

SELFIE’NİN KİNESTETİK VAATLERİ*Volkan YÜCEL¹**ÖZ**

‘Portre’ görüntü tarihinde kendine has bir tür olarak belirmiştir. Portre kendini tasvir değil, ortamdaki kendini ayırmak üzere çerçevelemektir. Akıllı telefonların bir özelliği olarak gelişen selfie; bu çerçeveleme hareketine daha dinamik bir performans katmıştır. Bu süreç ayrıca; ‘kendimi çekme eylemini de çeken bir kendimi gösteren beni gör’ eylemine dönüşmektedir. Selfie bir starın performans alanı ya da bir sporunun işini performans alanı, kabiliyetini ya da gücünü sergileme alanı olarak kullanabilmektedir. Bu açılarından bakıldığında bu çalışmanın hipotezi selfie’nin kinestetik bir sınırı ve vaadi olup olmadığını saptamaktır. Yöntem olarak fotoğraf teorisi çalışmalarına yönelik bir görsel analiz (kompozisyon ve yansıma) kullanılmıştır. Selfie’nin türsel olarak yavaş yavaş pedagojik, holografik, ailevi ya da hikâyesel formlara dönüşmesi (tasvir gücündeki yenilikler), bu modern ‘jenerik kimliğin’ yeni bir kinestetik sunabileceği göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Selfie, jenerik kimlik, kinestetik, görüntü teorisi, teknoloji

KINESTHETIC POTENTIALS OF SELFIE**ABSTRACT**

The portrait has emerged as a distinctive genre in the history of photography. A portrait is not to depict himself, but rather to surround himself to separate from the medium. Selfie evolved as a feature of smartphones has added a more dynamic performance to the casing of photography. This process is also an activity of ‘see me, which shows myself as a self-drawing act’. Selfie can be used as a star’s performance or a competitor’s work performance, ability or power display. From these angles, hypothesis of this study, defined within the framework of visual analysis in photography theory (composition and reflection), is whether or not there are some kinesthetic constraints and possible promises of the selfie. This modern ‘generic identity’ (selfie) gradually develop into a pedagogical, holographic, familial, or narrative form (innovations in the depiction) to offer a new kinesthetics.

Keywords: Selfie, generic identity, kinesthetic, image theory, technology

Giriş

Teknolojinin, en hızlı biçimde ulaşım ve iletişimde geliştiği, yaygınlaştığı ve kişiselleştiği söylenebilir. Teknolojik iletişim platformlarının kültürel alanı altüst ettiği ve sosyal ağlar üzerinden etkileşen, ‘ağ’laşan ve sanal dünyayla gerçeğin sınırlarının artık pek de ayırt edilemediği kimlikler edinen kullanıcılar yarattığı bilinmektedir. Bu alandaki dönüşümler pek çok film, dizi ve kitaba konu olduğu gibi (örn. Mr. Robot, 2015-);

yeni ünlüler, yeni yazarlar, yeni fenomenler, yeni akım (Vine, Snapchat, Periscope vb.), yeni kavram ve tartışma alanları da doğurmuştur.

Sosyal medya, sanal ağ, avatar ve selfie gibi kavramlar ya da başlı başına bir bölüm ve çalışma alanı haline gelen Yeni Medya gibi alanlar sosyal yapıyı, kurumları ve toplumu etkilemekte, yeni çalışma, meslek ve ilgi grupları doğurmaktadır. Görüntü teknolojisi ve kendini ifade etmenin birer kanalı olarak Instagram ve Snapchat gibi uygulamalar, akıllı telefonların ortaya çıkmasıyla birer işlek ağlaşma platformları haline gelmiştir. Kullanıcılar sadece sözcüklerini, cümlelerini ve fotoğraflarını değil kendini ifade etmenin bir biçimi olarak kendi görüntülerini, sunum ve hikâyelerini de ağ-platformlara yüklemişlerdir.

2010'larda ortaya çıkan en önemli akımlardan biri selfie'dir ('kendi ken'dine-çekim). Selfie; kendi imajını oluşturmak ve bunu sosyal medya ortamına yüklemektir (Peharec, 2015: 128) (ağlamaktır). Selfie tarihinin, her ne kadar otoportreye hatta gişiflerle geriye götürülmesi mümkünse de, selfie'nin asıl tanım farkı, ağlaşılması ve paylaşılmak üzere dağıtılması ve dolaşıma girmesidir.



Figüre 1: Kangji Petroglifleri 4.000 Yıl Önce **

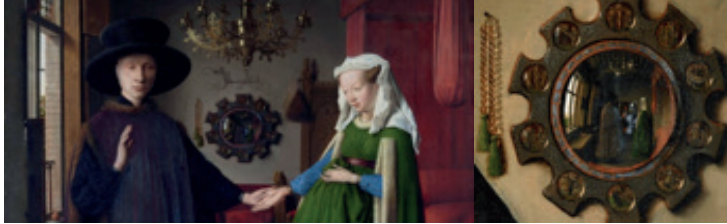
Bu çalışmanın hipotezi selfie'nin kinestetik bir sınırı ve vaadi olup, olmadığını, onun bir yeni görsel ve mesleki iletişim için kullanılıp kullanılmadığı saptamaktır. Çalışmada yöntem olarak fotoğraf teorisi dâhilindeki kompozisyon ve yansıma gibi kavramlardan hareketle görsel analiz yapılacaktır. Sosyal ve dijital medya araştırmalarında, paylaşım aracının çok boyutlu olması nedeniyle geleneksel yöntemler zayıf kalabilmektedir. Öz-çekimcilerin aşırı hızlı, senkron, bazen çapraz medyalar içeren, takas ya da alış-verişe dayalı, görsel, sesli, yazılı paylaşımları sosyal platformların analizini zorlaştırmaktadır. Bu yüzden de görüntülerin tarihsel süreçte kazandığı kullanımlar ve anlam üzerine yapılaşmış kuramsal kapsam kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan görseller her gün milyonlarca görselin paylaşıldığı platformlarda, en popüler olanlardır. Görsellerin toplanma aşamasında Facebook, Twitter ve Instagram gibi kanallar hakkındaki haberler, sitelerin kendi iç parametreleri (like, mention, eleştiri vb.) ve fotoğraf yarışmaları dikkate alınmıştır.

sitelerin kendi iç parametreleri incelenirken, selfie'nin kullanım ve anlamları için bizzat gözlemler yapılmış ve tüm yorumlar ya da karşı-görsel/yazı kullanılarak verilmiş yanıtlar okunmuştur. Seçilen fotoğrafların sanatsal, teknolojik anlamları ve sonunda da sosyal platformlarda kullanılmalarıyla ortaya çıkan değişen fotoğraf anlayışı incelenmiştir.

2. Selfie'den Önce

Görüntü ve çizim tarihinde Hıristiyan Ortaçağ'ında imgenin seyriyle ilişkili bazı değişimler yaşanmıştır. Perspektif öncesi dönemde Hz. İsa resimleri tam olarak bakanına dönükken, Ortaçağ'ın ikinci dönemiyle birlikte İsa'nın görüntüsü açıldır ve bakanı bir metnin ve kurgunun içine düşürür. Yine ressam Van Eyck, Arnolfini'nin Evliliği (The Bethrotal of Arnolfini) (1434) adlı tablosunda kendisini ve performans eylemini resmin içine gömmüştür. Benzer biçimde Diego Velázquez'in 200 yıl kadar sonra yaptığı çalışması Nedimeler (Las Meninas)'taki (1656) temsil karmaşası, M. Foucault'un Kelimeler ve Şeyler (1979) çalışması için kilit noktadır. Foucault bu resmin; görüntü, nesne, resmi yapılan, resmi yapan ve resme bakan gibi çeşitli karmaşalar doğurduğunu ve bunun tam da modern öznenin ontolojisindeki boşlukla örtüşüğünü söyler.



Resim 1: Van Eyck, Arnolfini'nin Evliliği (1434)***



Resim 2: Diego Velázquez, Nedimeler, (1656)****

Selfie de benzer bir temsil krizine ve narsisistik eğilimlere işaret etmektedir. Narsisizmin, kültürel bağlamda tüketimi nitelemek için ilk kullanımı 70'lerdedir (Lasch, 2006). 'Kendi ken'dini çeken özne bir türlü kendisini görüntünün içinde sabitleyememektedir. Bu yüzden kendisini çekmeye devam etmektedir.

*** Bkz. "Arnolfini Düğünü", <http://sanatabasla.blogspot.com.tr/2012/07/arnolfini-dugunu-arnolfini-wedding-van.html>, Erişim Tarihi: 28.05.2017.

**** Bkz. "Nedimeler", <http://sanatabasla.blogspot.com.tr/2012/07/nedimeler-las-meninas-velazquez.html>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

Bu, modernitenin öznelerle yaşattığı bir ikilemdir. Aynı zamanda selfie'yi otoportreden de ayıran kısım budur. Otoportrelere baktığımızda; otoportresi yapılan kişi ve ona bakan belirlidir. Nedimeler gibi eserlerle devam eden süreçte resme baktığımızda kimin resmi yapılıyor, bakan nereye bakmalı, ressam var mı yok mu ya da nerede gibi sorular ortaya çıkarak, eser ve bakan ilişkisi bozulmuştur. Selfie'deyse bu ikili ilişki yeniden birleşmiştir. Modernite, hatta postmodernite yaşam, sosyallik ve mimari gibi kültürel ürünlerle ilişkili olmak kadar, temsil alanındaki krizlerin de belirtisidir.



Fotoğraf 1 ve 2: Van Gogh* ve M. C. Escher'in Otoportreleri**

Otoportre, çok fazla ressamı etkileyen bir akımdır (Keltok, 2016: 101-130). Otoportre antik bir gelenek olarak, bir sergi dolusu eser verebilecek kadar yoğun ve uzun süre yapılmıştır.*** Fotoğraf ortaya ilk çıktığında, görüntünün odağında hareketli nesnelere ve varlıklar yoktur. Daha çok durağan nesnelere, manzara ya da kişiler vardır. Ne zaman ki hareketli nesnelere ya da varlıkların peşine düşülmüştür, işte o zaman sinema teknolojisi doğmuştur. Fotoğrafın hareketi taklit üzere kullanılması öykülemede devrimsel bir nitelik taşır.



Fotoğraf 3: R. Cornelius'un Selfie'si (1839)****

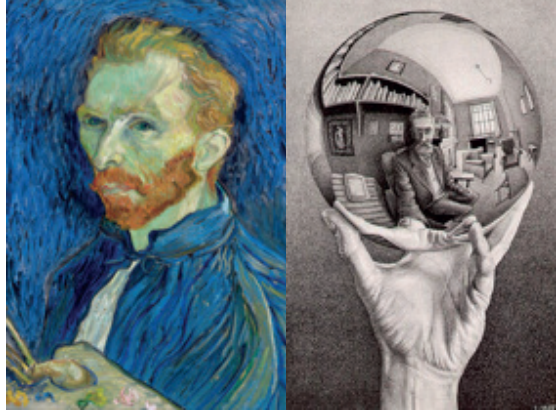
* Bkz. "Van Gogh's Self-Portraits", <http://www.nga.gov/content/ngaweb/education/teachers/lessons-activities/self-portraits/van-gogh.html>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

** Bkz. "Hand with Reflecting Sphere", https://www.wikiwand.com/en/Hand_with_Reflecting_Sphere, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

*** Bkz. "The Selfie Exhibit at the Mauritshuis Museum in The Hague on Oct. 7, 2015", <http://mashable.com/2015/10/07/dutch-selfie-s-museum-exhibit/#rNqgXSo5akq8>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

**** Bkz. "Daguerreotype", <https://www.wikiwand.com/en/Daguerreotype>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

Bu, modernitenin öznelerle yaşattığı bir ikilemdir. Aynı zamanda selfie'yi otoportreden de ayıran kısım budur. Otoportrelere baktığımızda; otoportresi yapılan kişi ve ona bakan belirlidir. Nedimeler gibi eserlerle devam eden süreçte resme baktığımızda kimin resmi yapılıyor, bakan nereye bakmalı, ressam var mı yok mu ya da nerede gibi sorular ortaya çıkarak, eser ve bakan ilişkisi bozulmuştur. Selfie'deyse bu ikili ilişki yeniden birleşmiştir. Modernite, hatta postmodernite yaşam, sosyallik ve mimari gibi kültürel ürünlerle ilişkili olmak kadar, temsil alanındaki krizlerin de belirtisidir.



Fotoğraf 1 ve 2: Van Gogh* ve M. C. Escher'in Otoportreleri**

Otoportre, çok fazla ressamı etkileyen bir akımdır (Ketek, 2016: 101-130). Otoportre antik bir gelenek olarak, bir sergi dolusu eser verebilecek kadar yoğun ve uzun süre yapılmıştır.*** Fotoğraf ortaya ilk çıktığında, görüntünün odağında hareketli nesnelere ve varlıklar yoktur. Daha çok durağan nesnelere, manzara ya da kişiler vardır. Ne zaman ki hareketli nesnelere ya da varlıkların peşine düşülmüştür, işte o zaman sinema teknolojisi doğmuştur. Fotoğrafın hareketi taklit etmeye kullanılması öykülemede devrimsel bir nitelik taşır.



Fotoğraf 3: R. Cornelius'un Selfie'si (1839)****

* Bkz. "Van Gogh's Self-Portraits", <http://www.nga.gov/content/ngaweb/education/teachers/lessons-activities/self-portraits/van-gogh.html>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

** Bkz. "Hand with Reflecting Sphere", https://www.wikiwand.com/en/Hand_with_Reflecting_Sphere, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

*** Bkz. "The Selfie Exhibit at the Mauritshuis Museum in The Hague on Oct. 7, 2015", <http://mashable.com/2015/10/07/dutch-selfie-s-museum-exhibit/#rNqgXSo5akq8>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

**** Bkz. "Daguerreotype", <https://www.wikiwand.com/en/Daguerreotype>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.



Fotoğraf 4: İtalyan Kontes Virginia Oldoini (1894)*

Fotoğraf tarihinde ilk selfie, R. Cornelius'un kendisini çerçevede tam ortalamadığı görüntüsüdür. 1894'teyse çok ilginç bir biçimde İtalyan Kontes Virginia Oldoini'nin çektiği bir feetie (ayak çekimi) mevcuttur. Narsistik kişilikler her ne kadar kuramsal olarak ele alındığında olumsuzlansa da tarihimizdeki birçok yenilik ve keşfi narsistik insanlara ve onların mükemmellik takıntılarına borçluyuz. Olumlu narsistler her konuda beklenti ve verimlilik eşğini yukarıya çekebilmişlerdir. Örneğin, iyi mimari yapılar, sanat eserleri ya da iyi filmler gibi... Bu yüzden narsistik örneği ve onun selfie'ye akseden taşkınlığından bahsederken bir epidemiden bahsediyormuş gibi olmamak için dikkatli düşünmek gerekebilir. Narsistler kendilerine neyin yakışacağını arar ve çoğunlukla da bulamazken ilgilendikleri konuyla ilişkili kriterleri zorlar ve yukarı çekerler.



Fotoğraf 5: Sanatçı Paul McCartney (1959)**

* Bkz. "Countess di Castiglione", <http://mashable.com/2016/05/03/virginia-oldoini/#rNqgXS05akq8>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

** Bkz. "Genelkurmay Başkanı Colin Powell kişisel Facebook sayfası",

<https://www.facebook.com/GenPowell/photos/a.210366711718.163108.128391476718/10152374345541719/?type=1&theater>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

Fotoğraf makinesi alacak kadar parası olan hemen herkesin, özellikle sanatçılar ve politikacıların, 1940lar, 50'ler ve 60'larda kendi kendilerini, birçok kez de aynadaki görüntülerini çekmeyi denemişlerdir. Örneğin politikacı Colin Powell, yıllar önce selfie çekmiş olduğunu söyleyerek 'Facebook Halkı'yla dalga geçmiştir.



Fotoğraf 6: ABD Genelkurmay Başkanı Colin Powell (1954)***

“Facebook’tan 60 yıl önce ben kendi selfielerimi çekiyordum”.

3. Selfie'nin Gelişimi

Ne olmuştur da selfie gibi antik ve çok sık kullanılan görsel bir gelenek, bu kez dijital olarak tekraren popüler hale gelmiştir?**** Selfie aslında yeni bir tür fotoğraftır (Tifentale, 2015). Selfie kavramı ilk kez J. Krause tarafından tartışılmıştır (Krause, 2005: 148). Olgunun yeniden popülerleşmesinin bir nedeni yeni bir kinestetik form sunmasıdır. Kinesis (hareket) ve estetik gibi iki öge selfie’de birleşmektedir. Estetik fotoğrafın içinden gelirken, kinetik fotoğrafın dışından gelmektedir. Görüntü estetik olmadığına bile ‘beğeni (like)’ sayısındaki artış popüler bir sayaca dönüşebilmektedir. Fakat kinesis selfie’ nin içinde değil; tam da Oxford sözlüğün tanımladığı gibi***** ağlaşılmada; yeni görüntünün ağa yayılması ve yüklenmesindedir. Bu eylem bir teşhir ve dikiz ortamı sunmaktadır (Uzundumlu, 2015: 125).

Kinesis, öznelere ağından gelen bir enerji ve dinamiğe sahiptir; eğer o ağda yoksa varlık olarak da namevutsundur. “Estetiğin” hareketli hale gelmesiye (komik ya da absürt tutumlar hariç) paylaşılan selfie’ nin sevilmesi ya da yeniden paylaşılmasından ileri gelmektedir. 2000’ler ve 2010’larda bir fotoğraf, yazı, yorum ya da görüntü paylaşım özelliği olmayan hiçbir sosyal site tutmamıştır. Yeni medya, konvansiyonel medyadan farklı olarak dijital kodlama sistemiyle oluşan, iletişim sürecinde yoğun kapasiteli ve karşılıklı etkileşimin artarak oluşan araçlardır (Binark vd., 2007: 5).

*** Bkz. “Genelkurmay Başkanı Colin Powell kişisel Facebook sayfası”,

<https://www.facebook.com/GenPowell/photos/a.210366711718.163108.128391476718/1015237434541719/?type=1&theater>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

**** Bkz. “Daguerreotype”, <https://www.wikiwand.com/en/Daguerreotype>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

***** Bkz. “Selfie”, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

Dines'e göre (2010) kendimize ait görüntülerin yayılması 90'lı ve 2000'li yıllarda internette yayılan pornografik öğeler ve paylaşımların etkisiyle çoğalmıştır.* Kişiler jeste ve jeneriğe dayalı bir kimlik üretirken aslında daha önce tükettiği görüntüleri bir şekilde taklit etmiş ve selfie'nin yükselişinde bu tutum etkili olmuştur. Beden ve bedenin görüntüsüne ait sosyal tüketim, yaşantı ve akımlar, bir süre sonra kişinin dünyaya bakışını, ne olduğunu ve kendini nasıl temsil etmesi gerektiğini tanımlar hale gelebilmektedir. Cruz ve Meyer, fotoğraf ve görüntü teknolojisi içinde selfie'yi özellikle akıllı telefonların 2007'den sonra ortaya çıkması ve görüntünün paylaşılması durumunu fotoğraf açısından bir 'beşinci an' olarak tanımlamıştır (Cruz ve Meyer, 2012).

Selfie'nin olumlu ve olumsuz pek çok yanı vardır. Ünlüler için hayranlarıyla ilişki kurmanın bir türü olan birlikte selfie, aşırı talep yüzünden Justin Bieber gibi starları bu eylem için para talep etmeye sürüklemiştir (2.000 \$).** Konser çıkışında ve en kötü halde hayranlarıyla iç içe geçmek, bir açıdan da bir PR çalışmasıdır. Selfie çekenlerin bir kısmı, bu eylemi saygısızlık ve aşağılama için de kullanabilmektedir. Örneğin Almanya'daki Soykırım Anıtı gibi bir hafıza mekânında çekilmiş bir hayli saygısız ve o yeri küçümseyici selfie vardır (Marcus, 2014). Uçak kaçırılmak gibi eylemlere girişmiş kişilerle ya da herhangi bir suç mahallini belgeleme amaçlı selfie çekmek gibi olaylar da meydana gelebilmektedir. Özellikle Twitter'ın ortaya çıkışıyla gazete ya da televizyondan önce olaylara şahit olanların attıkları twit'lerle haber akış ve alma biçimlerini değiştirmiştir. Bir bütün olarak paylaşım siteleri haber bültenlerinin ya da istenen herhangi bir temaya ilişkin en güncel bilgilerin edinildiği bir ortamdır. Tehlikeli ve acil olaylarda selfie sadece insanları değil, hayvanları da tehlikeye sürüklemektedir. Örneğin Arjantin'de karaya vuran yunusla selfie çekilmek isteyen onlarca kişi onu öldürmüştür.***

Selfie'nin bir başka özelliği de kişinin kendine güvensizliklerini sergileyebilmesidir. Örneğin J. Bieber bile bir selfie'sinde James Dean'i taklit etmektedir (Keating, 2014). Bieber'ın tek bir selfie'si milyonlarca 'like' olsa da, başkasının pozuna girerek yeniden selfie çekmek ihtiyacı duymuştur. Benzer biçimde Beyoncé bir Avrupa turnesi sırasında gezdiği müzelerin çok değerli sanat eserlerini küçümsemek için, onların fotoğraflarını çekmek yerine, kendisini görüntülere monte eden selfie'ler çekmiştir. Bu tutumu pek çok tepki olsa da, beğenenlerin sayısı da yüz binlercedir.



Fotoğraf 7 ve 8: Beyoncé Müzelerdeki Eserlerle Dalga Geçiyor****

* Bkz. "Pornland: How Porn Has Hijacked Our Sexuality",

<http://europe.newsweek.com/pornland-how-porn-has-hijacked-our-sexuality-215368?m=eu>, Erişim Tarihi: 30.05.2017.

** Bkz. "Justin Bieber is Charging \$2,000 for a Selfie on His Purpose Tour: Would You Pay?",

<http://www.usmagazine.com/celebrity-news/news/justin-biebers-2000-purpose-experience-is-it-worth-it-w157842>, Erişim Tarihi: 27.05.2017.

*** Bkz. "Dolphin Dies Being Passed Around for Selfies", <http://news.sky.com/story/dolphin-dies-being-passed-around-for-selfies-10171630>, Erişim Tarihi: 25.05.2017.

**** Bkz. "Beyoncé: Most Irritating Selfie's of All Time", <http://www.telegraph.co.uk/news/celebritynews/11159162/Beyonce-most-irritating-selfie-s-of-all-time.html>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

Akıllı telefonların 2000'lerde var oluşundan önce 80'ler ve 90'lar boyunca fotokopi makineleri fazlasıyla gözdedir. 2002'de İngiltere'de yapılan bir araştırmaya göre ofis çalışanlarının en az %4'ü fotokopi makinasını bir vücut parçasının görüntüsünü elde etmek için kullanmıştır.* Selfie sadece yüzün karakterize edilmesini gerektiren bir görüntü değildir. İnsanlar vücut parçalarının, hatta kıyafetlerinin görüntüsü üzerinden 'iş' kurabilmektedir.

Bir astronotun ya da pilotun gökyüzündeki iş performansından normal şartlarda kimsenin haberi yoktur. Ancak pek çok profesyonel bu zor görevini bir de selfie çekerek ikiye katlamak ister. Spor performansları ya da yüksek yapıların tepesindeki kimi gösteri amaçlı çekimler de yine aynı amacı taşımaktadır. Kolun bir uzantı olarak görüntünün içine kendini çeken olarak girmesi ve en tehlikeli sporlarda bile kullanılması, belgeleme amacı taşımaktadır. Bu uğurda düzenlenen selfie olimpiyatları da vardır. İnsanların kendi vücut ve esneklik kabiliyetleri arttırması kadar, bu yönlerini kendi elleriyle sergilemeleri de ödüllendirilebilmektedir. Bu konuda kimi performans yarışmaları düzenlenmektedir

Selfie'nin denemelere konu olması dışında kimi türsel farklılaşmaları da söz konusudur. Sadece Instagram'dan alınan görüntüler değil, 3 boyutlu ve holografik selfie'ler de üretilmeye başlanmıştır. Amazon.com yakın bir zamanda selfie ile ödeme yapılmasını sağlamak istemektedir.** Kredi kartı gerekmeden selfie çekerek ödeme yapılabilecektir.

4. Kompozisyon ve Yansıma

Görsel kompozisyon bir fotoğraf alanındaki unsurların düzenlenişine ve onların izleyicinin konumuna yönlendirilmesine değindir. Analog ya da dijital dönüşümlerde ortak kalan en önemli özellik; çekimci ve çekilen arasındaki mekânsal ayırımıdır. Kompozisyonda bir plan üretilir ve seyirci de bunu hep kabullenmiştir. Resimde eski bir portrecilik geçmişi söz konusu olsa da, klasik ilkedeki fotoğraf çekmek demek, kural olarak içeride olmamak demektir.

Fotoğrafın bu arka planı çizgisel bir bakış ve odaklanma sağlar. Çekimci mekânı mümkün olduğunca boşaltmak ister. Klasik kompozisyonda görünür alan, fotoğraflanmamış alanları engeller. Kompozisyon, elementlerin anlamlı bir bütüne sokulmasıdır (Kress ve van Leeuwen, 2004: 181). Böylece görme ve görülme; yönlendirme ve kompoze etme arasında, seyir ve seyredilenin asimetrik ilişkisini de bozan (Tagg, 1988) bir ayırım oluşmaktadır.

Akıllı telefonlarla gelen görüntüleme imkânı (çift yönlü kamera, kolay taşınma ve kol kullanımı), bu temsil ayrımcılığını kırar. Fotoğrafın üretim alanı ve çekimci birleşmiştir ve bir olayın parçası olarak fotoğraflanmak; sosyal, politik, estetik ve etik bir tercih haline gelir (Becker, 2013). Bir arada duran yüz ve bedenler kompozisyondaki değişimin habercisidir. Üretim ve tasvir alanı sadece birleşmez aynı zamanda somutlaşır.

* Bkz. "Office Party Ass Photocopying", <http://davidgalbraith.org/uk/office-party-ass-photocopying/73/>, Erişim Tarihi: 25.05.2017.

** Bkz. "Amazon Wants You to Be Able to Authorize a Transaction with a Selfie", <http://mashable.com/2016/03/14/amazon-selfie-payment/#rNqgXSo5akq8>, Erişim Tarihi: 28.05.2017.

Kamera, insan vücudunun fiziksel potansiyeli ve sınırlılıklarıyla eş hale gelir. Kol ve vücut birlikteliğine göre önceden belirlenmiş bir açının ve vücut parçalarına denk gelen bir mekânsal koordinasyonun birleştirilmesi bir yeni kompozisyon halini oluşturmaktadır. Kompozisyonda artık orijinalin gizlenip, unsurların bütünsel düzenlenişi kalmıştır. Pozlama, karşılıklı bir eyleme dönüşmüş ve vücudun egemen şekli geleneksel kompozisyonun yönlendiriciliğinden kurtulmuştur. Fotoğraf 9’da görüldüğü gibi daha dinamik ve kendinden hareketli bir pozlama performansına dönüşmüştür. Kompozisyonun kendisi hiçbir şeyi dışarda bırakmak istememektedir. Çekimsel alan bir ayırım kurmak yerine, objeyi görünür alandan dışarı kameranın arkasına doğru fırlatmaktadır.



Fotoğraf 9: Eğlenceli ve Dinamik Kompozisyonlu Selfie***



Fotoğraf 10: Bir Galada Tuvalet Aynasında Kendilerini Seyreden Ünlüler****

Fotoğraf hafızası olan bir aynadır (Holmes, 1980: 74). Fotoğraf için genel bir mecaz olan bu söz, kamera için tam olarak geçerli sayılmaz. Selfie ikonografisi çekimci ve görüntü arasında bir bariyer kurmadan ve özellikle de kendini seyretmek için canlı ve yansıtıcı bir görüntü üretir. Fotoğraf kompozisyonundaki dışa atıcı eğilimin değişimi kadar, fotoğrafın yansıma konusundaki değişimi de, akıllı telefon teknolojisinin dikkat çeken yönlerindedir. Fotoğraf 10’da anlaşılacağı üzere bir galada yer alan ünlüler, kendilerini görüntü aracılığıyla hafızalamaktan çok kendilerini seyretmek gayretindedir.

*** Bkz. “<http://www.howcoolbrandsstayhot.com/2015/11/05/selfie-marketing-how-to-go-beyond-the-selfie-craze/>”, Erişim Tarihi: 30.05.2017.

**** Bkz. “<http://wstale.com/celebrities/kendall-jenner-reveals-favourite-met-gala-memory-selfie/>”, Erişim Tarihi: 30.05.2017.

Selfie'nin (jenerik üreten) bu yapısı sergileyici ve narsistik bir eğilimdir (Uzundumlu, 2015: 97). Selfieler konusundaki en yaygın eleştirilerden birisi; kendilik sunumunu yersizce (egocu biçimde) kamusalılaştırmasıdır. Bu suçlama kendisini “belgeleyebilse de”, indirgemeci bir eğilime sahiptir. Kendisiyle takıntılı olmayı, cinsiyetçi bir filtreden arındırıp gereksiz bir eğilime dönüştürebilmektedir.

Yansıma; görsel tasvir için başka olanaklar da sunar. Kendilik için yansıtımlı görüntü bencillik imasıdır. Kendine, kendilik ürünü üzerinden aracılık etmek, görünürleşir. Bu durum bir tür şeffaf arabuluculuktur (Losh, 2012). Kişi bu ‘şeffaf arabuluculuk’ üzerinden bir benlik bilinci kazanabilmektedir. Her selfie bunu sağlayamasa da, benlik bir kişisel yansıma tarzına dönüşebilmektedir. Kendini kanıtlayabilen bir benlik, kişiden daimi bir onay almaktadır. Selfieler bu yüzden gündelik yaşamın gramerini değiştirmekte, kendilik konusundaki istikrarsızlığı açık edebilmekte ve arabuluculuğu devreye sokarak, ben kavramının, imgesel olarak tasarlanmasına yardım etmektedir. Kişi kendisiyle dilsiz bir diyalog kurmaktadır.



Fotoğraf 11: Yansımanın Sağlanması İçin Sahte Bir El İçeren Selfie Çubuğu*****

Yansıma, başkalarıyla eşanlı etkileşimin tekno-kültürel yansıması olarak ortaya çıkan benliklerin otantikleşmesine ve sınırlılıklarının bilinmesine girişir ve aracılık eder. Taklidin insan bilişsellğine yansıması, zihinsel süreçleri etkilemektedir. Öz-gösterime verilen cevap, simüle edilen görüntünün üzerine kurulur. Bu yansıma hallerinin işlevselliği üzerine eleştiriler gelse de, varlığının sınırlarını düşünmek ve kavramak açısından yararlıdır. Fotoğraf izleyicisi hareketli bir davet almakta ve tepki vermeye çekilmektedir. Fotoğraf 10'da görüldüğü gibi, yansıtımlı hareketi ve daveti görüntü içinde üretebilmek için, uzanan kol şeklinde selfie çubukları üretilmiştir (Yakubik, 2015). Klasik kompozisyondaki dışarıda bırakıcılık ve ayrımlı gibi öğeler bu fotoğrafta tamamen dışlanmaktadır. Hatta yansıma halini kusursuz kılmak için sahte bir devamlılık aparatı kullanılmaktadır.

Selfie izleyicisi, selfie'yi taklit etmeye sürüklenir. Eylem, ayrıca kendi kendilerini görenleri; tepkilere, beğenmek, RT'lemek, değinmek gibi eylemlere taşır ve bunu yaparken de parmaklardaki motor duyu gibi

refleks özelliklerini kullanır. Örneğin bir selfie’de, izleyici kendisine uzanan bir kolu, (zihninde) yansımali şekilde tutarak, o kişiyi takiplemek için bir ima alır. Böyle bir selfie, kişinin kendisini takip ettirmesi için attığı yansımali bir davettir. Bu anlamda da şeffaf arabuluculuk başkalarıyla olan gözlenme/gözlemleme ilişkisine taşınmıştır. Ayrıca tüm bu süreçler taşıdığımız görüntüleme cihazlarını çalıştırmak için kurduğumuz hareketlenmelerdeki pratiklikle reflektendirilmiştir. Bu yüzden çok katmanlı bir yansımalar ağı saniyeler içerisinde cereyan eder.

5. Kinestetik Yön

Selfie’nin görüntü teorisi açısından değerlendirilmesi, henüz, oldukça nadir bir girişimdir (Frosh, 2015, 1607). Selfie’nin günümüzde popüler hale gelmesinin çeşitli nedenleri vardır. Birincisi selfie’ler diğer fotoğraflara nazaran bir iz içerirler. Kendimizle, kendimizi görüntüleme çabamızla ilişkili olan bir izdir bu. Kadrajın içerisine vücudun tüm parçası girebildiği gibi vücudun küçük bir parçası da girebilir. Bu açıdan selfie beden kanalıyla, çekme eyleminin kendisine yönelik bir beden işareti içermektedir. Herkes bir imza, bir iz gibi kendi kendisinin belgelenişi olarak tarihe geçmek veya bunu görüntülemek istemektedir. Selfie bir yere yüklenmek ve bir tür hafızaya konmak anlamındadır.

İkinci etkense; eski bir tarz olan kendini temsil etmenin tekrar popüler olmasının, bu sefer temsil dışı bir nedenle olmasıdır. Sosyal ağ sitesine fotoğraf yüklemek teknolojik bir gelişmedir. Bu teknolojik gelişmenin tek başına temsille ilişkisi yoktur. Ve temsille ilişkisi olmayan bir şey; temsille ilişkisi olan bir şeyi (selfie) popüler bir hale getirip kitleleştiirmektedir. Üçüncüsü; yarattığımız estetiğin içerisinde kendi devamsallığımız vardır. Örneğin selfie çubuğunu tuttuğumuzda veya elimizi düğmeye uzattığımızda artık bir yansıma olarak da belgelenmekteyizdir. Dolayısıyla bir şekilde zamansızlığın da belgelendiği söylenebilir.



Fotoğraf 12: Bilgisayar Oyunlarında Kendi Avatar’ı Üzerinden Çekilen Selfie’ler *****

Selfie sadece gerçek hayatta değil, kimi bilgisayar oyunlarında avatar'lar üzerinden çekilen (öykü içi çekim) özdeşleşmeler haline de gelmiştir. Avatar selfie, bir oyunun içinde genel olarak komik, şakacı, fırlama ya da absürt durumlara kendini sokmaktadır. Benzer bir uygulama türü Snapchat'teki selfie cover'ları üzerinden de yapılabilmektedir. Kişiler kendi çekimlerini her gün farklı filtrelerle değişik (animasyon vb.) görüntülere dönüştürebilmektedir.

Selfie'nin tüketimle olan ilişkisi giderek bireyselleşmektedir. 3 boyutlu pankekler (bkz. Fotoğraf 12), kişiye özel tost ekmeği ya da köpüğü selfie olan kahve gibi... Facebook çekilmiş selfie'leri anında sanal gerçekliğe dönüştüren bir ToyBox programı üzerinde çalışmaktadır.***** Bu program sayesinde 'kendiken' çekimler anında bir karikatüre dönüştürebilecektir.

Tüketim kültürüyle ilişkili olarak önemli bir atılım da müzelerin birer eğlence sektörü haline gelmesidir. Dünya üzerinde 3 boyutlu görsel müzelerin sayısı giderek artmaktadır. Bu görsel müzelerde sırf selfie çekilmek için kimi iç mekân ortamları üretilmektedir. Dolayısıyla müzeler de hem eğlence hem de eğitim amaçlı olarak yeni görüntü olanakları, eski çağları ya da dünyanın ulaşılmaz yerlerini arttırılmış gerçeklikle sergileme olanakları sunabilmektedir. H. Foster her ne kadar üretimi anonimleşmiş ya da silinmiş olan fetişistik makine ya da metanın cazibesinin, üzerine insan emeği ve arzusu nakşedilmiş auralı nesnelere yerini alamayacağını (2011: 157) söylese de, özneyi arzuyla sarmalayan tanıdık bakışlar; onun kaygı türünde gerçeküstü bakışlarından çok da uzak değildir.



Fotoğraf 13: 3 Boyutlu Basılmış Selfie-Pankekler*****

Bu açıdan bakıldığında selfie'nin kendisi de bir araştırma aracı olabilir. Örneğin bir kişi üç-dört yıl boyunca kendi görüntüsünü çekerse, bir süre sonra kendisi için bir yaşlanma günlüğü oluşturabilir. Henüz bunun, bir yaşam boyunca yapıldığını söyleyemeyiz ancak deneyenleri mevcuttur.

***** Bkz. "Facebook's F8 Conference: Prototype Demo of its ToyBox Virtual Reality Software", <http://mashable.com/2016/04/13/facebook-vr-selfie-stick/#rNqgXSo5akq8>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

***** Bkz. "All the Talk about the World's First 3D-Printed Selfie Pancake is Half-baked", <http://9gag.com/tv/p/a9Z1Mp/guy-spends-3-years-around-the-world-to-make-most-epic-selfie-ever-360-degrees>, Erişim Tarihi: 28.05.2017.

Sadece yıllar boyunca kendisini çekip bunu klip haline getirenler, dünya gezilerini 360 derece selfie dönüşüyle bir seyahatler karesine çevirenler* , zayıflamanın görüntülü günlüğünü tutanlar** ya da bütün hamilelik evrelerini tek bir görüntüde toplayanlar*** gibi örnekleri mevcuttur. Selfie'nin bu açıdan farklı sanat, spor ya da gösteri performansları sunması mümkündür.

Düşen uçaktaki yolcunun, kaza sonrası denizde selfie çekmesi ya da toplumsal olaylardaki tehlikeli anlarda çekilen 'oradaydım' selfie'leri gibi, ölüm karşısındaki bir direnç estetiği yaratan selfie'ler sadece zevk değil, uğruna hayatını verecek kadar bir performans denemesi olabilmektedir. Ölümün tadının kaza, olay ya da eylem sonrası kişilere verdiği güçlü bir zevk, neşe ve tat olanağı vardır. Bu, aslında hayatta kalma isteğinin sergilenmesi ve görüntülenmesidir. Hayatta kalma ve hayatta kalmanın belgelenmesi çok yeni bir intihar girişim biçimi olarak da düşünülebilir. Selfie'deki kine(st)etik sınır bedenimizin yettiği yerdir. Eğer ölürsen bir selfie'n ol(a)maz. Ama ölüme ne kadar yaklaşır ve ondan ne kadar hızla uzaklaşıp onu belgellersen, hem heyecan hem de kendinle sınanmışlığın bir örneğini verebilmektedir. Selfie dışındaki başka hiçbir kişisel medyum henüz bu kadar meydan okuyucu sonuçlara yol açmamaktadır.



Fotoğraf 14 ve 15: Selfie'nin Kinestetik Sınırı Olarak Ölüm ve Hamlet**/*******

İnsanın varlık çılgılığı, "Hey ben buradayım; bakanlar siz neredesiniz" gibi bir söylemle selfie'nin öznel arası paylaşımcı kinestetik uzamında yankılanmaktadır. Belki de Hamlet (1599) günümüzde yazılıysa, elinde kafatası tutup 'varlığı' sorgulamak yerine onla selfie çekebilirdi.

Her teknolojik ürün gibi selfie de başlangıçta bir yabancılaşma, çılgınlık ve kurgu olarak görülse de, gerçek hayatın da bir kurgusu olduğu düşünüldüğünde selfie için doğal/yapay deneyim ayrımını yapmak güçleşir. Kültür için doğal bir hal öngörülemediğinden, teknolojik gelişimleri her ne kadar ilk bakışta bir yabancılaşma unsuru olarak ele almak mümkünse de, yeni kuşakların adaptasyon hızı ve mahareti bu yabancılaşmayı ortadan kaldırabilmektedir. Ayrıca bu adaptasyon hayatın, mimarının ya da sosyal kurumların sosyal-oyunsal yanıyla da örtüşmektedir.

* Bkz. "This Guy Spends 3 Years Around The World To Make The Most Epic Selfie Ever",

<http://mashable.com/2015/02/20/3d-printed-selfie-pancake-debunked/#rNqgXSo5akq8>, Erişim Tarihi: 29.05.2017. Bu seyahat klipi 14 milyon kez izlenmiştir.

** Bkz. "Obese Woman Loses 124 Pounds Thanks to Selfie a Day Habit", https://www.youtube.com/watch?v=9w3V-Of_hhM, Erişim Tarihi: 25.05.2017.

*** Bkz. "9 Months in 1000 Pictures Stop Motion (Pregnancy Time Lapse!)", <https://www.youtube.com/watch?v=WbLpTgTZGsg>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

**** Bkz. "Hamlet Today", <https://tr.pinterest.com/pin/370210031844913784/>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

***** Bkz. "Shakespeare Selfie", <http://www.cbc.ca/books/canadawrites/2015/05/shakespeare-selfie-grades-10-12-category-meet-the-winner.html>, Erişim Tarihi: 29.05.2017.

Bu yüzden kendilik teknolojilerini tamamen yapay olarak karşılamak, sosyal disiplinler açısından pek mümkün görünmez. Bu gibi söylemler insanın (sabit) bir doğası olduğunu söylemek anlamına gelir ki, sosyal disiplinlerin artık mevcutta böyle bir söylemi yoktur.

Genellikle ünlülere benzemek için verilen pozlarına bakarken sıradan insanların ruh durumunu en iyi ifade eden söz, 'benim neyim eksik' olsa gerektir. Bu özgüvenle, insanlar kendilerinin çeşitli görsel imgelerini/imaajlarını üreterek ve hatta oldukça cesur pozlarını çekerek Instagram, Facebook, Twitter, Flickr, WhatsApp gibi paylaşım platformlarına eklemektedirler (Su, 2017). Genç kuşağın kendisiyle ilişkili bir şey paylaşmak arzusu, dijital şekilde işlemekte ve sahip oldukları en 'somut' şey gibi görünen beden tasvirlerini paylaşmayı, kendilerini ifadenin en etkili yolu olarak kabul etmektedirler. Her bir önceki kuşak, gelecek neslin bulunmuş yeni araçlarla ilişkisini farklı yorumlayabilmektedir. İnsanlık bastonun, hatta gözlük camının icadından beri bir alet yardımıyla yaşayan, günümüzde de yaşam ünitelerine bağlı olarak ölen bir siborg özneliğindedir. Selfie çekimcilerinin de, bu yeniliklerden korkmayan ve hayatta kalmak için kendilik teknolojilerine hızla uyum gösteren bir grup olduğu söylenebilir. Bu açıdan onu gündelik bir direnç olarak okumak mümkündür.

6. Sonuç Yerine ('Kendi ken'dini Bilmek)

Sosyal medya yeri geldiğinde asosyal ya da antisosyal medya işlevleri de görerek kişinin tüm serbest zamanını örgütlemeye ve onun yeni adı olmaya adaydır. Serbest zamanın hemen hemen tamamı artık sosyal ya da a(nti)/sosyal medyada ve ağda geçmektedir. Etkileşimli ve paylaşımlı yeni öğeler içeren kitlesel medya; geleneksel iletişim araçlarına göre hem bir haber, hem bir eğlence, hem de bir öğrenme ortamı sunabilmektedir. Kişiler tek bir ana akım medyadan haber almak yerine, ağ içindeki tüm insanlardan gelen haber ve paylaşımları süzmektedir.

Cep telefonu aslında bir cep bilgisayarı (ya da kol bilgisayarı) olarak hemen tüm elektronik işlemleri yapabilir hale gelmiştir. Bizi zihinsel ve bedensel bir kontrol nesnesine çevirse de yeni kimlik inşaları; bir araya gelme, dayanışma, gündem oluşturma, destek, alış-veriş ve ilgi grupları oluşturmada dinamik bir çerçeve sunabilmektedir. Aşırı bireysel bir kimlik sunan bedensel tasvir ve sunum içinse, sosyal medyada performansı öne çıkarıcı görüntülemeler dikkat çekmektedir. Hem bir kompozisyon hem de bir yansıma aracı olarak fotoğrafın yeni dinamik kullanım çerçevesi, yeni bir kimlik arayışına yönelerek, fotoğrafın tarihsel anlamını da dönüştürmektedir. Ancak yine de Nedimeler'de olduğu gibi; içini istediğimiz kadar kendimizle ya da kendimize ait parçalarla doldurmaya çalışalım selfie'de de mutlaka bir ontolojik ve (de kendimizle ilişkili) tamamlanmayan bir boşluk oluşmaktadır.

Çekimci kendi kendisinin boşluğunu görüntü düzeyinde bir türlü dolduramadığı ve kendisini tam olarak hiçbir zaman yakalayamayacağını düşündüğü için özçekimlerine (kendikenlerine) devam etmektedir.

Bazen kendisi ve doğayla, bazen kendisi ve bir grupta, bazen kendisi ve ortamlarla (kimliğiyle, işiyle, ürünüyle ve süreciyle) birlikte. Öznenin bu modern ontolojik boşluğunun, yine öznenin kendisi tarafından doldurulması çabasına, tekraren ve tekraren ve mekân mekân çekilen selfie'ler eşlik etmektedir.

Bu yeni dijital kimlik arayış biçimi, fotoğraftaki kompozisyonun yansımali bir içerik kazanarak dönüşmesine de neden olmuştur. Anlık görüntü halleri; ölümün tadının, ölüme yaklaşmanın ve sürekli ondan kaçılabilenmiş gibi tatlar almanın ve güçlü biçimde insanların kendi mücadelelerini belgelemelerinin motivasyon kaynağıdır. Ölümden sıyrılmak ve bunu bir ağda paylaşmanın verdiği kinetik tepkisellik ve enerji, kişiyi geçici tatmin etmektedir. Selfie'yle yüz günlükü tutmak isteyen ve bunu 8 yıl* ya da 12 yıl** gibi sürelerle yayabilen kimi kişiler varsa da henüz tüm yaşamını bir selfie karesine dönüştürebilmiş kimse yoktur. Bu olabildiğinde (ortalama) 70 yıl, belki insanın yaşamı, olgunluğu ve ölümü tek bir kareye sığdırabilecek bir seyir 'zamansızlığına' ulaşabilir.

Kendini belgelemek, bir kereler var olduğunu belgelemek her şeyin ötesinde bir 'öz yaratım' (varlık) performansdır. Fotoğraflara bakıldığında her zaman bir geçmiş zaman vardır. Ancak selfie'ye bakıldığında şimdiki anın sonsuzlaştığı görülebilir. Selfie'ler her ne kadar mekanik bir yeniden üretim ve kitlesel çılgınlık gibi görünse de; "Ben buradayım seyreden kişi, sen neredesin?" diyebilmektedir. Selfie böylece sadece mekânlar arası değil, zamanlar arası da bir iletişim arayışındadır. Selfie bir 'eksik fotoğraftır'.

Kaynakça

- Becker, K. (2013). "Gestures of Seeing: Amateur Photographers in the News", *Journalism*, 20 (10). s. 1-20.
- Binark, M., vd. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Cruz, E. G. ve Meyer, E. T. (2012). "Creation and Control in the Photographic Process: iPhones and the Emerging Fifth Moment of Photography", *Photographies* 5(2), s. 203-221.
- Dines, G. (2010). *Pornland: How Porn Has Hijacked Our Sexuality*. Boston: Beacon Press.
- Foucault, M. (1970). *The Order of Things*. New York: Pantheon.
- Foster, H. (2011). *Zoraki Güzellik*. İstanbul: Ayrıntı.
- Frosh, P. (2015). "The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability", *International Journal of Communication*, 9, s. 1607-1628.
- Holmes, O. W. (1980). "The Stereoscope and the Stereograph", in A. Trachtenberg (Ed.), *Classic Essays on Photography*. New Haven: Leete's Island Books.
- Keating, F. (2014). "Selfies Linked to Narcissism, Addiction and Mental Illness, Say Scientists", *International Business Times* (23.03.2014), <http://www.ibtimes.co.uk/selfies-linked-narcissism-addiction-mental-illness-say-scientists-1441480>, adresinden edinilmiştir (Erişim Tarihi: 26.06.2017).
- Kelteç, Y. (2016). *20. Yüzyıl Sanatında Otoportre Tekniklerinin Günümüz Sanatı İçinde 'Özçekim' Kavramıyla İlişkilendirilmesi*, Yayınlanmamış YL Tezi, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi.
- Krause, J. (2005). *Photo Idea Index*. Cincinnati: F+W.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2004). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Lasch, C. (2006). *Narsisizm Kültürü*. İstanbul: Bilim ve Sanat.
- Losh, E. (2012). *Beyond Biometrics: Feminist Media Theory Looks at Selfcity*. San Diego: University of California.
- Marcus, L. (2014). "#Holocaust Selfies are Inevitable if You Turn Solemn Sites into Tourist Traps", *the Guardian* (09.10.2014), <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/oct/09/holocaust-selfies-solemn-sites-tourist-traps>, adresinden edinilmiştir (Erişim Tarihi: 29.06.2017).
- Peharec, Z. (2015). *Selfies: Consumer Behaviour and Mass Communication*, Yayınlanmamış YL Tezi, İzmir: Yaşar Üniversitesi Enstitüsü.
- Shakespeare, W. (2008). *Hamlet*. İstanbul: İş Bankası Kültür.

Su, S. (2017). "Selfie: Narsisizm Kùltürünün Bir Semptomu", Birikim (17.03.2017). <http://www.birikim-dergisi.com/guncel-yazilar/8220/selfie-narsisizm-kulturunun-bir-semptomu>, adresinden edinilmiştir (Erişim Tarihi: 29.06.2017).

Tagg, J. (1988). *The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories*. London: Macmillan.

Tifentale, A. (2014). "The Selfie: Making sense of the 'Masturbation of Self-Image' and the 'Virtual Mini-Me'", February 2014, Selfiecity.Net, https://d25rsf93iwlmg.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Al-ise_Selfiecity.pdf adresinden edinilmiştir (Erişim Tarihi: 26.04.2017).

Uzundumlu, Ö. (2015). *Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşımı: Selfie Örneği*, Yayınlanmamış YL Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yakubik, J. (2015). "Introducing The Amazing Selfie Arm - Never Look Like A Loser Again", Modern Lens Magazine (09.05.2015), <http://modernlensmagazine.com/introducing-the-amazing-self-ie-arm-never-look-like-a-loser-again> adresinden edinilmiştir (Erişim Tarihi: 26.04.2017).