

BOLLUK ÇAĞINDA YAZARLIK

Muammer ztürk

- Matbaanın icadı ve ardından ilk kitabın basılması, medeniyet tarihinin en önemli kilometre taşlarından biri olarak kabul edilir. Matbaanın icadını insanlık için anlamlı kılan hiç şüphesiz insanların bilgiye erişimine getirdiği kolaylık olmuştur. İnsanlar için değer katacak bilgileri onlarla buluşturacak olan kitapların matbaa sayesinde hızlı ve bol miktarlarda basımı imkânlı hâle gelmiştir. Matbaanın icadını takip eden uzun yıllar süresince yaşanan teknolojik gelişmeler, artık insanların bilgiye erişimini hayranlık ve çoğu zaman da şaşkınlık verecek boyutlara taşımıştır. Bilginin dolaşım hızındaki artış yanında bilgiye erişimin oldukça kolaylaşmış olması, bilgi çağı gibi bir isimlendirmeye kaynaklık etmiştir. Bilgi çağı isimlendirmesi, âdeta insanların artık oldukça bilgili olduğu gibi bir kabulün beyanı gibidir. Dolayısıyla dijital baskı, internet yayıncılığı ve sosyal medya imkânlarının hız kesmeden geliştiği günümüzde, okumaya heveslilerin sayısında da benzer bir artış beklemek, doğal bir yaklaşım olacaktır. Ancak bugünün okuyucu sayısı ve kitap satış rakamlarının bu beklentiyi desteklediğini söylemek güçtür. Bugünkü imkânlarla neredeyse sınırsız konu çeşitliğinde kitap basılmaktadır. Gelişmiş baskı teknikleri sayesinde kitapçı raflarında bol sayıda kitap arzı endam etmektedir. Raflardaki kitap bolluğuna karşı nerdeyse bir okuyucu kıtlığı söz konusudur. Kitap satış rakamlarının ya da okuyucu sayısının istenilenden çok uzakta olduğuna dair kaygılar hiç eksik olmamaktadır. Edebiyat konulu kitap ya da dergiler için ise durum daha da düşündürücüdür. Kısacası, kitap satış rakamları ya da okuyucu sayısı asla baskı ve yayın teknolojisindeki gelişmelere paralel seyretmemektedir.

Günümüzün yetersiz kitap satış rakamları ile düşük okuyucu sayısı meselesinin sebeplerini teknolojik gelişmelerde aramak ise pek kabul edilebilir bir yaklaşım gibi durmamaktadır. Oysa Barry Schwartz'ı

Bolluk Paradoksu isimli kitabı yazmaya sevk eden, tam da böyle bir yaklaşımdır. Schwartz bu kitabında, günümüz insanının sayısız tercih karşısındaki açmazını ortaya koymak istemiştir. Bugünün dünyasında ürün ya da hizmetler konusunda neredeyse sınırsız bir çeşitlilik mevcuttur. Bu sınırsız çeşitlilik, kitaplar, dergiler ve her türden basılı yayın için de geçerlidir. Zira artan iletişim ve yayıncılık imkânları bir bolluk paradoksuna yol açmıştır. Bu da hangi kitabı veya yazıyı okumaları gerektiği konusunda insanları bir şaşkınlık içerisinde bırakmıştır. Bolluk çağında insan, tercih yapma noktasında bir açmaz yaşamaktadır. Oysa hayat, yalın bir anlatımla tercihler üzerinden yürür. Temel ihtiyaçlar için alışverişe gitmek bile insan için her açıdan bir tercihler işlemini gerekli kılar. Nelerin satın alınacağı, nereden satın alınacağı ve alışverişe hangi güzergâhtan gidileceğine dair konularda tercihler yapılmadan bir alışveriş gerçekleşemez. Dolayısıyla, tercih edilmesi gerekli olanı belirlemek, insan için kritik bir eylemdir. Ancak bugünün insanı, durmaksızın gelişen iletişim araçları ile üretilen yığınla bilginin adeta saldırısı altındadır. Bunca bilgi ya da mesaj bombardımanı karşısında insanın, asıl dikkat sarf etmesi gerekeni bulması oldukça zorlaşmıştır. Bu sebeple *Dikkat Ekonomisi* isimli kitabın yazarları Thomas H. Davenport ve John C. Beck, günümüzde asıl kit kaynağın insan dikkati olduğu gerçeğine işaret etmişlerdir. Bu hakikat, bugünün yazarlarını bir meydan okuma karşısında bırakmaktadır. Bugünün yazarları, yazılarını bolluk çağı gerçeklerine göre biçimlendirmelidirler. Bu görevin tercümesi şudur: Yazarlar, bugün benzerlerinden ayrılan, tüketilmemiş bir faydaya sahip metinler kaleme almak durumundadırlar. Kitap, hâlâ öğrenmenin en etkili, en yaygın vasıtalarından biridir. Dolayısıyla, sahici bir tecrübenin, yeni bir çözüm ya da fikrin ele alındığı metin ve kitaplar, bolluk çağında kendini öne çıkarabilmektedir. Bu tespiti destekleyecek bir örnek, Jack Welch'in anılarının kitaplaşma hikâyesidir. Mart 2020'de vefat eden Jack Welch, Amerika Birleşik Devletleri'nin *General Electric* isimli meşhur şirketinde önemli bir değişimi gerçekleştirmiş bir yöneticiydi. Jack Welch, *General Electric* şirketinin piyasa değerini 12 milyar dolardan 500 milyar dolara çıkarmak gibi ciddi başarıları imza atmıştı. Yayıncıların, Jack Welch'e, anılarını kitaplaştırması için avans olarak 7,1 milyon dolar gibi yüksek bir meblağ teklif ettiklerinden bahsedilir. Welch'in anılarının kitaplaşmasına yayıncıların gösterdiği bu heves, dikkat çekicidir. Heves, iyi bir sebebe dayanıyordu. Jack Welch'in yazacağı kitap, hiç şüphesiz, onun *General Electric* firmasında yöneticilik yaptığı 20 yıl süresince edindiği ve başarılarla dolu tecrübelerin kayıtlarını sunacaktı. Jack Welch'in tecrübesi, gıpta uyandıracak ve oldukça öğretici sıra dışı başarılarından oluşuyordu.

Metin, birinci elden gerçekleştirilmiş saha gözlemleri konu edildiğinde, hem yazıldığı dönemde hem de sonraki devirlerde de okunan, kaynak bir metin değeri kazanabilmektedir. Bir ülkenin geçmiş devirlerdeki sosyal ya da kültürel tasvirinin yapıldığı mektuplar, bu neviden metinlerdir. Ogier Ghiselan de Busbecq'in *Türk Mektupları* isimli eseri, esasen bir devrin sosyal, kültürel

ve hatta siyasi kayıtlarını sunan metinlerden oluşur. Busbecq, Kanuni Sultan Süleyman döneminde ve 1554-1562 yılları arasında Habsburg İmparatorluğu'nun özel elçisi olarak Osmanlı Devleti'nde bulunmuştu. Osmanlı ülkesinde bulunduğu 7 yıl zarfında Busbecq, birinci elden gözlemler gerçekleştirmiş ve gözlemlerinin neticelerini mektuplar şeklinde Viyana Sarayı'na göndermişti. Sahada gerçekleştirilen gözlemlere dayanan devrin Osmanlı kamu ve sosyal hayatına dair bilgilerinin aktarımı, Busbecq'in mektuplarını ayrıcalıklı metinler kılmıştır.

Çok bilinen, ağızdan ağıza dolaşan eski bir fıkrayı anlatarak insanları güldürmenin artık imkânı kalmamıştır. Türk toplumunda neredeyse her fırsatta anlatılan ve belki çoğu kez abartı unsurunu barındırsa da hep dinleyici bulan askerlik hatıraları, bu bakımdan düşündürücü bir örnektir. Askerlik hatıralarının cazibesi, anlatıcının her yerde yaşanma ihtimali olmayan sıra dışı hikâyesinde aranmalıdır. Bu hikâye, aynı duruma karşılaşmaları ihtimal dâhilinde olan dinleyiciler için merak uyandırıcıdır.

Kaynaklar

- Berger, Jonah, *Contagious -Bir Ürünü ya da Fikri Popüler Yapan Nedir?*, Çev.: Günseli Aksoy, Optimist Kitap, İstanbul 2014.
- Betz, Frederick, *Yönetim Stratejisi. Stratejik Yönetim ve Enformasyon Teknolojisi*, Çev.: Ümit Şensoy, TÜBİTAK Bilim Kitapları, Ankara 2010.
- Davenport, Thomas H. - John C. Beck, *Dikkat Ekonomisi. İş Dünyasının Yeni Değerini Anlamak*, Çev.: Sarper Diktaş, Starcom MediaVest Group (SMG) Türkiye, İstanbul 2009.
- Grutz, Jane Waldron, "The Busbecq Letters", *Aramco World*, 68/2, March/April: 24-31, 2015.
- Schwartz, Barry, *Bolluk Paradoksu: Çok seçenek özgürlük mü mutsuzluk mu?*, Çev.: Şeyda Odabaş, MediaCat Kitapları, İstanbul 2007.