



SELFIE: “NARSİSİZM” Mİ, “GÖRSEL İTİRAZ” MI?

Cihan OĞUZ*

Öz

“Selfie” (özçekim), iletişim dünyasına henüz yeni girmiş bir kavramdır. Aslında kavram olmasını, teknik özelliğinden ziyade, varoluş biçiminden alan bir olgudur. Yediden yetmişe hemen herkesin “modaya uygun” şekilde denediği bir *alışkanlık* özelliği taşımaktadır. Selfie, kimi kez dijital fotoğraf makinesiyle, ama daha yaygın olarak kameralı cep telefonu ile çekilen ve sosyal medyaya yüklenen bir *oto-portre* fotoğraf türüdür. Bu tür fotoğraflar, bir kamerayla, diğer fotoğraf çekimlerinin aksine, göğüs hizasından değil, mümkün olduğunca yukarıdan, “kol boyu” mesafesinden ya da ayna karşısında çekilerek elde edilmektedir. Selfie olarak çekilmiş fotoğraflar Facebook, Instagram, Snapchat gibi sosyal paylaşım sitelerinde paylaşılmaktadır. Bu fotoğraf türü, keşfedilmesinden sonra kısa zaman içerisinde öyle yaygın bir hal almıştır ki, sosyal medyada paylaşılan (toplu fotoğraflar dahil) “pozların” tamamına yakını selfie oluşturmuştur. Selfie, 4 yıl gibi kısa sürede dünya çapında yaygınlaşmış, özellikle gençlik/ilkençlik kesimi bu fotoğraf türüyle adeta kendisini özdeşleştirmiştir. Bu çalışmanın amacı, selfie kavramının bir iletişim metaforu olarak hayatımızda nasıl bu kadar yer bulduğuna ilişkin sorulara yanıt aramak; selfie kavramının psikolojik ve sosyal arka planını irdelemektir. Çalışmada, başlangıçtan bu yana selfienin gelişim evreleri ele alınarak, dünyadaki yaygınlığına ilişkin yordamalarda bulunulmuş; medyaya da yansıyan kimi “selfie olayları” irdelenmiştir. Selfie kavramının, sadece anılara eklenen yeni bir görsel boyut mu, özgüven simgesi mi, narsisizmin bir doruk noktası mı, yoksa tekleşmeye karşı görsel bir itiraz mı olduğu konusu tartışılmıştır. Ayrıca, yapılan bir anketle de, gençlerde selfie kullanım sıklığı, cinsiyete göre selfie kullanma oranı ve gençlerin selfie olayına bakış açıları saptanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Selfie, Özgüven, Narsisizm, Tekleşme, Sosyal Medya.

SELFIE: “NARCISSISM” OR “VISUAL OBJECTION”?

Abstract

Selfie is a concept recently introduced to the world of communication. The fact that it is a concept is connected to its way of existence rather than its technical characteristic. It has the trait of a *habit* “fashionably” tried by everyone young and old alike. Selfie is a *self-portrait* photograph, sometimes taken with a digital camera but usually a camera phone, and shared on social media. Such photographs are taken with a camera held at arm's length or pointed at a mirror, from an angle as high as possible rather than from chest level as used in other shots. Photographs taken as selfies are shared on social networking technologies such as Facebook, Instagram, and Snapchat. This type of photography has become, in a very short time following its discovery, so widespread that almost all of the “poses” shared on social media (including group photographs) are selfies. Selfie has become very popular in a short period of 4 years around the globe, and especially young people virtually identify themselves with such type of photography. This study aims to answer questions as to how the concept of selfie, as a communication metaphor, occupies such an extensive place in our lives; and to explore the psychological and social background of the concept of selfie. Scrutinizing the developmental stages of selfie from the outset, this study makes predictions about its global prevalence, and examines some “selfie phenomena” which found media coverage. This study discusses whether the concept of selfie is a new visual dimension added to memories, a symbol of self-confidence, a climax of narcissism, or a visual objection to uniformity. In addition, a survey is used to establish the frequency of selfie usage in young people, rate of selfie usage by gender, and perspective of young people on the phenomenon of selfie.

Keywords: Selfie, Self-Confidence, Narcissism, Uniformity, Social Media.

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Esenyurt Üniversitesi, cihanoguz@yahoo.com



GİRİŞ

“Selfie” sözcüğü, “*kendi çekim*” anlamı taşımaktadır. Çift kameralı cep telefonuyla çekilen ve sosyal medyada paylaşılan bir *oto-portre* fotoğraf türüdür. Daha ziyade, gruptan birinin veya tek bir kişinin, elindeki cep telefonunu biraz havaya kaldırıp ileriye doğru uzatarak o karede yer alacak herkesi kaydetmesiyle oluşturulur. Burada önemli olan, fotoğraf makinesinin karşısına geçen kişi ya da grubun, herhangi birine ihtiyaç duymadan, kendi görüntüsünü elde etmesidir. İletişim bilimciler göre de, bizzat kişinin kendisinin görsel sunumudur; görsel temsiller ve kimlik oluşumları olarak biçimlenir. Kısaca, yeni bir görsel tarz olarak, tarihte bugüne kadar rastlanılardan farklı bir *oto-portre* türüdür (Koliska ve Roberts, 2015: 1). Selfie, özbenliğin sıklıkla “*Ben buradayım!*” demesidir (Myers, 2010: 274). Postmodern zamanın jargonuna uyarlayacak olursak, kendini öne çıkarma tekniğidir.

Tüm fotoğraf görüntüleri aslında “varlığa ilişkin birer belge” olarak kabul edilirken ve önemli olayları arşivlemek için hatırlatıcı birer unsur olarak görülürken, aynı zamanda kimlik sunumunun da bir parçası, özellikle portre şeklinde yansıyan bir eklem boyutu gibi düşünülmelidir (Barthes, 1981: 72). Bundan hareketle, selfieyi, arşive doğru hızla yol alan hayatların “görsel kimlik” bulma süreci olarak tanımlamak da mümkündür.

Fotoğraflar ile yazı dili arasındaki ilişkiyi keşfedemeyen tüm fotoğrafçıların vasatın içinde tutuklu kalacaklarını vurgulayan Walter Benjamin’in, “Fotoğrafın Kısa Bir Tarihi” adlı yapıtında da belirttiği gibi, ‘görenin çağrışımsal mekanizmalarını aksatmayan’ fotoğrafı etkin bir şekilde yazınsal şekle dönüştüren, tasarlanabilen metinleri kendiliğinden deneyimleyen fotografik bir uygulamadır (Akt. Burgin, 2013: 177). Bu tespit sadece fotoğraf-edebiyat (yazın) ilişkisiyle sınırlı değildir; burada vurgulanmak istenen aslında “kompozisyon”dur. Zaten selfieyi oluşturan zihinsel altyapının temelinde de kompozisyon kaygısı bulunmaktadır.

Bu noktada, selfienin popüler kültür niteliğinin de ele alınması elzemdir. Çünkü bitip tükenmez yenilikler zinciri, hem selfieyi yeni dönüşümlere yönlendirmekte hem de varlığını değişe değişe sürdürmesine ortam hazırlamaktadır. Yeni nesil cep telefonlarındaki ön kameraların selfieye göre tasarlanması buna en iyi örnektir. Çünkü aynılığın sürekliliği geçmişle olan ilişkiyi de düzenler. Hiçbir şey eskisi gibi kalmamalı; her şey durmadan akıp gitmeli, hareket halinde olmalıdır (Adorno, 2013: 65). Selfienin bunca rağbet görmesinin izdüşümünde de bu gerçeklik yatmaktadır: Kendini zihinsel olarak gelişen teknolojiye uydurmak ve devamlılığı aksatmadan sürdürmek.

Bu çalışmada, selfienin görsel özellik taşıması nedeniyle çok sayıda fotoğraf kullanılmıştır. Görseller, internetten elde edilerek analize tabi tutulmuş; başlangıçtan bu yana sürece etki eden selfieler incelenerek, kökenlerine ilişkin yordamalarda bulunulmuştur. Kuramsal çerçeve oluşturulurken de -doğası gereği- medyaya yansıyan pek çok selfie fotoğrafı, bu yorumsal makalenin inceleme konusu olmuştur. Yine, kuramsal çerçeve kapsamında, modernleşme, kültürel değişim ve narsisizm kavramları ele alınarak, selfie ile ilişkisi/farklılığı irdelenmiştir. Çalışmada nicel araştırma olarak da anket tekniğine başvurulmuş, üniversite gençliğinin selfie konusundaki tutumu belirlenmeye çalışılmıştır.

1. SELFİENİN KISA TARİHÇESİ

Selfie kavramı, her ne kadar 2013 yılı itibarıyla yaygınlaştıysa da, aslında tarihçesi 1839’a kadar uzanmaktadır. Çeşitli kaynaklara göre, bir fotoğraf makinesi kullanarak ilk defa kendi



fotoğrafını çeken kişi Robert Cornelius'tur. Amerikalı amatör bir kimyager ve öncü fotoğrafçılardan olan Cornelius, bir gün ailesine ait dükkânın dışına koyduğu fotoğraf makinesinin kapağını açtıktan sonra hızla makinenin önüne koşarak poz vermiş, çektiği bu fotoğrafla ilk selfie ve insan portresi çeken kişi olarak tarihe geçmeyi başarmıştır. Ancak Cornelius fotoğrafla ilgili çalışmalarını bir süre daha devam ettirdikten sonra, ailesinin sürdürdüğü gaz işinin daha çok para kazandırdığını düşünerek fotoğraf sevdasından vazgeçmiştir (http://www.hthayat.com/yazarlar/ipek-derya/1023075-selfienin-kisa-tarihcesi, 23.12.2016).

Resim 1: Tarihte İlk Selfie



Kaynak:<https://publicdomainreview.org/collections/robert-cornelius-self-portrait-the-first-ever-selfie-1839/>,
23.12.2016

Selfie tarihinin bir başka önemli ismi olan Vivian Maier ise 2007 yılında amatör bir tarihçi olan John Maloof tarafından tesadüfen keşfedilmiştir. Maloof, bir açık artırmadan içinde 30 binden fazla negatif olan bir kutu satın almış, negatifleri incelediğinde önemli bir keşif yaptığını anlamıştır. Maloof'un keşfettiği, hiç bilinmeyen bir fotoğrafçının son derece etkileyici fotoğrafları olmuştur. Maloof, yaptığı araştırma sonucu, bu fotoğrafların Vivian Maier adlı içe dönük, pek fazla konuşmayan ve hayatını dadılık yaparak kazanan bir kadına ait olduğunu anlamıştır. Maier'in adeta "ikinci kişiliği" olan fotoğrafçılık yönünü yanında çalıştığı aileler dahil hiç kimse bilmiyormuş. Boş zamanlarında çektiği Chicago ve New York sokaklarındaki günlük yaşamı yansıtan olağanüstü fotoğraflar arasında en çok öne çıkanlar ise kendi yansımaları ve gölgelerini fotoğrafladığı "selfie"ler olmuştur (http://www.sanatblog.com/vivian-maier-cagina-isik-tutan-dadi/, 23.12.2016).



Resim 2: Maier'in Oto-Portresi



Kaynak: <http://www.vivianmaier.com/gallery/self-portraits/#slide-33>, 30.06.2017

İlk olarak 2013 yılında sergilenen ve “selfie yılı”na yaraşır bir koleksiyon olan Vivian Maier oto-portreleri, yaratıcı selfie çekmek isteyenlere ilham kaynağı olacak niteliktedir.

“Selfie” kavramının ilk ortaya çıkışı ise bir Avustralyalı tarafından üye olduğu internet forumuna gönderdiği kendi fotoğrafı için bu terimi kullanmasıyla gerçekleşmiştir. Jennifer Lee adlı kullanıcı, 27 Haziran 2011 tarihinde #selfie hashtag’i ile instagram’a ilk kez fotoğraf yüklemiştir (<https://www.instagram.com/p/BDas2/>, 24.12.2016).

Resim 3: Instagram’da İlk Selfie



Kaynak: <https://www.instagram.com/p/BDas2/>, 24.12.2016)

Nihayet, Oxford Üniversitesi, 2013’te “selfie”yi “Yılın Kelimesi” seçmiş, “selfie” kelimesi de aynı yıl Oxford’un İngilizce sözlüğüne eklenmiştir. Anlam karşılığı da, “*Kişinin kendi fotoğrafını çekmesi, tipik olarak akıllı telefon veya web kamerasıyla çekilen ve sosyal medya*



yoluyla paylaşılan bir fotoğraf' olarak kayıtlara geçmiştir (https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie, 25.12.2016).

Türkiye’de de, 22 Mayıs 2014 tarihinde toplanan Türk Dil Kurumu (TDK) Bilim Kurulu, "selfie" sözcüğünün Türkçe karşılığını "özçekim" olarak belirlemiştir. Medyada yer alan haberlere göre, yabancı sözcüklere karşılıklar bulma çalışmalarına geniş katılımı sağlamak ve konuya katkısı olabilecek herkesin görüşlerini alabilmek amacıyla yapılan çalışma sonucunda, TDK, "selfie"ye en çok önerilen "özçekim", "kendineçekim", "görçek", "kendiçek" ve "bakçek" sözcüklerini yine vatandaşa sorarak seçmiştir. TDK, yaklaşık 1 ay boyunca kuruma ait Facebook sayfasından telefon ve mail yoluyla kendisine ulaşan görüşleri değerlendirmiş, seçenekleri 5’e indirerek son kararı halka bırakmıştır. TDK Bilim Kurulu, bu 5 sözcükten en fazla önerilen "özçekim"i "selfie"ye karşılık olarak kabul etmiştir (http://www.sabah.com.tr/kultur-sanat/2014/05/23/tdk-kararini-verdi-selfie-ozcekim-oldu, 24.12.2016).

Resim 4: TDK Üyelerinin Selfie Çekimi



Kaynak: http://www.sabah.com.tr/kultur-sanat/2014/05/23/tdk-kararini-verdi-selfie-ozcekim-oldu, 24.12.2016

Toplantının sonunda Kurul, Başkan Prof. Dr. Mustafa Kaçalın'ın de yer aldığı bir "özçekim"le sosyal medyadan da kararı paylaşmıştır. Fotoğrafi ve kararı kısa sürede çok sayıda kişi beğenirken, olumlu ve olumsuz yorumlar da yapılmıştır.

“Özçekim”den sonra ise en fazla "görçek" önerisi gelmiştir. Özellikle gençler arasında dünyada bir akım haline gelen "selfie"ye karşılık olarak kuruma gelen tavsiyeler arasında ayrıca, "Sosyapoz", "Başyapıt", "Bengil", "Beyani", "Cepimge", "Çekendi", "Çekerol", "Çekinti", "Çeklaçek", "Çektirim", "Çeksun", "Eday", "Ferdî", "Görsel Salım", "Seyfi" ve "Kendirme" gibi sözcükler yer almıştır (http://www.hurriyet.com.tr/selfienin-turkce-karsiligi-aciklandi-26465756, 25.12.2016).

Selfie kavramının tam anlamıyla yaygınlaşması ise 2 Mart 2014 tarihinde gerçekleşen Oscar Ödül Töreni sonrasında, gecenin sunucusu Ellen DeGeneres'nin ödül kazananlarla birlikte çekip paylaştığı selfieler sayesinde olmuştur. DeGeneres'nin ünlü oyuncularla çekip Twitter'da paylaştığı selfieler 2 milyon 300 binden fazla retweet alarak tüm zamanların en çok retweet'lenen paylaşımı haline gelmiştir (http://www.milliyet.com.tr/oscar-selfie-si-rekor-kirdi-oscar2014-1845334/, 24.12.2016).



Resim 5: Oscar Töreninde Selfie



Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr/oscar-selfie-si-rekor-kirdi-oscar2014-1845334/>, 24.12.2016

2. SELFİE OLGUSUNUN PSİKOLOJİK BOYUTU

Selfie olgusu “klâsik” ve “muhafazakâr” bir bakış açısıyla irdelenecek olursa, akla gelen ilk kavram “narsisizm” olacaktır. Psikiyatri dünyası narsisizmi bir “*kişilik bozukluğu*” olarak görmektedir. Psikiyatristlere göre, narsistler kendilerinin üstün, özel ya da eşi bulunmaz kişiler olduklarına inanırlar ve başkalarının da kendilerini öyle görmesini beklerler. Genellikle çok beğenilmek isterler. Benlik saygıları hemen her zaman çok kırılındır. Bu kişiler kendilerini olduklarından daha yetenekli görürler ve başarılarıyla böbürlenirler, çoğu zaman övünge ve gösterişçidirler (Köroğlu, 1998: 907). Bu tanıma, Freud’un

Narsisizmin bu tanımında, selfie kullanan bir kişi için en uygun benzetme, olsa olsa “*gösterişçi*” nitelemesi olabilir. Ancak bunu bir “*kişilik bozukluğu*” olarak görmek çok da yerinde bir bilimsel tespit olmayacaktır. Zira, selfie olayında, objektif karşısında -genelde- birden çok kişinin yer alması bu tezi çürütmektedir. Elbette selfie çekenlerden bazılarında narsist yön bulunabilir; ancak selfie olgusuna “*narsisist bir davranış*” gözüyle bakmak çok ağır bir niteleme olacaktır.

Aksine; modern dünyada, bireylerin giderek yalnızlaştığına ve bencilleştiğine ilişkin tezler giderek yaygınlık kazanırken, selfienin birden çok insanı buluşturan özelliği buna alternatif bir vurgu taşımaktadır.

Selfienin özellikle *Y Kuşağı* tarafından bunca rağbet görmesi, narsist duyguların hegemonyasına doğru atılan bir adım mıdır, yoksa narsisizmin en kabul edilebilir yönü olan “*özgüven*” duygusuna bir davet midir, tartışılır.

Rawhide tarafından 2015’te yapılan “Selfie, Narsisizm ve Sosyal Medya” başlıklı araştırmaya göre, dünyada günde ortalama 93 milyon selfie çekilmekte, Instagram’da her 10 saniyede yaklaşık 1.000 selfie fotoğrafı paylaşılmaktadır. Genç bir kullanıcı, yılın ortalama bir haftasını selfie çekerek geçirmektedir (<http://www.rawhide.org/blog/infographics/selfie-obsession-the-rise-of-social-media-narcissism/>, 05.01.2017).

Kimi iletişim bilimcilerine göre de selfienin narsisizm ile ilintisi çok eski tarihlere dayanmaktadır. Selfienin yeni bir kavram olmadığını ve “insanoğlunun kendi imgesini



paylaşma dürtüsü” anlamı da taşımadığını belirten bu bilim insanları, “*Hiç kuşkusuz teknolojinin gelişmesi ve ucuzlaması insanoğlunda zaten var olan narsisizm duygusunu gıdıklamaktadır*” tezini ortaya koymuştur. Prof. Dr. Aslı Tunç’a göre, başkaları tarafından nasıl görülmek istendiğimiz ve kendimiz için nasıl bir kimlik yaratmaya çabaladığımız soruları selfie ile bir kez daha sanal âleme taşınmıştır. O halde, burada sorulması gereken soru şudur: “*Yunan mitolojisinden beri süregelen narsisizm soslu bir ifade biçimi mi yoksa sosyal medyanın yaldızlı dünyasında basit bir kural mıdır?*” (<http://t24.com.tr/yazarlar/asli-tunc/sosyal-medyada-narsisizm-ve-selfie-kulturu,8056>, 05.01.2017).

Bu kapsamda, John Berger’in “perspektif” tanımına da göz atmak yerinde olacaktır. Çünkü perspektif bir tek gözü, görünen nesnelere dünyasının merkezi yapar. Her şey sonsuzluktaki kayma noktası gibi gözün üstünde toplanır. Görünenler dünyası seyirciye göre bir zamanlar evrenin Tanrı’ya göre düzenlendiği biçimde düzenlenmiştir (Berger, 2016: 16). İşte tam da bu noktada, selfie çeken bireyin ruh hali ve bakış açısı ortaya çıkmaktadır. Aslında, objektifi kendisine çevirip perspektif açısını kendisine göre düzenleyen birey, selfie sayesinde adeta *tanrısallaştığını* hissetmektedir. Çünkü objektif de, perspektif de onun emrindedir.

Elbette bireylerin sosyal medyada sık sık profil fotoğrafını değiştirerek ilgi çekmek ve takdir beklemek gibi narsisizme yönelen kimi tutumları vardır. Bu kişiler, “arkadaş sayısının çok olduğunu göstermek” için çok fazla arkadaş talebinde bulunmakta, daha fazla beğeni almak için çok fazla paylaşım yapmakta ve abartılı bir şekilde sürekli sosyal medya hesaplarını kontrol etmektedir. Ancak selfie olayında “bireysel” bir tutumdan ziyade “çoklu” bir tercih söz konusudur. Kelimenin epistemolojik anlamı her ne kadar “özçekim” olsa da, gerek selfienin 2013’te ilk kez iletişim hayatına girmesine vesile olan fotoğraflar, gerekse mezuniyet, doğum günü, düğün, nişan kutlamaları, hatta bir spor karşılaşması veya kupa töreni sonrası çekilen selfieeler göstermektedir ki, bu olguyu sadece “bireysel” düzlemde ele almak hatalı sonuç verecektir. Çünkü selfieelerde genellikle fotoğraf karesinde birden çok kişi yer almaktadır.

Selfienin kendine özgü tekniği bir yana, fotoğrafın genel kurallarını da içeren özellikleri taşıması, artı bir değer olarak göze çarpmaktadır. Her fotoğraf aynı zamanda işaret olmak zorundadır. Zira fotoğrafın içeriği, sebebidir (Danto, 2016: 87). Bu açıdan bakıldığında, selfie, klâsik fotoğraf tekniğini kullanıp, aynı zamanda içeriği görsel olarak zenginleştiren bir adımdır.

3. SELFİE: TRAVMATİK POZLAR

Selfie olgusunu “*psikolojik bir vaka*” değil, yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklar doğrultusunda biçimlenen yeni bir “*tarz*” kabul etmek hem selfieye *bağımlı* gençleri anlamamıza yardımcı olacak hem de bu oto-portre tekniğini gündelik hayatımızdaki gerçek yerine oturtacaktır. Zira, özellikle sosyal medyaya zaman zaman yansıyan kimi “garip örnekler” kafalarda soru işareti oluşturmaktadır. Hastane odasında yatan dedesiyle selfie çeken veya fondaki ölü babasıyla çektiği selfieyi sosyal medyada paylaşan kişileri hangi kategoride değerlendirmek gerektiği zor bir problem olarak önümüzde durmaktadır (<http://www.radikal.com.tr/hayat/olu-dedeyle-pozun-gercek-hikayesi-ortaya-cikti-1198114/>, 09.01.2017).



Resim 6: Hasta Dede ile Selfie



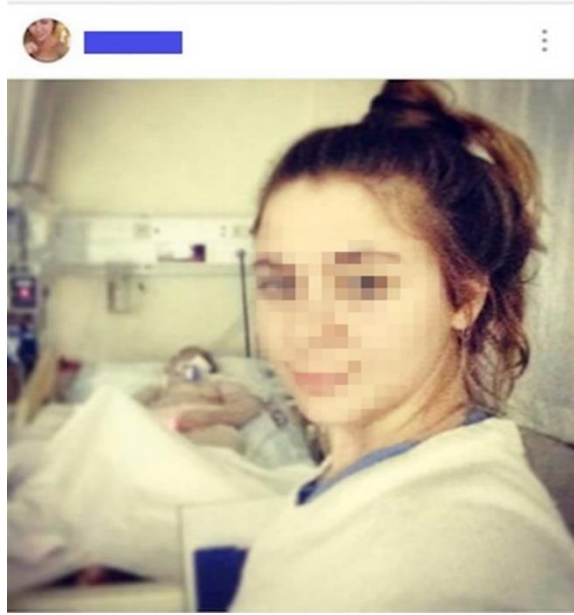
Kaynak: <http://www.haber365.com.tr/olmus-dede-ile-selfie-dediler-ama-p2-g1178.html>, 09.01.2017

Burada ortaya çıkan “travmatik” görüntü, aslında, selfie çeken kişinin, babası veya dedesinin ölüm ya da ağır hastalık halini yakınlarına ve diğer insanlara gösterme çabasıdır. Ne var ki, olayın sosyal medya boyutu, bu “masumane” isteği gölgelemekte, paylaşımı görenler açısından bu olay bir “mesaj” gibi değil, “alay konusu” olarak algılanmaktadır. Olayın özü, o “garip” fotoğrafları sosyal medyada paylaşmakta bir sakınca görmeyen bireylerin hangi tür psikolojik ruh hali taşıdığı sorusunda düğümlenmektedir. Zira, normal çekilen fotoğraflarda bu tür görüntülere rastlanmazken, selfienin yaygınlaşmasıyla birlikte bu “tuhaflığa” kapı açılması, ortaya yeni sorular/sorunlar çıkarmaktadır.

İstanbul Haseki Eğitim ve Araştırma Hastanesi’nde görevli genç bir hemşirenin yoğun bakım ünitesindeki hastalarla selfie çekip o fotoğrafları 18 Ekim 2016 tarihinde sosyal medya hesabından paylaşması ise bardağı taşıran son damla olmuştur. Çektiği selfielerin altına “Ölmeye ramak kalanlardan bi minicik tablo” şeklinde alaylı yorum da yazan hemşirenin bu paylaşımları büyük tepki toplar. Konu medyaya da yansınca hakkında soruşturma açılır ve başka bir birime kaydırılır. (<http://www.ntv.com.tr/saglik/yogun-bakimda-selfie-ceken-hemsireye-sorusturma,HnLKf9npHECWIXNGCby4kg>, 09.01.2017). Hemşire E.G., Sağlık Bakanlığı’nın verdiği izinle bir televizyon kanalının haber bültenine çıkararak özür diler. Hemşire, “*Tamamen gençliğimden, cahillikten kaynaklı çekimlerdi*” der (http://www.ntv.com.tr/saglik/yogun-bakimda-selfie-ceken-hemsire-konustu,DEZXB_pQSkywcm9-oXu8Lw, 09.01.2017).



Resim 7: Yoğun Bakımda Selfie



Kaynak: <http://www.a24.com.tr/hastalarin-fotografini-cekten-hemsire-skandali-haberi-40076977h.html?h=11>,
30.06.2017

Bireyler böylesine “travmatik” görüntüleri niçin sosyal medyada paylaşma ihtiyacı duymaktadır? Hasta veya ölmüş bir yakınına hastane odasında -selfie çekerek- başka insanlara göstermenin, tedavisine yardımcı olduğu yoğun bakımdaki kişilerle selfie çekip dalga geçmenin nasıl bir “mesaj” özelliği vardır? Bu refleksin izdüşümünde hangi duygular ve düşünceler yatmaktadır? Yoksa insanlar, sosyal medyanın, başta fotoğraf ve video olmak üzere her türlü görsel malzemeyi ve kişisel duyguları/düşünceleri başkalarıyla da paylaşmaya uygun hale getiren büyüüne kapılıp, “özgürleştirici” ve “kural tanımaz” buldukları için mi o platforma bile bile teslim olmaktadırlar? Bireyler, çok daha farklı bir boyutta devam ettirdikleri kendi gündelik ve dünyevî yaşantılarına “sosyal medya gezegeni”ni katınca, yeni ve içselleştirilmiş bir evren mi kurmaktadırlar?

Bazı sosyologlarca “*Sanal Benlik*” olarak nitelendirilen bu karakter yapısı, aslında toplumun çoğunluğunda mevcuttur: Sanal dünya tam olarak dokunulamaz ya da gerçeklikten uzakta duran karakterler ve imgeler dışında yönetilemez. Sanal benlikler kendileriyle ister gerçek zamanlı olsun, ister müdahaleli ve gecikmeli olsun, elektronik olarak bağlantı kurduğunuz ve göremediğiniz, dokunamadığınız insanlardır. Ama onların varlıklarını odanızın içinde, belki de kafanızın içinde duyumsarsınız. Sanal benlikler yüz yüze olmayan ama bilgisayar ekranları, cep telefonları, çağrı cihazı, faks makineleri gibi bizi küresel olarak ve neredeyse ânında birbirimize bağlayan araçlarla kurulan bir ortamda anlam, iletişim ve aşk ararlar. Çünkü biz fiziksel olarak ve sosyal olarak birbirimizden uzak kalmışızdır (Agger, 2011: 74).

4. SİYASİLERDE SELFİE KULLANIMI

Selfie, yaygınlaştığı andan itibaren siyaset dünyasında da büyük ilgi görmüştür. Liderlerle fotoğraf çektirmek isteyen partililer artık eskisi gibi objektiflerin karşısına geçip başkasına poz vermektense, deklanşöre bizzat kendileri basarak selfie ile anıları ölümsüzleştirmeye



başlamıştır. Eski ABD Başkanı Barack Obama, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ve eski Başbakan Ahmet Davutoğlu selfieye ilgi gösteren liderler arasında yer almaktadır.

Resim 8: Erdoğan ile Selfie



Kaynak: <http://www.birgun.net/haber-detay/iste-hayatimda-hic-selfie-yapmadim-diyen-erdogan-in-selfileri-89651.html>, 28.12.2016

Siyasetçilerin selfie olayına sıcak bakmalarının asıl nedeni, seçmen vatandaşlarla ve gençlerle yakınlaşma çabasından kaynaklanmaktadır. Zaman zaman seçmenleriyle ve gençlerle selfie çektiren liderler, böylece kamuoyu nezdinde “sempatik” ve “yenilikçi” bir lider görüntüsü yaratmaya çalışırlar. Geçmişte vatandaşlarla birlikte objektiflerin karşısında poz veren geleneksel “ciddi lider” imajı, günümüzde, yerini, “halkla kaynaşan” ve selfie gibi verili kurallara meydan okuyan bir iletişim tarzını seçen “modern” lider imajına bırakmıştır.

5. İLGİNÇ SELFİE VAKALARI

Selfienin yaygınlaşmasıyla birlikte medyaya çok sayıda “garip” ama “trajik” vaka yansımıştır. Bunlardan en trajik olanı, 20 Aralık 2015 tarihinde Antalya’da meydana gelen kazadır. Medyaya da yansıyan bu olayda, kiraladıkları otomobille Alanya’dan Antalya’ya gezmeye giden 5 arkadaş, akşam dönüş için yola çıkar. Havalimanını geçtikten sonra aracı yol kenarına park edip, havalimanından inip kalkan uçakları izlemeye başlarlar. Bu sırada alkol de alan gençler, karanlık yolda uzanarak selfie çekmeye çalışırlar. Ancak yerde yatan ve selfie çekmeye çalışan gençleri fark edemeyen bir kamyonet sürücüsü, gençlerin üzerinden geçer. 5 arkadaştan üçü son anda kendilerini yana atarak kurtulurken, 17 ve 19 yaşındaki 2 genç yaşamını yitirir. Bu kaza tüm gazetelerde, internet haber sitelerinde ve televizyon kanallarında “İnanılmaz Selfie Kazası” başlığıyla yer alır (<http://www.hurriyet.com.tr/kamyonet-yayalara-carpti-2-olu-40029652>, 12.01.2017).

Bir başka selfie kazası da 31 Ağustos 2016 tarihinde İstanbul’daki üçüncü boğaz köprüsünde meydana gelir. Yavuz Sultan Selim Köprüsü’nün açılışından 4 gün sonra yaşanan kazada, TIR sürücüsü ile oğlu, aracı köprü üzerinde sağa çekip park ettikten sonra, yeni köprüde selfie çekmek için TIR’dan inerler. Baba-oğul selfie çekerken, arkadan gelen kitap yüklü bir başka TIR, park halindeki araca çarpar. Kazada, baba bariyer ile TIR’ın arasına sıkışarak hayatını



kaybeder. Oğlu ise ağır yaralanır (<http://www.sabah.com.tr/yasam/2016/08/31/3-koprude-ilk-kaza-selfieden#>, 12.01.2017).

Kayseri’de 4 Ağustos 2016 tarihinde meydana gelen bir ölüm ise “trajik” bir selfie vakasıdır. Melikgazi ilçesinde, bir kadın, evdeki av tüfeğini eline alıp poz vererek cep telefonuyla selfie çekmeye başlar. Ancak bu sırada boş olduğunu düşündüğü tüfeğin tetiğine dokununca, ateş alan silahtan çıkan saçmalar, karşısında duran 3 yaşındaki oğluna isabet eder. Ağır yaralanan küçük çocuk, kaldırıldığı hastanede hayatını kaybeder (<http://www.hurriyet.com.tr/av-tufegi-ile-selfie-cekken-anne-3-yasindaki-oglunu-oldurdu-40182461>, 14.01.2017).

Konya’da ise bir lise öğrencisi, arkadaşısıyla birlikte tren garına giderek, peronda bekleyen yük treninin üzerine çıkıp selfie çekmek ister. Ancak vagonun üzerinden geçen yüksek gerilim kablolarına temas eden genç akıma kapılarak beton zemine düşer. Vücudunun büyük bölümünde yanıklar oluşan liseli genç ağır yaralı olarak hastaneye kaldırılır (<http://www.hurriyet.com.tr/selfie-cekme-icin-cikti-gi-vagonun-uzerinde-aki-40211402>, 16.01.2017).

Sadece kazalarda veya diğer adli vakalarda değil, hemen her olayda çevredeki kişilerin selfie çekmeleri neredeyse alışkanlık haline gelmiştir. Bu duruma, İstanbul’un Kağıthane ilçesindeki bir kot imalathanesinde 30 Eylül 2015 tarihinde çıkan yangın iyi bir örnektir. Henüz bilinmeyen bir nedenle başlayan yangın, kısa sürede yayılarak imalathanenin bitişiğinde bulunan 2 katlı oto galerisine sıçrar. İtfaiye yangına müdahale edip alevleri söndürürken, bazı kişiler yanan işyeri önünde durup selfie çeker (<http://www.milliyet.com.tr/kagithane-de-kot-imalathanesinin-deposunda-istanbul-yerelhaber-991433/>, 16.01.2017).

Sadece bu yangında değil, hemen her polisiye olayda benzer görüntüler dikkat çekmektedir. Olayı görüntüleyen kişilerin cep telefonlarıyla “gazeteci” gibi olan biteni kaydetmesi bir bakıma medya/sosyal medya için bulunmaz bir fırsattır. Hemen her medya kuruluşu, “vatandaş kamerası” olarak adlandırılan bu tür güncel görüntülere ihtiyaç duyduğu için WhatsApp hattı oluşturmuştur. Vatandaşların çektiği görüntülerin yayınlanması halinde kendilerine olayın önemine göre belirli bir telif ücreti de ödenmektedir. Ancak bazı kişilerin olay yerinde selfie çekmeleri “trajikomik” bir tablo ortaya çıkarmaktadır.

Resim 9: Yangın Sırasında Selfie



Kaynak: <http://www.sondakikahaberleri.info.tr/haber/1697467-depo-yanigininda-selfie-hatirasi>, 18.01.2017



Boğaziçi Köprüsü'nde 1 Eylül 2014 tarihinde yaşanan bir intihar vakası bu konudaki en "ekstrem" örneklerden biridir: Sabah saatlerinde 35 yaşındaki Sadrettin Şaşkın adlı kişi köprü'nün korkuluklarına çıkarak intihara kalkışır. Olay yerine gelen polis ekipleri bu kişiyi ikna etmeye çalışır. Ancak 3 saat süren ikna çabalarına rağmen Sadrettin Şaşkın kendisini korkuluklardan aşağıya bırakır ve yaşamını yitirir. Şaşkın'ın cesedi Ortaköy İskelesi civarında denizden çıkarılır. Şaşkın intihar etmeden önce, kendisini ikna etmeye çalışan motorize ekibinden bir trafik polisi köprü korkuluklarında selfie çekip fotoğrafı sosyal medyada paylaşır. O görüntü büyük tepkiye yol açar. Polis hakkında "görevi ihmal" suçlamasıyla soruşturma açılır (<http://www.milliyet.com.tr/kopruden-atlayan-sahisla-intihar-selfie-istanbul-yerelhaber-360844/>, 16.01.2017).

Resim 10: Köprüde Polisin İntihar Selfiesi



Kaynak: <http://haberciniz.biz/kopruden-atlayan-sahisla-intihar-selfiesi-3138511h.htm>, 16.01.2017

Selfiede "ekstem" boyutunu da aşan bir başka olay ise 12 Haziran 2015 tarihinde meydana gelmiştir: Tuzla'da tarih öğretmeni Fatma Kayıkcı'yı, 2013 yılında da Tümgeneral Hasan Hüseyin Demirarslan'ın TÜBİTAK'ta çalışan oğlu Göktuğ Demirarslan ile Rus sevgilisi Elena Radchikova'yı Ankara'da öldürdüğü iddiasıyla aranan Atalay Filiz adlı zanlı günler sonra İzmir'in Menderes ilçesinde yakalanır. Ancak katil zanlısını yakalayan ekipten bazı polisler Atalay Filiz ile selfie çekilir. Hatta selfie çektirirken görüntüleri videoyla da kaydederler. Videoda, polis memurunun, Atalay Filiz'e, "Selfie yapayım beri gel. Seni tebrik ediyorum. Üç sene kaçmayı başardın ya bu memlekette... Sana ne diyeceğimi bilmiyorum artık" dediği görülür. Seri katil şüphelisi ise polis memurunun selfie talebine, "Gel abi yapalım" şeklinde cevap verir (<http://www.hurriyet.com.tr/polisten-atalay-filizle-selfie-40116653>, 17.01.2017).

Olay kamuoyunda büyük tepkiye yol açar. Selfie çeken ve bu anı görüntüleyip sosyal medyada paylaşan 3 polis hakkında soruşturma başlatılır. Polisler soruşturma tamamlanana kadar açığa alınır.



Resim 11: Polisin “Seri Katil” ile Selfie Çekilmesi



Kaynak: <http://www.ensonhaber.com/polis-seri-katil-atalay-filizle-selfie-yapti-2016-06-12.html>, 17.01.2017

6. SELFİE: TEKLEŞMEYE KARŞI “GÖRSEL İTİRAZ” MI?

Fotoğraf çekirmek, selfie olayı başlayana kadar bir “anı biriktirme” seremonisi özelliği taşımaktaydı. Düğünlerde, nikâhlarda, mezuniyet törenlerinde, yurtiçi ve yurtdışı gezilerinde veya akrabaların nadiren bir araya geldiği bayramlarda fotoğraf makinesiyle çekilen kareler fotoğraf albümlerinde özenle korunuyordu. İletişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte, önce hafızalı dijital fotoğraf makineleri, ardından da kameralı cep telefonları yaygınlık kazandı. Geçmişin 36 pozluk makaralı filme çekilen ve fotoğrafçıdaki karanlık odada banyo edildikten sonra kartlara basılan klâsik fotoğraf anlayışı, yerini, elimizdeki minik bir dijital fotoğraf makinesiyle veya hemen hemen benzer teknik olanaklara sahip cep telefonu kamerasıyla çekilen, istendiği gibi biçimlendirilen, renk ve fon ayarı değiştirilebilen, nispeten daha *yapay* bir görsel dünyaya bıraktı. “Photoshop” veya benzeri programlarla, kiloluların zayıf, çirkinlerin güzel, selülitlilerin ince hale getirildiği, gerçeği olduğundan farklı gösteren yeni bir fotoğrafçılık anlayışı gelişti. Deyim yerindeyse “herkes fotoğrafçı oldu.”

Ancak bu durum da uzun sürmedi. Objektif önünde çektirilen klasik fotoğrafın *homojen* yanına karşılık selfienin *cool* özelliği öne çıkmaya başladı. Böylece, görsellikte “tektipleşme” ve “tekleşme” süreci sona ermeye başladı. Şu bir gerçek ki, geçmişte, düğün veya herhangi bir kutlama sırasında çekilen fotoğraflarda, o topluluktan biri yerine, genellikle profesyonel bir fotoğrafçı veya grup dışında ricayla eline fotoğraf makinesini alan herhangi bir kişi deklanşöre basıyor, çok sayıda kişinin bulunduğu grup da tarihsel bir ritüeli yerine getirir gibi ciddi şekilde poz veriyordu.

Selfie, bu klâsik anlayışı -elbette teknolojinin sunduğu yeni olanaklar sayesinde- yerle bir etmiş, görsel kültüre radikal ve bambaşka bir boyut katmıştır: Artık fotoğrafta “çekirmek” değil “çekilmek” fiili öne çıkmıştır. Grup, bir araya geldiği o ânı ölümsüzleştirmek için, içlerinden birinin -üstelik fotoğraf karesine girerek- deklanşöre basmasıyla bunu gerçekleştirmiştir.

Ancak selfie olayının fotoğrafta yarattığı görsel devrim sadece grubun kendi kendini görüntülemesi imkânı ile sınırlı değildir. Onu da aşan şekilde, selfie, “tekleşme” ve “tektip”



olma anlayışına karşı *görsel bir itiraz*dır. Bunu, selfie çekilen bireylerin objektife yansıyan “özgüven” ve “cool” tavırlarını gözleyerek anlamak da mümkündür. Özellikle, “Y Kuşağı” olarak adlandırılan (1980-1999 arası doğan) ve “Z Kuşağı” olarak nitelendirilen (2000 yılından itibaren doğan) bireylerin “rahat” ve “tabu tanımaz” tutumları, geleneksel görsellik anlayışını yıkan selfienin bu derece yaygınlaşmasında büyük rol oynamıştır. Bilgisayar kullanımında olduğu gibi, selfie olayında da, kuşaklararası kültür aktarım süreci tersine işlemiş, orta yaş ve sonrası kuşak selfie çekmesini Y ve Z Kuşaklarından öğrenmiştir.

Selfienin -bizzat tasarlanmış olmasa bile- bilinçaltında *görsel bir itiraz* olarak algılanmasının izdüşümünde, anılan kuşakların karakter yapısı haline bürünen “*itiraz kültürü*”nün de etkisi büyüktür. İletişimdeki sınırların ve sınırlamaların internet ve yeni iletişim teknolojileri sayesinde tamamen ortadan kalktığı modern dünyada, demokrasi, insan hakları ve özgürleşim gibi ilkeleri kolayca içselleştirmeyi başaran genç kuşaklar, fotoğraf çekilirken de bu *duruşlarını* selfie olayında simgeleştirmiş, deyim yerindeyse herkesi bir kenara iterek, “*Kendi göbeğimi kendim keserim*” mesajını vermişlerdir. Üstelik bu ilkeyi kendilerinden önceki kuşaklara da kabul ettirmişlerdir.

Bu duruşu narsisizm, egoizm veya bencillik olarak nitelendirmek, selfie konusundaki en kolay ve ucuz değerlendirme olacaktır. O zaman selfie çekilen ünlü siyasetçileri, sanatçıları, sporcuları nasıl tanımlayacağız? Aksine, selfie, küreselleşen dünyaya “*aykırı*” bir ayna tutmaktır. Hatta, akıllı cep telefonlarının normal objektifleri göz önüne alınacak olursa -her ne kadar ön kamerayla çekilse de- “*ters*” bir bakış açısidir. Verili olanı kabul etmeyen, eleştirildiğinin aksine narsisist ve egosu yüksek bireyi değil, çok sayıda kişiyi objektif önüne davet eden son derece postmodern ve “*sihirli*” bir tekniktir.

Kimi iletişimciler selfie için “*Son zamanlarda sosyal medyada yoğun olarak paylaşılan özçekim fotoğraflar, bireyin kimlik inşasında önemli bir araç haline gelmiştir*” nitelemesi kullansa da (Özdemir, 2015: 112), aksine, selfie bireyin kimlik “*inşası*” değil, zaten var olan kimliğin “*ifadesi*” olarak düşünülmelidir. Çünkü “*kimlik inşası*”, bireyde mevcut olmayan ya da eksik olan bir boşluğun ikamesi anlamına gelir. Oysa birey selfie çekerek -kimlik gelişimini tamamlasın ya da tamamlamasın- mevcut donanımlı haliyle kendini üçüncü kişilere ifade etmeyi amaçlamaktadır. Gelişme çağındaki bireyleri bir yana bırakacak olursak -ki selfie ‘tek başına’ bireye nasıl bir kimlik kazandırabilir ki?- bu çabada “*sıfırdan*” bir başlangıç söz konusu değildir; aksine, bireyin o yaşa kadar edindiği deneyim, heyecan, paylaşma duygusu ve çoğulcu bakış açısı geçerlidir. Tek başına çekilenler bir yana -kaldı ki onda bile bir kimliğin inşası değil özbenliğin dışavurumu geçerlidir- grupça çekilen selfieler bir görsel harmoni özelliği taşımaktadır.

Bu noktada, her estetik edim, ortak insanlığın, insanlığın potansiyeline duyulan ortak umudun bir ögesini içinde taşır (Jay, 2014: 284). Selfienin de -kitle kültürüne yakınlık taşıyan potansiyeli bir yana- bu kapsamda değerlendirilmesi yanlış olmayacaktır.

7. ARAŞTIRMA: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SELFİE ALIŞKANLIĞI

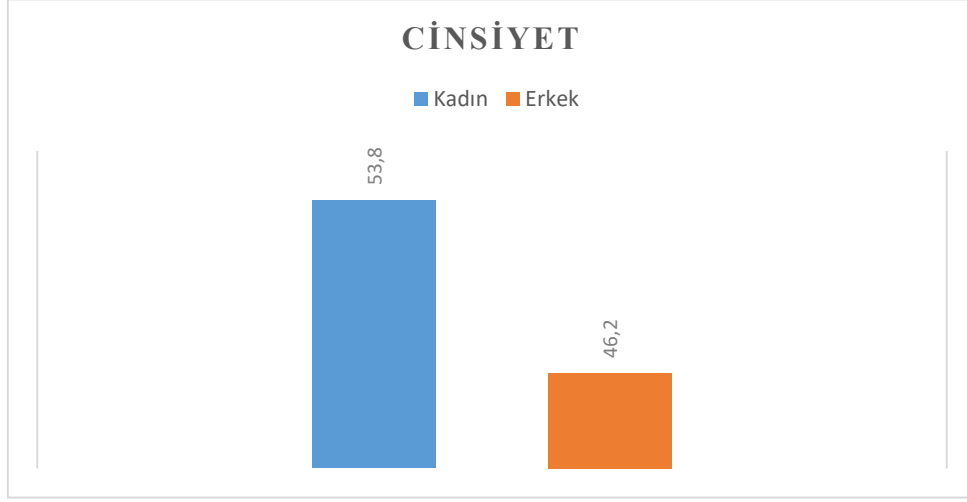
Bu araştırma anket tekniği kullanılarak “yükseköğretim gençliğinin selfie konusundaki eğilimini, alışkanlıklarını ve bakış tarzını” anlayabilmek için 16-25 Ocak 2017 tarihleri arasında İstanbul Esenyurt Üniversitesi’nde yapılmıştır.



Anket 252 kişiye ulaştırılmış, ancak 5 öğrenci selfie çekmediklerini belirterek ankete katılım göstermemiştir. 247 katılımcıya ait bilgiler şöyledir:

Cinsiyet

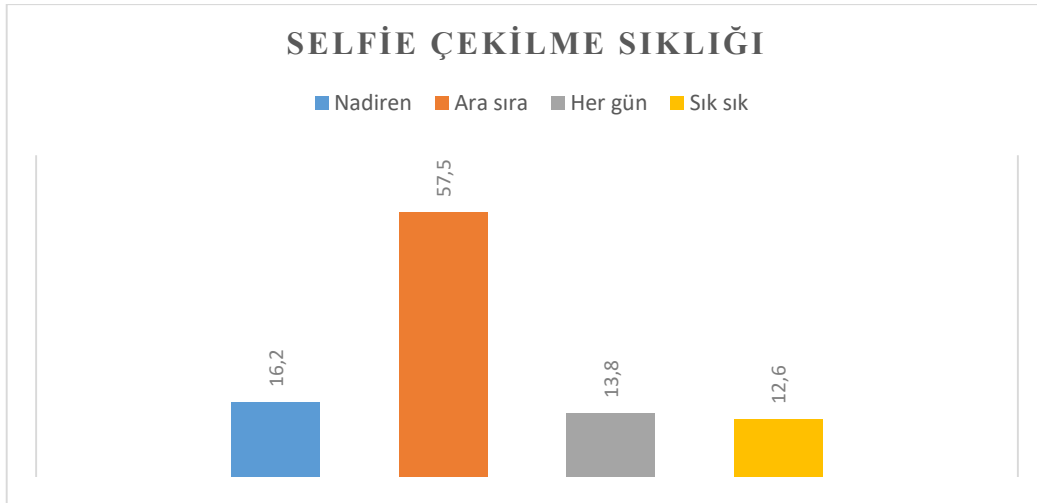
133 kız ve 114 erkek öğrenci anketi yanıtlamıştır. Yüzde olarak % 53,8 kadın, % 46,2 erkek katılımcı mevcuttur.



Selfie Çekme Sıklığı

Katılımcılara ne sıklıkta selfie çektikleri sorulmuştur. Cevaplayıcıların % 57,5'i ara sıra selfie çektiklerini belirtmiştir. Nadiren selfie çektiklerini söyleyen katılımcılar % 16,2'lik kesimi oluşturmaktadır. Her gün selfie çekenlerin oranı % 13,8'dir. Geri kalan % 12,6'lık kesim sık sık selfie çektiklerini kaydetmişlerdir. Bu durumda, öğrencilerin yüzde 83,9'unun sık sık, her gün ve ara sıra selfie çektiği görülmektedir. Sadece yüzde 16,2'lik bir azınlık nadiren selfie çekilmektedir.

Bu da, üniversite gençliğinin selfie ile ilişkisinin yoğun ve devamlı olduğunu göstermektedir.

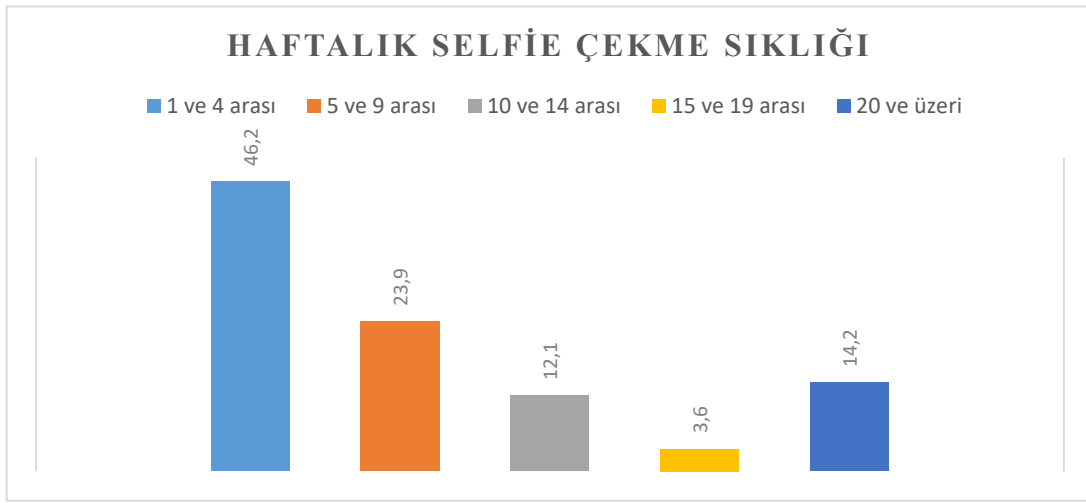




Son 1 Haftada Selfie Çekme Sıklığı

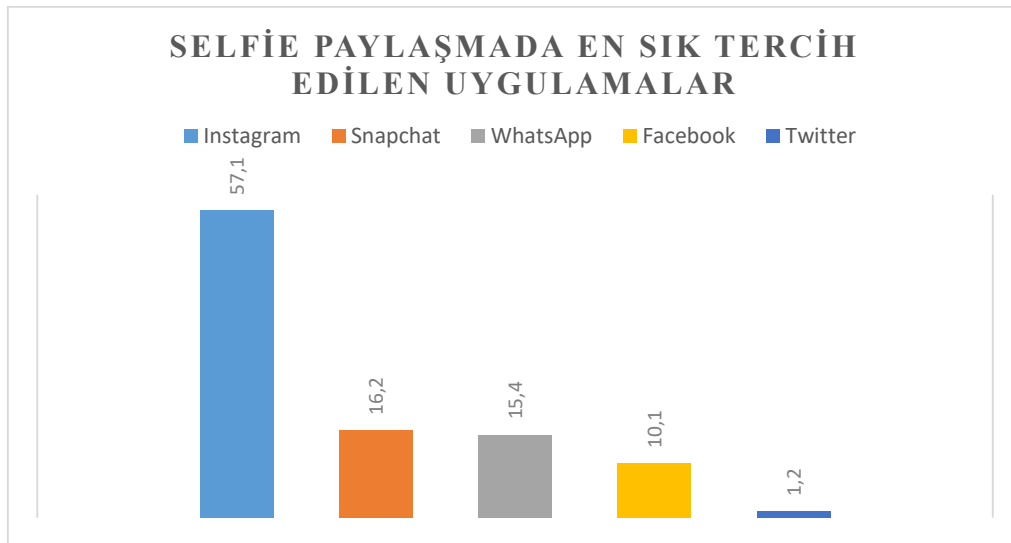
Katılımcılara son 1 haftada kaç kez selfie çektikleri sorulmuş ve “1-4”, “5-9”, “10-14”, “15-19” ve “20 ve üzeri” olmak üzere 5 farklı sıklık aralığından birini belirtmeleri istenmiştir. Katılımcıların % 46,2’lik kesimi son bir haftada 1 ile 4 kez aralığında selfie çektiklerini belirtmişlerdir. % 23,9’luk kesim son bir haftada 5 ile 9 kez aralığında selfie çekmiştir. % 12,1’i 10 ile 14 kez aralığında selfie çekerken, % 3,6’sı 15 ile 19 kez aralığında selfie çektiğini ifade etmişlerdir. Geri kalan % 14,2’lik kesim ise son 1 haftada en az 20 kez selfie çektiklerini belirtmiştir.

Görüldüğü gibi, en az çeken kişi bile haftada 1 ile 4 kez aralığında selfie çekilmektedir.



Selfie Paylaşımında En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Uygulaması: Instagram

Katılımcıların % 57,1’lik çoğunluğu, çektiği selfie fotoğraflarını Instagram’da paylaştıklarını ifade etmiştir. Instagram’ı % 16,2 ile Snapchat takip etmektedir. Sırasıyla selfie paylaşmada en sık kullanılan sosyal medya uygulamaları aşağıdaki grafikte gösterilmektedir.

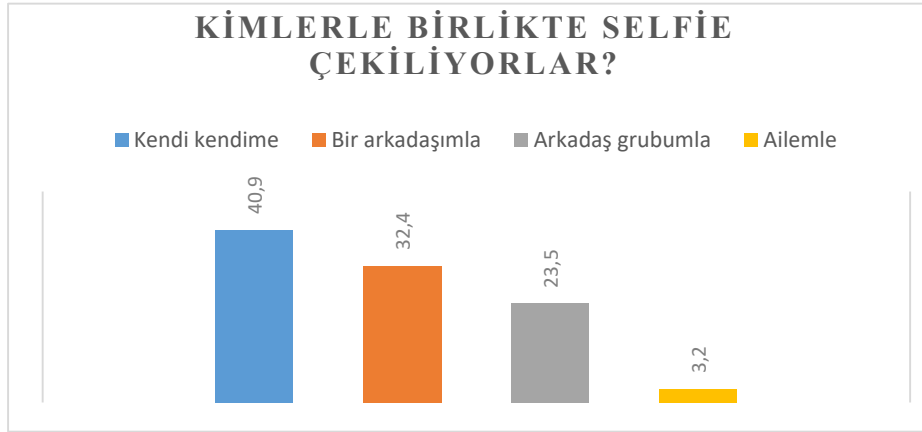




Selfie Fotoğraflar En Çok Kimlerle Birlikte Çekiliyor?

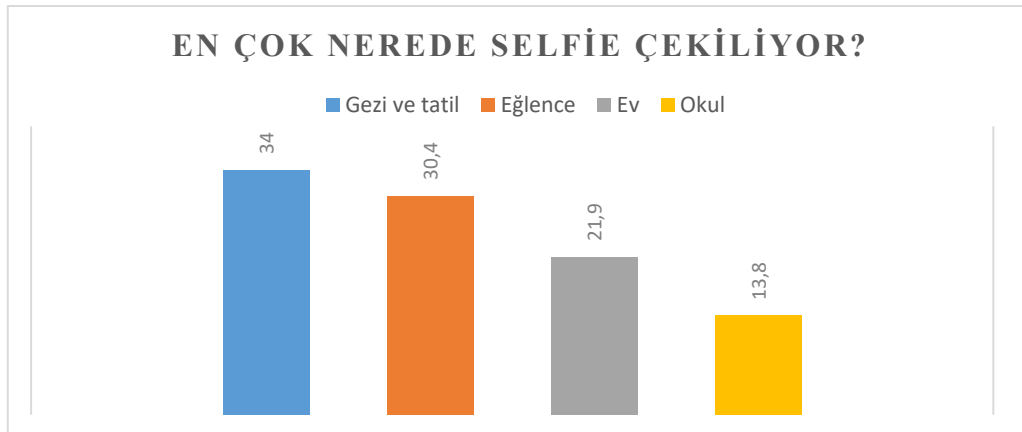
Katılımcılara en çok kimlerle birlikte selfie çektiklerini sorduk. Aldığımız cevaplara göre öğrenciler en çok kendi kendilerine selfie çekiliyor. “Kendi kendime selfie çekerim” diyenlerin oranı % 40,9 ile çoğunluğu oluşturmaktadır. Bir arkadaşıyla birlikte selfie çekilenler % 32,4 iken, “Arkadaş grubumla selfie çekilirim” diyenlerin oranının ise % 23,5 olduğu görülmektedir. En az verilen cevap % 3,2 ile “Ailemle” seçeneği olmuştur.

Her ne kadar kendi kendine selfie çekenlerin oranı fazla görünse de, bir arkadaşıyla, arkadaş grubuyla ve ailesiyle selfie çekilenlerin toplam oranı yüzde 59,1’dir.



En Çok Nerede Selfie Çekiliyor?

Cevaplayıcıların % 34’lük kesimi en çok gezi ve tatil yerlerinde selfie çektiklerini belirtmiştir. Bunu % 30,4 ile eğlence mekânları izlemekte, daha sonra % 21,9 ile “En çok evde selfie çekilirim” cevabı verenler gelmektedir. % 13,8 ile en az verilen cevap ise “okul” seçeneği olmuştur.

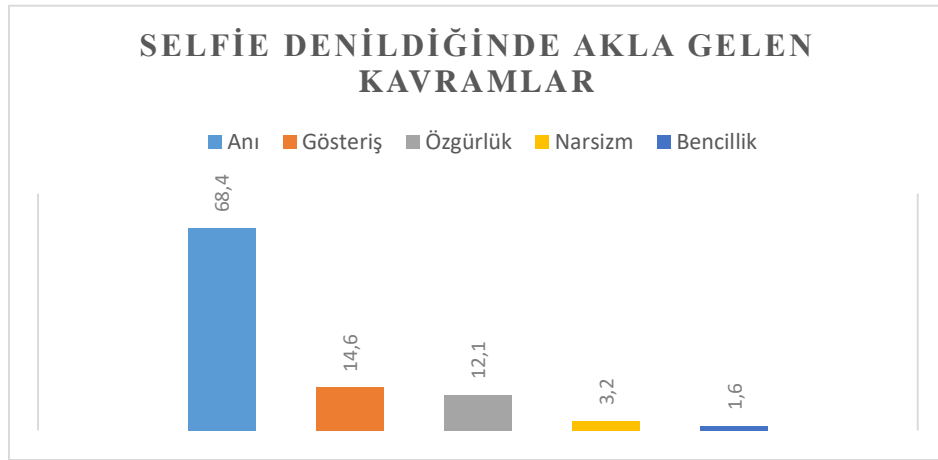




Selfie Denildiğinde Akla Gelenler

Son olarak katılımcılara “Selfie denildiğinde aklınıza ne geliyor?” sorusunu yönelttik. Burada amaç, selfie kavramının öğrencilerin zihninde uyandırdığı ilk çağrışımı yakalamaktı. Verilen cevaplar arasında % 68,4 ile “Anı” seçeneğinin çoğunluğun düşüncesini yansıttığı görülmektedir.

Anket sorularına sırasıyla verilen cevapların % 14 ile “Gösteriş”, % 12,1 ile “Özgürlük”, % 3,2 ile “Narsisizm” ve % 1,6 ile “Bencillik” seçenekleri olduğu görülmektedir.



Kız Öğrenciler Daha Fazla Selfie Çekiliyor

Öncelikle araştırmamızda bir ön analiz olarak selfie çekme sıklığı ve cinsiyet ilişkisini ele aldık. Son 1 haftalık selfie çekme sayısı ortalamalarına göre, kadın ve erkek katılımcılar arasında önemli bir farkın varlığı tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha fazla selfie çektikleri görülmektedir.

Tablo 1: Son 1 Haftada Ortalama Selfie Çekme Sayısı

Cinsiyet	Sayı
Kadın	10,08
Erkek	5,11

Araştırmamızda, selfie paylaşımında en sık kullanılan sosyal medya uygulamasının kadın katılımcılarda % 60,9 ile erkek katılımcılarda % 52,6 ile Instagram uygulaması olduğu görülmektedir.

“Kendi kendime selfie çekilirim” cevabı hem kadın hem erkek katılımcılarda en yaygın cevapken, “En çok nerede selfie çekilirsiniz?” sorusuna erkek katılımcıların % 36’lık kesim ile çoğunluğu eğlence mekânları cevabını vermektedir. Kadın katılımcıların yine % 36’lık kesimi ile çoğunluğu en çok gezi ve tatil yerlerinde selfie çektiklerini belirtmektedir.

“Selfie denince aklınıza ne geliyor?” sorusuna hem erkek katılımcıların hem de kadın katılımcıların çoğunluğu “Anı” cevabını vermektedir. Kadınların % 78’i, erkeklerin % 57’lik



kesimi bu soruyu “Anı” olarak yanıtlamaktadır. Erkek katılımcıların % 21,9’u bu soruya “Gösteriş” cevabını verirken, aynı cevabı veren kadın katılımcı oranı ise sadece % 8,3’tür. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla selfie ile gösteriş bağdaştırma sıklığının daha fazla olduğu görülmektedir.

Araştırmamızda selfie çekme sıklığına etkisi olduğu varsayılan nedenler cinsiyet, paylaşım yapılan uygulamalar, birlikte selfie çekilen kişiler, selfie çekilen yerler ve selfie denildiğinde akla gelen kavramlar olmak üzere 5 bağımsız değişkenden oluşmaktadır. Bu analizde bağımlı değişken olarak son bir haftada selfie çekme sıklığı dikkate alınmıştır.

Selfie çekme sıklığı = $\alpha_0 + \alpha_1 \times \text{cinsiyet} + \alpha_2 \times \text{uygulama} + \alpha_3 \times \text{kiminle} + \alpha_4 \times \text{nerede} + \alpha_5 \times \text{kavram}$.

Tablo 2: Selfie Çekme Sıklığı Regresyon Analizi

	Son 1 haftada selfie çekme sıklığı
Constant	1.972
Cinsiyet	-1.041*** (0.000)
Selfie'nin paylaşıldığı uygulamalar	0.131* (0.038)
Birlikte selfie çekilen kişiler	-0.266** (0.008)
Selfie çekilen yerler	0.127 (0.101)
Selfie denildiğinde akla gelen kavramlar	-0.165** (0.008)
Örneklem Hacmi	247
R-square	0.198

Not: p değerleri parantez içinde gösterilmektedir. Yanlarında belirtilen (***), (**), (*) sırasıyla % 1, % 5 ve % 10 anlam düzeyini ifade etmektedir.

Cinsiyet ve selfie çekme sıklığı arasındaki ilişki % 1 anlam düzeyinde istatistiksel açıdan oldukça anlamlıdır. Cinsiyet ve selfie çekme sıklığı arasında güçlü bir ilişki vardır. Veri girişinde kadınlar 0 ve erkekler 1 olarak kodlandığı için elde edilen sonuç son 1 hafta içinde kadınların erkeklerden daha fazla selfie çektikleri şeklinde yorumlanmalıdır.

Selfie fotoğraflarının paylaşıldığı uygulamalar ile selfie çekme sıklığı arasındaki ilişki % 10 güven düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.

Selfie çekilen kişiler ile selfie çekme sıklığı arasındaki ilişki % 5 düzeyinde anlamlı ve negatif yönlüdür. Buna göre kendi kendine selfie çekmek selfie çekme sıklığını artırmaktadır. Selfie çekilen yerler ile selfie çekme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Selfie denildiğinde akla gelen kavramlar ile selfie çekme sıklığı arasında % 5 anlam düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır. Selfie denildiğinde “Anı” cevabını vermenin selfie çekme sıklığına etkisi negatiftir. Çoğunluk selfie ve anı kavramlarını bağdaştırırsa da, en çok selfie çekenlerde “Anı” cevabını verme sıklığı azalıyor.



SONUÇ

Selfie kavramı ve/veya tekniği, iletişim dünyasına çok yeni girmiş olmasına karşın, bu alışkanlığın özellikle gençlerde giderek arttığı görülmektedir. Selfienin bu derece yaygınlaşmasının nedenlerini irdelerken, gençlerin “narsisist” bir yönelimden ziyade, “tekleşmeye karşı görsel itiraz” haklarını mahfuz tutarak objektif karşısına geçtiği gözlemlenmektedir.

Yaptığımız ankette de, öğrencilerin % 68,4 gibi büyük çoğunluğunun selfie olayını “Anı” olarak değerlendirdiği dikkat çekmektedir. Ankete katılan kadınların % 78’i, erkeklerin ise % 57’lik kesimi selfie denilince akla gelen kavramın “Anı” olduğunu belirtmiştir.

Bu noktada çok daha ilginç bir gerçeklik kendini göstermektedir. Anket sonuçları, kadınların erkeklere göre selfie olayına daha yatkın olduklarına ve günlük hayatlarında daha fazla selfie çektiklerine işaret etmektedir. Örneğin, son bir haftada selfie çekme sayısına baktığımızda, kadınların 10,08, erkeklerin ise 5,11 selfie çekildiğini görüyoruz. Kadınların neredeyse erkeklerin 2 katı selfie çektiği ortaya çıkmaktadır.

Zaten erkeklerin selfie olayına kadınlardan daha “mesafeli” yaklaştığı dikkat çekmektedir. Ankette, erkek katılımcıların % 21,9’u selfieyi “Gösteriş” olarak nitelendirirken, bu oran kadınlarda sadece % 8,3 düzeyinde kalmaktadır.

Bu da, kadınların yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu görsel olanaklara ve fırsatlara erkeklerden daha yatkın olduğunu göstermektedir. Erkekler, geleneksel kültür normları ile yeni iletişim teknolojileri arasındaki uyum konusunda daha tutucu, kadınlar ise daha uzlaşmacı bir tavır içerisindedirler.

Bu noktadan hareketle, “tekleşmeye karşı görsel itiraz” tezinin kadınlar açısından daha anlaşılır olduğunu söylemek mümkündür. Kadınlar selfieyi kendilerini ifade etme ve -yapay gibi görünse de- kimliklerinin bir “hanesi” gibi algılama konusunda erkeklere göre daha *cüretkâr* bir tavır sergilemektedir.

Şaşırtıcı olan, kendi kendine selfie çekilme alışkanlığının kadınlarda da erkeklerde de ilk sırada yer almasıdır. Bu, kadınlar açısından makul görünse de, erkeklerin geleneksel davranış kalıpları ile çelişki oluşturmaktadır. Demek ki, erkekler, her ne kadar selfie olayına sıcak bakmasalar da, ondan kopmakta da zorluk çekmektedirler. Daha doğrusu, kendilerini selfienin *çekim gücüne* teslim etmiş durumdadırlar.

Kendi kendine selfie çekmek en çok rağbet gören davranış kalıbı olsa da, bunu “narsisist” bir yönelim şeklinde algılamak doğru olmayacaktır. Zira, bireylerin zamanlarının çoğunu tek başına geçirdikleri dikkate alınırsa, kendi başlarına selfie çekmelerinin ve bunu paylaşımlarının doğal olduğu bir gerçektir.

Kaldı ki, tek başına çekilen selfienin bile, bir başkası tarafından deklanşöre basılarak çekilen poza göre daha postmodern bir görsellik ve içerik taşıdığı; “tekil” bir eylem gibi görünse de aslında geleneksel kalıplara karşı “çoğul” anlayışın bir yansıması olduğu söylenebilir.

Bu noktada, “tekleşmeye karşı görsel itiraz” tezinin dayanağı, söz konusu geleneksel kalıpların bir gölgesi konumundaki poz veren-çeken ikilisinin tahtını yıkan o yeni estetik anlayıştır.



Görsellikte *tektipleşme* olgusuna karşı yeni bir seçenek sunan bu anlayış, selfie sayesinde somutlaşmıştır. Popüler kültürün “basit” bir yansıması gibi görünse de, aslında bu yeni oluşum, görsellikteki sınırsızlığın ve sonsuzluğun geleneksele karşı açık bir meydan okumasıdır.

KAYNAKÇA

Adorno, T. (2013), *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, Çeviri: Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İletişim Yayınları, İstanbul.

Agger, B. (2011), *Sanal Benlik*, Çeviri: Volkan Hacıoğlu, Babil Yayınları, İstanbul.

Barthes, R. (1981), *Camera Lucida: Reflections on Photography*. Hill and Wang, New York.

Berger, J. (2016), *Görme Biçimleri*, Çeviri: Yurdanur Salman, Metis Yayınları, İstanbul.

Burgin, V. (2013), *Fotoğrafi Düşünmek*, Çeviri: Aylin Ünal, Espas Sanat Kuram Yayınları, İstanbul.

Danto, A. (2016), *Brillo Kutusu - Post-Tarihsel Perspektiften Görsel Sanatlar*, Çeviri: Can Kayaş, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Jay, M. (2014), *Diyalektik İmgelem - Frankfurt Okulu'nun Tarihi ve Çalışmaları (1923-1950)*, Çeviri: Sevgi Doğan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Koliska, M., Roberts, J. (2015), Selfies: Witnessing and Participatory Journalism with a Point of View, *International Journal of Communication (IJOC)* 9, 1672–1685.

Koroğlu, E. (1998), *Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabı*, Amerikan Psikiyatri Birliği & Hekimler Yayın Birliği Yayını, Ankara.

Myers, David G. (2010), *Stance-taking and Public Discussion in Blogs*. *Critical Discourse Studies*, 7 (4), 263-275.

Özdemir, Z. (2015), “*Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı*”,

Maltepe Üniversitesi · İletişim Fakültesi Dergisi · 2015 Bahar, İstanbul.

İnternet Kaynakları

<http://www.hthayat.com/yazarlar/ipek-derya/1023075-selfienin-kisa-tarihcesi>, 23.12.2016

<https://publicdomainreview.org/collections/robert-cornelius-self-portrait-the-first-ever-selfie-1839/>, 23.12.2016

<https://www.instagram.com/p/BDas2/>, 23.12.2016

<http://www.sanatblog.com/vivian-maier-cagina-isik-tutan-dadi/>23.12.2016

<http://www.vivianmaier.com/gallery/self-portraits/#slide-33>, 30.06.2017

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie>, 25.12.2016

<http://www.hurriyet.com.tr/selfienin-turkce-karsiligi-aciklandi-26465756>, 25.12.2016

<http://www.sabah.com.tr/kultur-sanat/2014/05/23/tdk-kararini-verdi-selfie-ozcekim-oldu>, 24.12.2016



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 65 Ocak - Şubat 2018

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası
Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



- <http://www.ensonhaber.com/turk-dil-kurumu-selfienin-turkcesini-belirledi-2014-05-22.html>,
24.12.2016
- <http://www.milliyet.com.tr/oscar-selfie-si-rekor-kirdi-oscar2014-1845334/>, 24.12.2016
- <http://www.nydailynews.com/entertainment/oscars/degeneres-all-star-oscar-selfie-sets-twitter-record-article-1.1708566>, 25.12.2016
- <http://www.rawhide.org/blog/infographics/selfie-obsession-the-rise-of-social-media-narcissism/>, 05.01.2017
- <http://t24.com.tr/yazarlar/asli-tunc/sosyal-medyada-narsisizm-ve-selfie-kulturu,8056>,
05.01.2017
- <http://www.radikal.com.tr/hayat/olu-dedeyle-pozun-gercek-hikayesi-ortaya-cikti-1198114/>,
09.01.2017
- <http://www.haber365.com.tr/olmus-dede-ile-selfie-dediler-ama-p2-g1178.html>, 09.01.2017
- <http://www.ntv.com.tr/saglik/yogun-bakimda-selfie-ceken-hemsireye-sorusturma,HnLKf9npHECWixNGCby4kg>, 09.01.2017
- http://www.ntv.com.tr/saglik/yogun-bakimda-selfie-ceken-hemsire-konustu,DEZXB_pQSkywcm9-oXu8Lw, 09.01.2017
- <http://www.a24.com.tr/hastalarin-fotografini-ceken-hemsire-skandali-haberi-40076977h.html?h=11>, 30.06.2017
- <http://www.birgun.net/haber-detay/iste-hayatimda-hic-selfie-yapmadim-diyen-erdogan-in-selfieleri-89651.html>, 28.12.2016
- <http://www.hurriyet.com.tr/kamyonet-yayalara-carpti-2-olu-40029652>, 12.01.2017
- <http://www.sabah.com.tr/yasam/2016/08/31/3-koprude-ilk-kaza-selfieden#>, 12.01.2017
- <http://www.hurriyet.com.tr/av-tufegi-ile-selfie-ceken-anne-3-yasindaki-oglundu-oldurdu-40182461>, 14.01.2017
- <http://www.hurriyet.com.tr/selfie-cekmek-icin-ciktigi-vagonun-uzerinde-aki-40211402>,
16.01.2017
- <http://www.milliyet.com.tr/kagithane-de-kot-imalathanesinin-deposunda-istanbul-yerelhaber-991433/>, 16.01.2017
- <http://www.sondakikahaberleri.info.tr/haber/1697467-depo-yangininda-selfie-hatirasi>,
18.01.2017
- <http://www.milliyet.com.tr/kopruden-atlayan-sahisla-intihar-selfie-istanbul-yerelhaber-360844/>, 16.01.2017
- <http://haberciniz.biz/kopruden-atlayan-sahisla-intihar-selfiesi-3138511h.htm>, 16.01.2017
- <http://www.hurriyet.com.tr/polisten-atalay-filizle-selfie-40116653>, 17.01.2017
- <http://www.ensonhaber.com/polis-seri-katil-atalay-filizle-selfie-yapti-2016-06-12.html>,
17.01.2017