

BİR İLETİŞİM UNSURU OLARAK SOSYAL SELFIE UYGULAMALARI

Özge UZUNDUMLU*

ÖZET

Gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte özellikle bilgisayar ve internetin, hızlı bir şekilde hayatımızın her alanına sirayet ettiği görülmektedir. İletişim teknolojilerindeki bu hızlı gelişme sadece teknolojik alanı değil, çok daha kapsayıcı bir biçimde kültürel alanı da etkilemeye başlamış ve insanoğlunu yeni bir kültürel aşamaya taşımıştır. Bununla birlikte yeni medya, internet, sosyal medya, sosyal ağlar, sanal dünya, dijital hayat vs gibi pek çok kavramda gündelik hayatta en fazla kullanılan kavramlar arasına girmiş ve bu yeni kültürel ortamın öncül kavramları haline gelmiştir. Genel anlamda dışavurumu kolaylaştıran, duygu ve düşüncelerin paylaşımına yeni boyutlar kazandıran sosyal medya, kişinin görünürlüğünü etkileyerek fotoğraf paylaşımının niteliğini ve niceliğini değiştirmiştir. İnsanların kendilerini çekip yayınladığı selfie fotoğrafları ise, popüler fotoğraf akımlarından biri olarak fotoğrafın görünümünü tümüyle değiştirmiş, moda deyimiyile bir fenomen haline gelmiştir. Çalışmada sosyal medyanın sağladığı olanaklar sayesinde görünür olma çabasına girişen günümüz insanının fotoğraftan ve özelinde selfie uygulamaları nasıl kullandığı ve bu süreçte fotoğrafın insan açısından değişen anlam ve boyutları tarama modeliyle ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Ağlar, Fotoğraf, Selfie, Görünürlük

* Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Öğrencisi

ABSTRACT

Thanks to developing communication technology, it is viewed that in particular computer and internet extended to every stage of our life. Rapid developing on communication techniques have started to affect not only technological field but also a more detailed in the cultural fields and has moved mankind to an new cultural stage. As a result of this progress, new media, internet, social media, virtual World, digital life etc. many concepts became daily used concept and started to be prior notions of this new cultural field. In general meaning social media that facilitating outward pulse and adding a new dimensions to the sharing of thoughts and feelings, has changed the nature and quantity of the photo-sharing by influencing the desire to appear of the person. people have changed the nature quantity of the photo-sharing by influencing the desire to appear The selfie photos which they taking a photograph to self and publishing by people has become phenomenon with a fashion statement with as one of the popular photo stream completely changed the look of the photograph. In this study, thanks to opportunities provides of social media the amenities of modern human how to take advantage are discussed in terms of changing the meaning and dimensions of scan mode people's photos, entering efforts to be visible to the photo of the entrance to the modern human.

Key Words: New Media, Social Media, Social Network, Photo, Selfie, Visibility

GİRİŞ

Bu çalışmanın konusunu, sosyal medya uygulamalarında fotoğrafın kazandığı yeni boyut ve özelinde popüler bir fotoğraf çekme paylaşma akımı olarak selfie uygulamalarının kullanıcılar açısından işlev, anlam ve önemini anlaşılması biçimindedir. Bu kapsamda çalışmanın temel sorunsalını “bir iletişim türü olarak sosyal medyada fotoğrafın nasıl bir boyut kazandığının selfie uygulamalarından hareketle analizi” konusu oluşturmaktadır. Bireyler açısından bir anlamda dışavurumu kolaylaştıran bir ortam olarak kabul edilen sosyal medya, insanın görece daha özgürce hareket edebildiği bir platform algılanmaktadır. Sosyal medyanın insana özgürlük ve rahatlık vadeden bu yönü fotoğrafın doğasını da önemli ölçüde değiştirdiği gözlenmektedir. Öte yandan farklı dil ve kültürlerden milyonlarca insanın bir arada olmasına izin veren sosyal medyada fotoğraf evrensel bir dil olarak da oldukça önemli bir işlev üstlenmektedir. Farklı dil ve kültürlerden insanlar fotoğrafın bu evrensel dilini kullanarak bir nebze de olsa anlaşılabilirlik imkânına kavuşabilmektedir. Bu amaçla çalışma, fotoğrafın yeni medyayla beraber kazanmış olduğu anlam ve kullanımlar üzerine inşa edilmiş kuramsal çerçeveye dayalı olarak sistematize edilmiştir. Bu noktada tarama modeli kullanılarak, fotoğraf felsefesi, psikolojik ve sosyal psikolojik açıdan fotoğraf konusu işlenecektir. Fotoğraf paylaşımıyla görselliğini sosyal ağlarda yansıtan insanlar, yeni medyada fotoğraf kullanımının değişmesine ve yeni akımların doğmasına sebep olmuştur. Sosyal medyada fotoğrafın kazandığı yeni boyutlardan biri de tam da Jean Baudrillard’ın dediği gibi “mutluluğun gösterilebilir olması” noktasında insanlara kolay ve büyümlü bir kapı aralamasında yatmaktadır. Fotoğraf bu yönüyle soyut, genel, uzun süreli pek çok duygu ve yaşanmışlığı görünür kılma bağlamında da oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Çalışma boyunca fotoğrafın ve özelinde selfienin bireyin hangi ihtiyaç ve beklentilerine karşılık geldiği ve bu ihtiyaç ve beklentileri bir iletişim formu olarak nasıl karşıladığı incelenmektedir.

1. YENİ MEDYADA GÖRSEL BİR OLGU OLARAK FOTOĞRAF

27.000 yıl önce mağara resimleri başlayan portre sanatının, çıkış noktası olan; her an ve her yerde görünür olma isteği günümüze kadar çok farklı şekillerde kendini hissettirmiştir. Zamanla birlikte, teknolojiye bağlı olarak değişen toplumun görünür olma isteği günümüzde sosyal medya aracılığı ile görüntülere dönüşmüştür. (Eraslan, 2013: 29)

Sosyal medya kişilerin fotoğrafları ve sanat ürünlerinin dijital kopyalarını kendi ağları içinde ya da daha geniş anlamda tüm web üzerinde paylaşmasına da imkân sağlamaktadır. 1990'ların sonunda dijital fotoğraf makinelerinin gelişmesiyle fotoğraf paylaşımının popüler hale gelmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Fotoğraf paylaşımı temelde insanlar için eğlence anlamına gelmektedir. Geçmiş anılarını taşıyan bu fotoğrafları paylaşmak bir yandan o anıları canlandırırken, diğer taraftan dünyanın neresinde olurlarsa olsunlar arkadaşalara, aile fertlerine ya da yakınlarına bu anıları aktarmanın yolunu sunmaktadır. (Anadolu Üniversitesi dijital iletişim ve yeni medya, 2013: 87)

Yeni medya çağıyla beraber insanların hayatları daha çok sosyal ağlar üzerinde geçtiği gözlenmektedir. Sosyal ağlar ile günümüzdeki fotoğraf anlayışı da değişmektedir. Sosyal medya, gördüğümüz manzarayı, yediğimiz yemeği, içtiğimiz içkiyi, beğendiğimiz kişiyi, fotoğraf olarak paylaşabilme imkanı sunmaktadır. Bu durum paylaşım çılgınlığına sebep olmaktadır. Yeni medya ile değişen fotoğraf sanatı bugünün teknolojilerini ifade aracı ve ortamı olarak kullanılmaktadır. Günümüzde ise gelişen teknolojiyle beraber cep telefonları da gelişmiş ve akıllı telefonlar dediğimiz bilgisayar tabanlı telefonlar çevremizi sarmaktadır. İlk fotoğraf karesinin kaydedildiği andan bugüne kadar fotoğraf ve ekipmanları pek çok değişikliğe uğramıştır. Artık günümüzde mobil fotoğrafçılık insanlar arasında tüketilmektedir. Akıllı telefonların hayatın vazgeçilmezi olduğu şu yıllarda kolay ve hızlı bir şekilde fotoğraf çekmesi, çektiği fotoğrafı sahip olduğu ekranlarda kusursuz göstermesi ve en önemlisi sosyal medya ile uyumlu bir şekilde çalışıyor olması insanların fotoğrafa olan ilgisini arttırmıştır. (marmarisfotofest.com)

İnsanlar cebinde taşıdığı bu teknolojiyi olabildiğince etkin kullanabilmektedir. Örneğin Facebook kullanıcıları siteye her gün ortalama 250 milyondan fazla fotoğraf yüklemektedir. Flickr'a günde ortalama 3,5 milyon, Instagram'a ortalama 55 milyon fotoğraf yüklenmektedir. Büyük market haline gelen cep telefonu sektörü ticari fotoğrafların gelecek planları artık cep telefonları üzerinden yapılmaya başlanmıştır. (sebnemkoken.com) Stok fotoğrafı satan siteler cep telefonu fotoğrafları için çalışmaya başlamıştır. Büyük şirketler reklam kampanyalarını instagram gibi cep telefonu fotoğrafçılarının bir araya geldiği geniş sosyal topluluklar üzerinden yapmaya başlamıştır. Fotoğraf çekme donanımı oldukça başarılı olduğundan ve fotoğraf işlemek için kullanılan uygulamaların birçoğu Akıllı telefonlar için yazıldığından akımın adı "Mobil Fotoğrafçılık" olmuştur. Bütün bu sürecin sonunda Mobil Fotoğraf sürekli etkileyici bir üretim ile beslenen, giderek büyüyen küresel bir harekete dönüşmüştür. Mobil Fotoğraf tüm fotoğraf hareketlerinin yanında yerini almayı başarmıştır. Dünya kentlerinde ardı ardına açılan sergiler de Mobil fo-

toğrafın fotoğraf alanındaki konumunu güçlendirmektedir. Aynı zamanda Mobil Fotoğrafçılığın önemini anlatmak için günümüzde profesyonel fotoğrafçıların, reklam fotoğrafçıların ve uluslararası haber merkezlerinin foto muhabirlerinin bu teknolojiden ciddi şekilde yararlandıklarını aşikardır. 2012 Yılında Amerika da "Sandy" Kasırgası sırasında Time Dergisi Fotoğrafçısı Benjamin Lowy'nin cep telefonu ile çektiği fotoğrafın Time Dergisi'ne kapak olması bunun en önemli örneklerinden biri olmaktadır. (blog.radikal.com.tr) Yeni medya ile akıllanan cep telefonları ile insanlar fotoğraf paylaşım uygulamalarını benimsemiş ve bu uygulamalar üzerinden firmalar satış yapabilmektedirler. Bu sayede fotoğrafın konumu profesyonel fotoğrafçılıktan, başlangıç seviyesi fotoğrafçılığına kadar geniş bir yelpazede kişileri etkilemektedir.

2. SELFIE UYGULAMALARI

Sosyal medya öncesinde insanlar arkadaşlarıyla ya da gittikleri yerdeki bir manzaranın önünde fotoğraf çekilmek istedikleri zaman yoldan geçen hiç tanımadıkları bir kişiye "Pardon! Fotoğrafımızı çekebilir misiniz" der, makineyi karşıdaki kişiye verir ve poz verilir. Bu alışkanlık gelişen telefon teknolojisiyle beraber yavaş yavaş ortadan kalkmakta ellerinde akıllı telefon olan herkes kendi fotoğraflarını şekilden şekle girip çekmektedirler. Böylece kişinin akıllı telefonunu kullanarak kendi kendini çekip internette paylaşmasına günümüzde Selfie denilmektedir. Selfie kelimesi köken olarak İngilizce bir kelime ve self + ie eklerinin türetilmesinden oluşturulmuş. Self sözcüğünün Türkçe karşılığı kendi, kişisel anlamına gelmektedir. Teknolojiyle beraber gelişen ve giderek yaygınlaşan sosyal medyanın aracılığıyla popüler olan selfie sözcüğü İngilizcede, herhangi bir kimsenin bir cep telefonu veya fotoğraf makinesiyle kendi fotoğrafını çekmesini ve sosyal medyaya yüklemesini ifade etmektedir. Selfie, Oxford İngilizce Sözlüğü tarafından 2013 yılının kelimesi seçilmiş ve İngilizce sözlüğe eklenmiş bir kelimedir. (oxforddictionaries.com). Akıllı telefonlarla beraber moda olan selfie kavramının temellerinde Eski Mısır'daki otoportrelerin var olduğu söylenmektedir. Öyle ki insanoğlu portre biçiminde kendisini, kendisinden sonraya nakletmek istemiş, bir çeşit ölümüsüzlük yöntemi olarak portreye başvurmuştur. (Oğuzhan, 2014; 5)

1809-1893 yılları arasında yaşamış olan dünyanın öncü fotoğrafçısı Robert Cornelius'un 1839'da çektiği fotoğraf, tarihin ilk selfiesi olarak bilinmektedir. Ailesine ait dükkânın dışına koyduğu fotoğraf makinesinin kapağını açtıktan sonra hızla makinenin önüne koşarak 15 dakika bekleyerek poz veren Cornelius pozunu tab ettikten sonra arkasına "Gün ışığı ile çekilen ilk fotoğraf" diye not düşmüştür. Bu fotoğrafla ilk selfie ve insan portresi çeken kişi olarak tarihe geçmeyi başarmıştır.

Fotoğraf makinesinin hayatımıza girmesiyle iki tür otoportre çekim yöntemi yaygınlaşmaktadır. Aynadan kişinin kendi yansımasını çekmesi ya da kamerayı diğer eliyle yüzüne tutup çekmesi, Selfie anlamına gelmektedir. Örneğin, Sovyet fotoğrafçı Eleazar Langman'ın parlak nikel kaplama çaydanlığın üzerindeki yansımasını fotoğraflaması ilk zamanların ünlü otoportrelerindedir. 1914'de Rus düşesi Anastasi Nikolaevna'nın 13 yaşındayken ayna yardımıyla çektiği ve arkadaşına yolladığı kendi fotoğrafı ise ilk selfie yani otoportre örneği olmaktadır. Sonra tripod üzerine kurulup kameranın karşısına geçilen otoportre çalışmaları gelmektedir. Fotoğraf makinesinin zamanı ayarlanır, kontrollü bir şekilde görüntü planlanmaktadır (KandinceRawlings: 2013)

Selfie sözcüğünü ilk olarak 2002 yılında Avustralya'daki bir blog yazarı kullanmıştır. Selfie teriminin internetteki sosyal paylaşım ağlarındaki ilk kullanılışı ise 2004 yılında flickr sitesinde olmaktadır. 2000'lerin başında insanların kendi fotoğraflarını çekip paylaştığı internet mecrası My Space, sonra 2009'da fotoğraf ve video paylaşma sitesi Flickr özellikle genç kızların otoportreleriyle dolup taşmaktadır. Kısaca selfie yeni bir kavram değildir. Pek çok sosyolog özellikle genç kızlar ve kadınlar arasında yaygın olan selfie'yi feminist düzlemde irdelemektedir. Bu çılgınlığı erkek bakışı için sunulmuş imgelerin ve arzunun nesnesi olma halinin sanal ortama aktarılması olarak görmektedirler. (t24.com.tr)

2005 yılında Instagram hayatımıza girmesiyle beraber selfie ve instagram bütünleşmiştir. 2012 yılında Curiosity robotu Marstan ilk selfiesini yollamıştır ve selfie gittikçe popüler hale gelmiştir. 27 Haziran 2011 yılında Jennifer Lee adlı kullanıcı ilk kez instagram Hashtag'i kullanmıştır. Lee'nin #selfie Hashtag'i ile Instagrama yüklenen fotoğraf bugün hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir

Tamamen tüm dünyada popüler hale gelmesi ise 2014 yılının Mart ayında gerçekleştirilen 86. Oscar Ödül Töreni gecesinde gecenin sunucusu komedyen Ellen De Generes'in, seyircilerin arasına girerek ünlü oyuncularla birlikte çektiği selfie fotoğrafı ile olmuştur. Bu fotoğraf ile aynı zamanda Twitter rekoru kırılmıştır.3.4 milyon Retweet alan Selfie fotoğrafı sosyal medyada paylaşım rekorları kırmıştır. (nediyor.com)

New York Times Gazetesinin Teknoloji Muhabiri Jenna Wortham'a göre; Selfies Cep Telefonu kameraları ve fotoğraf düzenleme ve paylaşım hizmetlerinin patlaması sonucu kışkırtılmış dijital otoportre için herkesi kucaklayan bir terim haline gelmiştir (Wortham,2013).

Dünyada bu kadar yaygın olan selfie'nin popülerliği Türkiye'de de geniş yankı uyandırmış ilk olarak Selfie sözcüğüne Türkçe isim bulunmuştur. Ya-

bancı sözlere karşılıklar bulmaya çalışan Türk Dil Kurumu bu sözcüğün karşılığını bulamayınca vatandaşlar tarafından Sosyapoz”, “Başyapıt”, “Bengil”, “Beyani”, “Cepimge”, “Çekendi”, “Çekerol”, “Çekinti”, “Çektirim”, “Çeksun”, “Eday”, “Ferdî”, “Görsel Salım”, “Seyfi” ve “Kendirme” gibi kelimeler önerilmiştir. Bu çerçevede 22 Mayıs 2014’de toplanan TDK Bilim Kurulu, 5 karılıktan en fazla önerilen "özçekim"i "selfie"ye karşılık olarak kabul etmiştir. Toplantının sonunda Kurul, Başkan Prof. Dr. Mustafa Kaçalin'in de yer aldığı bir "özçekim"le sosyal medyadan da kararı paylaştı. (aksam.com.tr)

3. BİR İLETİŞİM UNSURU OLARAK SELFIE UYGULAMALARI

3.1. Benmerkezcilik ve Selfie

İnsanlık tarih boyunca, mağara resimlerinden günümüze kendi tasvirini görmek, bilinmek, popüler ve farklı olduğunu göstermek için çaba sarf etmektedir. Kişinin kendi görüntüsünü belgelemesi zaman içerisinde gelişerek günümüze kadar gelmiştir. Sosyal medya kullanımı öncesinde kişiler kendi suretlerini fotoğraf makinesi, kaset, resim tuvali, kart gibi araçlarla gerçekleştiriyorken, günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte her şey sanal ortama taşınmıştır.

1839’da başlayan görüntü envanteri ile o zamandan beri her şey fotoğraflanmış durumdadır. Sontag’a göre, Her şeyi sürekli olarak fotoğraflayan insan doymak bilmez olmuştur ve günümüz dünyasının koşullarını değiştirmektedir. (Sontag, 2008: 1-2). Teknolojinin gelişmesi ve ucuzlaması insanoglundunda narsisizm duygusuna sebep olmaktadır. Günümüzde kamerası olan cep telefonları ve tabletlerin artması kişinin ekranla ve görünürlükle olan ilişkisinin artırarak kendi suretini bilindik ve popüler yaparak narsisizm duygusunu arttırmaktadır. Pamuk Prenses’teki kötü kraliçenin sorduğu “Ayna Ayna güzel ayna var mı dünyada benden güzeli?” sorusunu şimdi insanlar ‘selfielerle’ sormaktadır. Bu durum ise, Yunan mitolojisinde yer alan Narkisos ile Eko’nun aşkını anlatan hikâyeyi göstermektedir.

Mitolojiye göre; Peri kızı eko, Narkissos’a âşık olur ve aşkına karşılık bulamaz. Karşılık bulamadığı için Eko dediğimiz yankılanmayla Narkissos’a ceza verir. Su içmek için nehre eğilen Narkissos ise kendi suretine âşık olur. Suda yansıyan kendi görüntüsüne hayranlıkla bakan Narkissos mitinin yerini, tabletindeki kendi fotoğraflarına hayranlıkla bakan bireyler almaktadır. Son zamanın popüler akımı olan selfie yüzyıllar önce yaşanan bu mitolojiyi gündeme getirmektedir. Kendi suretine âşık olan insanlar sürekli selfie paylaşarak

yetersizlik, eksiklik, değersizlik, yalnızlık duygularını gidermeye çalışmaktadırlar. (t24.com.tr) mitolojiye göre sesin kayalıklarda yankılanarak geri dönmesiyle kişi ‘Kendine Duyduğu Aşk’ı fark etmektedir. Medyatik açıdan yankılanan bu ses, kişinin onay yada beğeniye ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. (Oğuzhan, 2014: 10)

Freud’a göre “aşırı değer biçme” olarak özetlenebilecek ruhsal duruma yukarıdaki mitostan hareketle narsisizm adını vermiştir. Kendini sevebilme sorunu olarak narsisizm, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, ruh sağlığı alanında en önemli klinik sorun haline gelmektedir. Narsisizm, kişinin sahip olduğu değer ve gücünün abartılmış bir yansımasını dile getiren bir karakter özelliği olmaktadır. Bu özelliği taşıyan insanlar, kendilerinin en ünlü, yetenekli ve başarılı olduklarını düşündükleri birer hayal dünyası içinde yaşamaktadırlar. Sosyal paylaşım uygulamalarının artmasıyla “popüler” kavramında bir artış gözlemlenmekte bu durum da kişide sürekli beğenilme duygusunu artırarak kişide narsist etki bırakmaktadır. (Spencer, 2001).

Selfie ile insanlar günlük ruhsal durumlarını takipçilerine paylaşarak popüler olma isteme amacı taşımaktadırlar. Kısa süreli şöhret sağlayan sosyal medya uygulamalarıyla kişiler takipçi sayılarını artırmak istemektedirler. Sosyal medyada insanlar, sık sık profil fotoğrafı değiştirerek, “Ben Güzelim” vurgusunu yapmaktadırlar. Narsisizm göstergesi olan kişilerin sıklıkla paylaştığı fotoğraflar kendi yüzlerinin fotoğrafları olmaktadır.

3.2. Mutluluğun Gösterimi Olarak Selfie

Nazım Hikmet eşine ithafen yazdığı Saman Sarısı şiirinde “Sen Mutluluğun resmini yapabilir misin Abidin” diye sorar ve Abidin Dino; “Ve dolaşsaydık Türkiye’yi bir baştan bir başa. Yattığımız yerler müze olmuş, sürgün şehirler cennet. İşte o zaman Nazım, yapardım mutluluğun resmini, buna da ne tual yeterdi; ne boya...” (hurriyet.com.tr) Abidin Dino Mutluluğun resmini yapamadı ama yazdığı şiirle mutluluğu anlatmaktadır. Her iki şiirde gerçek hayatı anlatan mutluluk örnekleri vermektedir. Günümüzde insanlara göre mutluluk; kıskandırmak, herkesi peşinden koşturmak, rekabet etmek, büyük mutlulukları ararken küçük mutlulukları kaybetmektir. Tocqueville, göre, ‘Mutluluk, nesnelere, göstergelere ve ‘konfor’ aracılığıyla ölçülebilir refahtır!’ diyerek mutluluğu belli ölçütler tabii tutmaktadır. (Baudrillard, 2008: 52-53) Baudrillard’a göre (2008: 23) mutluluk göstergesi bolluk ve refahtan oluşmaktadır. Mutluluk tüketim toplumunun mutlak göstergesidir. Bu toplumun dili tüketimin dilidir. “Bireysel ihtiyaçlar ve hazlar bu dile bağlı olarak sözden ibarettir.” (A.g.e. 2008: 93) Kişiler tükettiği zaman haz duymaktadır bu durumda, kişiyi mutlu etmektedir. Yeni medya araçlarının gelişmesiyle insanlar daha çok tüketime yönelerek po-

pülerizmin vereceği statüyle mutluluk duymaktadır. Sosyal paylaşım ağlarında fotoğraf paylaşarak ya da yer bildirimini yaparak insanlar sanal tüketime yönelmiş durumdadır.

Sosyal medyada popülerite ve beğenilme ihtiyacından dolayı insanlar kendilerini iyi gösterme eğiliminde olmaktadır. Barthese göre mercek altına alınan kişi yani fotoğrafı çekilen kişi hemen kendisini poz verme işlemine yönlendirip bambaşka bir beden oluşturmaktadır. (Barthes, 2011: 23) Bu sebeple günümüzde insanlar mutluluklarını ifade etmek için dilin imkânlarını kullanmak yerine kahkahayla gülümseyen fotoğraf paylaşmayı yeğlemektedirler. Kalabalık ortamlarda gülerek fotoğraf çekilmiş olan birey mutlu olduğunu göstermektedir. Ancak sosyal medya mutluluk getirmekten öte mutluluğu ispatlamanın ve bu ispatın verdiği hazı yaşamamanın bir aracı olmaktadır. Bu durum ise, kişide gerçek dünyadan haz alamama ve gerçek dünyaya karşı hırçın olma durumuna sokmaktadır. Kişilerin sosyal medyada paylaştıklarıyla gerçek hayattaki durumları arasında büyük farklar çıkmaktadır.

Yazar Daniel Gulati, Harvard Business Review için yazdığı blogda, Facebook, Instagram gibi uygulamaların kişilerin hayatlarını teşhir ettiğini ve bu araçların mutsuzluğa kapı araladığını söylemektedir. Sebebi: sosyal medyada herkesin çok mutlu görünmesi ve kişilerin hayatıyla kıyaslama yapmasıdır. Sosyal ağ üzerinde sadece mutlu, keyifli ve eğlenceli fotoğraflar gören kişi karşındaki insanın kendisinden çok daha mutlu olduğu yanılgısına düşmekte ve kendisinin onlardan daha az mutlu olduğuna inanmaktadır. (mail.salom.com.tr). Akıllı telefon teknolojisinin gelişmesiyle kişilerin sosyal medyada yaptığı paylaşımlarda değişmiştir. Öyle ki pasta kesilmeden, kıyafet giyilmeden, yemek yemeden önce fotoğraf çekilerek dünya ile paylaşılmaktadır. Günümüzde artık bu fotoğraflar olayı yaşamadan, lezzetini tatmadan önce paylaşımlar ve alınan “like-beğen” sayısı kişinin mutluluk göstergesi olmaktadır.

3.3. Görünür Olma İhtiyacı ve Selfie: Beni Gör ve Bir Ses Ver - Like Et

Bireylerin görünür olma istekleri portre resim sanatıyla başlamıştır. Portre sanatı ise yüzyıllar önce mağara duvarlarına yapılan resimlerle çıkış noktasını oluşturmuştur. Teknolojinin gelişmesiyle beraber portre sanatı gelişerek, fotoğraf sanatıyla yoğunlaşarak sosyal medya ile doruk noktasına ulaşmaktadır. Sosyal medya; blog, mikroblog, sohbet gibi metin tabanlı uygulamalarının yanı sıra resim, fotoğraf gibi görsel tabanlı iletişim imkânı sunmaktadır. İnsanların günlük yaşantılarının büyük bölümünü görüntüler oluşturmaktadır. Günümüzde insanlar imaj yani görüntü evrenince kuşatılmıştır. Fotoğraflar, filmler, televizyon, reklam, reklam panoları, yol işaretleri, resimlemeler gibi görüntüler her anımızda bulunmaktadır. (Ellul, 2004: 155)

Var olduğu günden beri görünür olma isteği olan insanoğlunun sanal ortamda kendi dijital avatarını oluşturma fikrinden yola çıkarak sosyal medya ortaya çıkmıştır. Sosyal medya ile kimliklerin gizlendiği veya mahrem hayatı ortaya sergilediği internet ortamlarında insanlar artık iktidarı, gücü, hırsı ve arzuyu bu ortamlarda arayarak var olmaya çalışmaktadırlar. Selfie ise insanları görünür yapan araçlardan biri olarak kabul edilmektedir. Günümüzde insanlar, nerde kiminle gezdiğinin, günlük olarak ne pişirdiğinin, hangi nimetlerle donatılmış sofralarda yemek yediklerinin, hangi giysileri giyindiklerinin, hangi araca bindiklerinin selfielerini de tüm dünyayla paylaşmaktan çekinmez hale gelmektedirler. (Bilgili- Şener vd, 2013). İnsanlık, düşünüyorum o halde varım'dan, görünüyorum o halde varım'agelmiştir.

İçinde yaşadığımız dijital çağın tanınma talebini insanlar selfie ile yapmaktadırlar. Sosyal medya bireyin beğenilme ve takdir edilme duygularına hitap etmektedir. Facebook gibi sosyal paylaşım platformlarında 'beğen' tuşunun varlığı, insanın beğenilme ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Selfie akımının kişileri getirdiği nokta; gün içerisinde kimse beğenmiyorsa ya da övmüyorsa sosyal medyada paylaşılan fotoğraflar bunun yerine geçmektedir. Sevin beni çılgınlığı! Beğenilme arzusu. Sadece dış dünyanın onaylaması halinde değerli bir varlık olabileceğine inanmış kişinin hayatta kalma stratejisi denilebilmektedir. Saltz'a göre selfiede sıklıkla Sarkık dudak (ördeksurat), kaslı vücut görüntüsü, barış işaretleri, yemek fotoğrafları, kumsal pozları ve ünlü biriyle poz vermedir (Saltz: 2014)

3.4. Kimlik Ögesi Olarak Selfie

İnternet, iletişim teknolojileri sayesinde milyonlarca insanı ve bilgisayarı birbirine bağlayan, zaman ve mekân sınırının olmadığı bilgilerin özgürce paylaşıldığı yeni bir toplum yapısıdır. Öyle ki artık insanların iletişimi yüz yüze iletişimden çıkıp sanal iletişime doğru yol almıştır. Sosyal paylaşım uygulamalarının artmasıyla gerçek hayatta iletişim kurduğumuz kişiler, sanal hayatta özel alanlarına giriş söz konusu olmaktadır. İnternet ve sosyal medyaya erişim gün geçtikçe kolay ve rahat olduğu için sosyal medya iletişim insanlar arasında hızla yaygınlaşmaktadır.

Günümüzde bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber sanal dünya kavramı ortaya çıkmıştır. Sanal Dünya kavramının içerisine Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal paylaşım uygulamaları girmektedir. Bu uygulamalarla insan kendi sosyal alanını kurmaktadır. İnsan kurmuş olduğu bu alanı bazen gerçek dünya alanıyla karıştırmakta ve bu sanal dünya üzerinde tartışma, fikir alışverişinde bulunma, arkadaş bulma ve hatta bu sanal dünyadan tanışıp evlenebilme gibi ciddi kararlar alınabilmektedir. Yani bu dünyada

sosyal ilişkilerini gerçekleştirebilmektedir. İnternet ve sosyal medyanın gelişmesiyle beraber yüz yüze insan ilişkileri günümüzde önemi yitirmektedir. Kullanıcıların kendilerini tanımladığı e-posta dışında, internet üzerindeki hiç kimse ötekinin gerçekte kim olduğunu, onların kadın mı yoksa erkek mi olduklarını, hatta bu dünyada olup olmadıklarını bile bilmemektedir. Sanal hayatta farklı kimlik sergileyen kişi reel hayatta farklı kimlik sergilemektedir. (Arısoy, 2014)

Sosyal ağlarda durum güncellemesi yapmak, fotoğraf paylaşmak, gruplara üye olmak, yorum yazmak gibi etkinlikler kim olduğumuza, nasıl bir yaşam sürdürdüğümüze, nasıl bir sosyal çevrede yaşadığımıza, beğenilerimize, zevklerimize, hayata karşı duruşumuza ilişkin ipuçları veren, kimliğimizi fragmanlar halinde diğer kullanıcılara aktaran eylemler olmaktadır. Kimliğin elektronik ortamlarda sergilenmesi bireyselliğin yeni görünümünden biridir. Kullanıcı kendisine ilişkin bilgileri sergileyerek bir tür toplumsal görünürlük kazanmaktadır. (Şener: 2010) Kendini ifade ve gösterme biçimi olan selfiede kişi sürekli fotoğraf paylaşarak kendini anlatmaktadır. kimlik unsuru olarak selfiede kişilerin yüz ifadesi ve mimikleri önemli rol oynamaktadır. Selfie çekerek yüzündeki ruhsal durumun değişik kimliğini insanlar göstermektedir.

3.5. Teşhir ve Dikizcilik Örneği Olarak Selfie

İnternet ve sosyal medya uygulamalarının gelişmesiyle görünme ve gösterme duygusu insanlar arasında teşhir unsurunu norm haline getirmiştir. Türk Dil Kurumu teşhiri, gösterme, sergileme, herkese duyurma ve dile düşürme şeklinde tanımlamaktadır (tdk.gov.tr). Görselliğin, görmenin, görünmenin “var olmak demek” olduğu bir zamanda, bunca görüntü arasında kendini göstermenin, varlığını ispat etmenin bir yolu olarak görülmektedir teşhircilik. Psikolojide ise teşhircilik; normal olmayan, cinsel bir sapma olarak incelenmektedir. (tr.wikipedia.org). Teşhir şöhret ve meşhur kelimeleriyle de aynı kökten ve anlamdan gelmektedir. Şöhret; herkesçe bilinme, tanınma durumuyken, meşhur; herkesçe bilinen, tanınmış, ünlü demektir. Her türlü şöhretin ve meşhurluğun teşhir basamağından yükseldiği bu zamanda bu kelimenin bu kök birliği ortaya çıkmaktadır.

McLuhan’ın deyimiyle küresel köy haline gelen dünyada herkes, her yerde olan olaylara aşina olmaktadır. Bu sebeple herkese aşina olan insan teşhir yoluyla kendini daha da göstermektedir. Sosyal medya ise bunu kolaylaştıran en önemli basamaktır. Sosyal medyada yapılan özel hayat teşhirinin temelinde de belirlenen hedef kitleye kendini gösterme, “görünüyorum o halde varım” psikoloji ile ego tatmin etme ve en önemlisi de “onaylanma ihtiyacını” geniş kitleler yoluyla giderme vardır. Gittiği mekânların “beğen” il-

mesi, çektiği fotoğrafların etiketlenmesi, söylediği sözlerin yeniden paylaşılması, itiraf ettiği aşkının artık daha az platonik olması gibi anlamlar çıkararak aslında teşhir etmekte olduğu hayatının onaylandığı anlamını da çıkaran birey, tatmin olmak bilmeyen egosunu beslemek için teşhir sınırlarını daha da zorlar... Ve bunu internet aracılığıyla yapmak en kolay, masrafsız, hızlı ve geniş kitleye ulaşma yöntemidir (gencdergisi.com).

Görünürlüğün ve gösterişin ya da teşhirin önem kazanması tüketim toplumunun ortaya çıkardığı yaşam tarzının bir göstergesidir. Geleneksel medyanın hüküm sürdüğü yıllarda teşhir, biri bizi gözetliyor formatlı programlarda kendini göstermiştir. Burada ise özel hayatın gizliliği durumu unutulmuştur. Sosyal medya ile teşhir daha da gelişmiştir. Hayatımızı bir realityshow gibi başkalarıyla paylaşmaktayız. İnsanlar artık tanıdık tanımadık, ya da sadece ilkokulda görüp o günden bu yana hiç muhabbet etmediğimiz insanları kabul ediyor ve özelimizi paylaşmaya izin veriyoruz. Onlara aslında her şeyimizi teşhir ediyoruz.

Kültürel bir tür haline gelen selfie, kişileri görünür kılmakla beraber kamusal alanı ortadan kaldırmasıyla güven ve benlik duygusu sorununu meydana getirmektedir. (Rutledge, 2014) Yeni nesil özçekim çağında yaşamaktadır. Hızlı Portre anlamına da gelen Selfie ile akıllı telefonun kamerasıyla çekilen ve hemen dağıtılan bir ağ içinde yaşamaktayız. Selfie ile sosyal etkileşim, beden dili, öz-farkındalık, gizlilik ve kamu davranış yönlerini değiştirmiştir. (Saltz 2014). Selfie fotoğrafları ile kişi en doğal anını paylaşmaktadır. Öyleki sabah uyanan bir kişi “Günaydın Selfiesi” ya da “Duş Selfiesi” gibi en mahrem anlarını paylaşmaktadır. Bu paylaşımlarla beraber kişilerde utanma duygusunun kalmadığı gözlemlenmektedir.

İşte dijital iletişim araçları da birçok farklı işlevinin yanı sıra ilişkilerde gözetleme aracı olarak da kullanılıyor. ‘Takip etme’ ve ‘takip edilme’ mantığı üzerine kurulu sosyal ağlar ve her an ulaşılabilir olmayı vaad eden cep telefonlarıyla gözetlemek, günlük bir alışkanlık haline gelip, sıradanlaşıp, meşrulaşmaktadır. Cep telefonu ve içindeki uygulamalarla her an ucuza ulaşılabilir olmak, sevgilini cebinde taşıyormuş duygusuna kapılmak, sosyal ağlarda sevgilinin/eşinin paylaşımlarına kafa yormak, lokasyon bazlı uygulamalarla gün içinde nerelere gittiğini takip etmek vb. birçok eylem, mahrem ilişkilerimizi etkiliyor, karşılıklı güveni sarsıyor, ilişkinin yönünü değiştirebilir, kimi zaman sonlanmasına sebep olmaktadır. (akademik bilişim konf: 2013). Kısaca sosyal paylaşım ağlarında fotoğraf paylaşan kişiler kendilerini teşhir etmektedir. Paylaşılan her fotoğraf teşhir özelliği taşıyarak, kişinin görünür olma, mutluluğunu gösterme, kendini beğenme ve tüketim özelliğini taşımaktadır.

3.6. Patolojik Bir Sorun Olarak Selfie

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde önce bilgisayarları birbirine bağlayan internet zamanla insanları birbirine bağlayan, fiziksel mekândan bağımsız olansanal bir iletişim, ticaret, bilgi, eğlence ve paylaşım ortamıdır. İnternetin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal medya ve akıllı telefon uygulamalarıyla kişiler kendilerini yalnız hissetmeyerek sosyal olmaktadır. Selfieyi ortaya çıkaran ve insanlar arasında yaygın olmasını sağlayan etkenlerin başında ise, teknoloji gelmektedir. (on5yirmi5.com)Teknolojinin gelişmesiyle üretilen akıllı telefon sayesinde insanlar çektikleri fotoğraflardan en güzellerini sanal ortama koyarak başkalarına mükemmel olduğunu ispat etmiş bulunmaktadır. Fotoğrafın altına yapılan yorumlar ve beğenilme sayısı ise bu davranışları pekiştirerek kişileri gerçek arkadaşlık ilişkilerinden soyutlamakta ve sanal ortamda kendini ispat etmeye yönelmektedir. Bu kolay yol, arkadaşlık ilişkilerini geliştirme becerilerini giderek kısırlaştırmakta ve böylece kişinin kendi kendisine kalarak ciddi bir özgüven kaybına yol açmaktadır. Aynı şekilde bu durum gerçek yaşamında kendini eksik hissettiği alanları sanal ortamda mükemmel olarak yansıtabilme çabasına dönüşerek bu çaba takıntı boyutuna ulaşabilmekte ve psikolojik bir rahatsızlık olan obsesif-kompulsif bozukluk rahatsızlığını tetikleyebilmektedir. Amerikan Psikologlar Derneği'nin yaptığı pek çok araştırmaya göre kendini yalnız hisseden kişilerin daha çok selfie(kendi kendini fotoğraf çekme) yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ve bu ruhsal durum Selfitis olarak adlandırılmaktadır (mutluyasampsikoloji.com) Amerika'da uzmanların yaptığı araştırmalara göre sık sık selfie fotoğrafı paylaşmak ruh hastalığına işaret olduğunu göstermektedir.

1- Borderline (sınırdan olan) selfitis: Kişinin kendi fotoğrafını gün içinde en az üç kez çekmesi ama sosyal medyada paylaşmaması

2- Acute (şiddetli veya ileri düzeyde) selfitis: Kişinin gün içinde kendi fotoğrafını en az üç kez çekip ve bunların hepsini sosyal medyada paylaşması.

3- Chronic (Kronik) selfitis: İsminden de anlaşıldığı üzere kişinin artık kontrol edilemez biçimde kendi fotoğraflarını sürekli olarak sosyal medyada paylaşıyor olmasıdır (adobochronicles.com)

Psikolojik boyutla kültürel boyutun kesiştiği yerde, selfie, narsisizm ile teşhirciliğin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Psikiyatride, özel durumlar dışında, kişinin her davranışını kayıt altına alarak selfie çekmesi narsistik bir doyum olarak tanımlanmaktadır. Selfienin, kişinin “kendini

kutsallaştırma, önemli ve özel görme” duygularını beslenmektedir. Uzmanlar, bir müddet sonra selfie'nin, kişide yalnızlaştırıcı etki yaptığı ve insanlarla ilişki kurma biçimi haline geldiğini açıklamaktadırlar. Bu uygulama ise bir süre sonra, kişiyi, insanların onay ve takdir alma durumuna getirebiliyor ve bir iletişim biçimi haline getirilirse de kişinin zaafı haline gelmektedir. Çünkü her davranışın, gidilen her yerin kayıt altına alınması benmerkezciliği teşvik eden bir unsur haline geldiği görülmektedir. California Üniversitesi ve Michigan Üniversitesi de selfie hakkında çalışmalar yapmış ve modern dünyanın yeni hastalığına Selfie Sendromu adını vermişler. Selfie çekmenin kişiyi narsistik yaptığı belirtilen çalışmada selfie'nin diğer etkileri depresyon, dikkat eksikliği, röntgencilik, bağımlılık ve hipokondri (hastalık hastası) olarak sıralanmaktadır (marmarisguncel.com).

Saltz, selfie fotoğraflar üzerine yazdığı yazısında, selfie fotoğrafları ortak özellikleri üzerinden tanımlamaya çalışır. Çoğunun aptal, tipik ve sıkıcı olduğunu; erkeklerin kaslarını göstermeye çalıştığını, kadınların ise dudaklarını ördek dudak şeklinde tuttuklarını, ünlü kişiler ya da anıt heykeller önünde fotoğraf çektirdiklerini belirtir. (Saltz: 2014). Patolojik bir hastalık olarak kabul edilen selfitisi tedavi edebilmek için öncelikle onu teşhis etmek ve kişinin o hastalığı kabul etmesi gerekmektedir. Selfitisi hastalığı sadece 18-24 yaş aralığındaki ergenlerde görülmemektedir. Siyasetçiler, televizyoncular, sporcular, milletvekilleri, oyuncular gibi toplumun her kesiminden insanlarda bu durum görülmektedir. (Arısoy, 2014).

3.7. Güzellik Amaçlı Selfie

Sosyal medya, kişiyi olduğundan farklı göstermek için kullanılan eşsiz bir mecradır. Gerçek hayatta kendini farklı gösteremeyen ve bu konuda zorlanan insan, sosyal medya da bunu kolay bir şekilde yapmaktadır. Gerçek hayatta görüntü, ses, vücut dili gibi kavramlar kişiyi farklı bir güzelliğe sokmasına engel olurken sosyal medya da kullanılan bir filtre ya da efektle kişi çok güzel görünebilmektedir.

Olmak istediği kişinin sembolü olan selfie ve gelişen fotoğraf düzenleme uygulamalarıyla kişiler, var olduğunu düşündüğü kusurlarını örtetek hep kendini mükemmel göstermeye çalışmaktadırlar. Bu kadar ilerlemiş bir teknoloji de fotoğraf çekerek kişi güzelliğini göstermektedir. Cep telefonu uygulamalarının gelişmesiyle ortaya çıkan fotoğraf düzenleme uygulamalarıyla kişiler güzel fotoğraflar çekip sosyal medya uygulamalarına koyarak mükemmel olduklarını göstermektedir. Selfie, ne kadar mutlu, ne kadar güzel, ne kadar fit olduğumuzun belgelenmesinin son teknolojik icadı olmaktadır. (hurriyet.com.tr)

Son zamanların popüler akımı olan selfie yani özçekim her yaştan kullanıcı tarafından benimsenip, kullanıcılar tarafından da sosyal medya platformlarında paylaşılarak bağımlılık haline gelmektedir. Çeşitli açılardan çekilmeye çalışılan ve başarılı olmayan selfie kareleri için bazı taktikler geliştirilmiştir. İnternette bulunan blog köşesine göre en Estetik Selfie için önce “Telefon 45 derecelik açıyla yukarıdan tutulmalıdır. Telefon mercekleri geniş açılı olduğu için kamera yüzünüze yaklaştıkça yüzünüz deforme görünür. Selfie çekimlerinde doğal ışık kullanmak gerekmektedir. Bunun için ışık arkada kalmamalıdır yüzün karanlık çıkmaması için. Yuvarlak ve uzun yüze sahip insanlar ekranın yarısını kaplayarak çektikleri selfie ile fotoğraf karesine bir gizem katabilirler. Yuvarlak ve uzun yüz yapısına sahip olan kullanıcı yüzünün yarısını fotoğrafta göstererek gizem katmaktadır. Her insanın Sağ ve sol tarafı arasında fark bulunmaktadır. Hangi tarafınızın objektifte daha güzel durduğuna bakarak estetik selfieeler çekmeniz mümkün olmaktadır. Fizikine ve giydiklerine güvenen insanlar için en iyi selfie asansör, yani ayna selfiesidir. Asansör yani ayna selfiesi; Aynanın karşısına geçip, telefonu göğüs hizasında tutup, kendinden biraz uzaklaşıp, ekranda olan görüntüye bakılarak yapılan selfie görüntüsüdür. Popüler olan bir diğer selfie çekimi ise, toplu selfie çekimidir. Bu çekim için arkadaş gurubu önemli olmaktadır. En önlere olan yani telefon elinde olan kişi ilgiyi kendine çeker, arka taraflarda olan kişi selfie de belirsiz çıkmaktadır. Toplu çekimlerdeki en uygun yer orta taraflarda bulunmaktır. (wattpad.com) Toplu çekim yani Usie Selfie türü hem instagram’dahemde diğer sosyal medya uygulamalarında sıklıkla kullanılmaktadır

Özellikle gençlerin kullandığı sosyal medya, 20-40 yaş arası bireyleri daha iyi görünmek için bazı müdahalelere yönlendirmektedir. Estetik görünme sosyal yaşamdan iş hayatına kadar pek çok alanda kişiye pozitif etkisi olmaktadır. Bu yüzden Selfie çekmenin avantajı, bakımlı olmak için kişileri motive etmesidir. Kendi fotoğraflarını objektif bir gözle değerlendirenler kusurları gidermek için hareket geçerek yüz güzelliğine yönelik işlemler, burun ameliyatı, kepece kulak ameliyatı ve saç ekimi gibi uygulamalarla kişi kendini en estetik hale getirmektedir. Yapılan estetik müdahaleler sonrası insan kendine daha çok hayran olmaktadır (milliyet.com.tr)

3.8. Tüketim Ögesi Olarak Selfie

Batı ülkelerinde yaşanan sanayileşme sonucu ortaya çıkan toplum şekline, Tüketim Toplumu tanımlaması yapılmaktadır. Postmodern tüketici, günlük mutluluk peşinde koşan, hazzı sebebiyle tatmin olma ihtiyacı isteyen, ihtiyacının tatminini ertelemeyen, geleceği için bugünü feda etmeyen, anı yaşayan, konu yerine şekile önem veren, hazzı yanını ön plana çıkaran tüketime hazır

kişidir. Gelişen internet teknolojisiyle ortaya çıkan yeni medya, tüketim arzusuyla dolu bu tüketicinin isteklerini görmek ve göstermek üzere yapılandırılmıştır. (Güdüm, 2011).

İnsanlar her alanda her şeyi tüketmektedir. Doğumundan ölümüne kadar sürekli bir tüketim alışkanlığı içinde olan insanlar şimdilerde fotoğrafı ve sosyal medyayı tüketmektedir. Fotoğraf çok farklı amaçlar için üretilir ve çok çeşitli ortamlarda kişilere sunulmaktadır. Basında, tanıtımda, reklamda, sokakta ve günlük hayatın pek çok alanında fotoğraf kullanılmaktadır. Günümüzde insanlar görüntüler topluluğunda yaşamaktadır. Tüketim kavramı ise, herhangi bir şeyin harcanıp ya da kullanılıp bitirilmesi anlamına gelmektedir. Fotoğrafın tüketilmesi ise, fotoğraftan yararlanmak anlamına gelebilir. Fotoğrafi üreten kişi fotoğrafı sunar, tüketici, yani fotoğrafı izleyen kişi o kareden ne hissettiği ve izleyerek geçirdiği vakit tüketim olgusuna girmektedir. (MEGEP, 2008:9).

İnternetin ve sosyal medyanın gelişmesiyle beraber yeni fotoğraf akımları doğmuş ve bu akımları görünür olma amacıyla insanlar Facebook, Twitter, Tumblr, özellikle de Instagram gibi sosyal medya platformlarında tüketmektedirler. Selfie akımını da aynı platformlarda tüketen insanoğlu fotoğrafları izleyerek, tüketime sebep olmaktadır. Gelişen sosyal medya uygulamalarıyla kişiler çekmiş oldukları selfileri en çok %48 oranla Facebook, %13 oranla Whatsapp, %8 oranla Instagram'da tüketmektedirler. Selfielerin en az tüketildiği mecra ise %2'lik oranla Pinteresttir (hurriyet.com.tr).

Hayatımızda önemli bir yere sahip olan Selfie'nin çeşitli türleri çıkmaktadır. Bunlardan ilki Usie Selfiedir. Birden fazla kişinin bulunduğu yani insanların arkadaşlarıyla bir araya gelip çekmiş olduğu fotoğrafa Usie Selfie denilmektedir (sosyalmedyakulubu.com.tr). Us (biz) ve selfie kelimesinin son iki harfinin birleşmesinden oluşan usie grup selfie'si anlamına gelmektedir. Tüketimi seven insanlar için yeni selfie akımı ise, SellatopeSelfie'dir. Birleşik Krallıkta yaşayan WesNaman adlı fotoğrafçının "ScotchTape" adındaki çalışmasından yola çıkan kullanıcılar yüzlerini bantlarla sarıp fotoğrafını çekmesi anlamına gelmektedir. Bu akımın öncüsü, JimCarrey'nin "Yes Man" adlı filminden etkilenen Brighton Üniversitesi öğrencisi 21 yaşında LizzieDurleydir (sosyalmedyakulubu.com.tr). Sellatope selfie akımı Türkiye'de popüler bir akım değildir.

Çığ gibi büyüyen selfie'ye gün geçtikçe yeni akımlar eklenmektedir. Yeni araştırmalara göre, gençler zenginliklerini kanıtlamak için "wealthie" çekmeye başlamışlardır. Yeni başlayan ve selfie furyasından olan Wealthieler arka planda alışveriş çantalarıyla ya da diğer lüks ürünlerle gösteriş yapıldığı selfieler olarak açıklanmaktadır. Wall Street Journal gazetesinin yapmış olduğu habere göre, Vouchercloud.net sitesinin 2000 gencin üzerinde yaptığı ankete

göre, gençlerin üçte biri logolu alışveriş çantalarıyla fotoğraf çektiklerini belirtirken 4'te 1'i özel tasarım ürünlerle ve 5'te 1'i de nakit parayla selfie çektiklerini söylemektedirler. (cnnturk.com).

Okuyan, yazan ya da geniş bir kütüphaneye sahip olan kişilerin paylaştığı selfielere Book Selfie denilmektedir. Entelektüel kesimin kitap fotoğraflarına renk katan Book Selfie Hashtag'iyle ve altı çizili kitap cümleleriyle insanların karşısına çıkmaktadır. CatfieHashtag'iyle kedili fotoğraf selfieleri son zamanların popüler selfie fotoğraflarındandır. Helfie kelimesi İngilizcede saç anlamına gelen Hair ile selfienin birleşiminden oluşmaktadır. Saçlarının fotoğrafını çekip sosyal medyaya HelfieHashtag'iyle yüklenmektedir. Bu akım kuaförden yeni çıkan genç kızların ayna karşısında attıkları fotoğraflar olmaktadır. Sağlıklı yaşam anlamına gelen wellnes kelimesinin selfieye uyarlanmış hali Wellfie'dir. Spor salonlarında egzersiz yapan kişilerin yüklemiş oldukları selfie fotoğraflardır. (bugun.com.tr)

Sürekli tüketim alışkanlığı içinde olan insanlar selfie'ye yeni akımlar katmaktadır. Popüler olmayan ama insanlar tarafından yeni keşfedilen selfielerde vardır. Bunlar: Makyajsız Selfie, Ofis Selfie, sevgiliyle selfie, Duş sonrası boroz selfiesi gibi insanlar tarafından türetilmektedir.

SONUÇ

İnsanlık var olduğu günden itibaren birbiri ile iletişime geçmek ve bilgi alışverişinde bulunmak için kitle iletişim araçlarına gereksinim duymuştur. Teknolojik çağ olarak adlandırılan çağımızda, sosyal medya en etkili iletişim araçlarından olarak, insanların bütün boş zaman etkinliklerini esir almaktadır. Günümüzde teknoloji, bizi izleme ve kontrol etme aracı olmasının ötesinde bizi yönlendiren, bilgilendiren, sosyalleştiren, davranışlarımızı, kendimizi ve kimliğimizi yeniden inşa eden bir araç haline gelmiş bulunmaktadır. Sosyal medya ile bireyler ön plana çıkmakta ve çok miktarda bilgiye rahatlıkla ulaşılarak enformasyonlar kontrol edilebilmektedir. Gelişen teknoloji ile beraber fotoğrafta da değişiklik olmuş, Mobil fotoğraf unsuru insanlar arasında yayılmıştır. 90'lardan itibaren hayatımıza giren cep telefonlarının da teknolojisi geliştikçe, cep telefonları sadece bir iletişim aracı olmanın ötesine geçmiştir. Günümüzde cep telefonlarından müzik dinlenebiliyor, film izlenebiliyor, oyun oynanabiliyor, internete bağlanıp yazışmalar yapılabilir, fotoğraf ve video çekimleri yapılabilmektedir. Fotoğrafın seyirlik bir kullanımı olmayıp geniş kitlelere büyük bir kavrayış kazandıran bir iletişim büyüğü olmaktadır. Halka inme, insanlarla iletişim kurma konusunda en yaygın kullanılan sanat olmuştur. Günümüzde dijital teknolojiyle insanlar fotoğrafı görsel

iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Akıllı telefon teknolojisi ve sosyal medya uygulamalarının gelişmesiyle fotoğraf anlayışı değişerek selfie fotoğraf biçimi ortaya çıkmıştır. Selfie'yi ortaya çıkartan ve onun bir çılgınlık halinde insanlar arasında bu kadar yaygın bir edim olmasına neden olan etkenlerden en önemlisi teknolojik sebeplerdir. Dijital kameraların özelliklerinin artması ve çeşitli aplikasyonların geliştirilmesi, eskiden profesyonellik gerektiren bazı hünelerin ve çekim kalitesinin makine tarafından telafi edilmesiyle herkes tarafından yapılabilir ve ulaşılabilir olmasını sağlamaktadır. Son zamanların fenomeni haline gelen selfie ile insanlar ellerindeki cep telefonu ya da tabletlerinden sürekli kendi fotoğraflarını çekip çeşitli internet ortamlarında paylaşmaktadırlar. Yeni iletişim biçimi olan selfie ile insanlar gündelik hayat içinde sosyal durumlarını anlık olarak sunup, büründükleri imajları profillerine ekleyip diğer kişilerden yorum beklemektedirler. Kendileriyle meşgul olan insanlar aynı ilgiyi başka insanlardan istemektedirler. Son dönemin moda akımı 'selfie', Türkçe karşılığı ile 'özçekim' her an her durumda anında paylaşma özelliğine sahiptir. “Çek ve gönder” mantığıyla hareket etmektedir.

Günümüzde imajın önemi giderek artmaktadır. Bu sebeple insanlar, kişiliklerini, görgü ve birikimlerini geliştirmekten daha çok nasıl göründükleriyle ilgilenmektedir. Sürekli farklı imajlarını üretip, bunları görselleştirerek kendilerini yayınlamaktadırlar. Selfie, tüketim ve gösteri toplumunun bir semptomudur, ama diğer yanda ise post modern akımın yeni bir ritüelidir. Bu sebeple selfie modern insanın kendi suretine tapınması anlamına da gelmektedir. Bu zamanın akımı olan selfienin modası geçip, popülerliğini kaybettiğinde yeni bir tür selfienin yerini alacak ve bireyler kendilerini o tür üzerinden konumlandırıp sunmaya devam edeceklerdir.

KAYNAKÇA

Akademik Bilişim Konferansı (2013). “*Sosyal Medyada Mahrem İlişkiler; Gözetleme ve Dijital Şiddet,*” Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 23-25 Ocak 2013

AmericanPsychiatricAssociationMakes It Official: “*Selfie A Mental Disorder*” (2014). <http://adobochronicles.com/2014/03/31/american-psychiatric-association-makes-it-official-selfie-a-mental-disorder/>Anadolu Üniversitesi (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya. Eskişehir

ARISOY, F. (2014). “*Selfie (Özçekim) Çılgınlığı ve ‘Ben’ in Türkiye’de Psi-*

kolojik ve Toplumsal Dönüşümü". Isparta.

BARTHES, R. (2011). "*Camera Lucida.*" (Çev.: Reha Akçakaya). İstanbul: Altıkırkbeş Yayın.

BAUDRİLLARD, J. (2008). "*Tüketim Toplumu*". İstanbul: Ayrıntı Yayınları

BİLGİLİ, C.- ŞENER, G. (2013). "*Sosyal Medya ve Ağ Toplumu*" 2, Kültür, Kimlik ve Siyaset. İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık

ELLUL, J. (2004). "*Sözün Düşüşü*". (Çev.: Hüsamettin Arslan). İstanbul: Paradigma Yayınları.

OĞUZHAN Ö. (2014). "*Yeni Medya Ve - Selfie 'nin Gösterdikleri: Öz 'ü Çe-kerken Kendi 'nin Başına Gelenler*" İstanbul: Literatür Yayınları

RUTLEDGE P. (2014). "*Selfie use or abuse? Take the Quiz Positively Media*"

SALTZ (2014). "*Art at Arm'sLength: A History of the Selfie*". Erişim Tarihi: 10.01.2015, <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>

SONTAG, S. (2008). "*Fotoğraf Üzerine*". (Çev.: Osman Akinhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.

İnternet Adresleri

"*Ben, şahsen, bizzat, kendim ve selfie 'm: Hastayım bana!*" Erişim Tarihi: 13.03.2015. <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hayat/27155121.asp>

"*Canım Bir Selfie Çekilelim mi?*" Erişim Tarihi: 22.02.2015 <http://www.watt-pad.com/52418617-pucca-yaz%C4%B1lar%C4%B1-%27can%C4%B1m-bi-selfie-%C3%A7ekilelim-mi-%27>

Eraslan, R. (2013) "*Sosyal Medya Her an ve Her Yerde Görünür Olmak*". Erişim Tarihi: 10.01.2015, http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME3-ISSUE4_files/tojdacv03i404.pdf

"*Fotoğraf ve Sosyal Medya ile Değişen Dünya.*" Erişim Tarihi: 28.12.2014.

<http://sosyalmedyakulubu.com.tr/faydali-bilgiler/fotograf-sosyalmedya-degisen-dunya.html>

Kandice Rawlings (2013). “*SelfiesandtheHistory of Self-PortraitPhotography*”, Erişim Tarihi: 30.12.2014, <http://blog.oup.com/2013/11/selfies-history-self-portraitphotography/#sthash.2WQOFzG6.dpuf>

Koken Şebnem (2014). “*Cep Telefonu Fotoğrafçılığı*” <http://www.sebnem-koken.com/cep-telefonu-fotografciligi>

MEGEP (2008). “*Basında Fotoğraf Kullanımı*”. Ankara. Erişim Tarihi: 29.12.2014. http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/basinda_fotograf_kullanimi.pdf

MEGEP (2008). “*Grafik ve Fotoğraf, İletişim Araçlarında Fotoğraf Kullanımı*.”Ankara. Erişim Tarihi: 03.01.2015http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/%C4%B0leti%C5%9Fim%20Ara%C3%A7lar%C4%B1nda%20Foto%C4%9Fraf%20Kullan%C4%B1m%C4%B1.pdf

Mutluluğun Resmini Yapmak. **Abidin Dino**: (<http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/20822842.asp>)

“*Narsizim ve Selfie Kültürü*”, Erişim Tarihi: 06 01.2015 <http://t24.com.tr/yazarlar/asli-tunc/sosyal-medyada-narsisizm-ve-selfie-kulturu,8056>

“*Selfielerin Öncüleri*”: Erişim Tarihi: 19.01.2015.
<http://nediyor.com/galeri/selfielerin-onculeri/10/#foto>

“*Selfie Sendromu*.” Erişim Tarihi: 10.03.2015.
<http://www.marmarisguncel.com/2014/07/02/selfie-sendromu/>

“*Selfie, yeni sözcük*”. Martı Dergisi, 2013. Sayı: 34
http://www.martidergisi.com/e-dergi/pdf/kasim_marti_dergisi_34_sayi.pdf

“*Selfie Benliğin İkonlaşması*”: Erişim Tarihi: 10.02.2015
<http://www.on5yirmi5.com/haber/kultur-sanat/fikir/166261/selfie-benligini-konlasmasi.html?r=rl>

“*Selfie Sosyal bir eğilim mi Hastalık mı?*” Erişim Tarihi: 21.02.2015. **Digitallage.com.tr**

“Selfie Çılgınlığı Estetiğe İlgiyi Artırdı.”

Erişim Tarihi: 31.01.2015. <http://www.milliyet.com.tr/selfie-cilginligi-esteti-ge-ilgiyi-pembenar-detay-estetik-1858634/>

“Selfienin Yerini Wealthi Alıyor.” Erişim Tarihi: 31.01.2015.

<http://www.cnnturk.com/fotogaleri/sosyal-medya/selfienin-yerini-wealthie-aliyor?page=7>

“Selfie Bölünerek Çoğalıyor”. Erişim Tarihi: 21.01.2015.

<http://www.bugun.com.tr/yasam/selfie-bolunerek-cogaliyor-haberi/1217387>

“Selfie Çılgınlığı Büyüyor”, Erişim Tarihi: 20.01.2015 <http://sosyalmedya-kulubu.com.tr/sosyalmedya/selfie-cilginligi-buyuyor.htm>

Spencer, T. (2001). “Should We Call Them Human? Narcissistic Personality Disorder And Co-Morbid Diagnoses”, Gale Encyclopedia Of Psychology, 2nd Ed. In Association With The Gale Group And, Erişim Tarihi: 02.01.2015, Looksmart <http://www.aktuelsikoloji.com/benmerkezcilik-narsizm-ve-empati-1678h.htm>

“Sosyal Medyada Zamana Yolculuk”. Erişim Tarihi: 07.11.2014. <http://sosyalmedya.kulubu.com.tr/infografik-2/sosyal-medyada-zamana-yolculuk-infografik.html>

“Sosyal Medya ve mutluluk”: Erişim tarihi: 16.02.2015.

http://mail.salom.com.tr/haber-83903-sosyal_medya_ve_mutluluk.html

“Sosyal Medya Fotoğrafçılığı”: Erişim Tarihi: 20.02.2015. <http://www.yesimmutlu.com/ysmblog/sosyal-medya-fotografciligi.html>

“Sosyal medya teşhir felsefesi”: Erişim Tarihi: 10.03.2015 .

<http://gencdergisi.com/6739-teshir-afettir.html>

Şener, G., (2010). “Sosyal Ağlarda Kimlik ve Cemaat”. Mostar Aylık Kültür ve Aktüalite Dergisi, Sayı: 62, Erişim Tarihi: 11.01.2015, <http://www.mostar.com.tr/Detay.aspx?YaziID=492>

The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me” (2014). New York, Erişim Tarihi: 11.01.2015,

http://d25rsf93iwlmg.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfie-city.pdf

“*The Selfie*” (2013). Erişim Tarihi: 11.01.2015, <http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>

“*TDK Selfie Kararı*,” Erişim Tarihi: 21.01.2015
<http://www.aksam.com.tr/guncel/tdk-selfie-kararini-verdi/haber-309935>

“*TDK Teşhir*, Erişim Tarihi:” 09.03.2015 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.551ceb183b0617.73629005

“*Teşhir Vikipedi*”: Erişim Tarihi: 09.03.2015.
<http://tr.wikipedia.org/wiki/Te%C5%9Fhircilik>

Tunç, A. (2013). “*Sosyal Medyada Narsizim ve Selfie*”, Erişim Tarihi: 28.01.2015 <http://t24.com.tr/yazarlar/asli-tunc/sosyal-medyada-narsisizm-ve-selfie-kulturu,8056>

“*UsieÇılgınlığı*”, Erişim Tarihi: 22.01.2015.
<http://sosyalmedyakulubu.com.tr/sosyalmedya/usie-cilginligi.html>

Wortham, J. (2013). *My Selfie, Myself*, Erişim Tarihi: 11.04.2013.
http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?_r=0

Yeni Medya- “*Mobil Fotoğrafçılık*”: Erişim Tarihi: 28.12.2014,
<http://blog.radikal.com.tr/medya-televizyon/yeni-medya-mobil-fotografcilik-82330> 28 Aralık 14

Yeni Medya “*Fotoğraf Yarışması*” Samsung. Erişim Tarihi: 26.12.2014.
<http://www.marmarisfotofest.com/contents/view/27>.