

# Dilin İktisadı

Muammer ÖZTÜRK

Gilles Deleuz, *Müzakereler* isimli kitabında “*Biçem dilin iktisadıdır.*” diye bir ifadeye yer verir. ‘Dilin İktisadı’ tabiri tanım olarak, aslında yazılı ya da sözlü anlatımda özlü ifadede bulunma gerekliliğine işaret eden bir ilkedir. Bu gereklilik, sosyal medya modasının ya da sarmalının sokaktaki her insanı ‘yazar’ haline getirdiği dijital çağda daha da anlaşılır olmaktadır. Eline kalem alan, klavye başına geçen ya da tuşlara erişen neredeyse herkesin bir şeyler yazma konumu elde ettiği günümüzde, özlü yazmak, sıradanlığın ulaşmakta oldukça zorluk çekeceği bir yetkinliği gerektirmektedir. Zira sıradanlık, her şeyden biraz barındıran ama hiçbir ‘tek’ şeyde yetkin olamama maluliyetini doğuran bir ilgi dağınıklığı ile sevk ve idare edilir. Buna karşılık yazmak eylemine özellikle eğilen yazar ya da daha kuşatıcı bir tanımlamayla kalem erbabı, sınırları iyi tayin edilmiş bir alanda sürekli biriktirdiği emeklerin toplamı ile bir ustalık geliştirmiş kişidir. Bu ustalık, kalem erbabının kurduğu cümlenin ya da sarf ettiği ifadelerin sıradan olanlardan ayrılan özlü, ama çarpıcı ayrıcalığında kendini belirgin eder. Sosyal medya gibi yığınsal iletişim mecralarının ‘kolay erişilebilir’ baştan çıkarıcılığı ile kendini bir şeyler yazan sınıfa dâhil olmuş sayan kitlelerin ürettiği yığınsal sözler karşısında, özlü ve ince üslup ürünü yazı ve ifadeler kalem erbaplarının rekabet kabul etmez araçları, hatta adeta silahları olmaktadır. İşte, klasik metinlerde yer etmiş olan “*efradını cami, ağyarını mani*” özlü deyimini, mana olarak aslında “*Biçem dilin iktisadıdır.*” sözü ile kast edilen mananın bu coğrafyadaki karşılığıdır. Özetle, yazı adamının görevi, çokça metin üretmek değildir. Onun asıl vazifesi, yığınsal metin ya da laflardan ayrılan, tabir yerindeyse 24 ayar metinler ortaya koymaktır. Yazı adamı, uzun ve odaklı emeklerin ürünü olan eserleriyle üyesi olduğu toplumunun beğeni düzeyini yığınsal nesnelere daha çok emek yoğun ürünlere yöneltmiş olacaktır.

Günümüzün çok çeşitlenmiş ve sosyal medya ya da cep telefonu gibi sıradanlaşmış iletişim araçlarının yoğun yazı/mesaj bombardımanı karşısında en kıt, en az bulanabilen kaynağın insan dikkati olduğu yönünde ciddi tartışmalar yapılmaktadır. Öyle ki ‘dikkat ekonomisi’ [*attention economy*] diye bir araştırma sahası ortaya çıkmış durumdadır. Thomas H. Davenport ve John C. Beck tarafından bu başlıkta kaleme alınmış “*The Attention Economy*” (*Dikkat Ekonomisi*) isimli müstakil bir çalışma mevcuttur. Çok çeşitli iletişim mecralarından insan kitlelerinin zihinlerine yönelen yoğun mesaj trafiği karşısında insan dikkatini yakalayabilecek özlü ifade ve metin sanatı geliştirmek adeta bir zorunluluk halini almıştır. İş dünyasında dahi, yoğun reklâm, mesaj ve enformasyon ile dikkatleri kuşatılmış olan insanların dikkatlerini kendi firmalarının mesajlarına çekebilmek için özlü yazma ve özlü söylemenin gerekliliğini dikkatlere sunan teknikler

tavsiye edilmektedir. Buna bağlı olarak ‘ifade tasarrufu’ gibi ekonomi ilminin, iktisat ilminin ilkelerinin yazı yazma ve söz söyleme işlemlerine de uygulanmasını esas alan yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. İş yönetimi sahasının en saygın uluslararası dergilerinden olan *Harvard Business Review*’de iş dünyasında özlü yazmanın önemi ve tekniklerine yönelik Swift imzasıyla “*Clear writing means clear thinking means...*” (Swift, 1973) başlıklı bu konunun klasiklerinden sayılan bir makale yayımlanmıştır. İnsan dikkatinin giderek daha da az bulunur kıt kaynak olduğu günümüzde iyi formüle edilmiş yalın cümlelerin kurulması artık neredeyse bir zorunluluk ve en etkili yetkinlik halini almıştır. Öyle ki reklam spotlarının dahi iyi kurgulanmış özlü cümlelerle inşa edildiği bir ifade yarışı söz konusudur. İnsan dikkatini ilk önce çekebilen reklam cümlesi, yarışı kazanabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, duru ve yalın ifadelerin yazılması da sıradan bir reklam cümlesinin ötesinde bir yetkinlik ve odaklanma yatırımı gerektirmektedir. Odaklanma yatırımının sağladığı yoğun konu hâkimiyeti, belli bir konuda söylenebilecek en özlü ifadenin inşasına imkân verecek zihinsel sermayeyi temin etmektedir. Bu da her şeye ilgi kabartan genel ilginin oldukça zorlanacağı özel bir yetkinlik durumu meydana getirmektedir.

Yalın ifadeler geliştirme becerisi, bir anlamda insanların doğrudan dikkatini çekecek sade ve belki basit kelimeleri bulma yetkinliği demektir. Ancak insanların dikkatini çekecek ve zihinlerde kalıcı etki bırakacak sade ve basit kelimelerin bulunması, titiz bir seçim işlemi gerektirmektedir. Verilmek istenen manayı asla kaybettirmeyecek ayırıcı yalınlıktaki kelimeler, ‘*ince eleyip sık dokuma*’ işlemi sonucu elde edilmiş olur. Böylelikle bu sıra dışı yalınlıktaki kelimelerle örülen anlatımlar, genel basitliğin ötesinde bir derinlik durumu sunarlar. Belki Leonardo da Vinci’ye atfedilen “*Basitlik en ileri karmaşıklıktır*” sözünün vermek istediği mesaj, tam da budur. Yalınlıktaki karmaşıklık, kelimelerin ilk eldeki basitliğinin ötesinde sıkı örülmüş bir matematiğe dayanır. Kelimelerin görsel basitliğinin arkasındaki titiz matematik, kendini kelimelerin seçimi ve sıralanışı ile belli eder. Kelimelerdeki görsel yalınlık ile geniş bir anlamın verilebilmesi, verilebilmiş olması ise muhakkak ki görmezlikten gelinemeyecek olan titiz bir matematiğin en açık delilidir. Yazılı ifadelerdeki bu yalınlık seviyesi, tıpkı saf bir suyun görüntüsü ne kadar şeffaf ise, sahip olduğu mineral değerinin de o nispette yüksek olması durumuna benzetilebilir. Hemingway’e atfedilen “*for sale, baby shoes, never worn*” (*satılık, bebek patikleri, hiç giyilmemiş*) şeklindeki kısa ve basit anlatım cümlesine derin bir mananın sığdırılabileceği görülmüştür.

Vurgulandığı üzere zamanla yarışılan ve rekabetin çetin yaşandığı iş dünyasında dahi özlü metinler, kısa mesajlar üreterek mesajı, yani manayı daha çarpıcı biçimde hedef kitle olan müşteri ile buluşturmak yönünde ciddi bir eğilim mevcuttur. Bu gelişme karşısında edebiyatın imkânlarını yeniden düşünmek icap etmektedir. Edebiyat, bugünün yoğun sıradan yazı ve söz trafiğini amatör kılacak çarpıcılıkta metin ve söz üretme yeteneğini yeniden keskinleştirerek insan faydasına yönelik sorumluluk ve hizmetini yerine getirebilecektir. Öncelikle sözde inceliği ve ardından tutum ve davranışlarda edebi esas alan insan ferdi, özlü ve kıvamlı metinler vasıtasıyla geliştireceği

ince, hassas tutumuyla yığınsal mecralardaki süfli ve derinliksiz yazı kalabalığından sıyrılabilecektir. Vermek istediği mesaj ile hedef kitlesi olan insan gruplarında ikna neticesini temin edebilen yazılı ya da sözlü mesajlara daha bir dikkatle bakıldığında, onların özlü surette biçimlendirilmiş, şiir mısraı gibi sıkı örülmüş oldukları görülecektir. Klasik diye tabir edilen sınıftaki eserler, sıkı fikir işçiliği ürünü oldukları için zaman ötesi kalıcılık elde etmişlerdir. Sanatsal yaratış eyleminin gizemi, aslında vücuda getirdiği eserlerin yüksek edebi kıvamında gizlidir. Bu edebi kıvam, ancak kesinti kabul etmez biçimde belirgin bir konuya yapılan uzun süreli emek yatırımının neticesinde ortaya konabilmektedir. Stefan Zweig, *Dünün Dünyası* isimli eserinde sanatsal yaratının sırrının yazarda gizli olduğuna vurgu bu yapar. Zweig, sanatsal yaratının yazarda saklı derin bir sır olduğunu söylerken aslında eser vücuda getirme yeteneği ile kalem erbabı olmanın sıradanlığın erişemeyeceği bir yetenek gerektirdiğini de söylemiş olur. Sanatsal yaratış eyleminin gizeminin, erişilmez derinliğinin en güzel ifadelerinden biri, Stefan Zweig’in şu cümlesinde dile gelir:

“*Dünyada çözülmemiş sayısız bilmecelerden en derini ve esrarlısı, yaratmanın anlaşılmağıdır. Zira tabiat bu konuda hiçbir kulak verişe razı gelmez; sanatın bu en son yakalayış anını, yeryüzünün nasıl meydana geldiğinde, küçük bir çiçeğin nasıl vücut bulduğunda ve bir insanın şiirlerini nasıl ortaya getirdiğinde olduğu gibi, hiç göstermez. Tabiat bu anda acımasızca ve yanına yaklaştırmazlıkla bir tül örtüye sarılır, sınımsız. Hatta şairin ve müzikçinin kendisi de, o esin anını sonradan anlatamaz (...)*” (Zweig, 1992: 431)

Teknolojinin sağladığı imkânlarla bağılı olarak insanların yazı ile irtibatının oransal olarak arttığı bugünün karmaşık iletişim dünyasında, Mevlana’nın *Mesnevi* isimli eseri gibi özlü ve çarpıcı ifadeleri barındıran eserleri vücuda getirebilme sırrına hâlâ erişilememiştir. Oysa Mevlana ya da Sadi-yi Şirazi, eserlerini birçok teknik imkânsızlığın olduğu şartlarda yazmışlardı. Klasik eserler sınıfında metinler vücuda getirmiş büyük kalem erbapları, bugünün teknik şartlarının asla sağlayamayacağı sanatsal yaratının sırrına vakıf olma gibi bir ayrıcalık sahibiydiler. İnsan dikkatinin en kıt kaynak haline geldiği teknolojik iletişim çağında kısa yazma sanatının önemine ve ayrıcalığına vurgu yapma amaçlı bu yazının bitiş cümlesi olarak en iyi tercih, “*Veritas simplex oratio est*”, yani ‘hakikatın dili yalıdır’ cümlesi olacaktır.

## Kaynakça

- Johnson, Christopher (2013), *Mikrotarz. Kısa Yazma Sanatı*, Çeviren: Haluk Mesci, İstanbul: Starcom MediaVest Group Turkey.
- Deleuze, Gilles (2007), *Müzakereler*, Çeviren: İnci Uysal, İstanbul: Norgunk Yayınları.
- Luecke, Richard (2007), *İş Dünyasında İletişim*, Çeviren: Ümit Şensoy, İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Luecke, Richard (2007), *Güç, Etki ve İkna*, Çeviren: Ümit Şensoy, İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Swift, Marvin H. (1973), “Clear writing means clear thinking means...”, *Harvard Business Review*, January-February, 51/I: 59-62.
- Zweig, Stefan (1992), *Dünün Dünyası*, Çeviren: Burhan Arpad, Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.