirlerini, beğenilerini, beğenmediklerini, ilgilerini sergileyebildikleri bir alan olmuştur.

Sosyal medyanın gelişmesiyle her birey kendi profil sayfasında resim, müzik, yazı ve video paylaşımı yapabilmektedir. Bu paylaşımlar bireyin kendini ifade etme tarzını oluşturmaktadır. Çalışmada bu paylaşımların edebiyat alanı ele alınacak, bu paylaşımların kimlik oluşturma ve yansıtma açısından ilişkisi incelenmeye çalışılacaktır. Edebiyat paylaşımlarının bireyin edebiyat okumalarıyla ilişkisi ele alınacaktır. “Kopyala – yapıştır edebiyatçılığı”ndan anlatılmak istenen, bireylerin paylaşımlarının kendi okumaları veya bilgilerine dayanmadığı, ilgilerinin olmasına rağmen bu ilginin sadece Facebook zaman akışı bölümünde görülen paylaşımların otomatik olarak paylaşılması veya o yazının kopyala – yapıştır şeklinde kendi profil sayfasında paylaşımında bulunmasıdır. Bütün bunların ışığında sosyal medya edebiyata olan ilgiyi arttırmış görülmektedir. Çalışmanın ana konusu bu ilginin okumayla olan ilişkisi ve edebi paylaşımların yapılmasındaki amacın ne olduğunu açıklamaya çalışmaktır.

Sosyal Medyada Paylaşım Kültürü ve Kimlik Oluşturma

Günümüzde medya kavramı neredeyse tümüyle internet, sosyal ağ-

lar ve birey üçgenine indirgenmiş, iletişim ise yüz yüze iletişimden uzaklaşmış ve teknolojik altyapıya bağlanmış durumdadır. Teknolojik altyapının getirisiyle bireyin internet ortamındaki tüm hareketleri, beğenileri ve araştırmaları bilinir, tanımlanabilir hale gelmiştir (Gündüz ve Pembecioğlu, 2013: 225). Bu tanımlanabilme durumunu ise sosyal ağlarda bireyin çevrimiçi/çevrimdışı iken verdiği bilgiler ve paylaşımlar sağlamaktadır. Paylaşımın insan ve toplumların gelişiminde önemli bir etken olduğu varsayılır. “Bilgi toplumu” çağında paylaşımın önemi artmış ve yaşam biçimi haline gelmiştir. Çağımızda paylaşım, bilginin altyapısını oluşturmakla birlikte bu bilgilerin diğer bilgilerle bütünleştirilip geliştirilmesi yeni bilgilerin elde edilmesini sağlamaktadır. Bu sayede yenilikler ortaya çıkarken, teknolojinin ilerlemesi ve insanların hayat kalitesinin geliştiği (Erdal, 2013: 56) savunulmaktadır. Paylaşım durumuna sosyal medya ekseninde bakıldığında ise ortaya çıkan paylaşım kültürüyle birlikte insanların birbirleriyle olan iletişim ve etkileşimleri de değişime uğramıştır. Birey, sosyal ağlar içindeki paylaşımlarıyla fikirlerini ifade ederken kendini “var etmekle” birlikte eğlenerek “hayalini kurduğu” kimliği yaşayabilmektedir.

Sosyal medya bireylerin hiçbir aracıya ihtiyacı olmaksızın varlıklarını “haykırmalarını” mümkün kılmaktayken (Arık, 2013: 118 – 119), kullanımında öne çıkan unsurlardan biri kullanıcı deneyimleridir. Kimi kullanıcıların sosyal medya deneyimi kliklemek, gezinti yapmak şeklinde pasif kullanım halinde olsa da kimi kullanıcıların konumu içerik üreten, katılımcı düzeyde ve daha aktif olabilmektedir (Atik, 2015: 262). Kullanım deneyimi bireylerin sosyal medyaya yükledikleri anlam ve önemi belirlerken, varlıklarını sosyal ağlarla “haykırmalarının” derecesini de ifade etmektedir. Aktif bir sosyal medya kullanıcısı, ağlar içerisinde gezinmekle birlikte paylaşımlar aracılığıyla kendi varlığını “görünür” hale getirmektedir. “Görünür” durumda olmaya çalışan birey, paylaşımları vasıtasıyla gündelik deneyimlerini, fikirlerini, ilgilerini ifade etmektedir. Kendini ifade etme durumu ise sosyal ağlarda kimliğini sunmayı göstermektedir.

Kimlik kişisel bir ürün olmaktan çok sosyal etkileşimle yapılan toplumsal bir üründür. Kimlik üretimi çevrimiçi veya çevrimdışı olarak, her ortamda gerçekleşebilmektedir. Fakat toplumsal normlara uygunluk, kişilerin tanıdıkları tarafından tanımlanabildikleri ortamlar-

da çok daha yüksektir, bundan dolayı tanımlanabildikleri ortamlarda sosyal kuralları dikkate alarak buna uygun kimlikler üretmeye çalışırlar (Altan, 2015: 97-98). Kontrol altında tutulan, katıldığı grup yapıları takip edilen bireyler, gerçek hayatta kendilerine getirilen bu kısıtlamayı sosyal ağlarda farklı kimlikler oluşturarak kırmak istemekte ancak bu durum kendi kimliklerini kaybetmelerine ve sanal bir yaşam içinde bulunmalarına neden olabilmektedir (Baban, 2012: 77). İletişim teknolojilerindeki gelişme ve buna bağlı olarak sosyal medyanın önem kazanmasıyla birlikte sanal gerçekliğin fiziksel gerçeklikle iç içe geçmiş olması, yanlısamaya dayalı bir görme pratiğinden referans alan bireyin gündelik hayat içindeki yabancılaşma düzeyini bir adım ileri götürmektedir. Bunun sebebi “bireyin kendi varoluşunu ekrandaki soğukkanlı gözüne teslim etmesinden” kaynaklanmaktadır (Oğuzhan, 2013: 89).

Sosyal medya araçları kişinin kendi kimliğini oluşturması ya da inşa etmesi süreci içinde, kontrolün bireyin elinde olduğu, gerçekleri farklı veya yanlış bir şekilde yansıtabileceği, “ben” merkezli bir dünyaya doğru evrimleşen ve kişinin zamanla kendine yabancılaşmasına zemin hazırlayan bir ortamın oluşmasına neden olmaktadır (Bulunmaz, 2013: 32). Sosyal medya bireyin kendini ifade edebilmesi anlamında kimliklerini diledikleri gibi üretebilmesi üzerine çeşitli imkânlar sunmaktadır. Bu olanakların başında ilgi alanları, hobiler, iletişim yolları gibi bilgiler bulunurken aynı zamanda bu ağların paylaşım özellikleri sayesinde müzik, video, fotoğraf ve yazı paylaşımlarıyla kullanıcıların kimlik üretmelerine ve ürettikleri kimlikleri duyurmalarına imkân tanır (Toprak ve Diğerleri, 2009: 108). Birey sosyal medya kullanımı içinde kimliğini arzu ettiği şekilde konumlandırabilmek için, kimliğin üretim safhasında; giyinme tarzından, dil kullanım biçimlerine, boş zaman etkinliklerinden, müzik tüketimine ve medya kullanma örüntülerine değin farklı öğeleri bir araya getiren çeşitli seçimler içinde bulunur. Bireyin sahip olduğu kültürel, simgesel, ekonomik sermayesinden beslenen beğeniler ve beğenilerin gerçekleştirme biçimleri -yaşam biçimleri- aidiyet tasarımının kurulmasında rol oynar (Binark, 2005: 118)

Sosyal ağlar bir yandan olumlu argümanları içinde barındırırken, öte yandan kimlik inşası ve belirsizlik noktasında oldukça fazla seçeneğin oluşmasına neden olmaktadır. Örneğin, sosyal medya üye-

rinde kişinin kendisini olduğundan farklı göstermesini sağlayacak bir elbise giydiği ve bu elbise ile zaman içinde kendini özdeşleştirerek, hayal ettiği ve arzuladığı kişilik ile gerçek olanın arasındaki mesafenin gittikçe açıldığını gözlemlemek mümkündür (Bulunmaz, 2013: 30). Mesafenin açılmasının ana nedeni ise sosyal medya araçlarında kullanıcıların çoğunlukla gerçek kimlikleri yerine, gerçek kimliklerinin biraz daha değişmiş bir biçimi olarak “umut edilen kimlikler” üretmesidir (Toprak ve Diğerleri, 2009: 109). Sosyal medya aracılığıyla istedikleri kimlikleri kuşanarak sanal ortama dâhil olan bireylerin, paylaşımlarındaki temel güdünün beğenilme, takdir görme ve statü elde etme olduğu söylenebilir. Sosyal medya bireylere ünlü olma, beğenilme imkânı sunmaktadır. Bu beğeni; arkadaş sayısı, paylaşımların beğeni miktarı veya paylaşılması yoluyla olmaktadır (Arık, 2013: 126).

“Medyanın sunduğu gerçeklik temsilleri, gerçek dünyaya ilişkin kişisel deneyimlerimizi ve yorumlamalarımızı önemli ölçüde belirler” (Laughy, 2010: 84). Bu nedenle sosyal medyada bireyin paylaşımları aracılığıyla sağladığı temsil, sadece gerçekliği temsil etmekle kalmaz, gerçekliğin anlamına da katkı sağlar. Gündelik hayat, kimlik, ilişkiler, kendini sevmek, mahremiyet, iletişim etiği, kamusal alan vb. sayısız kavramla olan bağımız; özel alandan toplumsala, toplumsaldan özel alana doğru çift yönlü değişimler geçirmektedir. Sosyal medya, var olan gerçekliklere bakışımızın değişmesine neden olduğu gibi daha önce tanımadığımız gerçeklikler, olası düşünme ve yaşama biçimleri yaratmaktadır (Altan, 2015: 83).

Facebook ve “Edebi” Paylaşımlar

Toprak ve diğerlerinin yaptığı çalışmada Facebook katılımcılar için eğlence, iletişim imkânını sağlarken aynı zamanda bir paylaşım alanı, sosyal ilişki düzeyini belirleme aracı ve yalnızlık duygusunu hafifleten bir mecra olarak anlam kazanmıştır. Bundan dolayı bireyin toplumsal paylaşım ağlarında sahnelediği performansın hedef kitesinin mevcut yaşamdaki sosyal sermayesine yönelik olduğu söylenebilir. Sosyal sermayeye dönük olan paylaşımlarda ise bu çevreye kendisini istediği gibi tanıtmaya, belirli bir imaj sergileme çabası vardır (Toprak ve Diğerleri, 2009: 120-121). Sosyal medyada özel hayatın yaygın ve yoğun bir gösteri şeklinde yaşandığı görülmektedir: Gezi, davet, düğün, tören

vb. etkinlikler önce sosyal medyada duyurulmakta, sonrasında yapılan şey ise bunlar üzerine yorum, fotoğraf paylaşımıdır. Bu paylaşımlar adeta bir ritüel haline dönüşmüştür (Çakır, 2013: 63). Sosyal medyada yapılan bu paylaşımlarla kişi bireyselliğini vurgulayabilmekle birlikte aynı zamanda başarılı, karizmatik, bilgili, entelektüel veya özgüven sahibi olduğunu da ifade edebilmektedir. Bu paylaşımlarda bireyin kendini idealleştirmesi, biricikliğini vurgulaması söz konusudur. Bunu en bariz şekilde fotoğraf paylaşımlarıyla yaparken, paylaşılan fotoğraf aracılığıyla en ideal biçimde kendini sunmaya çalışır ve bu aşamada çeşitli kodlardan yararlanır (Şener, Özkoçak, 2013:149). Bu kodlardan birisi de bilgi sahibi olduğunu, entelektüel bir kimliği olduğunu veya edebiyatla ilgili birisi olduğunu ifade etmeye yarayan yorum, yazı ve paylaşımlardır. Aynı çalışmada (Toprak vd. 2009: 160), Facebook kullanıcılarının paylaşımlarının yüzde 10.81’ini güzel söz-şiir-alıntı-yazı oluşturduğu gösterilmektedir. Facebook üzerinden yapılan alıntı ve özlü sözlerin paylaşımına bakıldığında bunların çoğunluğunun edebi alıntı ve şiirlerden oluştuğu görülmektedir. Bu alıntı ve şiir paylaşımlarının kişiye “edebi kişilik” havası kattığı, bireyin kendini bu şekilde sunmasına imkân tanıdığı düşünülebilmektedir.

Bozkır’a göre “nitelikli azınlığın” işi olduğu savunulan edebiyatın sosyal medyaya yansması olumlu ve olumsuz düşünceler etrafında şekillenmektedir. Genç kuşağın sosyal medya ile edebiyata ilgisinin artacağı düşüncesinin yanında, yazılan edebiyat eserlerinin anlamından uzaklaştığı düşüncesi de savunulmaktadır. Sosyal medyada öne çıkan “alıntı ve özlü” sözlerin “az ve öz” bir edebiyat anlayışını temellendirdiği bu nedenle “minimalist” bir eğilim sergilediği dillendirilmektedir (Bozkurt, 2015: 174). Sosyal ağlar içinde edebiyatın yükselişi beraberinde şu soruları getirmektedir: Yapılan paylaşımlar bireylerin edebiyat okuma / araştırmalarından mı oluşmaktadır? Kişi gerçekten edebiyatla alakalı olduğundan dolayı mı bu paylaşımları yapmaktadır? Sosyal medyada yapılan edebiyat paylaşımları kişinin edebiyatla ilgili olduğunu düşünmemizi sağlar mı? Sosyal medyada yapılan edebi paylaşımlar “hayal edilen” kimliği oluşturma çabası mıdır?

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı Facebook üzerinden yapılan şiir ve özlü söz

paylaşımlarının neyi ifade ettiğini anlamak ve paylaşımların bireyin (sosyal medyadaki) kimliğini oluşturma çabası üzerinde bir etken olup olmadığını saptamaktır. Bireyler bu edebi paylaşımları bir edebiyat okuyucusu olarak mı, yoksa gördüğü paylaşımı otomatik olarak, “kopyala –yapıştır” şeklinde mi yapmaktadır? Bu noktada sosyal ağlarda yapılan edebi paylaşımların neden yapıldığı, bu paylaşımlarda neyin hedeflendiği ve yapılan paylaşımların ne oranda okumayla bağlantılı olduğu soruları bireylerin edebi paylaşımlarının altında yatan etkenlerin anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada elde edilen veriler bireylerin Facebook paylaşımlarıyla sınırlıdır. Afyon Kocatepe Üniversite Sosyoloji Bölümü öğrencilerinin yaptığı edebi paylaşımlardan yola çıkılarak, edebi paylaşımları yüksek olan öğrencilerin incelenmesi ve bu kişilerin sayısı bu konunun diğer sınırlılığdır. Bu kişiler, Facebook hesabımızda, “arkadaş listesi”nde bulunan kişiler olup, paylaşımlarının edebiyat ağırlıklı olması ve uygun paylaşım yapmaları göz önünde bulundurularak seçilmiştir. Paylaşımların edebiyat üzerine sınırlandırılmasının nedeni ise bireylerin bu paylaşımlar yoluyla, aslında kimliğini ifade etmeye çalışması veya “hayal edilen kimliği” sunma uğraşından kaynaklandığının düşünülmüştür.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma nitel bir araştırmadır. Nitel çalışmayla bireylerin bakış açılarını ve anlam dünyalarını anlamaya çalışılmaktadır. Derinlemesine mülakat tekniğiyle yapılan bu araştırmada bireylerin sosyal medyaya –paylaşımlar açısından- atfettikleri anlamın anlaşılmasına yönelik sorular sorulmuştur. Katılımcılara sorulan soru formunda, kendi içinde ara sorular olan yedi ana soru bulunmaktadır. Sorular iki bölüme ayrılmıştır. İlk bölüm bireyin sosyal medya kullanım sıklığı ve edebiyata olan ilgisinin, kitap okumasına olan etkisini ölçmeye çalışan, her bireye sorulan sabit sorular oluşturmaktadır. İkinci bölüm ise bireylerin paylaşımlarını yaptığı edebi metnin daha önceden okunup okunmadığını öğrenmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Bu nedenle ikinci bölümdeki sorular soru, kişiye yönelik olarak (paylaşımlarını yaptığı yazarları okuyup okumadığının sorulması) oluşturulmuştur. Sorulan sorular görüşme öncesinde belirlenmiş, oluşturulmuş soru for-

muna büyük ölçüde bağlı kalınmıştır. Soruların açık uçlu olması nedeniyle cevaplara müdahale edilmemiştir. Bu nedenle çalışmamız yarı yapılandırılmış görüşme olmuştur.

Görüşülenlerin belirlenmesi sürecinde temel araç bireylerin Facebook profilleridir. Bu profillerde edebi alıntı veya şiir paylaşımları incelenmiş, hangi yazarların eserlerinden paylaşım yapıldığı araştırılmıştır. Buna bağlı olarak bireylerin bu yazarlar hakkında herhangi bir okuma yapıp yapmadıkları, paylaşımlarının bulunduğu eserleri okuyup okumadıklarının öğrenilmesi hedeflenmiştir. Profil incelenmesi ve mülakat yapılacak bireylerin belirlenmesi sürecinden sonra bireylerle 11.01.2016 – 18.01.2016 tarihleri arasında mülakat yapılmıştır. Mülakat iki erkek, yedi kız toplam dokuz Sosyoloji Bölümü öğrencisiyle yapılırken, bu bireylerin seçilmesindeki ana neden, profillerinde ağırlıklı miktarda edebi alıntı ve şiirler paylaşımları olmuştur. Bu nedenle yaş ve cinsiyet üzerine bir sınırlama yapılmamıştır. Burada amaç araştırmanın temel kriterini karşılayan kişileri mümkün olduğunca kısıtlama yapmadan araştırma alanı içine dâhil edebilmektir.

Görüşmenin ilk bölümü yaş, cinsiyeti, doğum yeri gibi demografik sorulardan oluşmaktadır. Sonrasında gün içerisinde bireyin sosyal ağlara katılma süresi ve sosyal ağ hesaplarının miktarını ölçen sorular sorulmuştur. Sosyal medya paylaşımlarının bireyi tanıma noktasında ne kadar etkili olduğu, edebiyatla ilgisi, bu alanda okuma-araştırma yapıp yapmadığı, paylaşımlarında neyi hedeflediği, edebiyata hangi mecralardan ulaştığı ve paylaşım alanlarının öğrenilmesine yönelik sorulardan sonra ise Facebook profilinde paylaşımı yapılan yazarların okunup, okunmadığı üzerine sorular sorulmuştur. Yapılan mülakatlardan çıkan sonuçlarla, bireyin sorulara verdiği cevapların birbiriyle bağlantılı olarak analizi yapılmıştır.

Elde Edilen Bulgular

Sosyal ağlar kuşkusuz kendi içerisinde birçok sorunsal barındırmaktadır. Bu sorunsallar ise bizi iletinin kaynağına yönlendirir vaziyettedir. Çıplak gerçekliğin sosyal ağlarda mümkünâtı, paylaşılan fotoğraf, yazılan duygu veya bilgi ne oranda rafine vaziyettedir sorularını nicel sonuçlarla değerlendirmek mümkün değildir. Bunun yanı sıra her geçen gün görülenle-takdim edilen arasında geçen sürecin değerlendirilmesi önem kazanmaktadır (Uğurlu, 2015:295). Facebook sosyal ağla-

rın takdim edilme noktasında en geniş kapsamlıdır: Fotoğraf, video, yazı paylaşımının yanı sıra iletişime imkân veren, ilgi alanları üzerine paylaşımların görülebildiği ve bireyin “kendi sunumunu” en geniş kapsamlı yapabildiği ağıdır. Çalışmanın odak noktası zaman tüneline belirgin miktarda edebi paylaşımları yapan bireylerin, bu paylaşımlarla kimlik ifade etme üzerine etkisi ve paylaşımların kimlikle ne oranda gerçekliği olduğu üzerinedir.

Katılımcıların gün içerisinde sosyal ağlarda geçirdikleri süre ortalama olarak 3 saattir. Fakat sosyal ağlara bağlanma kolaylığı, cep telefonlarının gelişmesi ve internet erişim imkânının artması nedeniyle, her an ulaşılabilir hale geldiği görülmektedir. Cep telefonları sayesinde her istenildiği anda sosyal ağlara ulaşabilme imkânı -katılımcıların 2 veya 4 saat sosyal ağlarda aktif olduğunu belirtmesine rağmen- tahmin edilenden daha uzun süre bulunmalarına neden olmaktadır. “Bakıp çıkmak” diye tabir edilen boş an içerisinde sosyal ağlarda bulunma durumu genel olarak katılımcıların aktif olarak katılımında bulunmadıklarını düşünmeleri sebebiyle dâhil edilmediği gözlenmiştir. Bunun dışında katılımcılar, en az 2 en fazla 7 sosyal ağlarda hesabı bulunduğunu ifade etmiştir. Burada ilk sırayı Facebook almaktayken, ardından Instagram ve Twitter gelmektedir.

“Ortalama bir saat belirtemem. Çünkü fazla vakit harcadığımı düşünmüyorum. İnternetim sürekli açıktır. Ara ara bakıyorum sadece. Belki inanmayacaksınız ama aşırıstını gereksiz buluyorum. Yani özetle, aktif anlamda günde 2 saate denk geliyordur.” (A.T, 20, K)

“Sosyal medyada ortalama 5-6 saat vakit geçiriyorum ve gün içerisinde aralıklarla haberler de dâhil olmak üzere sürekli bir şeylere bakmak için girip Facebook ve Instagram göz atıyorum” (A.Ş, 24, K).

Facebook üzerinden yapılan paylaşımların, paylaşımı yapan kişi hakkında fikirlerini etkileyip, etkilemediği sorusuna 7 katılımcı fikirlerini etkilediğini belirtmiştir. Bu sebeple Facebook paylaşımlarının kişinin kimliğini ifade ve tanıtmaya anlamında önem sahibi olduğu savunulabilmektedir. Yapılan paylaşımlar paylaşımcı açısından kendini, kimliğini ifade etmeyi sağlarken, paylaşımların gözlemcileri açısından ise o kişi tanımaya yarayan araçlar olduğu savunulmaktadır.

“Etkiliyor aslında, sonuçta özgür bir alanda olduğunu düşündüğü için istediğini yazıyor. Artık sosyal medya insanları tanımak için bir araç haline geldi. Kişiliğinden farklı olduğunu düşündüğüm paylaşımlarda bulununca olumlu ya da olumsuz anlamda değişiyor.” (S.E, 24, K)

“Tanımadığım hiçbir insanı sosyal medyada bulundurmamaya çalışırım. Bu nedenle genellikle tanıdığım kişiler olurlar. Çok fazla etkilemez desem de etkiliyor aslında. Beni şaşırtanları da (beklediğimden çok farklı paylaşımlar yapanlar) olmadı değil.” (M.G, 21, K)

Katılımcıların edebiyata olan ilgisi üzerinde sorulan soruda tüm katılımcılar edebiyata ilgisi olduğunu, şiir okumayı sevdiğini belirtmiştir. Fakat edebiyata olan ilgileri, okuma veya araştırmaya yönelik tutumları çoğunlukla sosyal ağlar üzerinden olmaktadır. Katılımcıların sadece biri edebiyat üzerine kitap okurken, iki kişi de hem kitap hem de internetten faydalandığını belirtmiştir. Diğer altı katılımcının edebiyata ilgisi ise sadece internet, sosyal ağlar düzeyinde sınırlı kalmıştır. Bundan dolayı yapılan edebi paylaşımlar okuma veya araştırma sonucu değil, görülen metni “kopyala-yapıştır” usulü paylaşıldığını göstermektedir. Bu soruya verilen cevap içerisinde, edebiyat okuması yapmayan bireylerin bu ilgiyi lisede kazandıkları ve lise eğitimi sürecinde edebiyat okumalarının üniversite eğitimlerine nazaran daha fazla olduğu anlaşılmıştır.

“Şiir, roman ve özlü sözlere çok ilgiliyim. Okuma yapardım önceden, lisedeyken falan. Şimdi açıkçası yapmıyorum. Artık Facebook’ta takip ettiğim bazı sayfalardan takip ediyorum sadece” (Ö.B, 20, K)

“Şiir ve romana ilgiliyim. Sanırım kötü bir özellik ama şiir kitabı almak veya okumak yerine sosyal medyada bulduğum şiirlere bakıyorum. Gidip kitap almıyorum.” (N.A, 21, E)

“Üniversiteden önce daha yoğun olarak ilgili olduğum alandı. Üniversitede ilgi alanlarımın değişmesine bağlı olarak daha az vakit geçirsem de hala ilgilendiğimi söy-

leyebilirim. Bilhassa şiir edebiyatta vazgeçemediğim bir alandır. Bunun ek olarak romanları söyleyebilirim. Ama roman okumalarım daha aza indi üniversite eğitimim sürecinde.” (M.G, 21, K)

“Edebiyata ilgim hep vardı. Hatta bir sosyoloji öğrencisi olmama rağmen hep edebiyat öğretmenim olmak istemişim. Edebiyata olan ilginin alakanın ya da beni ona yönlendiren şeyin ne olduğunu bilmiyorum. Sadece ilgi duyuyordum. Edebiyatla ilgili olan her alan ilgimi çekti. Özellikle edebiyatın başlangıç dönemleri yani daha eski tarihler. İlgi duyduğum alanlarla ilgili okuma-araştırma yapmadım. Sadece sınava hazırlanırken çok yüklenmiştim, araştırıp bir şeyler öğreniyordum. Fakat daha sonradan başka bir bölüm üzerine yoğunlaşınca o, öyle kaldı.” (A.T, 20, K)

Katılımcıların kitap okuma sıklıkları da neredeyse edebiyat üzerine okuma düzeyleriyle benzer görünmektedir. Dokuz katılımcının üçü hiç kitap okumazken, ikisi nadiren (haftada birkaç saat) okuduğunu ifade etmiştir. Dört katılımcı ise neredeyse her gün kitap okuduğunu belirtmiştir. Edebiyat okumayan fakat –nadiren veya her gün- kitap okuduğunu belirten iki katılımcı daha çok sosyoloji üzerine ders kitaplarını okuduklarını ifade etmiştir. Ders kitaplarının okunması, sorumlu olunan dersten geçebilmek için yapıldığı düşünüldüğünde bu iki katılımcının okumalarının ihtiyaca binaen yapıldığı sonucu çıkarılabilmektedir. Okuduklarını sosyal ağlar aracılığıyla paylaştığını ifade eden beş katılımcı sayısı varken, dört katılımcı paylaşım yapmadığını ifade etmiştir.

Haftanın yoğunluğuna göre kitap okuma durumum değişebiliyor. Eğer sınav döneminde isem haftada 1, sınav olmadığı dönemlerde 2-3 arası değişebiliyor, tatillerde günde 1 kitap okuyorum. Genelde bende iz bırakan sözleri paylaşıyorum. Etkilendiğim bir yazar olabilir bu. Şiir ya da bir söz olarak da değişebilir. Yani bir Ali Şeriatî sözü de olabiliyor, Cahit Sıtkı Tarancı’da şiiri de olabiliyor. Bir nevi her okuduğum kitapta yeni bir kişiliğe bürünüyorum. Genelde barış ya da insanlık üzerine sözler

paylaştığım için okuyan insanların bir dakika da olsa okuyup düşünmelerini istemekten kaynaklanıyor. Hedefim insanların o konu hakkında durup bir düşünmelerini istemem olabilir. (Ş.F, 20, K)

Çok sebebi var internette gezerken haber okurken vs. onu kaybetmemek için duvarıma yolluyorum. Ama derin anlamlı olanları kendimi ifade etmek için paylaşıyorum. Sosyal medyada dışarıdaki kadar baskı yok, insan istediğini yazıp çizebilir, kendimi ifade ediyorum, bunu yaparken kişinin yüzüne söylesem darılırız ama oraya yazınca “Like” oluyor. Biraz olsun özgürlük veriyor. (M.A, 20, K)

İnsanların yüzüne konuştuğunuzda kırıcı olabiliyorsunuz ya da onlar anlatmak istediğinin tamamen dışında anlamlar çıkarabiliyor. Ya da şöyle söyleyebilirim, biz kendimizi ifade edemiyoruz, en bencilizim de en fedakârimızda da ifade edememe sıkıntısı var. Sanırım bende en zararsız halini seçip paylaşımında bulunuyorum, belki bir mana anlar diye eskilerin yöntemi, kızım sana söylüyorum gelinim sen anla. Ben bu yöntemle rahatlıyorum en azından içimde tutamıyorum çoğu şeyi sanırım. (S.E, 24: K)

Genelde okul ve dersane çıkışı kafamı toparlamak amaçlı her gün okuyorum. Bazen 20 sayfa bazen 100 sayfa arası değişiyor. Gün boyu evde olduğum zamanlarda uyumadan önce bakıyorum tabi arada fırsat bulamıyorsam en fazla iki gün okumadığım oluyor ve genellikle okuduğum şiirleri paylaşmayı seviyorum fakat çok az da olsa romanlardan bazı bölümleri paylaşabiliyorum. Ruhumu dinlendirdiğini düşündüğüm yazılar veya şiirleri sevdiğim insanların okumasını istiyorum. Benim hayal gücümün yarattığı değişim, onlarda da bu etkiyi yapar mı ya da nasıl bir şey canlanabilir gözlerinde diye düşünüyorum. Bir de benim gibi şiire veya romana ilgisi olanlar var mı, varsa neler okumuşlar onları öğreniyorum. İlgisi olanlar geri dönüş yapıyorlar ve sevdikleri yazıları benimle paylaşıyorlar bilmediğim eserler hakkında bilgi sahibi oluyorum. (A.Ş, 24: K)

Yukarıdaki katılımcı ifadelerinde de görüldüğü gibi, sosyal ağlarda paylaşım yapılırken hedef ve niyetlerde farklılıklar görünmekte-

dir. Düşündürmek, bilgi paylaşmak, göndermede bulunmak, görüşünü ifade etmek veya paylaşılanda kendini görmek bu soruya verilen cevaplardan bazılarıdır. Bu paylaşımlar kişinin edebiyata olan ilgisini işaret ederken, aynı zamanda başka hedeflerin de taşıdığını göstermektedir. Paylaşımın konusu da verilmek istenen anlama göre değişmektedir. Paylaşımlar bazen bir arkadaşına olan kırgınlığa göndermede bulunurken, bazen kişinin o anki ahvalini anlatmada yardımcı olmaktadır. Bunun gibi sosyal mesaj kaygısı güden, mutluluğunu ya da üzüntüsünü ifade eden veya insanların bilinçlenmesini sağlayacağı düşünülen paylaşımlar yazarlardan alıntılarla dolaylı yoldan anlatılmaktadır. Dolaylı yoldan iletilen mesajın dışında, beğeni almak, görünür olmak da bu paylaşımları cazip hale getiren bir başka unsurdur.

Paylaşımlarının kaynağının ne olduğu üzerine sorulan soruda altı katılımcı sadece sosyal ağlardan yararlandığını, iki katılımcı okuduğu kitaplardan paylaşım yaptığını, bir katılımcı paylaşımlarda hem sosyal ağlardan hem de kitaplardan yararlandığını belirtmiştir.

Paylaşımlara imkân tanıyan Facebook beğeni sayfalarıdır. Bu alanda yüzlerce popüler sayfa bulunmakla birlikte, istenilen her alana göre oluşturulan popüler sayfalar kullanıcının kendini ifade etme çabasında en büyük yardımcısı olmaktadır. Bu popüler sayfaların beğenilmesiyle haber akışına düşen paylaşımlarda yapılması gereken, okumak, beğenmek, “kopyala – yapıştır” yapmak veya “paylaş” butonuna basmak olmaktadır. Bu ise birçok bireyin kendini tanııtma yolunda işini kolaylaştıran bir deneyimdir.

Dokuz katılımcının zaman tüneline toplamda 81 edebi paylaşım yapılmıştır. Bu paylaşımların okumalar sonucu olup olmadığı üzerine önce paylaşımlar ve paylaşımların bulunduğu ana kaynaklar (kitaplar) tespit edilmiş, sonrasında ise bu yazarlar üzerine hangi kitapların okunduğu sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Paylaşımı yapılan 81 şiir, özlü söz vs.nin sadece 17si üzerine okuma yapılmış geriye kalan 64 paylaşımın sosyal medyada popüler sayfalar aracılığıyla paylaşıldığı sonucuna varılmıştır. Okuduğunu ifade eden katılımcıların paylaşımlarının okumalarıyla benzer olduğu fakat bu katılımcıların paylaşımlarının bir kısmının sosyal medya üzerinde “kopyala-yapıştır” şeklinde paylaşıldığı görülmüştür. Araştırma esnasında yapılan in-

celemelerde sosyal medyada şiir veya sözlerin yazarları üzerine bilgi kirliliği olduğu da gözlenmiştir. Örneğin Benjamin Franklin’e ait olan bir söz Mevlana’ya ait gibi yazılmış, İlhan Berk’e ait olan bir şiir ise İbrahim Tenekeci tarafından yazılmış gibi göstermektedir. Bu aşamadaki bilgi kirliliği sadece eserin yanlış yazarlara atfedilmesinin dışında, bir yazarın hiç söylemediği bir sözü ona aitmiş gibi de gösterilmektedir. Herhangi bir yazının altında Mevlana, Yunus Emre, Can Yücel gibi isimlerin imzasını görmek hiçte şaşılacak bir durum değildir artık. Bazı paylaşımlarda ise eserin yazarının adı dahi yer almamaktadır. Sosyal ağlar bu anlamda bilgiye erişimi kolay kılan bir unsur olmakla birlikte, bilgi karmaşasına da sebep olabilmektedir.

Sonuç

İnternet ve mobil teknolojilerin gelişmesiyle birlikte sosyal ağlar gün içinde herhangi bir anda erişilebilir hale gelmiştir. Zaman ve mekân sınırlamasından sıyrılan sosyal ağların, toplumsal yaşam üzerinde etkisi ise yadsınamaz durumdadır. Sosyal ağların kullanımının yaygınlaşması kimlik unsuru üzerine de etki etmiş, bireyler kimliklerini sosyal ağlar aracılığıyla görünür kılama çabasına girmişlerdir. Bu aşamada kimlik var olan veya hayal edilenin sunumuyla sosyal ağlarda boy göstermiştir. “*Cameron Bailey online dünyada kimliklerin seçilip, oynandığını, değiştirildiğini veya verili olarak ele alındığını belirtirken, bu dünyanın katılımcı bireyinin kendisini ancak dil aracılığıyla ifade etmesinden ötürü kimlik kurgulamasının çok yönlü eylemesinden yararlanabileceğini öne sürer.*” (Akt. Baban, 2012: 75). Günümüzde en yaygın kullanım ağına sahip Facebook, kimlik sunumu üzerine önemli rol oynamaktadır. Bireyler bu mecra ile iletişim kurmanın yanı sıra fotoğraf, müzik, durum bildirim ve yer bildirim yapabilmekte, ilgi alanlarıyla ilgili paylaşımlara da bu yolla ulaşabilmektedir. Bailey’e göre bu paylaşımlarla “*birey seçici bir kurgu yapabilir ya da yalan söyleyebilir. Bu sebeple bireyler kendilerine göre bir kimlik biçebilir veya biçilmiş olan kimliklerden birini seçebilir*” (Akt. Baban, 2012: 75). Bu çalışmada Bailey’in sosyal medyada dil aracılığıyla sanal kimlik oluşturulduğuna dair iddiaları esas alınarak, Facebook üzerinden hazır edebi ifadelerin kopyalanıp sanal bir kimliğin inşasında nasıl kullanıldığı gösterilmeye çalışılmıştır.

Sosyal ağlar aracılığıyla edebiyatın, özellikle de şiirin kitleler tarafından popülerlik durumu “#şiirsokakta” gibi hastaglerle artmış görünmektedir. Bu ve benzeri hareketler edebiyatın popülerliğine katkı sağladığı düşüncesinin yanı sıra, edebiyatı sığlaştırdığı, niteliğini düşürdüğü eleştirileriyle tartışma unsuru haline gelmiştir. Facebook ekseninde yapılan bu çalışma, edebiyat üzerine sosyal ağlara getirilen eleştirileri doğrular mahiyette sonuçlanmıştır.

Yapılan görüşmelerde edebi paylaşımlar yapan bireylerin çoğunluğunun edebiyata ilgisinin sosyal medyada okumak ve paylaşmak düzeyinde kaldığı görülmektedir. Okuma alışkanlıkları olmayan bireyler, edebiyata olan ilgilerini sosyal ağlarda bulunan popüler beğeni sayfalarıyla sınırlandırmaktadırlar. Bu sayfalarda yapılan paylaşımları okumak ve paylaşmak düzeyinde kalan bu ilgi, eser okuma safhasına geçmek noktasında etkili olamamıştır. Tüm bireylerin edebiyatla, özellikle de şiirle çok ilgili olduğunu belirtmesi ve bu yönde paylaşım yapmalarına rağmen kitap okumamaları ve edebiyata olan ilgilerini bir adım ileri atmaya çabalamamaları, bu görüşü doğrular niteliktedir. Paylaşımların yapılmasında bireylerin edebiyatla ilgili olduğunu göstermeye çalışmasının yanında çoğu zaman mesaj kaygısı da taşımaktadır. Mesaj; bazen öfke veya kırgınlık ifade ederken, bazen mutluluk veya hüznün, bazen de sosyal içerikli tavsiye –mesaj- veya bilinçlendirme amaçlı olmaktadır. Bu paylaşımlar sayesinde hem görünürlüğün devam ettirilmesi, hem kişinin kimliğini sunması hem de dolaylı yoldan duygu ve düşüncelerinin ifadesi sağlanmaktadır. Bu üç eylemin en kolay ve bir arada yapılmasının yolu da “kopyala – yapıştır” edebiyatçılığından geçmektedir.

Kaynakça

- Altan, H. Z. (2015), “Sosyal Medyanın “Kullanımlar ve Doyumlar” Haritası: Youtube, Facebook ve Twitter”, *Sosyal Medya Araştırmaları 2*, (Der.) A. Büyükaslan ve A. M. Kırık, (77-117), Çizgi Yayınevi: Konya
- Arik, E. (2013), “Sosyal Medyada Mahremiyet Görünümleri”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1*, (Der.) A. Büyükaslan ve A. M. Kırık, (103-132), Çizgi Yayınevi: Konya
- Atik, A. (2015), “Alternatif Bir Haber Ortamı Olarak Sosyal Medyanın Manipülatif Yapısı”, İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter, (Der.) S.E. Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu, (259-281), Heretik Yayınları: Anakara
- Baban, E. (2012), “Mc Luhan ve Baudrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu”, *Sosyal Medya Akademi*, (Der.) T. Kara ve E. Özgen, (57-83), Beta Yayıncılık: İstanbul
- Binark, M. (2005), “İnternet’i ve/ya Bilgisayar Dolayımli İletim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları”, *İnternet, Toplum, Kültür*, (Der.) M.Binark ve B. Kılıçbay, (21-44), Dipnot Yayınlar: Ankara
- Bozkurt, A. (2015), “Sanalda “Konuşturulan” Edebiyat Yükselişte Ama..”, *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Kültürü Dergisi*, S. 174, Mart 2015, ss. 174-177
- Bulunmaz, B. (2013), “Postmodern Dünyanın Gerçeküstü Mekânları: Sosyal Paylaşım Siteleri”, *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-I: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*, (Der.) C. Bilgili ve G. Şener, (13-39), Beslenme Saati Kitapları: İstanbul
- Çakır, M. (2013), “Sosyal Medya ve Gösteri”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1*, (Der.) A. Büyükaslan ve A. M. Kırık, (11-68), Çizgi Yayınevi: Konya
- Erdal, C. (2013), “Sosyal Medya ve Paylaşım Kültürü”, *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-II: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*, (Der.) C. Bilgili ve G. Şener, (55-67), Beslenme Saati Kitapları: İstanbul
- Laughey, D. (2010), *Medya Çalışmaları - Teoriler ve Yaklaşımlar*, (A. Toprak Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları

- Oğuzhan, Ö. (2013), “Kendi Yanılsamasında Kendini İzlemek: Narsisizmin Mecrası Olarak Facebook”, *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-II: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*, (Der.) C. Bilgili ve G. Şener, (67-93), Beslenme Saati Kitapları: İstanbul
- Şener, G., Özkoçak, Y. (2013), “Sosyal Ağlarda Görünür Olmak: Facebook Fotoğraflarında Bireyin Kendisini Sunum Stratejileri”, *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-II: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*, (Der.) C. Bilgili ve G. Şener, (121-155), Beslenme Saati Kitapları: İstanbul
- Toprak A, Binark M, Yıldırım A, Aygül E, Börekçi S ve Çomu T. (2009) *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım!*, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Uğurlu, Ö. (2015), “Gerçek Olanın İkame Alanı Olarak Twitter: “Online Dünyada Yönetilen Algılar”, İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter, (Der.) S.E. Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu, (295-307), Heretik Yayınları: Ankara
- Gündüz, U, Pembecioğlu N. (2013), “Sosyal Medyanın Bilgi Tekrarına Geliştirilen Tepkiler”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1*, (Der.) A. Büyükaslan ve A. M. Kırık, (225-252), Çizgi Yayınevi: Konya