

BİR 'KENDİN YAP MODELİ' OLARAK SELFIE: INSTAGRAM VE SANAT SORUNSA LI ÜZERİNE

Selfie As A 'Do It Yourself Model': A Study On Problem Of Instagram And Art

Öğr.Gör. Damla TEZEL YALKUT

Yıldız Teknik Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Temel İngilizce Bölümü, İstanbul/Türkiye

ORCID: 0000-0002-3998-708X

ÖZET

Instagram sayesinde pek çok kişi ve sanatçı sosyal medya aracılığı ile oluşan demokratik ortam sayesinde kendi kendilerine yetebilir hale gelmiş, kendilerini ve eserlerini kolayca diğer kullanıcılara, yani izleyicilere, arada denetleyen mekanizmalar olmaksızın, sunabilir konuma ulaşmışlardır. Kişinin kendi kendine yetebilir hale gelmesi ve akıllı telefonların özellikleri bireyselleliği de beraberinde getirirse de, aynı zamanda kullanıcıya kendini dilediği gibi sunma özgürlüğü sağlamış ve selfie, yani özçekim mevhumunu hayatımıza iyice yerleştirmiştir. Sağlanan demokratik ortam ve teknoloji sayesinde ortaya çıkan bu kendi kendinlik durumu ise Kendin Yap (DIY) modelleri ile amaçsal benzerlikler taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, bu kavramlar arasındaki ilişkiyi incelerken selfie olarak adlandırılan bu fotoğraf türünün de sanat olarak kabul edilip edilemeyeceğini tartışmaktır.

Anahtar Kelimeler: Selfie, Instagram, Sanat, DIY, Kendin Yap, Aura

ABSTRACT

With Instagram, many people and artists have become self-sufficient thanks to the democratic environment created through social media, and have reached a position where they can easily present themselves and their works to other users, that is, to audiences, without the means of supervision. Even though the self-sufficiency of the person and the features of the smart phones bring individualism along, it also provides the user with the freedom to present himself as they wish and place selfie into our lives. This self-state, which has emerged thanks to the democratic environment and technology, has intrinsic similarities with DIY models. The purpose of this study is to discuss whether this type of photography called selfie, can be accepted as an art while examining the relationship between these concepts.

Key Words: Selfie, Instagram, Art, DIY, Do It Yourself

1. GİRİŞ

Gelişen mobil teknolojiler (*elbette internetin yaygınlaşmasıyla*) günümüzde erişmek, iletişim kurmak, tanıtmak, sergilemek vb. konularda önemli mesafe kat etmiştir. Artık bilgiyi sunmak, herkes tarafından kolaylıkla erişilebilir bir ortam olmuştur.

Tüm bu gelişmeler, kullanıcının yaşamını kolaylaştırmaya yönelikken aynı zamanda üreten kişiye de paylaşım için yeni bir yol yaratmıştır. Temel olarak kullanıcıya görsel bir sosyal paylaşım alanı sağlamak hedefiyle kurulan Instagram, kullanıcılar (*özellikle sanat ile ilgilenen, sanat üreten kullanıcılar*) tarafından oldukça benimsenmiş, popüler hale gelmiştir.

Instagram'ın kolay erişilebilirliği; kullanıcılarına birkaç basit işlem ile görsellerini sergileme imkânı tanınması en önemlisi, yayınlanan öğenin bir seferde dünyada tüm kullanıcıların beğenisine sunulabilmesi, uygulamayı önemli bir konuma taşımıştır. Bu mecranın elbette pek çok farklı kullanıcı kitlesi bulunmaktadır. Her ne kadar kişisel bir paylaşım ağı olarak çıkmış olsa da günümüzde Instagram, kimi kullanıcılar için ticari bir gelir kapısı kimi kurum ve kuruluşların reklam sahası, pek çok kullanıcı için poülerite imkânı gibi daha pek çok farklı amaca yönelik bir ağ (network) halini almıştır. Pek çok sanatçı ve sanatçı olma isteğiyle yola çıkan kimseler için ise isimlerini duyurmak, eserlerini beğeniye sunmak ve onanmak için özgür bir platform olarak yerini almıştır.

Geleneksel yöntemlerle bir sanatçının eserinin kabul görmesi, onanması ve izleyiciye sunulması için belli başlı kurul ve mekanizmaların onayına ve aracılığına ihtiyacı varken, bu yeni platform ile sanatçı ile eserinin sergilenmesi arasındaki ara birimler bir nevi ikinci plana atılmış, hatta zaman zaman aradan çıkarılmıştır. Sanatçı eserini sergilemek için geleneksel yöntemleri halen kullanabilir, ancak bunun yanında

alternatif bir platformun da anahtarına sahiptir. Geleneksel yöntemden uzaklaşmış, denetim sınırları bulanık, daha kuralsız, özgür ortamda sanatçı eserini dilediği zaman dilediği şekilde yayımlama, izleyicinin beğenisine sunma olanağına kavuşur ve bu durum geleneksele bağlı kurum ve oluşumların, sanat anlayışının bir bakıma otoritesini sarsar. Bu platformda artık sanatçı kendi eserini kendi kendine izleyiciye sunabilir, sanat değerine sıradan izleyiciler karar verebilir. Sanatçının bu yeni platform ile elde ettiği özgürlük, sanatçıya kendi kendine var olma ve ünlenme imkânı sağlarken, bir bakıma Kendin-Yap (DIY) kültürünün protest duruşunu da sergilemesine izin verir.

2. KENDİN-YAP (DIY) MODELİ OLARAK INSTAGRAM

Kendin-Yap "Do-It-Yourself (DIY)" başlangıçta temel olarak otoriteye karşı protest bir duruş olarak ortaya çıkar. De Roeck ve diğerlerinin de belirttiği gibi "*Kendin yap kültürü, insanlar bir araya gelip ileriye giden tek yolun bir şeyleri kendilerinin yapmaları olduğunu gördüklerinde doğmuştur*". (De Roeck et al., 2012: 107) Her ne kadar günümüzde DIY kavramı farklı çağrışımlar ve yönelimleri de bünyesinde barındırıyor da, çıkış noktası itibarıyla geleneksel ve kurumsal olana bir başkaldırı, karşı duruş özelliği taşımaktadır. 1970'lerin başında dünya genelinde baş gösteren ekonomik kriz, sosyal bir başkaldırıyor da tetiklemiş ve 1970'lerin sonuna doğru İngiltere'de gençler, özellikle de genç sanatçılar ve alt sınıftan insanlar bu duruma karşı bir tutum geliştirmeye başlamıştır. Özellikle eğlence endüstrisi ve müzik sektöründe krizin etkisinde yeniliğin önüne set çekmiş ve toplumun gençlerinin sıkıntılarını yansıtamaz hale gelmiştir. Bu sıkıntıların etkisinde yeni bir akım, bir başkaldırı olarak "Punk" doğmuştur. Punk akımı her ne kadar kısa sürede kendi kendini yok etse de, ortaya bir karşı kültür çıkarmış, "Kendin yap" ruhunu yaratmıştır. Punk kültürü kapitalizme karşı duruşuyla kendi müzikal ve kültürel üretim ağlarını oluşturmuş, kapitalist kurumların elinden kurtularak alternatif yollar üretmiştir. İngiltere'de başlayan bu akım Amerika Birleşik Devletleri'nde 1980'lerde etkisini göstermeye devam etmiştir. Kendin Yap bakış açısıyla yönlendirilen bu yeni güç, üretim ve sosyal değişim için bireyin ve kolektif yeterliliğin önemini vurgulamıştır. (Holtzman et al., 2007: 46-48)

Kendin Yap aktiviteleri günümüzde çok farklı alanlarda ve yeni formlarda kendini göstermeye başlamış, yeni anlamlar kazanmıştır. Temelde ise, Matt Ratto ve Megan Boler'ın *Kendin Yap Vatandaşlığı: Eleştirel Yapım ve Sosyal Medya* kitabının giriş bölümünde belirttikleri gibi "Kendin Yap aktiviteleri geleneksel otorite hiyerarşilerini ve var olan duruma meydan okur." (Ratto ve Boler, 2014: 5) Kendin Yap demek, işleri kendi eline alıp kendi kendine var olmak, kendini ortaya koymak demektir.

Ronald Deibert, *Kendin Yap Vatandaşlığı: Eleştirel Yapım ve Sosyal Medya* kitabını için kaleme aldığı önsözünde İnternet ve Kendin Yap arasındaki ilişkiyi şu şekilde açıklar: "Kendin Yap, neyin doğru ya da yanlış, neyin kabul edilebilir ya da edilemez olduğunu dikte eden güçlerin gözetimi olmaksızın karar verebilmektir. İnternet ve Kendin Yap, merkezi olmayan bir iletişim ortamı ile birlikte aynı şekilde lidersiz, "bulut gibi" sosyal hareketleriyle, mükemmel bir uyum ve özgürlük ve demokrasi için iyi bir tarif gibi görünmektedir." (Deibert,2014: ix)

Kendin Yap, var olan otoriteye karşı bir duruş olarak ortaya çıkarken, Kendin Yap Vatandaşlığı ise dijital olarak ortaya konan Kendin Yap uygulamalarının ana akım hale gelmesinden söz eder. Kendin Yap Vatandaşlığı, teknik yeterlilikle ilgilidir. (Ratto ve Boler, 2014: 7)Yaratıcı bir topluluğun bir araya gelerek kendi sistemleri üzerinde paylaşım ve dolaşımını sağlamasıdır ve kendi kararlarını kendisi veren bir topluluk esastır.

"Kendin Yap vatandaşlığı, politika, kültür, sanat ve karşılığında çeşitli yapım uygulamalarına dayanan kimlikleri bünyesinde barındıran teknolojinin 21. yüzyıl alaşımı olarak anlaşılabilir." (Ratto ve Boler, 2014: 18) Bir tür üretim, tüketim ve güç dengelerine meydan okuyan yapıdır.

3. SELFIE

Mobil teknolojilerdeki gelişmeler, özellikle gittikçe daha iyileşen fotoğraf çekim imkânları ile dünyanın her yerinde bir akım haline gelen "Selfie" yani Türkçeleştirilmiş haliyle "özçekim", kişinin kendi fotoğrafını, kendi kendine çekmesidir. Geleneksel fotoğraf anlayışında, özne kameranın önünde, çeken ise kamera arkadaşında yer alırken, selfie ile kişi fotoğrafın hem öznesi hem de çeken haline gelmiştir. Çoğu zaman bir kol boyu mesafeden mobil araçların ön kameraları aracılığıyla çekilen bu yeni çekim tekniğini otoportreden ayrı tutmak önemlidir. Temel olarak otoportre çalışmaları ile benzerlik gösterse de önemli farkları vardır. 2000'li yılların başında, gelişen mobil teknolojilere kamera özelliğinin entegre edilmesinin etkisiyle yaygınlaşmaya başlayan selfie, sosyal medya ağlarının da popülerliğinin artması ile oduca yaygın

bir hale geldi. Milyonlarca kullanıcıya sahip bir sosyal medya ęi olarak Instagram da, kolay ve anlık fotoğraf paylaşım özelliği ile selfie'nin popüleritesine büyük katkıda bulunmuştur. Mustafa Bilge Satkın selfie üzerinde uygulama üzerinden selfie etiketi ile yayınlanmış 306.101.718 fotoğrafın son paylaşılan 1000 adet fotoğrafı inceleyerek yaptığı çalışmasında selfie konsepti dâhilinde yaygın üç farklı tür fotoğraf olduğu kanısına varmıştır: kol mesafesinden kişinin kendisini çektiği fotoğraflar, kişinin başkasına çektiği ve kişinin aynada kendisini çektiği fotoğraflar. Bu selfie grupları içinde ise en yaygınının kol mesafesinden kişinin kendisini çektiği fotoğraflar olduğunu belirtmiştir. (Satkın, 2017:302)

Satkın, selfie ve otoportre arasındaki en belirgin ayrımın “selfie'nin hızlı, doğaçlama, genellikle gündelik ve anlık ifade” olmasından kaynaklandığını belirtmektedir. (Satkın, 2017: 302) Paul Frosh, fotografik bir öğe olarak incelediği selfie'nin tekniğinde ve yayılmasında akıllı telefon teknolojisini önemini vurgular: “akıllı telefon tasarımının üç özelliği, selfie'ye mekân ve temsil ettiği ayrımına meydan okuma imkânı tanımaktadır; tek elle göreceli olarak kolayca tutulup kullanılabilirler, fotoğraf çekilmeden önceki görüntünün önizlemesi yeterince geniş bir ekranda bir kol mesafesinde sunulmaktadır ve ön ve arka kameraya sahiptirler.” (Frosh, 2015: 1611) Bu özellikleri sayesinde kişinin kendi fotoğrafını çekmesi oldukça kolaylaşırken, akıllı telefonların anında internete ve dolayısıyla sosyal ağlara bağlanabilmesi de paylaşımını kolaylaştırır ve anlık kendi-imge ortaya çıkar.

Jerry Saltz, Selfie'nin tarihini ele aldığı makalesinde selfie'yi şu şekilde özetler: “Akıllı telefon kamerasından çekilmiş ve anında ağa dağıtılmış ve işlenmiş hızlı bir oto-portre, nerede, ne yapıyor, kim olduğumuzu düşünüyoruz ve kimin bizi izlediğini düşündüğümüzün anlık görsel iletişimidir.” Selfie'nin sosyal etkileşimin, beden dilinin, öz farkındalığın, gizliliğin, mizahın boyutlarını, dünyeviliği ve toplumsal davranışı değiştirerek dönüştürdüğünü de belirten Saltz, selfie'nin yeni bir görsel tür olarak ortaya çıktığını ve tarihteki tüm otoportre örneklerinden farklı bir tür olduğunu, kendine özgü bir anatomisi olduğunu belirtir. (Saltz, 2014: par.1)

3.1. Bireyselleşme ve Selfie

Bir kol mesafesinden kişiye başkasına ihtiyaç duymaksızın kendi fotoğrafını çekebilme imkânı sağlarken selfie, aynı zamanda başkasına ihtiyaç kalmamasından doğan etkileşimsizliği de beraberinde getirir. Selfie kişiyi kendi kendine yeter konuma getirir ve bireyselleşmenin belirgin bir örneğidir.

Necmi Emel Dilmen, “küreselleşme konusunda en önemli yapı taşlarından biri de bilgiye ulaşma ve daha sonra bu bilginin paylaşılması ve yayılması sürecidir” der. (Dilmen, 2007:9) Dijitalleşme bireyselleşmeye geçişte kilit bir rol oynamaktadır. Dilmen'e göre “dünya küreselleşmenin olumlu ve olumsuz yanlarını alternatifiz bir şekilde yaşamak zorunda kalırken, bir yandan da toplumsal alanda kökleri rönesansa kadar dayanan 'bireyselleşme' gerçeğiyle de karşı karşıya kalmıştır.” (Dilmen, 2007:9) Yaşamın her alanında bireyselleşmenin ortaya çıkmasında bireyselleşmenin ortaya çıkmasında mobil teknolojiler büyük role sahiptir. Tek tuşlar ve minimum iletişimle birçok şeyi yapabilir hale gelen birey dilediği zaman dünyanın her hangi bir yerine bağlanabilir, bilgi paylaşabilir, küresel ağda birey olarak varlığını sergileyebilir. “Birey” önemli hale gelmiştir ve elbette bu durum beraberide farklı yönelimleri de ortaya çıkarmıştır.

Bireyselleşmenin hem etkisi hem de etkileyeni olarak görebileceğimiz selfie akımı sayesinde kişiler kendilerini sergilerken önemli de hissetmeye başlamışlardır ki bu durum kaçınılmaz olarak selfie-narsisizm ilişkisine yol açmıştır.

3.2. Selfie ve Narsisizm

Henry Giroux'a göre selfie kültürü farkında olmadan, bir zamanlar yere göre sığdıramayan özel ile umumi ayrımının çöküşüne ayna tutmaktadır. (Giroux, 2015: 156) Daha önce özel fotoğraflar kişilerin kendi albümlerinde sakladıkları ve yalnızca yakınlarına ve kendi istedikleri zaman gösterdikleri materyaller iken artık kolayca dünyaya paylaşılan ve bir nevi halka malolan, dünyadan herkesin her an erişimine açık olan dijital oluşumlara dönüşmüşlerdir. Paylaşılan fotoğraflar interaktif sosyal medya platformlarına diğer kullanıcı yani izleyicilerin beğenisine sunulmaktadır. Selfie'nin günümüzdeki popülerliğinin bu etkileşime dayanması kuşkusuz rastlantısal değildir. Raymond M. Lee, bu durumu “teknolojik olarak arttırılmış narsisizm” olarak yorumlamaktadır. Lee'ye göre bu durum “kendini koruma dürtüsüyle, hayran kitlesi olmaksızın yaşayamayacağına inandırılmış bireye odaklanan bir temadır.” (Lee,2016:264)

Jesse Fox ve Margaret Rooney'in 1000 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmalarında narsistik özellikleri yüksek olan bireylerin daha çok selfie paylaştıklarını verilerle göstermiş ve narsistik bireylerin, ihtişam, egemen olma ve haklılık hislerine kapılmış, ama kendini özgüvensizlikle pazarlayan benmerkezci bireyler olduklarını eklemiştir. (Alıntılan Lee, 2016: 265)

M.Bilge Satkın ise makalesinde “ ‘selfie’, birey için, içinde hem ruhsal hem de sosyal motivasyon barındıran, kişinin görüntüsü aracılığıyla dış dünyadan kabul ve onay gördüğünü bilmesini sağlayan bir test aracına dönüşmüştür.” diyerek kişinin selfie çekmesi ve yayınlamasındaki sebepleri irdelerken kişinin kendi reklamını yapması olarak da yorumlar. (Satkın, 2017:303)

Kişinin sürekli olmak istediği kişiyi imgelemeye çalışması, sürekli selfie paylaşması ve beğenilme arzusu, narsistik özellikler taşımaktadır. Ancak selfie ile narsisizm arasındaki en güçlü bağ aslında fotoğrafın çekim sürecinden kaynaklanmaktadır. Kişi, kendisinin en güzel halini fotoğraflamak için bir ayna gibi telefonun ön kamerası aracılığıyla ekrandan kendisini izler ve çeşitli yöntemlerle fotoğrafını daha çekici hale getirmeye çalışır. Bu oldukça mahrem ama bir o kadar narsistik bir süreçtir.

3.3. Selfie ve Kendin Yap Modeli

Selfie'nin doğrudan narsisizm ile bağdaştırılmasına karşı çıkan pek çok araştırmacı da vardır. Selfie'yi kişinin kendisini ortaya çıkarması, güçlendirmesi için bir araç olarak gören araştırmacılar, selfie'nin bu yönüyle, bireyin sosyal medyada ve küresel ağda demokratik bir şekilde kendisini var etmesini ve kendilerini izleyici gözlemlere nasıl sunacaklarına dair güce sahip olmasını sağladığını düşünürler. Tüketim odaklı kültürün normatif ideallerine karşı duruş imkânı veren, kendi varlığını ve çekiciliğini ortaya koyması için yer açan, sosyal ağlar yoluyla demokratik bir fırsat eşitliği sağlayan selfie, bu yönüyle “Kendin-Yap (DIY) kültürü” özellikleri taşımaktadır.

Nemer ve Freeman “selfie'nin, narsisizmden öte, kullanıcılara konuşma özgürlüğünü, kendilerini yansıtılabilmelerini, ruhsal arınmalarını dışa vurmalarını, okuryazarlık becerilerini geliştirmelerini ve kişilerarası güçlü iletişim becerileri kurmalarını sağlayan bir uygulama” olduğunu ileri sürer. (Nemer ve Freeman, 2015: 1895) Kişi kendi kendini küresel ağda dilediği şekilde var edebilecek güç ve yetkiye kavuşur bu bakımdan selfie ile.

4. SELFIE'YI OLUŞTURAN ALT BAŞLIKLAR

4.1. Ön Kamera

Akıllı telefon teknolojisinin getirdiği ön kamera kuşkusuz ki selfie akımının en önemli bileşenidir. Akıllı telefon ekranında bir aynaya bakar gibi kişinin kendi kendini fotoğraflaması bu teknoloji eklentisi ile mümkün olmuştur. Ön kameralar zamanla ve elbette selfie'nin popülerleşmesinin etkisiyle öyle popüler hale gelmiştir ki telefon üreticileri yatırımlarını bu kameraları geliştirmek üzere yapmaya başlamış, reklamlarında ürünlerini öne çıkaran özellik olarak sunmaya başlamıştır.

4.2. Fotoğrafın Öznesi

Akıllı telefonlarda ön kameranın var oluş amacı ise elbette kullanıcıdır. Hedefi kullanıcının yüz yüze görüşmesine görüntülü konuşma yapabilmesini sağlamak olan bu kameralar daha sonra kişinin kendi kendisini fotoğraflaması amacını da edinmişlerdir. Ön kameralar sayesinde fotoğrafın öznesi artık fotoğrafı çekenin kendisi olmuştur. Kullanıcı fotoğrafın merkezine oturmuş ve onun öznesi haline gelmiştir.

Paul Frosh, kullanıcıyı “gösteren (deixis)” ve “gösterge (index)” olarak alır. Deixis, gösteren parmağıdır, fotoğrafı çeken kullanıcıdır. Index ise fotoğraflanan imgedir, fotoğrafın öznesi, objesidir. Selfie bağlamında ise bu ayrım birbirine girmekte ve bir bütün haline gelmektedir. “Selfie sadece ‘bunu, burada, şimdi gör’ demez, ayrıca ‘sana beni gösteren beni gör’ der”. (Frosh, 2015: 610)

4.3. Paylaşım

Selfie'yi oto-portreden ayıran özelliklerinden biri internet aracılığı ile anında paylaşılmasıdır kuşkusuz. Daniel Rubinstein, “ağa yüklenmezse selfie değil gizli bir otoportredir” diye belirtir ve ekler “selfie, [fotoğrafın] paylaşım, yayınlama ve dağıtım boyutudur.” (Rubenstein, 2015:par.11) Selfie ancak paylaşıldığı zaman amacına ulaşır, zira selfie özünde internet kültürünün bir ürünüdür. “[Selfie] kişisel bir yansımadır, kişinin kendisini göstermesi, sahnelemesidir.” ve sahneleme eylemi, paylaşılan izleyicisiz mümkün olamaz. (Frosh, 2015: 1621)

4.4. Kol Mesafesi ve Kompozisyon

Jerry Saltz, kol mesafesi ve selfie ilişkisine dair “selfie’ler neredeyse her zaman öznenin kol mesafesinden çekilirler. Bu nedenle, selfie’lerin kırılmaları ve kompozisyonları daha önceden var olan oto-portlerden oldukça farklıdır. Neredeyse her daim fotoğrafçının kolu, tipik olarak kamerayı tutar vaziyette, yer alır fotoğrafta” derken kolun ve kol mesafesinin selfie için önemini gösterir. (Frosh, 2015: 1610)

Paul Frosh ise fotoğrafta yer alan kolu “gösteren parmak (deixis)” olarak alır: “alttan alta, görünmeyen elleri ve ellerin tuttukları cihazı resimsel üretim alanı olarak gösterirler”. (Frosh, 2015: 1610) Kol mesafesi yüz-yüze iletişim için aracı bir mimiktir, ancak selfie bağlamında kendisine ve özneye aracılık eder ve ayrıca fotoğrafın konusu da olur.

Klasik fotoğrafta fotoğraflanan beden ile fotoğrafçı arasında ayırım vardır. Görüntü kameranın arkasından bakan göz ile elde edilir. Selfie ile görüntüleneni ve gören göz arasındaki ayırım ortadan kalkarken görülen ile görüntünün ardında kalanlar da fotoğraf karesinde buluşur ve anlamlı bir bütün oluşturur. Bu durum selfienin kompozisyonunu oluşturur. Kol mesafesinin getirdiği kısıtlamalar nedeniyle de fotoğrafın açısı, çekim uzaklığı ve çerçeveye sığdırabildikleri de sınırlanır. “Kamera kelimenin tam anlamıyla el-kamera birleşiminin bir parçası ki yapabilecekleri ve sınırlılıkları ortak olarak teknik fotografik parametrelerce belirlenir ve insan bedeninin fiziksel potansiyel ve kısıtları ile bütünleşik hale gelir” (Frosh, 2015: 1612) ve bedenin fotoğrafın hem platformu hem de limiti olması fotoğrafta belli açı sınırlılıklarının ortaya çıkmasına sebep olur. Bu açı Frosh’a göre, sosyal bir etkileşim doğurur: eşlik etme eylemi ve fotoğraflanana izleyenin nesne olarak arkadaşlık etmesi. (Frosh, 2015: 1617) Uzanan kol, izleyeni de fotoğrafa dâhil eder, bakmaya ve bir eylemde bulunmaya davet eder.

4.5. Düzenleme / Filtreleme / Kompozisyon

Görsel bir iletişim yolu olan Selfie’nin narsisizm ile ilintilenmesinin temelinde yatan estetik ve beğenilme kaygısı kişilerin kendi fotoğraflarını en iyi hale getirme arzusunun da beraberinde getirir. Bu arzuya yönelik olarak kısa sürede fotoğraf düzenlemeye yarayan pek çok uygulama kullanıcıların hizmetine sunulmuştur. Kişiler, fotoğraflarında bu uygulamalar yoluyla rötuşlama ve çeşitli düzenlemeler yaparak kusurları giderebilir, kendilerini olduklarından daha güzel, çekici hale getirerek görünmek istedikleri kişi haline getirebilirler.

Düzenleme araçları arasında filtreler oldukça sık kullanılır hale gelmiştir. Öyle ki, artık filtresiz selfie ile karşılaşmak nadir karşılaşılır bir durum haline gelince, kişiler fotoğraflarının manipüle edilmediğini ve doğal haliyle çekici olduklarını vurgulamak için sosyal medya ağlarında “#nofilter (filtre yok)” etiketi ile paylaşmaya başlamıştır. Daniel Rubinstein “selfie belki de gerçeği açık amacı yapmayan ilk popüler fotoğraf formudur” derken selfie’nin gerçeği yansıtmaya amacı olmadığını vurgular ve bir bakıma fotoğrafların filtrelenmesi ve manipüle edilmesini makul kılar. (Rubenstein, 2015:par.12)

5. SELFIE-SANAT İLİŞKİSİ

5.1. Sanat Olarak Selfie

Selfie’nin, anlık çekilen ve paylaşılan bir fotoğraf olarak, temel amacının günlük yaşamı ve kişilerin kendisini fotoğraflaması olduğu bilinse de selfie’nin görsel bir ürün olmasıyla birlikte sanatsal çerçevede, sanatçılar tarafından ve sanat için üretilmeye başlanması da kısa sürede popüler hale gelmeye başlamıştır. Adriana Napolitano gibi pek çok sanatçı, farklı teknikleri kullanarak kendilerini çektikleri fotoğrafları sergilerde ya da online galerilerinde sanat çalışması olarak izleyicilere sunmaktadırlar. Kendini fotoğrafladığı bu çalışmalarda bu sefer sanatçı kendi sanatının öznesi konumuna da gelmektedir. Otoporte ile selfie’nin arasındaki çizginin en bulanıklaştığı nokta burasıdır denebilir, zira sanat amaçlı çekilmiş pek çok selfie’de, selfie için çok önemli olan kol mesafesinin sıklıkla aradan çıkarıldığı, farklı yöntemler ve zamanlayıcılar ile sanatçıların kendilerini fotoğrafladığı görülmektedir.

Sanatsal selfie çalışmaları yapan Adriana Napolitano’ya Instagram, selfie ve sanat ilişkisi üzerine “Selfie bir sanat formu olarak görülebilir mi, yoksa sadece basit bir narsisizm midir?” sorusuna yönelik “iletişim kuracak bir şeyler ortada olduğu müddetçe herşey sanat olabilir.” cevabını vermiştir. Selfie’nin güçlü bir iletişim aracı olduğu doğrudur, ancak çekilen her selfie’nin sanat eseri olduğunu söylemek mümkün olamayacağı gibi, selfie’nin tamamen sanattan uzak bir form olduğu kabul edilemez. (Hungertv.com, 2016).

5.2. Selfie'ye Arka Plan Olarak Sanat

Instagram ve benzer sosyal medya hesapları günümüzde sanat eserlerinin paylaşıldığı bir alan haline de dönüşmeye başlamışlardır. Bu eserlerin bir kısmı sanatçıların kendileri tarafından paylaşılırken, büyük bir kısmı da sanat eserlerini ziyaret eden izleyicilerin paylaşımlarından oluşmaktadır. Sanat eserini fon olarak kullanan selfie örnekleri de bu ikinci gruba girmektedir.

Sergilere, sanatsal etkinliklere katılan pek çok kişinin sosyal medya ağlarında katıldıkları etkinlikten selfie paylaştıkları basit bir sosyal medya platformu sergi etiket aramasıyla görülebilir. Bu selfilerde eser arka planda kalırken, kişi ön plandadır. Selfie'nin "beni, şimdi, burada, kendimi çekerken gör" halidir bu durum. Bu paylaşımların farklı sebepleri elbette vardır, ancak selfie'nin kişinin kendisini olmak istediği insan gibi gösterme ve "mutlu" sosyal yaşantısını yansıtması amacına hizmet ettiği ve narsisizm ile sıkı bağlantısı göz önünde bulundurulduğunda, bu paylaşımların "ben sergiye gittim, bu benim sanatsal yönüm" anlamına gelmesi mümkündür. Öte yandan, sokakta grafitiler önünde çekilmiş selfielerden sergilerde eserler önünde çekilmiş olanlara, sanat eserleri önünde çekilmiş pek çok selfie'de eserin gerçekten bir fon, renk, canlılık olarak kullanıldığı da görülmür. Bu da yine daha estetik bir otoportre elde etme amacına hizmet eder.

Lester Hio, diğer yandan, sanat eserinin selfie için fon olarak kullanılmasına eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşır. "[çekilen] artık sanat eserinin fotoğrafa montajı değil ("Ben bunu gördüm") kişinin kültürel sermayesinin tasdiklenmesidir ("Buradaydım, bunu deneyimledim ve artık sonsuza dek onun bir parçasıyım"). (Lester, 2017: par.14) Hio'ya göre sanatın dijital çağda yeniden üretilebilir oluşu, sanatla kurduğumuz iletişimi değiştirmiştir, pasif izlemeden aktif katılıma dönüştürmüştür ve bu etkileşim esnasında sanat eserinin orjinal ya da gerçek mesajı kaybolmaktadır. Sanat eserlerinin değerleri ise gerçek özneye arkaplan olarak ne kadar etkili olduklarına bağlıdır.

6. SONUÇ

Gelişen teknolojiler ile küresel ağda var olmaya ve bir yer edinmeye çalışan kişi ve sanatçılar için sosyal medya aracılığı ile oluşan demokratik ortamın, nispeten iç açıcı olduğunu ve bu sayede kendi kendilerine yetebilir hale geldiklerini, kendilerini ve eserlerini kolayca izleyicilere, arada denetleyen mekanizmalar olmaksızın, sunabildiklerini söylemek mümkündür. Sosyal medya ağlarının ve internetin getirdiği bu olanak, paylaşımsal olarak bir kendin-yap kültürünü örneği oluşturmaktadır.

Kendin-yap kültürüne örnek sağlayan diğer kavramın ise selfie olduğu da görülmektedir. Her ne kadar kişinin kendi kendine yetebilir hale gelmesi ve akıllı telefonların özellikleri bireyselciliği de beraberinde getirirse de, aynı zamanda kullanıcıya kendini dilediği gibi sunma özgürlüğü sağlar, dilerse toplumsal normlara kulak asmama gücü verir.

Selfie akımı, elbette beraberinde eleştirileri de getirmiştir. Bu alanda yapılan en önemli eleştiri ise selfie çekenlerin narsisistik özellikler taşıdıklarına yöneliktir. Hatta öyle ki selfienin sanat eseri olup olamayacağı dahi narsisizm ile kıyaslanarak yapılmaktadır. Ancak çalışmada da görüldüğü gibi bu konuya katılanlar olduğu kadar karşı çıkan araştırmacılar da vardır.

Son olarak, selfie akımı temel olarak kişinin kendi kendisini günlük yaşantısında fotoğraflaması olarak kabul edilse de ve hatta sanat eserleri bile çoğu zaman estetik bir selfie çekme çabasında kişilerce fon olarak kullanılsa da, estetik ve görsel unsurlarından dolayı sanat eseri olarak selfie üretimi de yaygınlaşmaya başlamıştır.

KAYNAKÇA

De Roeck, D., Slegers, K., Criel, J., Godon, M., Claeys, L., Kilpi, K., ve Jacobs, A. (2012). I would DiYSE for it! A manifesto for do-it-yourself internet-of-things creation. NordiCHI 2012, 170-179.

Deibert, R. (2014) "Foreword", Ratto, M. ve M. Boler, (Ed.), *DIY citizenship: Critical making and social media*. Cambridge,MA: MIT Press.

Holtzman, B., Hughes C. ve Van Meter, K. (2007). Do It Yourself... and the Movement Beyond Capitalism. S.Shukaitis, ve D. Graeber, (Ed.), *Constituent Imagination: Militant Investigations // Collective Theorization* (1. Baskı) içinde (44-61) Edinburgh: AK Press.

Frosh, P. (2015) "The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability." *International Journal of Communication* 9: 1607-1628



- Giroux, Henry A. 2015. "Selfie Culture in the Age of Corporate and State Surveillance." *Third Text* 29 (3): 155–164.
- Hungertv.com. (2016, July 27). "The Instagram Artist Elevating The Art of the Selfie." <http://www.hungertv.com/feature/the-instagram-artist-elevating-the-art-of-the-selfie/>
- Lee, R.L. (2016), "Diagnosing the selfie: pathology or parody? Networking the spectacle in late capitalism", *Third Text*, Vol. 30 Nos 3/4, pp. 264-273.
- Lester, H. (2017, October 1). "Yayoi Kusama in the Age of Selfies and Instagram". </www.straitstimes.com/opinion/yayoi-kusama-in-the-age-of-selfies-and-instagram/>
- Nemer, D. ve Freeman, G. (2015). "Empowering the Marginalized: Rethinking Selfies in the Slums of Brazil." *International Journal of Communication* 9: s.1832–1847
- Ratto, M. ve Boler, M., (2014) "Introduction", Ratto, M., and M. Boler (Ed.) *DIY citizenship: Critical making and social media*. Cambridge,MA: MIT Press.
- Rubenstein, D. (2015) "Gift of the Selfie." In *Selfie Update*. <https://non.copyriot.com/das-geschenk-des-selfiesgift-of-the-selfie/>
- Saltz, J. (2014, January 27). Art at arm's length: A history of the selfie. <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>
- Satkin, M . (2017). Otoportreden Selfie' ye Bireyin Görsel Temsilinin Dönüşümü. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 7 (2), 297-306.

