



**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**

Heykel Anasanat Dalı

SANATTA KENDİLİK KAVRAMININ NESNELERLE İLİŞKİSİ

ESRA KORUÇ

Sanatta Yeterlik Çalışması Raporu

Ankara, 2025



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

Heykel Anasanat Dalı

SANATTA KENDİLİK KAVRAMININ NESNELERLE İLİŞKİSİ

Esra Koruç

Sanatta Yeterlik Çalışması Raporu

Ankara, 2025

SANATTA KENDİLİK KAVRAMININ NESNELERLE İLİŞKİSİ

Danışman: Prof. Ayşe Sibel KEDİK

Yazar: Esra KORUÇ

ÖZ

Bu rapor, çağdaş dijital kültürün etkisiyle dönüşen kendilik kavramını, otoportre geleneği ve selfie pratiği üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle sosyal medya ve mobil teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte, bireyin kendini görsel olarak temsil etme biçimleri radikal bir dönüşüm geçirmiş; kimlik, benlik ve varoluş anlayışları, dijital ekranlar ve etkileşimli platformlar aracılığıyla yeniden şekillenmiştir. Bu bağlamda çalışma, tarihsel olarak sanatta otoportre ve aynanın bireysel ve toplumsal özneleşme süreçlerindeki rolünü analiz ederken, selfie pratiğinin bu geleneğin günümüzdeki uzantısı olarak nasıl işlev kazandığını kavramsal bir çerçevede tartışmaktadır.

Araştırma sürecinde, Foucault'nun kendilik pratikleri ve Kohut'un kendilik nesneleri kuramı temel alınarak, bireyin kendilik inşasının sadece bireysel bir içsel süreç değil; aynı zamanda toplumsal, kültürel ve teknolojik bağlamlarda şekillenen, çok katmanlı ve ilişkisel bir yapı olduğu vurgulanmıştır. Selfie'nin, bireyin kendine dair imgesel bir sunum üretmenin ötesinde, izleyici etkileşimi, beğeni kültürü ve dijital görünürlük bağlamında yeni bir sosyal pratik haline geldiği ortaya konulmuştur.

Kişisel sanat pratiği üzerinden, nesnelerle ve imgelerle kurulan ilişkinin kendilik deneyiminde nasıl rol oynadığı irdelenmiş; bu süreçte özellikle ayna, yüzey ve dijital ekran temsillerinin dönüştürücü etkisi ele alınmıştır.

Anahtar sözcükler: Otoportre, Selfie, Sanat, Kendilik, Kimlik, Temsil.

THE RELATIONSHIP OF THE CONCEPT OF SELF WITH OBJECTS IN ART

Supervisor: Prof. Ayşe Sibel KEDİK

Author: Esra KORUÇ

ABSTRACT

This report aims to examine the concept of selfhood, which has been transformed under the influence of contemporary digital culture, through the lens of the self-portrait tradition and selfie practices. In particular, with the widespread use of social media and mobile technologies, the ways in which individuals visually represent themselves have undergone a radical transformation; notions of identity, selfhood, and existence have been reshaped through digital screens and interactive platforms. Within this context, the study analyzes the historical role of self-portraiture and the mirror in the processes of individual and social subject formation in art, while conceptually discussing how selfie practices function today as an extension of this tradition.

During the research process, drawing on Foucault's practices of the self and Kohut's theory of selfobjects, it is emphasized that the construction of selfhood is not merely an internal, individual process but rather a complex and relational structure shaped within social, cultural, and technological contexts. The study reveals that the selfie has evolved beyond a personal visual presentation into a new form of social practice, shaped by audience interaction, a culture of approval, and digital visibility.

Through the lens of personal artistic practice, the research also explores how the relationship established with objects and images plays a role in the experience of selfhood, with particular emphasis on the transformative effect of mirrors, surfaces, and digital screen representations throughout this process.

Keywords: Self-Portrait, Selfie, Art, Self, Identity, Representation.

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

ÖZ	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER DİZİNİ	iii
GÖRSEL DİZİNİ	iv
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: İMGELER ÇAĞINDA KENDİLİK: SELFIE	3
1.1. Selfie ve Kendilik.....	3
1.1.1. Kendilik Kavramı	5
1.1.2. Bir Pratik Olarak Kendiliğin Ontolojisi	10
1.2. Sosyal Medya ve Görüntünün Gündelik Yaşamdaki Merkezîliği	16
2. BÖLÜM: KENDİLİĞİN SANATTA / SANATLA TEMSİLİ	22
2.1. Otoportreden Aynaya, Aynadan Yüzeye Yansıyanlar	33
2.2 Aynadan Yüzeye, Yüzeyden Ekrana Yansıyanlar	41
SONUÇ.....	66
KAYNAKÇA.....	68
EKLER.....	74
Ek-1 Makale Yayın Bilgisi	74
YAYIMLAMA VE FİKRÎ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	75
ETİK BEYANI.....	76
SANATTA YETERLİK SANAT ÇALIŞMASI RAPORU ORJİNALLİK RAPORU.....	77
PROFICIENCY IN ART ART WORK REPORT ORIGINALITY REPORT	78

GÖRSEL DİZİNİ

Görsel 1. Time Dergisi, 2006 Aralık sayısı kapağı.	21
Görsel 2. Louvre Müzesi’nden görüntü.	25
Görsel 3. Esra Koruç, Görüntünün Senfonisi II, 2025	28
Görsel 4. Eugenio Merino, Picasso Burada Öldü/ Aquí Murió Picasso, 2017.....	30
Görsel 5. Eugenio Merino, Warhol Burada Öldü /Here Died Warhol, 2018	31
Görsel 6. Albrecht Dürer, Otoportre / Self-Portrait, 1500.....	36
Görsel 7. Diego Velazquez, Nedimeler / Las Meninas, 1656	38
Görsel 8. Yayoi Kusama, Narkissos Bahçesi / Narcissus Garden, 1966.....	40
Görsel 9. Esra Koruç, Görüş Açısı/ Point of View, 2023.....	40
Görsel 10. Esra Koruç, Suyun İzi/ Water's Trace, 2025.....	42
Görsel 11. Esra Koruç, Kendinde Eriyen/ Self-Dissolving. 2025.	43
Görsel 12. Esra Koruç, Görüntünün Senfonisi/ Symphony of the Image, 2023.	46
Görsel 13. Esra Koruç, İsimsiz/ Untitled. 2022.....	48
Görsel 14. Daniel Rozin, Benmerkezli Ayna /Self-Centered Mirror, 2003	49
Görsel 15. Esra Koruç, Yüz Yüze/ Face to Face. 2025.	50
Görsel 16. Esra Koruç. Selfie. 2023	52
Görsel 17. The National Self Portrait Gallery web sayfasından ekran alıntısı.	54
Görsel 18. David Bowen, Dış Kaynaklı Narsisizm/ Outsourced Narcissism, 2023.....	56
Görsel 19. David Bowen / @outsourced_narcissism. Dış Kaynaklı Narsisizm/ Outsourced Narcissism, 2023	57
Görsel 20. Timo Toots. Memopol III, 2018.	59
Görsel 21. Timo Toots. Memopol III, 2018.	59
Görsel 22. Amalia Ulman. Mükemmeliyetler ve Kusursuzluklar/ Excellences & Perfections, 2014.....	61

GİRİŞ

Tarih boyunca her teknolojik gelişme, toplumsal ve kültürel yapıların dönüşümünü beraberinde getirmiştir. Kitle iletişim araçlarının yazıdan matbaaya, televizyondan İnternete kadar uzanan evrimi, insanın dünyayı ve kendini kavrayışını sürekli yeniden şekillendirmiştir. Ancak 21. yüzyılda dijital teknolojiler yalnızca yeni araçlar üretmekle kalmayıp bireyin kendini algılayış biçiminden toplumsal kimliklerin inşasına kadar birçok alanı köklü biçimde dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, özellikle görsel kültürün hâkimiyetiyle beraber bireyin kendini ifade etme biçimlerinde de belirginleşmiştir.

21. yüzyılda birey, yalnızca bilgiye erişen bir özne değil; kendisini sürekli görünür kılmaya çalışan, dijital mecralarda imgelerini üreten ve sunan bir aktöre dönüşmüştür. Sosyal medyanın yükselişiyle birlikte, insanın kendine bakışı ve kendini temsili, imgeler üzerinden şekillenmeye başlamıştır. Bu durum, selfie gibi insanın yüzü ve bedenini merkeze alan görsel üretim biçimlerinin sıradan bir alışkanlık olmaktan çıkarak, kültürel, psikolojik ve sanatsal anlamlar taşıyan birer temsile dönüşmesine neden olmuştur. Bu bağlamda, kişiselleştirilmiş medya araçları, ekranlarla kurulan ilişkiler ve sosyal ağlar, kimliğin ve benliğin algılanma sürecinde yeni belirleyici etmenler haline gelmiştir. Kişiselleştirilmiş medya araçları, ekranlar ve sosyal ağlar aracılığıyla şekillenen yeni temsil biçimlerinin giderek daha yaygın ve etkili bir iletişim dili haline gelmesi, benliğin görsel anlatımının en belirgin örneklerinden olan otoportrenin de bu bağlamda yeniden yorumlanmasına yol açmış ve bir anlamda yeni bir işlev kazanan otoportre, dijital çağın kimlik inşası pratiğinde bu dönüşümün simgesel bir ifadesi haline gelmiştir.

Sanat tarihinde uzun bir geçmişe sahip olan otoportrenin günümüzde özellikle selfie kültürü üzerinden geçirdiği dönüşüm oldukça dikkat çekicidir. Aynı zamanda otoportrenin bir kavram olarak içerdiği benlik, kimlik ve varoluş anlayışlarında yaşanan değişimlere de işaret eden bu dönüşümde, görsel medya teknolojilerinin ve nesnelerin bireylerin kendilerini yeniden tanımlama ve kimlik sunumları yapma biçimlerinde oynadığı rol belirleyici ve dönüştürücü niteliktedir.

Bu rapor; otoportre kavramının tarihsel köklerini de göz önünde bulundurarak günümüzde selfie kültürü çerçevesinde otoportrenin nasıl evrildiğini ve bu evrim sürecinde özellikle gelinen noktada görsel medya teknolojileri ile görsel kültüre ait nesnelerin nasıl bir rol oynadığını kapsamlı bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Selfienin yalnızca bir görüntü olmaktan öte,

bireyin kendilik deneyimini inşa ettiği, yansıttığı ve yeniden ürettiği bir pratik olarak ele alınması; selfienin hem estetik hem de sosyo-psikolojik açıdan yeni bir “kendilik nesnesi” işlevi üstlenerek otoportre ile günümüz görsel kültürü arasında köprü kurduğunu ve bu kapsamda otoportre geleneğinin çağdaş bir uzantısı olarak değerdendirilebileceğini göstermektedir. Dolayısıyla, selfie ve otoportre ilişkisinden hareketle günümüz kendilik anlatılarının nasıl kurulduğunun araştırılması, günümüz sanatında benliğin imaj, nesne ve mekânla kurduğu ilişkilerin kavramsal ve toplumsal boyutlarını anlamak açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel sorusu, görsel kültürdeki dijital dönüşümlerin bireyin kendilik kavrayışını ve sanat yoluyla kendini ifade etme biçimlerini nasıl dönüştürdüğüdür. Bu sorudan hareketle rapor kapsamında hem sanatta kendiliğin temsili sorunu hem de görsel medya nesneleriyle kurulan kültürel, psikolojik ve toplumsal ilişkiler tartışmaya açılacak ve çağdaş sanatın benlik, kimlik eksenli yaklaşımlarını anlamaya yönelik bir zemin oluşturulmaya çalışılırken, sanat tarihinden ve günümüz sanatından örneklerle birlikte kişisel sanat üretimleri de bu teorik çerçeveyle etkileşim içinde değerdendirilecektir.

1. BÖLÜM: İMGELER ÇAĞINDA KENDİLİK: SELFIE

Görsel kültürün hayatın her alanında belirleyici olmaya başladığı dijital çağda, insanın kendini ifade etme biçimleri de köklü bir dönüşüm geçirmiş ve kendini temsil etme noktasında dijital ortamların sunduğu olanaklar, herkesin kolayca kendisinin üretebileceği ve hızla tüketilebilen bir temsil dilinin geliştirilmesi için uygun koşulları yaratmıştır. Özellikle sosyal medyanın neredeyse hayatın merkezine yerleşmesi, bireyin kendini temsil etme biçimleri üzerinde etkili olmuş ve görsel imgeler aracılığıyla gerçekleştirilen kimlik-benlik sunumu gündelik yaşamın önemli bir parçası hâline gelmiştir. Bu bağlamda selfie, çağımızın önemli bir ifade aracı olarak öne çıkmış ve gündelik yaşamda olduğu kadar sanatta da kimliğin, deneyimin ve anlatının inşasına hizmet eden yeni bir temsiliyet biçimi olarak bireyin kendini sunma ve yeniden kurgulama pratikleri açısından dikkat çekici hale gelmiştir. Selfie bu kapsamda, yalnızca bir anın kaydedilmesi değil, bireyin kendiliğini inşa ettiği, sunduğu ve yeniden ürettiği bir ifade biçimi olarak anlam kazanmaktadır. Nitekim sanat tarihinde uzun bir geçmişe sahip olan otoportre geleneği selfie kültürüyle birlikte farklı bir boyut kazanmış ve ayna, bakış, temsil vb. kavramlar dijital teknolojiler aracılığıyla yeniden yorumlanmıştır. Dolayısıyla imgeler çağında kendiliğin nasıl kavrandığını ve bireyin hem estetik bir form¹ hem de teknolojik bir rejim olarak dijital çağın araçlarıyla kurduğu ilişkileri anlayabilmek açısından selfie pratiği üzerinden bir değerlendirme yapmak, günümüz sanatında kendilik inşasına, temsil biçimlerine ve dijital kültürle kurulan çok katmanlı ilişkilere ışık tutmak açısından önem taşımaktadır.

1.1. Selfie Ve Kendilik

İnsanoğlunun kendini görsel imgelerle dışa vurma ihtiyacı mağara resimlerine kadar uzansa da kendini görsellikle ifade etme durumu tarihin hiçbir döneminde bugünün dünyasındaki kadar yoğun olmamıştır. Yaşamın her alanını kuşatarak türlü kolaylıklar yaratan dijital görüntü üretim sistemleri ve programları geliştirildikçe insanın kendini görsellikle ifade etmesi eşi benzeri görülmemiş bir şekilde artış göstermiş ve pek çok insan için neredeyse bir yaşam tarzı haline

¹ Dijital kültürde bireyin artık sadece bir özne ya da bir kimlik değil, aynı zamanda görsel olarak biçimlenen, tasarlanan ve sunulan bir nesne hâline gelmesi.

gelmiştir. Böyle bir dönemde hem kendini ifade etmenin hem de başkalarıyla iletişim kurmanın temel yollarından biri, kendi fotoğrafını çekerek sosyal medyada paylaşmak olmuştur.

Örneğin, günümüzde insanların kendi görünüşüyle karşılaşması çoğunlukla ekran yüzeyinde ve çevrimiçi ağlarda gerçekleşmektedir. Bu açıdan sosyal medya platformlarının yanı sıra kullanıcıların teknik olanaklarını kolaylaştırabilecek ve zenginleştirebilecek çeşitli araçların da kişinin kendine bakışını değiştirdiğini ve kendini görsellikle ifade etmeyi teşvik ettiği söylenebilir. Bu araçların ilki kuşkusuz, 2000’lerde telefon ekranlarına eklenen ön kameralar olacaktır.

Dijital fotoğrafın icadı ve internet halihazırda milyonlarca insanı fotoğraf çekme, düzenleme ve paylaşma keyfine katmıştı. Sonra sosyal medyada kişinin yaşamını anlatmasına yapılan vurgu, otoportrenin o hikâye anlatıcılığının asli bir özelliği olmasına yol açtı. Taşınabilir cep telefonlarına ikili görüş ekranlarına sahip kameralar eklendiğinde, süregiden görsel otobiyografiler yeni bir çıtayı atladi. İnsanlar nerede ve ne zaman isterlerse özçekim yapabiliyorlardı; kamerayı kendilerine doğrultup ekrana aynaymışçasına bakmaları yeterliydi; geleneksel kameralarla başarması daha zor olan bir özellikti bu (Suler ve Zakia, 2018, s. 354).

Suler ve Zaika’nın da ifade ettiği gibi, dijital fotoğrafçılığın ve İnternetin yaygınlaşmasıyla herkesin fotoğraf çekebilir, düzenleyebilir ve yayınlatabilir hale gelmesi, sosyal medyanın yükselişiyle kişinin kendi hikayesini görsel olarak anlatma isteğiyle birleşince, bir anlamda otoportreyle ilişkilendirilebilecek selfie, bu türden hikâye anlatımının en önemli araçlarından biri haline gelmeye başlamıştır. Nitekim sosyal medya ortamları ve cep telefonları kameraları, fotoğraf çekme ve paylaşma deneyimini kişisel yaşam anlatılarının merkezine oturtmuş ve bir aynaya dönüşen ekranda, insan sadece kendi suretini değil, kendi anlık deneyimini, arzularını ve varoluşunu da görünür kılabildiği bir ortama sahip olmuştur. Bu bağlamda selfie sadece bir görüntü üretim biçimi değil, bireysel kimliğin, deneyimin ve anlatının sürekli inşasına hizmet eden yeni bir ifade aracı olarak öne çıkmaktadır.

Özçekim adıyla Türkçeleştirilen selfie, 2013 yılında Oxford Dictionaries tarafından yılın kelimesi seçilerek; bir kişinin kendini cep telefonu veya web kamera aracılığıyla sosyal medyada paylaşılacak üzere fotoğraflaması şeklinde sözlüğe eklenmiştir (The Guardian, 2013). İngilizcede isim olarak ben, öz, benlik, kendilik; zamir olarak ise kendi anlamlarına gelen self kelime kökünden türetilen selfie, bireylerin otoportrelerini dijital ortamlarda sunmaya başladığı küresel bir akımı, selfie kültürünü ortaya çıkarmıştır. Bu konuda özçekim kavramının özensiz bir çeviri olduğuna dikkat çekerek selfienin öz olarak anlaşılan self kavramının yerine

kendi kelimesini öneren Özlem Oğuzhan'ın görüşleri kayda değerdir. "Selfie'nin Gösterdikleri: Öz'ü Çekerken Kendi'nin Başına Gelenler" adlı makalesinde "öz"ün yerine kullanılabilecek "kendi" kelimesinin bugünün ruhunu anlamada kilit kavram olabileceğine değinen Oğuzhan, felsefenin en derinlikli kavramlarından olan "öz" ile "kendini yayınlama" eyleminin bir tutulmasına itiraz eder. Bu kapsamda yazar, "öz" kavramının Aristoteles'ten bu yana zengin ontolojik anlamlar taşıyan derinliğine işaret ederek selfie'nin "öz" gibi derin bir kavramla açıklanamayacağını, onun daha çok görünüş, gösterim ve paylaşım ile ilgili olduğunu savunur. Nitekim, "öz" kavramına karşılık "kendi"nin daha çok eyleyen özneyi ve görünürlüğü ifade ettiğine dikkat çeken yazar, bu eylemin bireyselliği değil, kitlesel tüketimi besleyen bir mekanizma hâline geldiğini öne sürer (Oğuzhan, 2014, s. 313-315). Ancak 21. yüzyılda insanın kendini ifade etme ihtiyacını kavrayabilmek için öz ve kendi arasındaki bu ayrımın ne kadar elverişli olduğu da tartışmaya açık bir konudur.

"İnsan nasıl kendisi olur?" sorusuna yönelen Roy F. Baumeister'e göre, modern zamanlardan itibaren bu soru "benliğin giderek daha gizli kalmış yanlarını keşfetmek anlamına" gelmeye başlamıştır (2024, s. 499). Bu açıdan kendilik ne olduğundan, neden var olduğuna, nasıl oluştuğuna, geliştiğine, tanındığına ve bu süreçte karşılaştığı zorluklara kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan karmaşık bir konudur. Bunun nedeni benliğin/kendiliğin öncelikle bir toplumsal ilişkiler ağı içinde var olmasıdır. Kendilik başkalarıyla ilişki içinde var olur ve başkaları tarafından onaylanmayı bekler. Kimlik ise kişiyi başkalarından farklı kılar; sosyal yapının yanı sıra konuşma, deneyim ve eylem için bir referans noktası görevi görür. Dolayısıyla benlik ve kimliğin birliği insanların yaratmak için çalışması gereken bir tasarıdır ve insan kültürü için hayati önem taşır (Baumeister, 2024, s. 18-19). Öyleyse kendilik ve kimlik fazlasıyla iç içe geçen ve dönüşen süreçlerin deneyimleriyle şekillenen kavramlardır. Bu kavramlar varoluşsal temellerinden gelişimsel dinamiklerine, toplumsal tanınırlığından karşılaştığı yapısal zorluklara kadar uzanan çok boyutlu bir inceleme alanı olarak öne çıkmaktadır.

1.1.1. Kendilik Kavramı

Genel bir bakışla özetlenecek olursa; kendilik kavramının felsefi kökeni Antik Yunan'da "kendini bilmek" öğretisi üzerine temellenir ve insanın özünü yani ruhunu tanıması anlamına gelir. Bugün anladığımız şekilde kendilikten bahsedebilmek için insanın kendi gerçekliğinin

fark etmesi ancak Aydınlanmanın aklı ile mümkün olacaktır. Antik Yunan toplumunda insanın kendini bilmesi, içinde bulunduğu topluluğun erdemli bir üyesi olması ve bu topluluktaki işlevi üzerinden sorumluluklarını bilmeye karşılık gelmektedir. Bu çerçevede kendilik ile ilgili algının tarihsel süreci, toplumun herhangi bir parçası olmaktan, kendi özgür iradesi olan otonom bir varlığa karşılık gelmesiyle genellikten özelliğe, kamusalıktan bireyselliğe doğru evrilerek ilerlemiştir (Çiftçi, 2018, s.197). Önceleri daha çok bir topluluğun üyesi olarak tanımlanan insanın, zamanla birey olma fikrinin güç kazanmasıyla toplum içinde anonim bir unsur olmaktan çıkıp kendi kararlarını veren, kendine özgü düşünce ve duygulara sahip, bağımsız bir özneye dönüşmesi, kamusal kimlik anlayışının yerini kişisel ve özgün bir benlik anlayışına bırakmasına yol açmıştır. Ancak bu dönüşüm, bireyin yalnızca kendi iç dünyasına yönelmesiyle ilgili olmayıp, aynı zamanda kendiliğin toplumsal, kültürel ve tarihsel koşullar içinde şekillenmesini sağlayan düşünsel yaklaşımlarla da ilişkilidir. Nitekim Batı düşünce sistemlerinde birey uzun süre sabit ve içkin bir özne olarak konumlandırılmış; sosyoloji, psikoloji, felsefe vb. beşeri bilimlerdeki yaklaşımlar, kendiliğin toplumsal etkileşim ve tarihsel koşullar içinde kurulduğunu vurgulayan bir yoldan ilerleyerek öznenin durağan değil, ilişkisel ve süreçsel bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Çeşitli literatür taramalarında psikoloji ve sosyoloji gibi alanlarda kendilik ve benlik kavramlarının birbirleri yerine kullanıldığı görülmektedir. Bu konuda kişilerin kendilerine ve çevrelerine yönelik algılarının oluşumu ve gelişimi sürecinde sosyolojik süreçlerle ilişkilkenmelerinde daha çok benlik, psikolojik etkenler ve süreçler bağlamında değerlendirildiğinde ise kendilik kavramının tercih edildiği görülmektedir. Sosyoloji ve sosyalpsikoloji gibi alanlarda çoğunlukla Charles Horton Cooley, William James ve George Herbert Mead'ın felsefelerinden türemiş olduğu kabul edilen benlik/kendilik kavramı; insanların kendilerini, kendi düşüncelerinin nesneleri olarak ele almalarına olanak tanıyan, yansımali ve düşünümsele becerilerini vurgulayan bir yapıya karşılık gelir:

Gerek James, gerekse Mead'e göre, benlik iki aşamalı bir süreçtir: Bilen, içteki, öznel, yaratıcı, belirleyen ve bilinmeyen "ben" (*I*) ile diğer insanlarca daha çok bilinen, dıştaki, belirlenmiş olan ve toplumsal aşamayı yansıtan "beni/bana" (*me*). Burada özdeşleşme, isimlendirmeye, kendimizi toplumsal düzeyde kurgulanmış kategorilere koymayla ilgili bir süreçtir (ve dil bu süreçte merkezi bir yer tutar) (Gordon, 1999, s. 405).

Mead'e göre, "beni"(*me*), kişinin kendisinin başkalarının tutumlarını içselleştirmesiyle oluşan organize edilmiş tutumlar bütünüdür. Yani, başkalarının bizi nasıl gördüğünü içselleştirdiğimiz yanımızdır. "Ben" (*I*) ise eylem yapan kendilik, başkalarına verilen öngörülemez yanittir,

inisiyatifin koruyucusudur (Jenkins, 2016, s. 36). Cooley'e göre ise "Herkes herkesin aynasıdır/herkes başkasını yansıtır." (Aktaran Gordon, 1999, s. 50). Bu bağlamda Cooley bireyin kendi hakkındaki düşünce ve duygularının sosyal etkileşimler aracılığıyla şekillendiğini savunmuş ve bu görüşü çerçevesinde ayna benlik (looking glass self) kavramını literatüre kazandırmıştır. Cooley'in öne sürdüğü ayna benliğin üç bileşeni söz konusudur. Bu üç bileşen; "Bizim görünüşümüzün başka insanlardaki imgelemi; insanların o görünüş hakkındaki yargılarının imgelemi, kendimize dair duygularımız"dır (Gordon, 1999, s. 50).

Ancak biri bireysel içsellığe ve ahlaki özerkliğe, diğeri sosyal olarak biçimlendirilmiş bir kendiliğe vurgu yapan bu iki kutuplu bakış açısı Richard Jenkins'e göre kavramsal olarak karmaşıktır ve tutarsızlık riski taşımaktadır. Bu sebeple kimliği bireysel ve kolektif etkileşimlerin diyalektiği olarak ele alan Jenkins, kendiliği sabit değil, sürekli oluşum içinde bir yapı olarak kavramsallaştırır (2016, s. 48-49). Yazara göre, "kendilik" ile "kişilik" arasında geleneksel kavrayış biçimi olan "kendi"nin bireyin özel, içsel deneyimi; "kişi"nin ise dış dünyaya açık, görünür yanını temsil ettiği Avrupa düşünce gelenekleri ve kültüründeki tarihi anlam kayması, bugünün problemlerini anlamakta yetersiz kalmaktadır.

Genel anlamda, aslında, kendilik ve kişilik arasındaki fark net değildir; bu hem psikolojide hem sağduyuda var olan bir karışıklıktır. Bu, Mauss'un belirttiği üzere (1985:20), Avrupa kültüründe bu husustaki tarihi anlam yıkılmasını yansıtır: genel kişilik, kendinin psikolojik karakteristiği bakımından tanımlanmaktadır. Ancak kendilik ile kişilik arasında ayırım yapmanın zor olmasının eşit derecede makul bir nedeni, her birimiz için "içsel" ve "dışsal" olanın içinden çıkılamayacak kadar birbirine dolanmış olmasıdır (Jenkins, 2016, s. 49).

Jenkins'in kimlik anlayışının temelini, kendilik ve kişilik kavrayışının yani içsel (kişisel tanımlama) ve dışsal (başkaları tarafından tanımlanma) süreçler arasındaki diyalektik oluşturur. Kimlik sadece "kim olduğumuz" sorusuna değil, aynı zamanda "nasıl hareket ettiğimiz" ve "nasıl anlaşıldığımız" sorularına da yanıt veren temel bir sosyal olgu ve karmaşık, çok boyutlu ve sürekli gelişen bir süreçtir (Jenkins, 2016, s. 15-17). Dolayısıyla, her zaman bireysel ve kolektif boyutları, içsel ve dışsal algıları, benzerlik ve farklılık ilişkilerini, bedenlenmeyi ve kurumsal yapıları içeren dinamik bir diyalektik olan kimlik; bireylerin kendi içsel algıları kadar, başkalarının onları nasıl tanımladığı ve onlara nasıl tepki verdiği yoluyla da inşa edilir (Jenkins, 2016, s. 17-21). Bu kapsamda içsel ve dışsal süreçlerin eşzamanlı olarak var olabileceği ve birbirini etkileyeceği için "kendilik" kavramını bireysel kimliğin temel taşı olarak konumlandıran Jenkins'e göre kendilik; bireyin sadece içsel bir varoluşu değil, aynı zamanda

başkalarıyla kurduğu ilişkiler ağı içinde şekillenen, bedensel ve toplumsal bir deneyimdir (2016, s. 76). Yani birey, kim olduğunu hem kendi bakış açısından hem de başkalarının gözünden görerek inşa eder. Bu süreç, "kendilik imgesi" (self-image) ve "kamusal imge" (public image) arasında gidip gelen bir döngü şeklinde işler (Jenkins, 2016, s. 76). Her iki imge de birbirini karşılıklı olarak şekillendirir; biri bireyin içsel öz algısını, diğeri ise toplumun birey üzerindeki yansımalarını temsil eder. Kendilik, sabit bir özden ziyade, bireyin benzerlik ve farklılık ilişkileri içinde sürekli yeniden kurduğu, dönüşen ve ilişkisel bir kimlik deneyimidir. Dolayısıyla kendilik sabit bir "şey" olmaktan ziyade, dinamik ve her zaman hareket halinde sürekli değişen bir yapı olarak "oluşum" (becoming) halindedir. Bu diyalektik, kişinin kim olduğunu anlaması ve dünyada eyleme geçmesi için temeldir. Dolayısıyla, kimliğin etkileşim ağı ve sosyal yapısının süreç ve yansımaları kavramak önemlidir: "Aslında, kimlik yalnızca süreç şeklinde, 'olmak' ya da 'haline gelmek' şeklinde anlaşılabilir. Kişinin kimliği -kişinin kimlikleri aslında, çünkü kim olduğumuz her zaman tekil ve çoğuldur- hiçbir zaman son ya da yerleşmiş bir konu değildir." (Jenkins, 2016, s. 19-20). Jenkins bu yaklaşımıyla, kendiliğin sadece bilişsel değil, aynı zamanda duygusal bir varlık olduğunu ve diğer insanlarla birlikte yaşarken sürekli olarak inşa edildiğini, bireysel ve kolektif boyutlarının birbirine bağlı ve bağımlı bir şekilde işlediğini ileri süren bütüncül bir model önerir. Bu bağlamda kendilik, bireyin içsel ve dışsal benliğinin karmaşık etkileşimleri sonucunda şekillenen, özerk, tutarlı ve eylemsel bir oluş halidir ve hem içsel bir farkındalığı hem de dış dünyada bu farkındalıkla uyumlu bir biçimde hareket etmeyi gerektirir (Jenkins, 2016, s. 49-76). Dolayısıyla kendilik, sadece bireysel bir farkındalık değil; aynı zamanda toplumsal bir inşa süreci olup, kişinin kendisiyle ve başkalarıyla kurduğu ilişkilerin sürekliliği içinde dönüşen bir yapıya karşılık gelir. Bu çerçevede klasik psikanalitik kuramdan ayrılarak geliştirdiği kendilik psikolojisi yaklaşımı, kendiliği yalnızca dürtüsel çatışmalarla değil, ilişkisel ihtiyaçlar ekseninde tanımlayan Heinz Kohut'un kuramsal yaklaşımıyla paralellik gösterir. Keza Kohut'a göre de kendiliğin yaşamımız üzerindeki geniş etkisi, kişiliğimizin içindeki merkezi yeriyle ilgilidir (1998, s. 218). Çünkü kendilik, temel ihtiras ve idealleri birleştiren, zamanda ve mekânda bedensel ve ruhsal bütünlük deneyimini temellendiren, kendimizi bağımsız bir inisiyatif ve algı merkezi olarak hissetme duygumuzun temelini oluşturur (Kohut, 1998, s. 145; Tura, 2005, s. 304). Dolayısıyla psikolojik evrenin merkezini oluşturan kendilik, işlevselliğimizi, mutluluğumuzu, yaşamımızın seyrini hem genişliğine (yaşamın birçok farklı alanındaki etkisiyle) hem de derinliğine (içsel dünyamızın en temel yapılarına kadar uzanan bir biçimde) etkiler (1998, s. 218). Kendiliğin bu çok boyutlu yapısının biçimlenmesinde, insanın özellikle

gelişimsel süreçte karşılaştığı ve benliğini yapılandırmasına katkıda bulunan “kendilik nesneleri” de oldukça önemlidir.

Kohut’un kendilik psikolojisi kuramında kendilik ve kendilik nesneleri insan gelişiminin ve psikolojik sağlığın temel yapıtaşlarıdır. Bu bağlamda kendilik, bebeklikten itibaren kendilik nesneleriyle kurulan ilişkilerin ve yaşantıların içselleştirilmesiyle gelişen, yaşam boyu dönüşüm geçiren dinamik bir yapıdır. Bu yapı, bireyin dış dünyadan aldığı yansımalara dayalı geri bildirimlerle şekillenir. Özellikle çocukluk döneminde çocuğun kendi varlığına ve işleyişine dair aldığı hazların paylaşılması, kaygılarının yatıştırılması ve süreklilik hissinin desteklenmesi, kendilik nesnelerinin işlevselliğiyle mümkündür. Yani kendilik nesneleri; yaşam boyu kişinin özdeğerini koruma, duygusal düzenleme sağlama ve bütünlük deneyimini sürdürme gibi temel psikolojik işlevlerde rol oynayan, “biraz ben/biraz öteki” olarak deneyimlenen varlıklardır (Kohut, 1998, s. 115). Söz konusu nesneler çocuklukta anne-baba gibi bakım veren kişiler iken, erişkinlikte sanat eserleri, kitaplar veya kültürel semboller gibi farklı biçimlerde ortaya çıkabilir. Bu nesneler, bireyin içsel dünyasında tam olarak ayrı nesneler olarak algılanmaz; bireyin benliğinin bir uzantısı gibi işler ve bireyin ayrışma sürecinde öznel bütünlüğünü koruyabilmesi için gereklidir (Kohut, 1998, s. 80-84). Örneğin, bir çocuk için ebeveynin sesi ya da varlığı; bir yetişkin içinse sanat, din, sevilen kişiler veya imgeler birer kendilik nesnesi olabilir. Bireyin duygusal ihtiyaçlarına yanıt vererek içsel istikrarını korumasına yardımcı olan ve kendilik duygusunu yapılandırmasına, sürdürmesine ve dengelemesine katkı sağlayan bu nesneler, aynı zamanda bireyin benliğini tanıma, ifade etme ve bütünleştirme süreçlerinde işlevsel bir rol üstlenirler.

Bu çerçevede selfie hem dışsal bir araç hem de içsel dengeyi düzenleyen bir destek yapısı olarak kavramsallaştırılabilir ve bireyin kendisiyle kurduğu ilişkinin bir yansıması olarak tıpkı bir kendilik nesnesi gibi işlev gördüğü söylenebilir. Bu durum, Kohut’un toplumsal yapıların çözülmesiyle modern bireyin benlik deneyimini yeniden şekillendirmesi üzerine yaptığı vurgu ile paralellik gösterir. Keza Kohut, toplumsal yapıların çözülmesiyle birlikte modern sanatçıların kendi içsel deneyimlerini, duygularını ve benliğini doğrudan eserine yansıtarak onu bir tür kendilik bildirisi haline getirdiğinden bahseder (1998, s. 220-224). Kohut’un modern sanat ve kendilik üzerine yaptığı çözümlemede sanat, sanatçının içsel dünyasının dışavurumu ve onun kendilik bütünlüğünü koruma çabasıdır. Bu çözümleme selfie için de paralel bir

yorumla genişletilebilir ve modern sanatın içerdği (içsel ifade, benlik inşası ve psikolojik bütünlük arayışı vb) işlevlerin günümüz dijital kültüründeki bir uzantısı olarak kavramsallaştırılabilir. Selfieler, bireyin kendiliğini imaj yoluyla ifade ettiği ve bu ifadenin sosyal medya üzerinden alınan beğeni, yorum ve takip gibi geri bildirimlerle karşılık bulduğu görsel iletişim araçlarıdır. Bu geri bildirimler, bireyin özdeğeri, duygusal düzeni ve kendilik algısı üzerinde belirleyici bir rol oynayabilmektedir. Suler ve Zakia'nın da belirttiği gibi çevrimiçi ortamlarda paylaşılan otoportreler bireylerin kişisel kimliklerine dair farklı yönleri açığa çıkardığı gibi, içsel çatışmaları ve kimliksel ikilikleri de görünür kılar (2018, s. 356). Otoportrelerin çevrimiçi bir koleksiyon hâlinde birikmesi, bireyin çok boyutlu kimliğini yansıtan bir temsil alanı oluşturur. Bu süreçte birey, “kendisi hakkında ne kadarını açığa vuracağı” sorusuyla daha fazla yüzleşir (Suler ve Zakia, 2018, s. 356).

Bireyin bu yüzleşmesi, yalnızca dışarıya yönelik bir sunum değil, aynı zamanda içsel bütünlüğünü kurma ve sürdürme çabası olarak da okunabilir. Bu noktada, Kohut'un kendilik nesneleri kuramı devreye girer ve selfie bu bağlamda, bireyin içsel denge kurma çabasında işlevsel bir rol oynayan, dışsal ama özneyle iç içe geçmiş bir araç, bir kendilik nesnesi olarak belirlenebilir. Selfie üzerinden alınan sosyal medya geri bildirimlerinin bireyin özdeğeri ve kendilik algısı üzerinde doğrudan etkili olması, bireyin bu geri bildirimlerle kendini yeniden üretmesine zemin hazırlar. Nitekim bugünün bireyi, özellikle sosyal medya ortamında kendi görüntüsünü seçer (kadraj, filtre, poz), bunu başkalarına gösterir ve karşılığında yorumlar, beğeniler, repost'larla sosyal yankılar alır. Bu süreç, bireyin kendilik nesnesi işlevi gören dijital bir sanat pratiği oluşturduğunu gösterir. Bu çerçevede selfie tıpkı modern sanatçılarda olduğu gibi bir kendilik bildirisi, içsel ihtiyaçların dijital ifadesi ve toplumsal aynalama bağlamında bir gönderme olarak yorumlanabilir. Buradan hareketle selfie yalnızca bir fotoğraf paylaşımı değil, dijital çağda içsel bir kendilik performansı olarak ifade edilebilir.

1.1.2. Bir Pratik Olarak Kendiliğin Ontolojisi

Modern felsefede kendilik kavramı, farklı düşünürler tarafından çeşitli boyutlarıyla ele alınmıştır. Descartes'in “Cogito ergo sum”/”Düşünüyorum o halde varım” düşüncesi “Ben”i kavramaya yönelik ilk ve en temel yaklaşımdır. Descartes'ın bu sözü Aydınlanma düşüncesinin taptığı ve vurguladığı iki ilkeyi ortaya koyar: “dünyadaki tüm deneyimin ve bilginin temeli olarak kendilik imgesi (Ben her şeyden önce ben Varım)” ve “dünyaya düzen verebilmek için

kullanılabilecek rasyonel yeti tarafından tanımlanan biçimiyle kendilik (anlam veriyorum)” (Mansfield, 2006, s. 26-27). Son Aydınlanma düşünürü Rousseau *İtirafı*’nda “mutlak karakteri özgürlük, özerklik ve biriciklik olan bireysel deneyimin” üzerine yoğunlaşır ve Rousseau ile “dünyada insan deneyiminin zemini olarak kendilik” vurgusu ortaya çıkar (Mansfield, 2006, s. 28). Böylece kendilik bireysellik, içsellik ve özgünlük üzerinden anlaşılmaya başlanır. Nitekim Batı felsefe geleneğinde kendilik düşüncesi öznenin varoluşsal doğasını anlama çabasının merkezinde yer almıştır (Çiftçi, 2018, s. 199-203). Ancak zamanla bu özne kavrayışı, Hume’un akışkan benlik modeli, Kant’ın aşkınsal ego kavramı ve Heidegger’in “Dasein” anlayışı gibi çok katmanlı ontolojik çerçevelerle çeşitlenmiştir. Genel hatlarıyla özetlemek gerekirse; Descartes’ın “cogito ergo sum” formülü, bilinci varlıkla özdeşleştirmiş; benlik, düşünen bir töz olarak tanımlanmıştır. Bu yaklaşım, bireyin iç dünyasını sabit ve özerk bir yapı gibi ele alırken, Hume bunun aksine benliği değişen izlenimlerin bir toplamı olarak görür. Kant, bu iki uç arasında aşkınsal bir “ben” önererek, deneyimin birlik koşulu olarak işleyen yapısal bir özne modeline yönelir. Heidegger ise “Dasein” kavramı ile kendiliği zamansal, dünyaya-atılmış ve ölüm bilinciyle şekillenen bir varoluş olarak tanımlar (Çiftçi, 2018, s. 199-203). Buna karşılık Foucault, kendiliğin bir öz ya da töz değil, etik ilişkiler ve teknikler aracılığıyla kurulan bir ilişkiler bütünü olduğunu vurgular. Foucault’ya göre, felsefenin görevi artık evrensel özne nosyonuna değil, “biz bugün neyiz?” sorusunu sormaya, yani kendi güncelliğimizin tarihsel koşullarını analiz ederek kendimizle ilişkinin yeni biçimlerini kurmaya yönelmelidir (2020, s. 91-92). Foucault’nun çalışmaları, bir yandan bireyin dışlayıcı pratikler (örneğin delilik, suç, ceza) yoluyla dolaylı olarak nasıl kurulduğunu; diğer yandan da antik çağdan bu yana uygulanan etik kendilik teknikleri aracılığıyla doğrudan nasıl şekillendiğini araştırır (2001, s. 131-132). Bu bağlamda kendilik kültürünü tarihsel bir biçim olarak izleyen Foucault, bu ilişkinin köklerini Antik Yunan-Roma düşüncesine dayandırır.

Foucault için kendilik kültürü, bireyin kendisiyle kurduğu etik ilişki biçimlerinin tarihsel olarak değişen pratikler yoluyla oluştuğu bir alandır. Antikçağ’da temellenmiş olan bu kültür, modernlikte dönüşüme uğramış ve felsefenin temel sorunlarından biri hâline gelmiştir. Kant’ın Aydınlanma metni ise bu dönüşümü anlamada merkezi bir çıkış noktasıdır; çünkü felsefi düşüncüyü kendimizle tarihsel ilişki kurma yönünde yapılandırır (Foucault, 2020, s. 76–77). “Aydınlanma Nedir?” / “Was ist Aufklärung?” metninde Kant’ın sorunsallaştırdığı şey, “Bugün biz neyiz?” sorusu etrafında şekillenen, bireyin kendi güncelliğini düşünme yetisiyle ilgilidir. Foucault bu metni, yalnızca aklın ilerlemesiyle ilgili bir düşünce değil, felsefenin tarihsel bir

dönüşüm noktasını temsil eden bir kırılma olarak yorumlar (2020, s. 77-78). Ona göre, modern felsefe hakikatin biçimsel ontolojisi ile güncelliğin ve öznenin tarihsel ontolojisi üzerinden iki hattan ilerlemiştir. Oysa, sorun kendiliği kurtarmak ya da özgürleştirmek değil, kendimizle yeni tipte, yeni türde ilişkiler geliştirmenin nasıl mümkün olabileceğini tasavvur etmektir (2020, s. 91-92). Bu bağlamda ilk aşamada düşüncenin veya bilginin tarihsel olarak nasıl ortaya çıktığını ve değiştiğini inceleyen Foucault, çalışmalarını düşüncenin eleştirel tarihi olarak tanımladığı bir çizgiye, ikinci hatta/ bir sonraki aşamaya yerleştirir ve kendimizin tarihsel ontolojisi adını verdiği düşünme tarzının temelini oluşturur (2020, s. 77-79).

Foucault, kendilik kültürünün kökenini Antik Yunan ve Roma düşüncesine dayandırırken Antik Yunan-Roma kültüründe bin yıl boyunca süren “*epimeleia heautou / kendine ihtimam gösterme*” ilkesinin etik yaşamın temel direklerinden biri olduğunu vurgular. Çünkü bu ilke insanın yalnızca kendini tanıması değil, aynı zamanda kendi üzerinde çalışması, kendini dönüştürmesi ve bu dönüşüm sürecini etik bir yaşam pratiği hâline getirmesi anlamına gelmektedir (2020, s. 80-82). Kendilik, yazma, okuma, düşünme gibi uygulamalarla kurulan teknikler bütünüdür. Disiplinli bir etik pratik gerektiren bu teknikler, bireyin kendi üzerine düşünmesini sağlayan deneyimler üretir. Kendilikle ilişki yalnızca bireysel değildir; felsefi metinlerde, mektuplarda ve eğitim kurumlarında toplumsal olarak paylaşılan bir sosyal etkinliktir. Kendiliğin bu dört boyutu -kavram, teknik, deneyim ve sosyal etkinlik- birleşerek tarihsel olarak şekillenmiş bir kendilik kültürü oluşturur (Foucault, 2020, s. 106-107). Dolayısıyla bir kültür olarak kendilik, yalnızca siyasal ya da pedagojik bir hazırlık değil, bireyin kendiyile sürekli ilişki kurması, bu ilişkiyi eleştirel bir biçimde sürdürmesi, bir başkasıyla (hoca) kurduğu otorite ilişkisi içinde kendisini dönüştürmesi ve salt ruhsal gözleminden öte bir dizi etik pratik uygulaması biçiminde ortaya çıkar (Foucault, 2020, s. 85-86). Foucault’ya göre, bu bir dizi etik davranış biçimleri modern dönemde kaybolmuştur. Bunda Hristiyanlığın ya da genel olarak dini normların, bireyin kendilikle kurduğu ilişkinin dönüşümü açısından belirleyici bir rolü vardır. Hristiyanlığın kendilik kaygısını yalnızca bir tür özveriye indirgemesi, kendilik tekniklerinin iktidar ve disiplin mekanizmalarıyla birleşerek/iç içe geçerek özerkliğini yitirmesi, modern insan bilimlerinin kendiliği artık bilinmesi gereken sabit, içsel bir öz gibi konumlandırması bireyin özgürlük ve öznellik deneyimini derinden zedelemiştir.

Foucault'ya göre Hristiyan çileciliği, kendilik kaygısını bir tür kendinden vazgeçiş biçimine dönüştürmüş; bu etik yapıda kendilik üzerine çalışmak değil, kendiliği feda etmek esas olmuştur (2020, s. 91). Buna karşılık modern bilgi alanları (pedagoji, psikoloji, tıp gibi), kendilik tekniklerini disipliner yapılara entegre ederek, bireyin kendiliğini başkalarının tanımladığı bir modele göre şekillendirilmesine yol açmıştır. Beşerî bilimler, bireyle kurulan temel ilişkiyi bir bilgi ilişkisine indirgerken kendilik de artık bilinecek, ortaya çıkarılacak bir "gerçeklik" gibi görülmeye başlanmıştır. Böylece bireyin kendine dair yapması gereken şeyin, içeride gizlenmiş bir hakikati ortaya çıkarmak olduğu düşüncesi yaygınlaşmış ve kendilik başkasının tanımladığı bir modele göre şekillendirilir hâle gelmiştir. Oysa Foucault'ya göre kendilik, kazılıp çıkarılacak bir öz değil; kurulan, inşa edilen, ilişkisellik içinde şekillenen bir varlıktır (2020, s. 91–92). Bu yaklaşım, onun kendimizin eleştirel ontolojisi adını verdiği ve bir ethos, yani eleştirel bir yaşam tavrı olarak önerdiği felsefi tutumdur.

Kendilik, bireyin kendiyle kurduğu etik, düşünsel, pratik ve sosyal ilişkiler aracılığıyla olduğu için mesele, bireyin hangi tür ilişki biçimleriyle etik bir özne olarak kendiliğini kurduğudur (Foucault, 2020, s. 104–105). Dolayısıyla kendilik gizli bir gerçeklik değil, tarihimiz boyunca geliştirilen teknolojilerin bir sonucudur. Problem, "kendimizle yeni tipte, yeni türde ilişkiler geliştirmenin nasıl mümkün olacağını" düşünmektir.

Foucault'nun kendilik pratikleri incelemesi, toplumsal pratikler, kurumlar, yasalar, yükümlülükler ve bunların hakikatleri ile ilişkili olarak davranış biçimlerinin ve kendi kendimizle ilişkimizin çerçevesini ortaya koymaktadır (2020, s. 79). Bu bağlamda Foucault'nun üretim teknolojileri, işaret sistemleri teknolojileri, iktidar teknolojileri ve benlik teknolojileri şeklinde gruplayarak "belirli bir egemenlik tipiyle bütünleşen teknolojiler" araştırması, "belirli tutumlar edinme" ve "bireylerin belirli bir eğitilme ve değiştirilme tarzını" vurgulaması açısından ele alındığında, dünyayı görme ve algılama biçimimizi değiştiren teknolojik, bilimsel vb. gelişmelerin/araçların kendimizi algılama ya da kendi olma fikrini nasıl etkilediği/yansıttığını kavramak açısından yol göstericidir (Foucault, 2001, s. 26-27). Foucault'nun çerçevesi bireyin kendini algılama biçimlerinin tarihsel, teknik ve epistemolojik koşullarla nasıl iç içe geçtiğini kavramanın önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, bireyin "kendilik" deneyimi yalnızca içsel bir oluşum değil, dışsal teknik araçlarla şekillenen, bireylerin

belirli bir iktidar düzenine uygun şekilde eğitilmesi ve dönüştürülmesini sağlayan araçlarla tarihsel olarak inşa edilen bir süreçtir².

Rönesans'tan itibaren bireysellik olgusunu şekillendiren aynanın, matbaanın, optiğin, perspektifin keşfi gibi gelişmelerin ekseninde sanatta bireysel ifadenin yükselişini örnekleyen otoportre ve otobiyografinin ortaya çıkışı bu bağlamda değerlendirilebilir. Görme, algılama ve temsil pratiklerini etkileyen her türlü gelişme kişisel anlatıların ve kendilik tasavvurunun şekillenmesinde belirleyici rol oynamıştır. Örneğin; 18. yüzyılda duyuların tanıklığının görme üzerine temellendirilmesi ya da cam alanındaki teknik ve optik gelişmeler sayesinde optiğin 17. yüzyılda görme mekanizmasının kavramasında araç olması vb. gelişmeler, kişisel anlatıları ve kendiliğin kavranışını yönlendiren/ biçimlendiren olgulardandır. Jonathan Crary'nin işaret ettiği gibi, görme mekanizmasının bilimsel olarak kavranışı ya da cam ve optik teknolojilerindeki ilerlemeler, yalnızca görsel deneyimi değil, bu deneyim üzerinden şekillenen öznelik anlayışını da etkilemiştir (Crary, 2015, s. 72). Bu noktada, görme teknolojilerindeki tarihsel dönüşümler de bireyin kendilik deneyimini etkileyen önemli bir unsur olarak öne çıkar. Jonathan Crary'nin de vurguladığı gibi, 17. yüzyıldan itibaren cam ve optik alanındaki ilerlemeler yalnızca görme deneyimini değil, özneleştirme sürecini ve anlayışını da dönüştürmüştür (Crary, 2015, s.72). Bu dönüşümün simgesel araçlarından biri de aynadır. M. Sabine Bonnet'nin vurguladığı gibi, 17. yüzyılda ayna, hem bireyin sınırlarını tanımasını sağlayan bir farkındalık aracına, hem de sosyal normlara uygun bir özne yaratımında rol oynayan bir kontrol mekanizmasına dönüşmüştür (2007, s. 233). Bu dönüşümle birlikte ayna, artık yalnızca bireyin kendisiyle baş başa kalmasını sağlayan bir nesne değil; sosyo-politik uyumun, öz disiplinin ve özneleşmenin kültürel bir aracı hâline gelmeye başlamıştır. Dolayısıyla bireyin kendilik bilinci, sadece içsel bir keşif ya da bireysel bir farkındalık süreci değil, teknolojik gelişmelerden etkilenmesi, tarihsel ve teknik araçlarla şekillenmesi, toplumsal denetim mekanizmaları tarafından yönlendirilmesiyle aynı zamanda dışsal olarak da inşa edilen bir ilişkiler bütünü-olarak ele alınmalıdır. Bu noktada simgesel bir araç olarak ayna, yalnızca bireyin kendilik bilincinin oluşumunda önemli rol oynamakla kalmayıp aynı zamanda kendilik, hakikat, içsel derinlik ve ruhsal yansıma gibi metafizik anlamlarla yüklü bir sembol olarak da bu inşa sürecine katkıda bulunmaktadır. Bu yönüyle ayna tarihsel olarak, yalnızca fiziksel bir

² Bu bağlamda selfie, etik çerçevesi tartışmalı da olsa dijital çağın birey üzerinde kurduğu görsellik rejimiyle iç içe geçmiş bir kendilik pratiğidir.

nesne değil, aynı zamanda özellikle Rönesans ve sonrasında, bireyin ruhuna ve/veya özüne açılan bir pencere olarak düşünülmektedir.

Ancak aynanın zaman içinde bir zamanlar taşıdığı derin varoluşsal ve simgesel anlamlardan sıyrılması ve giderek daha çok dış görünüşe, bedensel sunuma indirgenmesi onun gündelik, sıradan bir nesne haline gelmesine yol açmıştır. Simgesel ve derin bir anlam içermesinin yanı sıra, başta soyluluğun ve zenginliğin de sembolü olan ayna, Venedik formülünün diğer Avrupa ülkelerine yayılması ve seri üretime geçilip ucuzlamasıyla sıradan insanların da -işçiler ve köylüler- erişebileceği bir nesne haline gelmiş, böylece insanların bakım uygulamaları ve görünüşleri de değişmeye başlamıştır (Peraica, 2017, s. 19). Bonnet bu durumu 17. ve 18. yüzyıldaki kültürel dönüşümleri analiz ederken “metafizik gerileme” kavramıyla ifade etmektedir. Ona göre bu dönüşüm, modern bireyin kimlik inşasında bir kırılmayı da göstermektedir. Bonnet’nin vurguladığı gibi, aynanın "metafizik gerilemesi" ile birlikte artık sıradanlaşan yansıma, bireye kendiyle yüzleşme imkânı sunarken aynı zamanda onun sosyopolitik düzene daha uyumlu bir figür hâline gelmesine de katkı sağlamıştır:

Birey tarihsel ve bedensel varlığı içinde tanımlandıkça ayna ona sınırlarını belirleme ve "farklılaşma" olanağı sunar. Aynanın "metafizik gerilemesi"ni doğuran XVI. ve XVII. yüzyıllarda cam alanındaki teknik gelişmeler ve XVII. yüzyılda görme mekanizmasının en iyi biçimde bilinmesi olgusudur. Artık tamamen berraklaşmış ve yaygınlık kazanmış olan ayna, gizemi açığa çıkarırken bir toplumsal uyum enstrümanı olur ve insana kendisiyle baş başa kalma özgürlüğü tanır (Bonnet, 2007, s. 233).

Tamamen berraklaşan ve gündelik yaşamda yaygınlaşıp sıradanlaşan ayna artık içsel derinliğin, ruhsal yansımanın değil dışsal görünüşün bir aracıdır. Bonnet, bu dönüşümle birlikte bir yanıyla bireyin kendini izleyip denetlemesine imkan tanıyan aynanın, bir yanıyla da onu toplumsal uyuma yönlendiren bir araca dönüştüğünü vurgularken, görmenin de disipline edici bir işlev kazandığını ima eder. Nitekim aynanın teknik olarak berraklaşması ve gündelik yaşamda yaygınlaşmasıyla birlikte birey artık kendisini daha net izleyebilmekte, görebilmekte ve kendisine dışarıdan bakabilmedir. Buysa görmenin yalnızca algısal bir süreç olmaktan çıkarak, bireyin davranışlarını şekillendiren ve onu toplumsal normlara uyumlu biçimde biçimlendiren disipline edici bir işlev kazandığını ortaya koymaktadır.

Buradan hareketle, görme tekniklerindeki gelişmelerin bireysel öznellik deneyimini nasıl yeniden tanımladığı açıkça görülmektedir. Bu dönüşümün ardında ise, görsel aracın yalnızca

bir yansıtıcı değil, aynı zamanda düzenleyici bir toplumsal araç hâline gelişi yatmaktadır. Dolayısıyla, aynanın teknik olarak gelişimiyle birlikte işlevi yalnızca optik bir araç olmaktan çıkmış, bireyin kendilik deneyimini yapılandıran kültürel bir aygıta dönüşmüştür. Bu çerçevede kendilik bilinci, sadece içsel bir öz keşif süreci değil; tarihsel, teknik ve kültürel aygıtlarla birlikte işleyen, dışsal olarak biçimlendirilmiş bir oluş halidir. Bu süreç, sanatın kendini ifade biçimlerine de doğrudan yansımış; özellikle otoportre, otobiyografi gibi bireysel ifade yöntemleri hem teknik gelişmelerin hem de öznenin bu gelişmeler karşısında aldığı yeni pozisyonların ifadesi olarak belirginleşmiştir. Öte yandan bireyin kendi kimliğini, deneyimlerini, benliğini vb dışa vurduğu bu bireysel ifade biçimleri, yalnızca estetik yönelimlerin, sanatsal tercihlerin değil, öznenin kendilikle kurduğu ilişkiyi belirleyen tarihsel, teknik ve etik çerçevelerin de bir sonucu olarak değerlendirilebilir ve bu yönüyle Foucault'un özneyi tarihsel koşullar içinde kurulan ilişkiler ağı çerçevesinde ele alan yaklaşımıyla ilişki kurulabilir. Foucault'nun perspektifinde mesele, kendiliği özgürleştirmek veya hakiki bir özü ortaya çıkarmaktan çok, bireyin kendisiyle nasıl ilişkiler kurduğunu, bu ilişkileri hangi etik, teknik ve tarihsel bağlamlarda yapılandırıldığını sorgulamaktır. Bu noktada selfienin, günümüz insanının dijital araçlarla kendi üzerinde kurduğu ilişkisellik biçimlerinin önemli bir yansıması olarak öne çıktığı ifade edilebilir. Foucault'nun kavramsallaştırmasından hareketle, günümüzde dijital araçlarıyla üretilen selfie pratiği bireyin yalnızca görsel bir temsil üretme çabası değil; bireyin kendini inşa ettiği, dönüştürdüğü ve toplumsal alana sunduğu bir araç ve aynı zamanda dijital çağın görsellik rejimiyle yeni tipte bir özneleşme pratiği olarak değerlendirilebilir.

1.2. Sosyal Medya Ve Görüntünün Gündelik Yaşamdaki Merkezîliği

Tarihe bakıldığında her teknolojik ilerlemenin toplumsal, sosyal ve kültürel olguları etkilediği ve şekillendirdiği görülür. 21. yüzyıl ise teknolojide yaşanan devrimsel ilerlemelerle sosyokültürel olguları etkilemenin ötesinde kültürel evrim formlarından bahsedilebilecek dönüşümlerin yaşandığı bir tarihe kapı aralamıştır. Başlangıçta yalnızca iletişim ve bilgi paylaşımını kolaylaştırmak için bir araç olarak görülen dijitalleşmenin zamanla yaşamın her alanını etkisi altına alarak kültürel, toplumsal ve bireysel düzeyde yeni bir anlam ve işlev kazanması, yanı sıra yapay zekâ, mobil iletişim araçları ve sosyal medya platformları gibi teknolojik devrimler; sadece sosyokültürel olguları şekillendirmekle kalmayıp, kültürün bizzat üretilmesi, aktarılması ve deneyimlenmesi noktasında bu dönüşümü hızlandırmıştır.

Alışlagelmiş kültürel davranış biçimlerini ve değer sistemlerini etkileyen bu durum, yeni kültürel evrim formlarının, dijitalleşmenin etkisiyle şekillenen yeni ifade ve deneyim biçimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamış ve dijital kimlikler sosyokültürel olguları yeniden tartışmaya açarken bireyin kendilik algısını da dönüştüren bir temsiliyet alanı haline gelmeye başlamıştır.

Bu dijital dönüşüm, tarihsel bağlamda kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkileriyle birlikte ele alındığında daha da anlam kazanmaktadır. Geçmişe bakıldığında kitle iletişim araçlarının gelişiminin, -hemen hemen her aşamasında- bilgilendirme, toplumsallaştırma, eğitme, eğlendirme gibi işlevleriyle toplumsal ve bireysel yaşamda sosyokültürel dönüşümlerin belirleyici faktörlerinden biri olduğu fark edilir. Sosyokültürel yaşamı dönüştüren resim, yazı, matbaa, telgraf, radyo, televizyon vb. bu araçlar her şeyden önce insanın dünyayı ve kendini kavrayışını da şekillendirmiştir. Bu dönüşüm sürecinde özellikle televizyon, düşünsel üretim yerine görselliği merkeze alarak bilgiyle kurulan ilişkiyi köklü biçimde değiştirmesi açısından dikkat çekicidir.

Örneğin, Giovanni Sartori televizyonun, sesi iktidardan düşürerek görüntünün hakimiyetini sağladığını, yazılı kültürün ürünü olan homo sapiens'in, (bilen insan'ın) yerine homo-videns'i (gören insan'ı) geçirdiğini vurgular (2006, s. 11). Görüntünün sesin önüne geçtiği, görsel uyarıların ve imgelerin bilgi aktarımında baskın olduğu bir döneme işaret eden Sartori, medya ve iletişim çağında bilgi edinme ve algılama biçimlerindeki temel değişimi vurgularken Douglas Kellner ise, kimliklerin oluşum sürecinde mit ve ritüellere atfedilen “bireyleri toplumsal düzene entegre etmek, egemen değerleri yüceltmek, taklit edilecek düşünceler/davranışlar yaratmak, toplumsal cinsiyet rolleri sunmak vb.” işlevlerin çağdaş yaşamda televizyon aracılığıyla yerine getirildiğinden bahseder (2001, s. 194). Medya araçlarının kimliklerin oluşumunda/şekillenmesinde oynadığı rollere değinen Kellner gibi, Roland Barthes da televizyonun bir mite dönüştüğünü ve televizyon sayesinde görünenin doğasına dair bilincimizi yitirdiğimizi düşünür (Çakır, 2014, s. 67).

1980'li yılların sonlarından itibaren bilgisayar teknolojisinin, İnternet ağlarının geliştirilmesi ve medya araçlarının dijitalleşerek çeşitlenmesiyle televizyonun bu işlevleri büyük ölçüde değişime uğramış ve bugünün yeni medya ortamlarıyla harmanlanmaya başlamıştır. Hız

kesmeden gelişimini sürdüren teknoloji sayesinde zamanla izleyiciye aktarılan sınırlı görüntüyle tek taraflı televizyon modeli yerini çok kanallı, etkileşimli, kullanıcı odaklı platformlara bırakmış ve izleyici artık sadece pasif bir tüketici değil aynı zamanda bir içerik üreticisi haline gelmiştir. Televizyonun yanında bilgisayar, telefon, tablet gibi araçların hayatımıza daha çok eklenmesi, temasa geçtiğimiz ekran sayısını artırmış; ekranlarla ilişkimiz de daha etkileşimli hale gelerek değişmiştir. Böylece bir zamanlar mit ve ritüellere atfedilen bireylerin toplumsal düzene entegrasyonu, egemen değerlerin yüceltilmesi, toplumsal cinsiyet rollerinin aşılması vb. misyonlar, televizyonun yanı sıra yeni medyalar ve araçlarıyla yerine getirilmeye başlamıştır. Geline nokta kimliklerin şekillendirilmesi de çevrimiçi ve çevrimdışı süreçlerde çeşitli ekranlar aracılığıyla daha da yaygınlaşarak gerçekleştirilmiş ve birey, kendini ifade etme, sunma ve yeniden üretme pratiklerini bu çok katmanlı dijital ortamlar sayesinde gerçekleştirmeye yönelmiştir.

Bu süreci belirleyen en temel unsur, dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan kişiselleştirilmiş araçlar ve sosyal medya platformlarıdır. Bu platformlarla birlikte, televizyonda olduğu gibi geleneksel medyada sabit olan pasif izleyici konumu değişmiş; kullanıcı, sadece izleyen değil, aynı zamanda içerik üreten ve dağıtan aktif bir katılımcıya dönüşmüştür.

Özellikle mobil cihazlar ve internet erişiminin yaygınlaşmasıyla bu değişim hız kazanmış, medya deneyimi giderek daha kişisel bir hâl almıştır. Yazılım ve donanım araçlarının kişiye özel şekilde tasarlanması, kullanıcıların yalnızca tüketici değil, aynı zamanda üretici olarak sürece dahil olmasını sağlamıştır. Yazılımsal ve donanımsal olarak gitgide kişiselleştirilen araçların ve sosyal ortamların gelişimi ile sabit tüketici olan kullanıcıların aktif katılımının sağlanması, kullanıcıları artık üretici/tüketici konumuna getirmiş ve bunun sonucunda teknolojiyle insan arasındaki araçsal ilişki/etkileşim modeli de bir tür bağımlılık ve manipülasyon ilişkisine dönüşmüştür³.

³ Yönetmenliğini Jeff Orlowski-Yang'ın yaptığı Social Dilemma / Sosyal Ağ (2020) belgeselinde bu mecraların tasarımcıları teknoloji ve birey arasında değişen ilişkiyi "araç bazlı teknolojiden bağımlılık ve manipülasyon bazlı teknolojiye geçiş" olarak tanımlıyorlar.

Teknoloji ve insan arasındaki araçsallığı dönüştüren bu süreci oluşturan gelişmeler kabaca; İnternetin, ilk yıllarında kullanıcıların daha pasif olarak içerik okuyucu konumundayken 2000’lerde kullanıcıların da içerik üretebildiği bir sisteme evrilmesi (Web 2.0) ve telefon, tablet gibi mobil araçların ön ve arka kamerayla donatılması sonucu metinsel içerik üretimini gölgede bırakan görsel ifadenin egemenliği olarak özetlenebilir. İnternetin ilk yıllarında web siteleri çoğunlukla şirketler için bir tanıtım/ticaret aracı, kullanıcılar için de bilgilenmenin aracı olarak değer görmüştür. 2000’lerin başında devreye giren Web 2.0 sürümüyle birlikte önceden yalnızca içeriklere erişimi olan kullanıcıların içerik üreticisi konumuna getirilmesi, İnternetin daha dinamik bir sisteme evrilmesine yol açmıştır. Bu süreci mümkün kılan en önemli etkenlerden biri mobil teknolojilerin bilgisayarlar tabanlı sistemlerle geliştirilmesidir. Böylece bilgiye yalnızca erişimi söz konusu olan kullanıcıların içerik tüketicisi/alımlayıcısı konumunun değişmesiyle yeni bir döneme geçilmiştir.

Webin ilk dönemini temsil eden web 1.0 döneminin genel özelliklerine baktığımızda, web sitelerinin statik yayın yaptığını ve tek yönlü bir kullanıma açık olduğu görebiliriz. Daha sonraki dönemde karşımıza çıkan web 2.0 kavramı, Tim O'Reilly ve Medialive tarafından 2004 yılında yapılan bir konferansta ortaya atılmıştır. Aynı konferansta, Socialtext Incorporated adlı sosyal yazılım şirketinin ortak kurucusu ve başkanı Ross Mayfield, web 1.0 döneminin ticareti, web 2.0 döneminin ise insanları ifade ettiğini belirtmiştir (Ersöz, 2015, s. 114).

Aynı süreçte mobil teknolojilerin bilgisayar tabanlı sistemlerle geliştirilmesi ve mobil araçların çeşitlenerek artması, görüntüleme sistemlerindeki ilerlemeler vb. gelişmeler de görüntülerin yığınlarca üretildiği bir dönemi ortaya çıkarmıştır⁴. Dolayısıyla yazılımsal ve donanımsal olarak birbirini besleyerek ilerleyen bu süreç, hem insan-teknoloji arasındaki deneyim ilişkisini dönüştürmüş hem de bireyleri hibrit bir dünyayla çevrelemiştir. Fiziksel olanla dijital olanın iç içe geçtiği yeni bir gerçeklik zamanla herkesi etkisi altına almaya başlamış ve yaşamın her alanında alışkanlıkları, iletişim biçimlerini ve deneyimleri kökten değiştiren bir etki yaratmıştır.

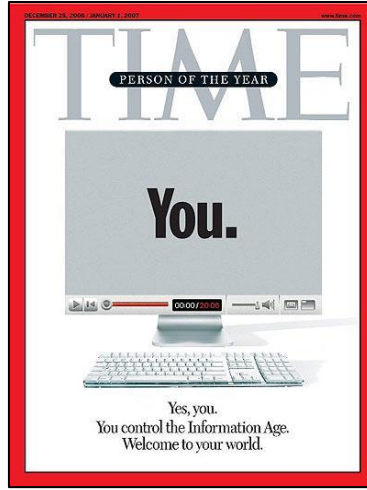
Sosyal medya olgusunu ve dijital medya araçlarını gündelik hayatın merkezine yerleştiren bu gibi gelişmeler, teknolojinin yükselen gücünü ortaya koyduğu gibi aynı zamanda böylesi yeni oluşumların gerek toplumsal gerekse bireysel söylemlerin ve değerlerin üretimindeki payının incelenmesini de gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya kavramının ve yeni medya

⁴ Bu süreçte emojiyle duygu durumlarının ifadesinin kolaylaşması ve özellikle cep telefonlarının çift yönlü kamerayla donatılması içerik üretiminde metinselliğin yerine görselliğe yoğunlaşmasını sağlayan temel faktörlerdendir.

araçlarının; kitle iletişimde yarattığı değişimlere, sunduğu imkanlardan, içerdiği risklere; politik, ekonomik, toplumsal ve kültürel vb. etkilerine yönelik birçok alanda çokça araştırma söz konusudur. Bu araştırmalarda sıkça tartışılan konuların başında yeni medya araçlarının ve ortamlarının kimliklerin üretim sürecine etkisi gelmektedir. Çünkü günümüzün mobil teknolojileri ve sosyal medya platformları isimleriyle dahi kimliklerin ve benliklerin performatif olarak üretilebilir, tasarlanabilir, geri alınabilir, yeniden üretilebilir olduğu bir döneme işaret etmektedir. Bu bağlamda, özellikle 2000’li yılların başında gündelik yaşamın asli bir parçası haline gelen sosyal medya kavramı ve olgusu bu incelemeleri / araştırmaları tetikleyen temel etken olmuştur.

Sosyal medya üzerine çalışmalar, genelde sosyal bilimler, özelde ise iletişim bilimleri tarafından üretilen çeşitli kavramlarla anlatılmaya/açıklanmaya çalışılıyor. Sosyal medya çalışmalarında en çok vurgu yapılan kavramların başında kimlik performansı (Goffman), toplumsal sermaye (Bourdieu, Coleman), armağan ekonomisi (Mauss), gözetim toplumu (Foucault, Lyon, Morozov, Niedzviecki), teknolojik determinizm (McLuhan), kamusal ve özel alan (Habermas, Boyd, Papacharissi), mahremiyet, narsisizm (Lasch), sanal cemaatler (Wellman, Rheingold), ağ toplumu (Castells) geliyor (Şener, 2013, s. 5).

Sosyal medya araştırmalarında en çok vurguda bulunulan bu kavramlar günümüz toplumlarını anlamak açısından kilit öneme sahiptir. Bu noktada kimliğin performatif doğasını yeniden biçimleyerek ön plana çıkaran Web 2.0 dünyasının dev şirketlerinin insanı merkeze alan isimlerini de göz ardı etmemek gerekir. MySpace, Second Life, YouTube, Facebook gibi sosyal medya mecraları isimleriyle dahi bireyselliği, benliği, sahipliği merkeze alır (Fausing, 2014). Yanı sıra bu isimler bu mecranın konseptini de içinde barındırır: 2005 yılında “Broadcast Yourself” (Göster Kendini) sloganıyla yayına başlayan Youtube, Facebook’un yüz vurgusu, Second Life’in sanal ve gerçek yaşam arasındaki sınırları bulanıklaştıran bir ikinci yaşam evreni olması gibi örnekler, konseptlerini açıkça ortaya koymaları açısından en bilinenleri olarak sıralanabilir. Yine benzer biçimde Time dergisi 2006 Aralık sayısının kapağındaki “Person of the Year: You / Yılın Kişisi: Sen” vurgusuyla kullanıcıları ekran başına, kendi dünyasını yaratmaya davet etmiştir (Görsel 1). Bu bağlamda söz konusu dergi kapağı, Web 2.0 devrimiyle birlikte sosyal medya kullanıcılarını içerik üreticisi haline getiren yapısal dönüşümü simgelemekte, "You" vurgusu, dijital özneleşmenin ve temsiliyetinin ekranda merkezileşmesinin bir göstergesi olduğu ifade edilebilir.



Görsel 1. Time Dergisi, 2006, Aralık sayısı kapağı. <https://bit.ly/3RtXNxs>

Sosyal medya ortamlarının kişilere kendilerini tasarlayacak ve sunacak çeşitli metinsel ve görsel temsiliyet imkanları ve ortamları sunması “You” vurgusunun etkisini pekiştirmiş ve bireylerin giderek daha sık dijital kimliklerini merkeze almalarına olanak tanımıştır. Bu durum, kişisel markalaşmadan toplumsal aktivizme kadar geniş bir yelpazede kendini gösterme ve algılama biçimlerini kökten dönüştürmüş ve bireylerin dijital platformlardaki paylaşımları, kendi oluşturdukları dijital kimlikler çerçevesinde sosyal çevreleriyle dinamik etkileşimler kurma yönünde olmuştur. Facebook, Twitter, Instagram gibi çeşitli mecralardaki profillerin giderek birer marka gibi işlev görmesi sayesinde insanlar bir tür reklamcı gibi kendi hayatlarını başkalarına göstermek istedikleri şekilde tasarlamaya ve üretmeye başlamışlardır. Böylece bireylerin kendi varlıklarını bu sistemde/sanal ağlarda oluşturmaya başladığı bir dönemin kapısı aralanmıştır. Nitekim, böyle bir dönemde kendi fotoğrafını paylaşmak herkes tarafından uygulanmaya başlayınca küresel çapta gündelik bir eylem olmanın ötesine geçerek kültürel, psikolojik ve estetik anlamlar taşıyan bir yapıya evrilmiştir. Gündelik bir pratik olarak işlemeye başlayan selfie paylaşma etkinliği, yıllar içinde popülerliğini yitirmeyince salt bir narsisizm pompalaması olduğu yönünde eleştirileri de beraberinde getirmiş ve birçok alanda tartışılan bir olgu olmuştur.

2. BÖLÜM: KENDİLİĞİN SANATTA / SANATLA TEMSİLİ

Selfiede söz konusu olan kişinin kendisini fotoğraflamasıdır. Selfie'nin yalnızca kişinin kendini görüntülemesi değil, aynı zamanda bu görüntünün dolaşıma sokulması, yani bir izleyici kitlesiyle paylaşılması özelliği, kuşkusuz onun self-portrait/otoportre bağlamında değerlendirilmesini kaçınılmaz kılmış ve çağdaş bir otoportrenin ne olduğu yönündeki sorgulamaları da beraberinde getirmiştir. Örneğin, 2013 yılında Londra'da düzenlenen Moving Image- Çağdaş Video Sanat Fuarı'nda Kyle Chayka ve Marina Galperina selfie aracılığıyla insanların kendilerini nasıl gördüklerini keşfetmek üzere National #Selfie Portrait Gallery/ Ulusal #Selfie Portre Galerisi sergisinin küratörlüğünü yapmışlardır. Selfie olgusunu bir sanat formu olarak keşfetmeyi ve sorgulamayı amaçlayan bu sergide Chayka ve Galperina, selfieyi doğru bir yaklaşımla ve eleştirel bir bakış açısıyla ele alınabilecek, dijital çağın getirdiği yeni bir ifade biçimi olarak görmüşler ve onu sadece anlık bir görüntüden ziyade, kültürel bir olguyu yansıtan ve sorgulayan bir sanatsal potansiyel olarak değerlendirmişlerdir. Bu bağlamda sanatçılar için selfienin kişisel bir ifadenin ötesinde daha geniş temaları veya kavramları keşfetme potansiyeline işaret ederek, selfieyi geleneksel otoportrenin hızlandırılmış ve dönüştürülmüş bir devamı olarak konumlandırmışlardır (Reznik, 2013, Time).

Sanat eleştirmeni Jerry Saltz, *Art at Arm's Length: A History of the Selfie* (2014) başlıklı yazısında selfienin kendi içinde yapısal özerkliklerini tespit etmiş ve kısa tarihini kaleme almıştır. Selfieyi kültürel ve toplumsal bağlamda çok daha farklı ve yenilikçi bir olgu olarak kabul eden Saltz, onu otoportrenin dijital çağdaki bir evrimi olarak değerlendirir. Dijital çağın bir getirisi olarak, tıpkı Kyle Chayka ve Marina Galperina'nın sergilerinde konumlandıkları gibi, o da selfie'lerin, geleneksel otoportrelerden daha hızlı ve spontane bir şekilde üretildiğini vurgular ve otoportrenin uzun süreli bir düşünme ve yaratma süreci gerektirdiğini hatırlatırken bu yeni türü sanatçı olmayanların yaratmasının altını çizer (2014). Saltz'a göre bu durum, üretici öznenin dönüşümünü olduğu kadar sanat üretiminin sınırlarını da sorgulamamıza neden olur.

Saltz'ın tespitleri ile Lev Manovich'in dijital kültür teorileri arasında bir bağ kurulabilir. Dijital kültür ve medya teorisi üzerine çalışmalarıyla tanınan Lev Manovich yeni medyanın, eski

medya formlarıyla karmaşık ve sürekli bir ilişki içinde olduğunu; kendinden önceki kültürel formların ve dillerin unsurlarına dayandığını ve onları dönüştürdüğünü belirtir (2014, s. 69-70). Yani Manovich'e göre yeni medya formları, geçmişteki kültürel formları sadece taklit etmekle kalmayıp onları dönüştürerek yeniden yapılandırmaktadır. Bu bağlamda selfie Manovich'in tanımladığı dönüşümün örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Nitekim geleneksel otoportre pratiği dijital medya teknolojileriyle yeniden şekillenmiş, bireyin kendini temsil etme biçimi artık estetikten çok erişilebilirlik ve paylaşılabirlik gibi dijital kültüre özgü değerler üzerinden tanımlanır hale gelmiştir. Bu kapsamda Manovich selfienin klasik anlamda “fotoğrafik bir imge” değil “ağa bağlı bir kameranın ürünü” olduğunu vurgular ve onu 19. ve 20. yüzyıllara ait çok sayıda kanonik fotoğrafik otoportrelerden bu yönüyle ayırır (Tifentale ve Manovich, 2015). Saltz'ın vurguladığı "sanatçı olmayan özne"nin üretici konuma geçmesi durumu, Manovich'in “kültürel formların evrimi” düşüncesiyle bu noktada birleşir ve selfienin fotoğrafik bir imge olmasının ötesinde ağa bağlı olan yapısı, çağdaş dijital estetikte özne, temsil ve üretim ilişkilerinin nasıl yeniden tanımlandığını gözler önüne serer. Dolayısıyla selfie, yalnızca yüzeyde hızlı bir görsel üretim biçimi değil, aynı zamanda kültürel formların evrimi ve medya aracılığıyla dönüşen özne anlayışının somut bir göstergesi haline gelir.

Manovich, selfie'yi nicel ve nitel analizlerle kavramak için “Selfiecity” adlı bir dijital medya projesi gerçekleştirmiştir. Kişilerin kamusal alanda nasıl temsil edildiğini anlamak, selfieelerin toplumsal, cinsiyet temelli ve kültürel farklılıklarını ortaya koymak amacıyla, proje kapsamında New York, Berlin, Moskova, Bangkok ve São Paulo gibi şehirlerden binlerce selfie görseli analiz etmiş olan Selfiecity proje ekibi, araştırmalarının sonucunda çağdaş görsel kültürde insanların selfie aracılığıyla sadece görüntü üretmeyip belirli normlara uymayı da öğrendiklerini saptamış ve selfie aracılığıyla çeşitli normlara göre pozlar vererek estetik düzlemde dijital vatandaşlığa katıldıklarını belirtmişlerdir (Manovich, 2017, s. 42). Bu kapsamda selfie yalnızca kişinin kendini gösterme aracı değil, toplumsal ve estetik normları öğrenip içselleştirdiği bir süreç olarak da değerlendirilebilir. Selfie çekerken verilen pozların rastlantısal ya da sadece estetik kaygılarla değil; toplumsal beğeni ölçütlerine, görünürlük beklentilerine ve dijital platformların teşvik ettiği davranış biçimlerine uygun olarak şekillenmesi selfienin yalnızca bireyin kendini görsel olarak temsil ettiği bir pratik değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel normların içselleştirildiği bir öğrenme süreci olduğunu göstermektedir.

Bu bağlamda selfie hem kendini ifade hem de görünürlük kazanma uğraşının bir ürünü olarak, bireyin dijital dünyadaki bir çeşit dijital vatandaşlık rejimi içinde konumunu da belirlemektedir. Dolayısıyla selfie yalnızca kişinin kendini gösterme aracı değil, toplumsal ve estetik normları öğrenip içselleştirdiği bir süreç olarak da değerlendirilebilir. Dijital platformlarda kabul görmek için selfie çekerken verilen pozlar ve ifade biçimleriyle belli estetik kurallara uymak hem kendini ifade etmek hem de dijital kültürde aktif bir dijital vatandaş kimliğini edinmek için gereklidir. Bu durum, bireyin yalnızca kendini göstermekle kalmayıp aynı zamanda dijital estetik normlara göre kendini konumlandığını da gösterir. Nitekim Manovich de bu bağlamda, selfie'yi modern otoportre geleneğinden dijital bir medya formuna geçişin hem estetik hem de sosyolojik kanıtı olarak konumlandırır ve selfieyi “görsel stillerin sürekli yeniden kombinasyonu içinde kendini konumlandırma stratejisi” olarak tanımlar (2017, s. 37-42). Buradan hareketle, genellikle sanatçının kendi kendini gözlemlediği bir süreç olarak konumlanan otoportre geleneği gibi, selfie portreler de hemen herkes tarafından tanınmak için üretilip paylaşılan, otoportreden daha geniş ve farklı bir kitleye hitap eden kültürel bir ifade olarak konumlandırılırsa her iki ifade biçimi de bir bakıma içsel özne ile dışsal gözlemci arasındaki etkileşimi yansıtır. Otoportrenin sanatçının kendisini daha derinden gözlemlediği bir süreç olması, selfienin ise daha çok tanınma ve paylaşım amacı taşıması bu durumu değiştirmez. Çünkü her ne kadar biçimsel ve teknik anlamda farklı olsalar da ikisinde de öznenin kendine dışarıdan bakma çabası söz konusudur ve her ikisi de, bireyin içsel benliğiyle onu dışarıdan gören izleyici arasındaki ilişkiyi görünür kılar. Bu bağlamda selfieyi 21. yüzyılın dijital gelişmeleri ekseninde yeni bir deneyim ve anlatı biçimi olarak kavramaya çalışmak yol gösterici olabilir. Bu çerçevede, selfie ve otoportre her ikisi de değişen görme, algılama vb. koşulları etrafında şekillenen hem içsel hem de dışsal etkileşim ve deneyimlerin ifade biçimleridir. Ancak selfie kişisel ifade olmanın ötesinde estetik tercihler, sosyal medya kod ve platform mimarisiyle şekillenen dijitalleşen sosyo-kültürel yapılar ekseninde artık bir vatandaşlık rejimi olarak da öne çıkmaktadır. Bu halde yaşadığımız çağın ruhunun çözümlenmesinde önemli bir kaynak olan ağ tabanlı yapılar ve araçların bireylerin kendiyile / görüntüsüyle/ imgesiyle kurduğu ilişkiyi nasıl değiştirdiğinin incelenmesi, dijital kültürün bireysel kimlik, temsil ve aidiyet algıları üzerindeki etkilerini anlamak açısından büyük önem taşımaktadır.

Örneğin, fotoğraf paylaşımının küreselleşmesine ve iletişim biçimine dönmesine öncülük eden Facebook, Instagram, Snapchat gibi sosyal ağların gelişimi ve güncellenen çeşitli özellikleri

kişilerin kendiyle kurdukları ilişkileri değiştiren, etkinliğini hala koruyan temel uygulama platformları/araçlarıdır. Selfie kültürünün gelişmesinde önemli bir payı olan bu gibi uygulamalar, çoğunlukla ön kamerayı açıp kendi görünüşünüzü çeşitli konseptler ya da efektler yoluyla değiştirebileceğiniz çeşitli filtreler sunmakta ve kullanıcı-üreticileri kendilerini başka bir şekilde görmenin deneyimine kapılarak kendi görüntüleri ile daha fazla vakit geçirmelerine teşvik etmektedir.

Öte yandan, birçok ülkede sadece selfie çekmek için tasarlanan mekanlar da söz konusudur. Bu mekanların bir kısmı pop-up kültürün bir parçası olarak bir anda beliren geçici mekanlar olurken, bir kısmı da çoğunlukla müze adı altında yerleşik mekanlar olarak düzenlenmektedir. Her iki formatta da pop kültürüyle özdeşleştirilmiş çeşitli nesnelerle ve/ya da çeşitli illüzyonlarla tasarlanmış bu mekanlar fotoğraf çekmek için düzenlenen eğlence alanlarıdır. Kişilerin kendi reklamını yapmasına, filtre olmaksızın kendini gerçek bir dekora yerleştirmesine olanak sağlayan bu gibi oluşumlar, aynı zamanda bu ortamlarda çekilen fotoğrafların paylaşılmasını da teşvik etmektedir⁵.

Selfie veya illüzyon müzeleri gibi tüketim amaçlı eğlence mekânları da yaygınlaşan bu davranışın performatif doğası için açılan yerlerdir. Ancak sanat, tarih, eğitim ve kültürün birleştiği ünlü müzelerde de selfie çekme normal ve alışıldık bir seyirci davranışı haline gelmiştir (Görsel 2).



Görsel 2. Louvre Müzesi'nden görüntü. (NYTimes). <https://bit.ly/43U4tvz>

Selfie çekme olgusunu sanat müzeleri bağlamında inceleyen Dinhopl, Gretzel ve Kozinets, müzelerde yaygınlaşan selfie çekme davranışının sanat eserleri ve galeri, müze gibi sanatsal

⁵ Böylece selfieyi kültürel bir olgu olarak popülerleştiren akıllı teknolojiler, sosyal ağlar ve bu kültürün teşviki için açılan mekânsal oluşumlar kişilerin anılarını oluşturan doğal süreçlerin yerine tasarımı, reklamı ve tüketimi koymaktadır.

alanların, bireylerin hayatlarına anlam katacak, kimliklerine de tıpkı sanat eseri gibi eşsizlik atfedecek arka plan ve sahneler olduğunu belirtirler (2017). Bu bağlamda, selfienin bir fenomen olarak narsisizmin yansımasından çok bir kimlik projesi ve kolektif iletişimin önemli bir biçimi haline geldiğini vurgularlar (Dinhopl, Gretzel ve Kozinets, 2017). Selfieyi basit anlamda kişinin kendisine hayranlığının bir ifadesi olarak değerlendirmeyen Dinhopl, Gretzel ve Kozinets'e göre, yalnızca bireysel bir kendini gösterme aracı değil, aynı zamanda sosyal medya üzerinden başkalarıyla etkileşime geçilen, onay aranan ve aidiyet kurulan bir kolektif iletişim biçimi olarak selfie, çağdaş dijital kültürde bir kimlik inşası, yönetilen ve başkalarıyla paylaşılan bir kimlik projesi olarak işlev görmektedir. Bu haliyle selfie için, günümüzde bireyin toplumsal ilişkiler kurma, kendini tanımlama ve dijital alanda var olma çabasının bir parçasıdır da denilebilir.

Müzeler, galeriler ve sanat eserlerinin selfie aracılığıyla kişisel anlamın oluşturulmasında önemli bir kaynak haline gelmesi, bu türden bir varolma çabasıyla ilişkilendirilebilir. Ancak bu yeni bir olgu değil, tarihsel olarak şekillenmiş bir görme biçimidir. John Berger, Avrupa'da Rönesans'tan itibaren, açık sanat pazarlarının doğuşuyla birlikte yağlıboya resim geleneğinin nesneleri yansıtmadaki üstünlüğüyle yarattığı illüzyonun, paranın satın alma gücünü onaylayarak seyirci sahiplerin mülkiyetinin göstergesi olarak işlev gördüğünden bahseder: “Kapitalin toplumsal ilişkilerde yaptığı etkiyi, yağlı boya resim görünülerde” yapar ve “mülke ve alışverişe karşı edinilen yeni tutumlarla belirlenen” yeni bir dünyayı görme biçimini beraberinde getirir (Berger, 2009, s. 87). Berger'in bu ifadesi görsel imgelerin izleyici üzerindeki etkisinin, dönemin sınıfsal yapıları ve tüketim alışkanlıklarıyla ilişkili olduğunu gösterir. **NASIL Kİ** yağlı boya resimler bir zamanlar paranın gücünü ve mülkiyeti meşrulaştıran bir temsil aracına dönüşmüşse, modern çağda fotoğraf da benzer bir işlev üstlenmektedir. Walter Benjamin “Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı” adlı makalesinde fotoğrafın ortaya çıkışıyla birlikte geleneksel yağlıboya resmin aurasının ve toplumsal işlevinin nasıl değiştiğini ele alırken sanat eserinin çoğaltılabilir bir imgeye dönüşmesinden bahseder (2023, s. 13). İcadıyla birlikte yağlı boya resmin estetik ve toplumsal işlevlerini dönüşüme uğratan fotoğraf, görsel imgelerin de başlıca kaynağı haline gelmeye başlamıştır. Özellikle renkli fotoğrafın icadı, yağlıboya resim dilini reklam klişelerine çevirmeyi kolaylaştırmış ve seyirci alıcı için bir anlamda yağlıboya resmin ifade ettiği şeyle reklamın sunduğu imgeler arasında bir benzerlik kurulmasını sağlamıştır. Yağlıboya resmin dokunulsa resimdeki nesnelerin dokusunu hissedilebilirmişçesine algılanmasını sağlayan

yanılsama yaratma özelliği ve bu özelliğin sahiplik arzusunu tetikleyici etkisi renkli fotoğraf aracılığıyla reklam imgelerinde yeniden üretilirken aynı etkiden yararlanılır. Böylece tüketim toplumunun yönlendirici araçları olan reklam imgeleri dokunma duygusunu alıcıya vermek için sahiplik arzusunu tetikleyerek izleyiciyi aktif bir tüketici olmaya yönlendirir (Berger, 2009, s. 131-141). Nasıl ki reklam imgeleri izleyicide o ürünle fiziksel bir bağ kuruyormuş hissi yaratarak arzuyu tetikliyorsa, bu bağlamda, müze selfieleri de eserle birlikte kişinin kendisini sergileyebileceği, paylaşabileceği, böylece bir anlamda eseri sahiplenebileceği bir alan yaratarak benzer arzuları tetikleyebilir.

Sanat tarihinin en önemli eserlerinden biri olmakla birlikte aynı zamanda popüler görsel kültürün de ikonik imajlarından biri haline gelen “Mona Lisa” tablosu, selfie kültürü ekseninde bu duruma örnek olarak gösterilebilir (Görsel 2). Mona Lisa gibi popüler kültürün ikonikleşen eserlerini görebilmek için saatler sürecektir bir kuyrukta beklemek durumunda kalan ziyaretçilerin esere bakma süresinin bir dakikadan az olduğunu saptayan Louvre Müzesi, bu yoğun ilgi nedeniyle ziyaretçilerin tablonun önünde sadece bir selfie çekme süresi kalabildiği ve salondaki diğer eserlerin de görülememesi vb. sorunlar nedeniyle birkaç ay önce tabloyu yeni bir odaya taşıma ve bu odanın biletini de ayrı satma kararı aldıklarını duyurmuştur (Anderson, 2025).

Mona Lisa örneğinde olduğu gibi, bir sanat eserini görmek için saatlerce sırada bekleyip onunla bir selfie çekmek arzusu, sanat eserinin estetik, kültürel ya da tarihsel içeriğinden öte, onunla kişisel bir bağ kurmak ve bunu da belgeleyip sosyal medyada paylaşmak eylemine dönüşmüş gibidir. Bu durum, sanat eseri aracılığıyla bir “anı” üretmek isteyen izleyicinin aynı zamanda bir kimlik sunumu şeklinde o anıyı dolaşıma sokarak kendi hikayesini görünür kılıp kültürel bir statü kazanmasının yanında, sanatın toplumsal ve ekonomik işlevlerinin kişisel anlam üretimiyle nasıl iç içe geçtiğini gösteren çağdaş bir yansıma olarak da değerlendirilebilir.



Görsel 3. Esra Koruç, Görüntünün Senfonisi II. 2025, (selfie çubuğu, 3d fotoğraf/ resim görüntüleyici, metal).

Görüntünün Senfonisi II adlı çalışma sahte bir fotoğraf makinesi ve selfie çubuğundan oluşmaktadır (Görsel 3). Louvre Müzesi'nin hediyelik eşya dükkanından alınan sahte fotoğraf makinesi, stereoskop mantığına benzer bir fotoğraf görüntüleyicidir ⁶ ve müzenin koleksiyonundan seçilen 15 eserin- içinde Mona Lisa tablosunun kopya bir görüntüsünün de bulunduğu- bir arşiv görüntüsünü içermektedir. Selfie çubuğunda/düzenlemede yer alan fotoğraf makinesinin merceğine bakıldığında Mona Lisa tablosunun görüntüsü görülmektedir. Görülen bu temsili imge, izleyicinin yalnızca bir sanat yapıtını belgelemekle kalmayıp, aynı zamanda o yapıt aracılığıyla kendini konumlandırma ve kimliğini yeniden kurma çabasını yansıtmaktadır. Bu durum, sanat yapıtına ilişkin izleyici deneyiminin, selfie aracılığıyla bireysel temsile ve kimlik inşasına dönüşmesiyle doğrudan bağlantılıdır. Ancak bu bağlantı kimlik edinmenin bir aracı olarak selfie çekemeyeceği bir ilişki kurmasını sağlamaya yöneliktir. İzleyici tek gözünü cihazın merceğine yaklaştırarak Mona Lisa'nın bir kopyasına erişir. Bu, orijinal esere olan erişimin yerine, analog bir fotoğraf makinesi estetiğinde üretilmiş sanat eserlerinin kopya görüntüsü ve bakışın yönlendirilmesi bağlamında turistikleşmiş müze deneyimlerine yönelik bir eleştiri olarak okunabilir. Benjamin'in sanat eserlerinin teknik olarak yeniden üretilebilirliği üzerine yaptığı analizde merkezi bir yere sahip olan "aura" kavramı, sanat eserinin/bir nesnenin "şimdiki anı ve burada olma hali"ni ve bulunduğu yerdeki "bir defalık varlığı"nı ifade eder (2023, s. 13). Bu tekilliğin oluşturduğu aura, eserin kökeninden, maddi ömründen tarihi tanıklığına kadar aktarılabilir tüm niteliklerinin simgesidir. Dolayısıyla,

⁶ Stereoskop görüntüleyiciler insanın optik görme mekanizmasına göre oluşturulur. İnsan beyni iki boyutlu görüntüyü sağ ve sol göz aracılığıyla üç boyutlu algılar. Dolayısıyla stereoskopik görüntüler de iki boyutlu, iki görselin algılanışıyla derinlik illüzyonu yaratırlar. Oyuncak biçimli monoskop görüntüleyiciler ise tek mercekten görülen düz ve derinliksiz görüntü aracılığıyla illüzyon yaratmaz. Yani sıra Jonathan Crary'nin belirlediği gibi camera obscura, stereoskop ve fenakistiskop gibi optik aletler sadece teknolojik nesneler değil, bireyin bedeni üzerinde işleyen bilgi ve nüfuz alanlarıdır. Bu aygıtlar, görme deneyimini soyutlamaya ve yeniden yapılandırmaya ve gözlemciyi katı bir biçimde tanımlanan görsel tüketim sistemleri içinde kodlamaya ve normalleştirmeye hizmet etmiştir (2015, s. 19-20).

"sahici" sanat eserinin benzersiz değeri ritüel işlevi ve tapınma değeriyle yakından ilişkilidir (Benjamin, 2023, s. 13-18). Teknik yeniden üretimin (fotoğraf, film gibi) ortaya çıkışı, sanat eserini gelenek alanından çıkarır, onun bir defaya mahsus varlığını kitlesel olanla ikame eder ve alıcıya yakınlaşma imkanı tanıyarak onu günceller. Bu bağlamda nesnelerin aurası, ne kadar yakında olursa olsun, uzaklığın bir defalık görüngüsü olarak yaklaşılamaz olanla ilişkilidir ve bu uzaklık tapınmanın temel niteliğidir. Dolayısıyla kitlelerin, nesneleri hem mekânsal hem de insani düzlemde kendilerine yakınlaştırma arzusu, özgün ve tekil olanın yeniden üretim yoluyla erişilebilir kılınması yönünde bir eğilim doğurur. Bu eğilim, nesnelere kopyaları ya da imgelerin reproduksiyonları aracılığıyla sahip olma pratiğini yaygınlaştırır ve zamanla kültürel tüketimin kaçınılmaz bir biçimi olarak kendini dayatır (Benjamin, 2023, s. 16-22). Bu bağlamda *Görüntünün Senfonisi II* adlı çalışmada bulunan sahte bir fotoğraf makinesi, orijinal eserin sanatsal ve tarihi anlamını soyutlayarak, "tekilliğini" kaybetmiş bir "görüntü"yü somutlaştırır ve sanat eserlerinin kopya/görüntü aracılığıyla yeniden üretimi ve kitleselleşmesinin selfie vb pratikler aracılığıyla güncellenen biçimine işaret eder. Böylece yalnızca orijinal eserin tekilliği ve sahiciliği değil aynı zamanda izleyici/ziyaretçinin de sanat eserine yönelik ilgi veya kavrayışı kültürel üretim-tüketim ilişkisi bağlamında sahte ve kopya olarak konumlandırılır.

İspanyol sanatçı Eugenio Merino çalışmalarında selfie pratiği ve kültür endüstrisi arasındaki ilişkiyi eleştiren sanatçılarıdır. Merino'nun *Picasso Burada Öldü /Aquí Murió Picasso* (2017) ve *Here Died Warhol /Warhol Burada Öldü* (2018) adlı sergi ve enstalasyonları, "aura" kavramıyla doğrudan ilişkilidir ve bu biricikliği bilinçli bir şekilde bozan temsiller üzerinden güçlü bir eleştiri sunar.

Merino'nun 2017 yılında (İspanya) Málaga'da Alliance Française'de *Picasso Burada Öldü /Aquí Murió Picasso* isimli sergisi bir kaide üzerinde yatan hiperrealist bir Picasso heykeli/cesedi ve mezar taşı/plaketinden oluşur (Görsel 4).



Görsel 4. Eugenio Merino, Picasso Burada Öldü/ Aquí Murió Picasso. 2017, (ARTnews). <https://bit.ly/3HFjSHi>

Málaga merkezli kolektif Los Interventores küratörlüğünde gerçekleşen sergide, Picasso'nun hiper gerçekçi heykeli ikonlaşmış görünüşünü -mavi-beyaz çizgili Breton gömleği, beyaz keten pantolonu ve espadrilleri ile- ceset olarak tasvir eder. Dean MacCannell'in 1976 *The Tourist* (Turist) kitabından ilham aldığını belirten sanatçı, sanat fuarları vb. sanat ve kültür alanlarının kurum ve şirketlerin imajlarını akladığı bir araç olarak endüstriyel komplekslere dönüşmesi ve sanatın selfieleştirilmesine yönelik bir eleştiri bağlamında heykeli “turistik cazibe merkezi” olarak tasarlamıştır (Cassady, 2023, ARTnews). Böylece Merino “hem satılacak bir heykel hem de sembolik bir değer olarak ‘turist sanat tüketicisinin’ hatıra olarak selfie çekebileceği herhangi bir turistik cazibe merkezi kadar sahte” bir Picasso mezarı/anıtı sergilemiştir (Cassady, 2023, ARTnews). Bu sergi, İspanyol gazetesi *La Vanguardia*'da “bir hatıra olarak ölüm”, “selfie bağımlıları için başlıca cazibe merkezlerinden biri” ve “Instagram’da beğeni almanın güvenli yolu” olarak yorumlanmıştır (Cassady, 2023, ARTnews.). 20.000’den fazla ziyaretçinin Picasso’nun ölü bedeniyle selfie çekmek için geldiği *Aquí Murió Picasso / Picasso Burada Öldü* sergisi ardından 2018’de *Here Died Warhol /Warhol Burada Öldü* sergisi gerçekleştirilmiştir (Görsel 5). Merino’nun, *Warhol Burada Öldü /Here Died Warhol* adlı sergisi de *Picasso Burada Öldü* enstalasyonunda olduğu gibi ikonlaşmış bir sanatçının ölümü üzerinden şehirleri markalaştıran kültür endüstrisinin yarattığı turizme yönelik bir eleştiridir.



Görsel 5. Eugenio Merino, 2018, Warhol Burada Öldü /Here Died Warhol. (Unixgallery)

Erişim:27.04.2025.<https://bit.ly/447hBw7>

İşleyen bir müzenin hediyelik eşya dükkânıymışçasına düzenlenen *Here Died Warhol /Warhol Burada Öldü* sergisi; yazılı t-shirtler, kupalar, kartpostallar, Warhol'un New York'taki ilk evi ve ünlü The Factory stüdyosu gibi sanatçının yaşamının önemli duraklarını içeren bir tur haritası (self-guided tour) ve Warhol'un hipergerçekçi heykelini içeren bir enstalasyondur. Kültürel turizmin ticarileşmesi kapsamında şehirlerin pazarlanabilir ürünlere dönüştürülmesini hedef alarak kültür endüstrisine yönelik keskin bir eleştiri sunan eser, popüler turistik mekanların yükselişi ile yerel nüfusun gerçek ihtiyaçları arasındaki çatışmayı sahte ve orijinallik bağlamında sorgularken izleyiciyi de bu kavramlar çerçevesinde düşünmeye zorlar. Öncelikle, Warhol'un ölü bedeninin bulunduğu alanda duvarda yer alan "A Spectacular Experience" / "Gösterişli Bir Deneyim" yazısı; bir yanıla Warhol'un popüler kültürdeki etkisini ve ölümün turistikleştirilmesine yönelik sanatçının eleştirel bakış açısını, diğer yanıla sanatın kültür endüstrisiyle ilişkisini vurgular.

Warhol, endüstriyel üretimin sıradan nesnelerini -Campbell's çorba konserveleri, Brillo kutuları veya Coca-Cola şişeleri gibi- sanatının konusu haline getirerek seri üretimin sanatsal bir pratiğe dönüşebileceğini gösterirken, Merino'nun çalışması adeta bunu tersine çevirir ve kültürel ikonların tüketim nesnesi haline gelişini sorgulatmayı hedefler. Bu bağlamda sergi, Warhol'un sanatsal pratiğini taklit edip kopyalarken (kupalar, kartpostallar vs.) aynı zamanda herkesin bir gün 15 dakikalığına ünlü olacağını öngören Warhol'la selfie çekmek ve Warhol'un sanatsal mirasından faydalanmak için yaratılan nesneler aracılığıyla sanatçının aurasının ticari değerini temsil eder (UnixGallery, 2018). Böylece Picasso'nun veya Warhol'un ölümü gibi tekil, tarihsel bir an bir tür "tapınma nesnesi"ne dönüşürken izleyici deneyimi de turistik, tekrar

edilebilir, tüketilebilir bir gösteri/performans haline gelir. Enstalasyonlardaki sahte mezar, selfie alanı, hediyelik eşya dükkanı ve yönlendirme haritaları gibi unsurlar, sanat eserini gelenek alanından çıkarır ve kopyalayarak alıcıya daha “yakın” hale getirir. Eser bu haliyle ziyaretçilerin kendi imgeleri aracılığıyla Warhol ya da Picasso’nun ölüm anını “tekrar yaşamaları”, bu sahte/yapay ortamda yaşanan deneyimin dijital ortamda paylaşılması, aura’nın bir tür “performans”a indirgenmesi üzerinden, dijital kültürün tüketime dayalı yapısına eleştirel bir bakış sunar. Tam da bu noktada Merino’nun çalışmaları ziyaretçiyi sadece bir izleyici değil, kültürel tüketimin doğrudan bir aktörü haline getirerek sanatın nasıl bir kültürel ekonomi haline geldiğini de sorgular (UnixGallery, 2018). Bu durum, sanatın izleyiciyle kurduğu ilişkinin yalnızca estetik bir deneyim olmakla kalmayıp, aynı zamanda bireysel deneyimle, toplumsal ve kültürel yapılarla iç içe geçen bir süreç de dönüştüğünü gösterir.

Sanatın çağdaş kültürel yapı ve toplumsal dönüşüm süreçlerindeki işlevini ele alan Boris Groys da bu çerçevede, Ernst Jünger’in “özgün deneyim” kavramına değinerek bireyin artık deneyimi doğrudan yaşamaktan çok, onu imgeler ve temsiller aracılığıyla dolaylı biçimde tükettiğine dikkat çeker (2024, s. 29). Jünger’e göre bireysel, özgün deneyim anlayışı 19. yüzyılda birey merkezli düşünce yapısının temelini oluşturmuş olsa da bu tür deneyimler tekrar edilemez nitelikleri nedeniyle modern dönemde geçerliliğini yitirmiş ve nostaljik bir öğeye dönüşmüştür. Zira modern ve çağdaş teknolojilerin sunduğu çoğaltılabilirlik ve yeniden üretim olanakları, zamanı aşan hatta ölümsüzlüğü çağrıştıran bir dünya inşa ederken, birey de bu üretim mantığına paralel olarak iç dünyasını biçimlendirir; böylelikle kendini değiştirebilir ve kopyalanabilir bir varlık hâline getirir. Bu teknolojik uygarlıkta bireyin varlığını sürdürebilmesi, makinelerin çalışma prensiplerine uyum sağlamasına bağlıdır. Bu noktada Jünger, bu mekanikleşme sürecini yalnızca bir yabancılaşma biçimi olarak değil, aynı zamanda bireyin kendilik deneyimini yeniden inşa edebilmesi açısından son bir imkân olarak görür. Bu doğrultuda kültür ve sanat kurumlarını -özellikle müzeleri- gündelik hayatın tekrar eden rutinine karşı bireyin varoluşsal anlam arayışını besleyen ayrıcalıklı alanlar olarak kavramayı öneren Jünger, müzelerin yalnızca estetik nesnelerin sergilendiği pasif bir izleme alanı değil, bireyin sıradanlığa dayalı gündelik deneyimlerini askıya aldığı, varoluşsal farkındalığın ve özgün deneyim inşasının mümkün olduğu bir tür deneysel alan ya da laboratuvar olarak kavramayı önerir (Groys, 2024, s. 29-31). Groys ise, Jünger’in görüşlerine yönelik eleştirisini; bireyin estetik kararlılığının onu görünür kılan teknolojik araçlardan önce geldiğini vurgulayıp, bu özgünlük arayışının daha önce öncü sanatçılar tarafından hayata geçirilmeye çalışıldığını

hatırlatarak dile getirir (2024, s. 31). Ancak, bu günümüz pratikleriyle çelişen de bir durumdur. Nitekim günümüzde Jünger'in ve Groys'un bireysel estetik arayış bağlamında özgünlüğe yaptığı vurgunun aksine müzeler daha çok “selfie” üretmeye yönlendiren etkinlikler organize etmekte; örneğin *Museum Selfie Day* gibi uluslararası etkinlikler, kişilerin müze mekânında çektiği görselleri dijital mecralarda dolaşıma sokmalarını teşvik etmektedir. Her ne kadar bu tür girişimler sanat aracılığıyla kamusal katılımı ve toplumsal dönüşümü hedefliyor gibi görünse de çoğunlukla yüzeysel bir imgesel üretimle sınırlı kalmakta; nihayetinde sanatı tüketime açan bir pratiğe indirgemekte ve sanatın kültürel endüstriyle olan bağlarını daha da pekiştirmektedir. Bunun bir sonucu olarak selfie aracılığıyla sanat eserleri ve kurumları, bireyler açısından kişisel anlamın oluşturulmasında önemli bir kaynak haline gelmektedir. Böylesi bir durumda ise, sanat yapıtlarının/nesnelerinin değerini ya da anlamını selfie aracılığıyla kişinin kendine atfettiği aşıkardır. Başka bir deyişle sanat eserini kendi kimliğini, imajını yansıtmak için kullanan birey, onun anlamını kişisel bir anlatıya dönüştürerek selfie aracılığıyla kendine yüklediği değerle şekillendirebilir. Ancak, Dinhopl, Gretzel ve Kozinets’a göre bu argüman yansıtıcı yüzeylere sahip müze nesneleri için geçerli değildir. Çünkü sergilenen yansıtıcı nesnelerin yüzeyleri selfie performansçılarına kendilerini daha rahat gösterebilme fırsatı sunduğu için daha çok bir mıknaş gibidirler (2017). Dolayısıyla adeta ayna işlevi gören bu türden yansıtıcı nesneler, ziyaretçilerin selfie çekme motivasyonunu estetik ya da sanatsal anlamdan çok, kendilerini görsel olarak sahneleyebilecekleri bir alan olarak tetikler. Bu bağlamda, yansıtıcı yüzeylere sahip sanat eserleri, adeta bir ayna gibi işleyerek bireyin kendi imgesini doğrudan görünür kılmasını sağlar. Ziyaretçi bu tür nesneler karşısında, sanat yapıtını anlamlandırmaktan ziyade, kendi bedenini ve kimliğini çerçeve içine alma ve kaydetme amacıyla hareket eder. Böylelikle selfie, hem bireyin kendini nesneyle birlikte sahnelediği bir performansa dönüşür hem de sanat eserinin işlevi, izleyicinin öznel temsiline hizmet edecek biçimde yer değiştirir. Bu durum, selfie pratiğini, sadece temsiliyetle değil, aynı zamanda bakışın ve görünürlüğün düzenlenmesiyle ilişkili bir alan olarak konumlandırır.

2.1. Otoportreden Aynaya, Aynadan Yüzeye Yansıyanlar

Tarih boyunca insanın kendine bakışı, sadece biyolojik bir görme eylemi olmaktan öte, kimlik, benlik ve aidiyet kavramlarının şekillendiği derin bir temsil pratiği olarak sanatın merkezinde yer almıştır. Özellikle otoportre geleneği, sanatçılar için kendini tanıma, ifade etme ve

toplumsal anlamda konumlandırma sürecinde hem sanatsal bir araç hem de bir özneleşme biçimi olarak öne çıkmıştır. Ayna, yüzey ve yansıma metaforları bu süreçte yalnızca görsel deneyimi değil, aynı zamanda kendilik algısının sanat yoluyla görünür kılınmasını mümkün kılan öğeler olmuştur.

Geçmişte insanın kendi görünüşüyle karşılaşması doğa aracılığıyla mümkündü, yani parlak/yansıtıcı yüzeye sahip bir taş veya metal parçasında ya da sakin bir su yüzeyindeki yansımasından ibaretti. Rönesans'la birlikte cam alanındaki ilerlemeler sayesinde, insan ilk kez kendi görünüşünü doğal yüzeylerden daha net bir biçimde yansıtan ayna yüzeyinde görmeye başladı. İnsanın kendi yüzünü ilk kez bu kadar net görmesi kuşkusuz bireysel kimlik algısının da temellerinin atılmasına neden oldu. Tarihçi Ian Mortimer bugün sahip olduğumuz bireysel kimlik kavramının insanların kendilerini ilk kez, tüm benzersiz ifadeleri ve özellikleriyle görmelerine imkân tanıyan aynanın icadından önce var olmadığını vurgular (Aktaran: Lola Christina Alao, 2023). M. Sabine Bonnet ise *Aynanın Tarihi*'nde, aynanın gelişimi ve ben'in gelişiminin paralelliğini ortaya koyarken, resim yoluyla aktarılan portrenin ve edebi portrenin de ayna rolünü oynadığını ve amaçlarının da aynayla aynı şekilde görüntüyü değerli kılmak olduğundan bahseder (2007, s. 137). Nitekim ayna ve otoportre, tarih boyunca özne ile benlik/kimlik arasındaki mesafenin metaforik bir göstergesi olmuştur. Bu bağlamda, örneklerine Rönesans'ın başlangıcıyla karşılaşmaya başlanan otoportreler, çoğu zaman toplumların kimlik ve benlik anlayışlarını ortaya çıkarmış, kültürel gelişmelerin de öncüsü olmuştur (Hall, 2016).

Selfienin köklerini otoportrede arayan Claus-Christian Carbon beş yüzyılı aşkın kültürel gelişimi kapsayan bu sürecin teknik ve sosyal öncüllerin yanı sıra altta yatan ortak psikolojik faktörleri anlama olanağına dikkat çeker (2017). Bu konuda ilk olarak Plotinus'un (MS 3. yy) otoportre tartışmasında vurguladığı gibi, bir aynaya bakılarak değil, benliğin içine çekilerek üretilmesini hatırlatan yazar, Rönesans döneminde otoportreye ilişkin temel teorilerden biri "her ressam kendini resmeder" sloganı olduğu için tüm sanatçıların farkında olmadan yaptıkları tüm figürlere kendilerinden bir şeyler kattıklarını, bu yüzden de hepsinin bir aile benzerliği taşıdığını söyler. Bu bağlamda otoportrenin sadece sanatçıların kendilerine ait bir imgeye sahip olmak için değil, aynı zamanda başkalarına, halka, kendilerine ait belirli bir durumu ifade etmek için ortaya çıkan bir tür olması aynanın marjinalliğinin bir göstergesidir (Carbon, 2017).

Carbon'un düşüncesinde otoportre sanatçının sadece kendine ait bir imge üretmesi değil, bu imgeyi başkalarına sunma arzusunu da içermektedir. Bu durum, aynanın yalnızca bireysel olarak değil, aynı zamanda toplumsal temsili de mümkün kılan bir araç olmasıyla ilişkilendirilebilir. Nitekim başlangıçta sadece asiller ve zenginlerin erişebildiği, lüks ve sınırlı bir nesne olan ayna, zamanla otoportrede olduğu gibi sanatsal temsil süreçlerinde dolaylı ve yardımcı bir araç olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Her ne kadar aynanın sanatçılar tarafından kullanılmaya başlanması onun marjinalliğini ortadan kaldırıyormuş gibi görünse de, aslında bir yanıla hâlâ bireysel bir bakış aracı olma özelliğini sürdürmesi, onun sınırlarını belirlemekte ve aynanın tek kişiye yönelik, bireysel ve sınırlı işlevi ise, onu marjinal bir gösterge haline getirmektedir.

Aynanın bireysel yansıma ve kendini keşfetme aracı olarak sanatçılar tarafından kullanılması, Orta Çağ'da hâkim olan Tanrı merkezli dünya görüşünden farklı olarak, Rönesans dönemiyle birlikte ortaya çıkan birey ve beden odaklı anlayışla doğrudan bağlantılıdır. Orta Çağ'da sanatçılar genellikle kendi imajlarına yer vermezken, Rönesans'la birlikte ilk kez kendi yüzlerini eserlerine konu etmeye başlamışlardır. Erken örnekleri ile Rönesans'ta el yazmaları/minyatürlerde karşılaşılan otoportreler, yapanın kim olduğunu belirtmek için imza amaçlı yapılmışlardır. Rönesans döneminde bazı sanatçılar kendi portrelerini, yaptıkları dini resimlerin kompozisyonlarına -genellikle figürlerin arasına- yerleştirmeye başlamışlar ve böylece kendilerini eserin bir parçası haline getirip kendilerini görünür kılmışlardır. Sanat tarihçi Liz Rideal'e göre sanatçının portresi ister kompozisyonun merkezinde olsun ister merkezden uzak ya da figürlerin arkasına yerleştirilmiş olsun; bu resimlerin çoğu sanatçıların sosyal statülerini yükseltme arzusıyla adlarının duyulmasını sağlamak için yapılmışlardır (2018, s. 7). Bu açıdan otoportre, sanatçının kendine dair bir kimlik beyanında bulunduğu erken bir ifade biçimidir denebilir. Mesela Albrecht Dürer'in 1500 tarihli otoportresi bu kapsamda değerlendirilebilir (Görsel 6). Rönesans'ta kendini tanrısal yaratıcıyla özdeşleştirerek resmeden örneklerden biri olan Albrecht Dürer'in sözkonusu otoportresi, sanatçının entelektüel varlığını da yansıtmaya çabasını ortaya koyan bir örnektir. Bu resimde Dürer, başının soluna imzasını yerleştirmiş, sağına ise portrenin kendisi hakkında olduğunu ve ebedi nitelik taşıdığını belirtmiştir ("Ben, Nürnberg'li Albrecht Dürer, 28 yaşında kendimi ebedi renklerle resmettim" / "Albertus Durerus Noricus/ipsam me propriis sic effin/gebam coloribus aetatis/anno XXVIII") (Carbon, 2017).



Görsel 6. Albrecht Dürer, Otoportre / Self-Portrait. 1500, (Panel üzerine yağlıboya, 67,1 × 48,9 cm).
(Wikipedia). <https://bit.ly/3HWYAVx>

Carbon'a göre Dürer bu otoportreyi "AD" monogramı ile imzaladığında dünya tarihindeki ilk kurumsal logolardan birini de tasarlamış olur: A ve D hem sanatçının adı soyadı -A[lbrecht] D[ürer]- hem de 'Tanrı'nın yılı'-A[nno] D[omini]- anlamına gelir. Bu açıdan hem sanatçının kimliğinin baş harflerine karşılık gelen hem de dönemin anlayışını ortaya koyan AD monogramı, Dürer ile İsa arasında doğrudan bir bağlantıya işaret etmektedir (Carbon, 2017). Nitekim bir tabloyu imzalamak bu yıllarda pek yaygın değilken, Dürer'inki gibi özel bir niteliğe sahip bir monogramla imza atmak, bu dönemle birlikte sanatçının yalnızca bir zanaatkâr değil, kendi öznelliğini ifade eden bir birey olarak konumlanmaya başladığını da ortaya koymaktadır. Çünkü Dürer 1500 tarihli otoportresinde, İtalyan Rönesans geleneğinin aksine kendi dış görünüşünü idealize etmemiş; aksine kendini aşırı gerçekçi bir şekilde tasvir ederek zamanın anlamı ve özel statüsünü idealize etmiştir. Ve bu, öznelinin bazı kişilik özelliklerini veya durumsal özellikleri vurgulamaya veya güçlendirmeye çalıştığı birçok selfie türünden çok da farklı değildir. Dolayısıyla Dürer ve diğer büyük otoportre sanatçılarındaki olduğu gibi günümüzün selfie-fotoğrafçıların da kendilerini ifade etme biçimleri, temel bilişsel ve duygusal insan ihtiyaçlarından başka bir şeye atıfta bulunmamaktadır (Carbon, 2017).

Otoportre geleneğinde insanın kendini bilişsel ve duygusal olarak ifade etme ihtiyacı, insanın kendisini anlamlandırma ve dışa vurma ihtiyacından kaynaklanırken aynı zamanda sanatçının eseri aracılığıyla içsel dünyasını hem gözlemlemesini hem de paylaşmasını sağlar. Aynadan yansıyan görüntünün öznenin içe dönük bakışıyla "kendisini" aradığı/araştırdığı temsili bir araç

olarak konumlandırıldığı otoportre geleneğinde sanatçı, kendini hem gözlemleyen hem de ifade eden bir özne olarak eserine yansıtırken, yalnızca kişisel değil, toplumsal, kültürel vb. deneyimlerine dair anlamlar da üretir. Rembrandt'ın neredeyse bütün yaşamını ortaya koyan otoportreleri, Vincent van Gogh'un duygusal ve psikolojik çözümlemelerle yüklü otoportreleri, Frida Kahlo'nun kimlik, beden, acı ve aidiyet kavramlarını iç içe geçirdiği otoportreleri gibi örnekler otoportrede kendilik anlatısının çok boyutlu yapısını ortaya koyar. Modernizmle birlikte sanatta kendiliğin temsili, bireyin iç dünyasına, duygularına, bilinçaltına yönelirken; 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren benlik sabit, bütünlüklü bir özne olmaktan çıkar ve kimlik de artık toplumsal, kültürel, politik, cinsiyet temelli bağlamlarda inşa edilen bir yapıya dönüşür. Özellikle 1960lı yıllardan itibaren feminist sanatçıların kimliği politik bir bağlam olarak yeniden konumlandırışlarıyla otoportre temsili, çoğunlukla bakışa/ görme-görülme/gözleme-gözetleme ikiliğine işaret eden bir metafora dönüşür; giderek bakışın, yüzün ya da bedenin sanatçının kendinden çok başkalarına işaret ettiği bir anlatıya evrilir. Nitekim 20. yüzyılı geride bırakırken kimlik de artık toplumsal, kültürel, politik, cinsiyet temelli bağlamlarda inşa edilen bir şeye dönüşür. Böylece sanatta kendilik bazen kendine dönük bir içsel arayış olurken, bazen de dış dünyaya karşı politik bir duruş sergiler ve anlatılan, sorgulanan, temsil edilen ya da dönüştürülen bir süreç olarak kimliği ya da kendiliği görünür kılmak ve onun üzerine düşünmek için sanat güçlü bir araç olarak konumlandırılır. Bugün geline nokadaysa otoportre üreten sanatçı, kendini yalnızca bir özne değil, aynı zamanda bir imge, bir nesne ve bir ilişki alanı olarak kurgulamaya ve ortaya koymaya başlar.

Otoportre geleneğinde olduğu gibi, öncelikli vurgunun sanatçının imgesinin olmadığı çalışmalarda da aynanın yansıtıcı doğasından yararlanıldığı görülür. Örneğin bazen sanatçının kendi varlığının bir ispatı/temsili olan ayna, bazen de sanatçının kendi yansıması yerine izleyicinin kendini veya konumunu yansıtan bir araç olur. Bu bağlamda, Diego Velazquez'in 1656 tarihli *Las Meninas/ Nedimeler* tablosu ayna aracılığıyla temsil rejimlerinin sorgulandığı bir tablo olarak öne çıkar (Görsel 7).



Görsel 7. Diego Velazquez, Nedimeler / Las Meninas. 1656, (Yağlı boya, 318 × 276 cm). (Wikipedia).

<https://bit.ly/44oDLM3>

Michel Foucault'ya göre *Las Meninas*, klasik çağın temsil rejimini ifşa eden eşsiz bir örnektir. Çünkü bu tabloda ressamın aynadaki yansıma, izleyici ve figürler arasında karşılıklı bir görünürlük ağı kurmasıyla, görmenin iktidarına dayalı temsil rejimi sorgulanmaktadır (Foucault, 2001, s. 39-45). Bu nedenle *Las Meninas*, “temsili kendine açan”, yani bizzat temsili sorunsallaştıran bir görüntüdür; bakış dağıtılmış, sabit bir odak noktası ortadan kaldırılmıştır. İzleyicinin görme ediminin temsilin kurucu bir parçası hâline geldiği bu resimde temsil, artık nesnel bir yansıtma değil, öznenin bilgiyle kurduğu ilişkide, yani başka bir deyişle izleyicinin gördüğünü pasifçe almak yerine, onu aktif olarak anlamlandırması ve yorumlaması sürecinde kurucu bir öğedir (Foucault, 2001, s. 39-45). Söz konusu resmi temsil ve özne açısından okuyan Foucault'ya göre *Las Meninas*'ta temsil yalnızca görünen sahnenin ötesinde en az üç bakış orkestrasyonu etrafında gerçekleşir: İlki, bakan ve anlamı kuran seyircidir –ki bu özne resimde temsil edilmez ama anlamın üretilmesi için vazgeçilmezdir. İkincisi ressamdır; hem resmin içinde temsil edilmiştir hem de bir zamanlar bizim konumumuzda durarak sahneyi resmetmiştir. Üçüncüsü ise doğrudan görünmeyen ama bakışının yöneldiği merkezde yer alan kral ve kraliçedir (Hall, 2017, s. 78). Bu üçlü yapı, öznenin temsildeki yerini daima yeniden kuran bir yapıdır. Arkadaki aynanın işlevi de bu yapıyı doruğa ulaştırır. Bu bağlamda; tabloda, İspanyol Kralı ve Kraliçesi doğrudan görünmez; yalnızca arkadaki aynada yansımalarıyla yer alırlar. Tablonun merkezinde gibi görünen Infanta figürü ve ona yöneltilmiş bakışlar ise - aslında görünmeyen başka bir merkeze- Kral ve Kraliçeye işaret eder. Yani kral ve kraliçenin mevcudiyetleri bir tür ikame yoluyla temsil edilmiştir. Bu açıdan aynadan yansıyan kral ve kraliçenin ikamesi aslında izleyicidir, çünkü seyircinin bakışı ile resimdeki figürlerin sahnenin dışına bakışı özdeşleşerek resimdeki bakma ilişkilerini tekrarlar (Hall, 2017, s. 77-80). Başka

bir deyişle bakışın yönü, anlamın merkezi ve temsil edilen özne bağlamında seyirci yalnızca bakan değil, bakışın üretildiği ve yönlendirildiği özne haline gelir. Sonuç olarak, Foucault'nun *Las Meninas* yorumu, temsilin yalnızca görünür olanı betimleme olmadığını, aynı zamanda görünmeyeni, eksik olanı ve yerine geçenleri de içeren karmaşık bir yapı olduğunu gösterir. Nitekim Foucault'nun bu incelemesi resimde anlamın ve öznenin söylem içinde inşa edildiği düşünsel yapısını ortaya koymaktadır. Foucault'nun yaklaşımı, aynı zamanda aynanın çok katmanlı işlevini anlamak için de yol gösterici olabilir. Temsilin ve öznenin anlamının sabit olmaması, söylem ve güç ilişkileri içinde sürekli yeniden inşa edilmesi, aynanın sanatta sadece fiziksel bir nesne değil, bu inşa sürecinin aktif bir bileşeni olarak ele alınabileceğini gösterir. Bu bağlamda birçok sanatçının malzeme edindiği aynanın, yalnızca bir nesne olmaktan çıkarak sanatta temsil stratejilerine yönelik çeşitli bağlamların sorgulanması, kimlik, algı gibi kavramların yeniden tanımlanması için çok katmanlı bir araç olarak konumlandığı söylenebilir.

Aynanın otoportre ve temsil bağlamında stratejik bir noktaya konumlandığı bir örnek olarak Japon sanatçı Yayoi Kusama'nın 1966 yılında Venedik Bienali'ne gerçekleştirdiği “Narkissos Bahçesi” adlı performatif enstalasyonundan bahsedilebilir (Görsel 8). “Narkissos” mitinden yola çıkan Kusama 1500 adet ayna görünümlü plastik top kullandığı bu enstalasyonda, kendini de altın renkli kimonosuyla yerleştirmeye dahil etmiş ve sergi boyunca bu ayna görünümlü küreleri istekli alıcılara her biri iki dolar karşılığında satmıştır (Publicdelivery. <https://bit.ly/4iSoRkN>). Dolayısıyla “Narkissos Bahçesi” aynasal kürelerin ekseninde kurgulanmış performatif bir otoportre olarak değerlendirilebilir. İzleyicilere kendi görünüşlerini yansıtan çelik kürelerden oluşan bu çalışma dünyanın çeşitli yerlerinde birçok kez sergilemiştir. Ancak yalnızca ilk düzenlemede sanatçı kendini de dahil etmiş ve çelik küreleri her yeni sergilemede mekânsal ve zamansal olarak farklı bağlamlarla okunabilir olmuştur.

Kusama'nın bu enstalasyonu aynı zamanda bakışın, yansımanın ve çoğalmanın eleştirisine de odaklanır. Her bir çelik küre insanın kendisine ve dünyaya dair bakışının, algısının, tekil ve gerçekçi olmaktan çok, çoğalan, kırılan ve karmaşık bir yapıya dönüştüğü gösterir. Yani eser, “görme”, “yansıma” ve “tekrar” kavramlarının klasik anlamlarını aşarak, bu deneyimlerin ne kadar karışık ve yanıltıcı olabileceğini gösterir (Tate Modern, t.y.; The Art Story, t.y.)



Görsel 8. Yayoi Kusama, Narkissos Bahçesi / Narcissus Garden. 1966, (Performans-enstalasyon, Venedik Bienali.). (PublicDelivery). <https://bit.ly/4iSoRkN>

Kusama'nın farklı versiyonlarını gerçekleştirmeye devam ettiği *Sonsuzluk Odaları/Infinity Room* uygulamaları da yansıma aracılığıyla çoğalmanın merkezine izleyicinin bakışını, bedenini ve yansımalarını koyduğu örneklerdendir. Nitekim söz konusu çalışma 2018 yılında New York Rockaways'deki Fort Tilden tesislerindeki eski tren garajında yeniden sergilendiğinde bazı haberlerde “Kusama'nın yeni selfie nesnesi: Narkissos Bahçesi” olarak tanıtılmıştır (Sanatatak, 2018). Bu yorumdan da anlaşıldığı üzere Kusama'nın yansıtıcılığın çoğalmasıyla oluşturduğu Infinity Room enstalasyonları da çoğunlukla selfie performansı olarak değer görmektedir. Bu bağlamda Kusama'nın “Narkissos Bahçesi” enstalasyonu aynı zamanda aynanın yansıtma özelliği sanat eserleri ile kurulan ilişkide izleyicinin görünme ve sahiplik arzusuna hizmet ederek kişisel anlamın oluşturulmasında önemli bir rol oynar.



Görsel 9. Esra Kuruç, 2023, Görüş Açısı/ Point of View. (10 adet 15cm plastik çukur ayna, su).

Görüş Açısı adlı çalışma çukur aynalardan oluşan bir düzenlemedir (Görsel 9). Özellik olarak görünüşü derinleştiren bu aynaların içine su konularak mercek etkisi oluşturulmuştur. Böylece aynaya yansıyan görüntünün derinleşmesi sağlanarak görüntünün içinde ikinci bir odak derinliği oluşturulmuş ve izleyicinin aralardan geçtiğinde kendi yansımasını göreceği şekilde yerleştirilmiştir. Çukur aynadaki suyun oluşturduğu odak derinliği bakan kişinin kendini merkezde, kendine bakarken görebildiği bir görüntü sunar. Başka bir ifadeyle, aynanın görünüşü kendi bünyesine topladığı ikinci bir odak oluşturularak izleyicinin bakışının kendinde toplandığı bir görüntü yaratılmıştır. Bu tavır günümüzde sanat eserlerinin yansıtıcı yüzeylerinin bir selfie performansının görselleştirilmesinde aracı olarak işlev görmesine karşı, izleyicinin kendi görünüşünü sanat nesnesinin içine entegre eden dışa dönük bakışını, içbükey ayna ve su gibi yansıtıcı unsurlar etkisiyle küçülterek oluşan görüntüyü sınırlamaya ve böylece içe bakışın odağını yeniden hatırlatmaya yöneliktir. Başka bir ifadeyle, izleyicinin selfie aracılığıyla aynadan yansıyan görünüşünün küçültülmesi ve bir anlamda fotoğraf makinesi kadrajının odağını taklit etme üzerinden bakma ilişkisinin mesafesi yeniden üretilmeye çalışılmıştır.

Sanatta otoportre geleneği, aynanın bireysel ve toplumsal temsildeki rolü ile birlikte uzun süre kimlik ve görünürlük arayışının temel araçlarından biri olmuştur. Ancak, dijital teknolojilerin hızla yaygınlaştığı günümüzde, insanın kendini ifade etme biçimleri de köklü bir dönüşüme uğramış; klasik yüzey ve ayna metaforları, yerini dijital ekranlar ve ağ tabanlı platformlar üzerinden kurulan yeni bir temsil rejimine bırakmıştır.

2.2. Aynadan Yüzeye, Yüzeyden Ekranla Yansıyanlar

Narkissos'un sudaki yansımasına duyduğu hayranlık, 21. yüzyıl insanının kendi imgeleriyle kurduğu yakın ilişkide görünür olurken, su yüzeyi yerini adeta kameralı ekranlara bırakmıştır. Ancak sudaki yansıma anlamını hiçbir zaman yitirmemiş; tersine, dijital ekranlarda yeniden biçimlenerek bireyin kendini görme, izleme ve temsil etme arzusunun simgesel bir devamı haline gelmiştir. Bu bağlamda, Narkissos'un sudaki suretiyle kurduğu hayranlık ilişkisi, mitolojide nasıl bir benlik takıntısının ifadesiyse, günümüz insanının selfie aracılığıyla ürettiği dijital imgeler de aynı içe dönük bakışın teknolojik bir uzantısı olarak okunabilir.

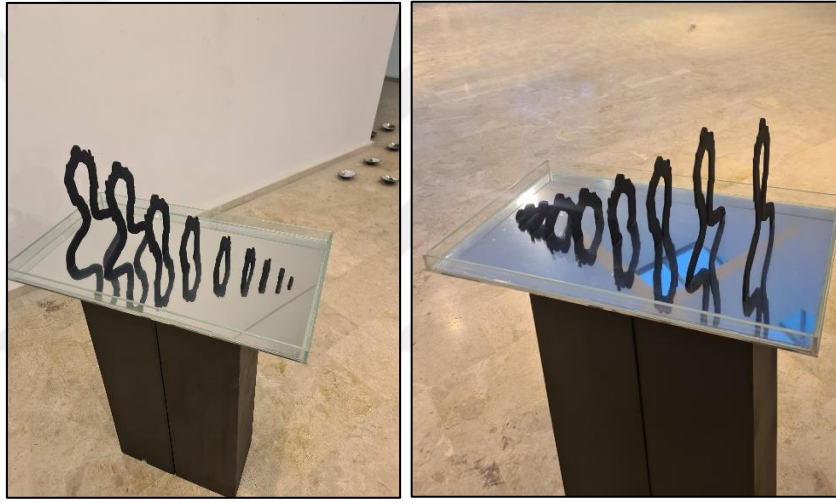


Görsel 10. Esra Koruç, *Suyun İzi / Water's Trace*. 2025, (pvc kaide, pvc hazne, hareket sensörü, elektronik devre, su).

Narkissos'un kendine bakışı, bugün adeta selfie pratiğinde dijital ekranlara yönelen benzer bir bakışla sürerken, su yüzeyine yansıyan görüntüler de -tıpkı yansıtıcı yüzeye sahip sanat eserlerinde olduğu gibi- bireye kendi görünüşünü izleme ve bu yansımaya birlikte kendine dair bir anlatı geliştirme imkânı sunar. Hem mitolojik hem çağdaş bağlamda, su metaforunun benlik temsilinin derinlikli bir aracı olarak varlığını sürdürdüğü düşüncesinden hareketle *Suyun İzi* adlı çalışmada kaide içine suyla dolu bir hazne yerleştirilmiştir. Haznenin içindeki su, durağan haldeyken ayna etkisi yaratarak izleyiciye tıpkı durgun bir gölde olduğu gibi kendi yansımalarını görme olanağı sunar (Görsel 10). Ancak çalışmanın işleyiş kurgusu, su yüzeyin yansıtıcılığını bozmaya dayanır. Kaideye yerleştirilen hareket sensörleri, izleyici çalışmaya yaklaştığında devreye girer ve suda titreşim kaynaklı dalgalanmalar oluşur, yansıma kırılır ve izleyici kendi yansımalarını göremez hale gelir. Yani izleyici, sudaki yansımayı yalnızca belirli bir mesafede, müdahale etmeksizin, uzaktan deneyimleyebilir. Bu bağlamda çalışmada izleyici ve yansıtıcı yüzeyler arasındaki ilişki suyun hareketi aracılığıyla bozulurken, çağdaş yaşamda yansıtıcı yüzeylerde kendi görünüşünü arayan günümüz insanının Narkissos figürüne dönüşmesine yönelik bir eleştiri olarak değerlendirilebilir.

Zira günümüzün görsel kültürü içinde kendi görüntüsünü paylaşmak bir anlamda varlığını doğrulamanın bir yolu haline gelmiştir. Bu sistemde selfie öznesi olarak var olma arzusu/çabası sonucunda müze ve sanat mekânları yalnızca sanat eserlerinin sergilendiği değil, aynı zamanda selfie performanslarının sahneye konduğu görsel tüketim alanlarına dönüşmüştür. Öyle ki, söz

konusu yansıtıcı yüzeylere sahip sanat eserleri olduğunda, temsil yalnızca sanatçının niyetine bağlı bir anlatı olmaktan çıkabilmekte; izleyicinin bakışı, kadrajı ve dijital aktarımıyla sürekli yeniden üretilen bir temsil yüzeyine dönüşebilmektedir. Bu temsil rejiminin bir eleştirisi bağlamında gerçekleştirilen *Kendinde Eriyen* adlı çalışma, kendi portremden türetilmiş katmanlı silüetlerin yansıtıcı bir cam yüzey ve suyla birleşerek gitgide kaybolduğu bir düzenlemedir (Görsel 11). Cam, ayna ve suyun birlikte kullanıldığı bu yerleştirme çağdaş öznenin temsil kriziyle bağlantılı olarak hem temsiliyetin hem de benliğin yitimine yönelik bir sorgulama bağlamında selfie kültürünün görünürlük ve anlık varlık ısrarına yönelik bir jest olarak silüetin gitgide batışı ve yüzeydeki yansıması aracılığıyla beden ve kendiliğin çözülüşüne işaret edilmektedir. Bu çerçevede söz konusu çalışma, dijital çağın görsel tanınırlık arzusu karşısında bir geri çekilme, bir kendinde erime hali olarak ifade edilebilir.



Görsel 11. Esra Kuruç, 2025, *Kendinde Eriyen/ Self-Dissolving*. (Cam, ayna filmi, kontrplak, su, stant).

Selfie olgusu ile yaygınlaşan müzelerde selfie çekme eylemi ile izleyicilerin kimliklerine eşsizlik atfedecek arka plan ve sahneler olarak sanat eserleriyle kurduğu ilişki bağlamında otoportrenin geçmişine bakıldığında, otoportre ve selfie arasındaki ortaklığın reklamda kesiştiği söylenebilir. Tarihte reklama otoportreden daha fazla hizmet eden tür ise portredir. Richard Leppert’in belirttiği gibi otoportreler ressamın “kendi”yle ve kaygılarıyla ilgiliyken, portrelerin toplumsal anlamı ve işlevi hem sıfatları hem de “kimlikleri tesis ve idame edilmeye çalışılan belli birtakım insanlara “dair” olmasıdır (2009, s. 211). Yani portreler tarihte daha çok içinde bulunduğu toplulukta belli birtakım sıfatları üstlenerek kendisine önem atfedilmiş insanlara dairedir. Ancak günümüzde bu seçkinlik ve özel anlam yerini, selfie aracılığıyla çok daha geniş kitlelere ulaşan bir ifade biçimine bırakmıştır. Günümüzün medya araçları (ekranlar, kameralar

ve çeşitli uygulamaların sunduğu filtreler) herkesi kendi dünyasının merkezinde bir ünlü gibi medyatikleştirebilmekte; böylece, portrenin tarihsel olarak sadece “belli birtakım insanlara dair”miş gibi hissettirdiği “önem ve statü” mesajı, artık herkesin kendi kimliğini sosyal platformlarda aktif olarak kurabildiği, gösterebildiği ve bu sayede toplumsal anlamlar üretebildiği bir sürece dönüşmektedir.

Ancak, bu genişleyen medyatik görünürlük ve katılım ortamı, Guy Debord’un *Gösteri Toplumu*’nda vurguladığı gibi, bireyin ve toplumun gösteri karşısındaki edilgenliğini de beraberinde getirmekte; yani birey, kendisini ifade ederken aslında gösterinin pasif bir parçası haline gelme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Debord’a göre modern toplumda insan kapitalist üretim ilişkileri ve medya aracılığıyla şekillenen "gösteri" tarafından ele geçirilerek özgün varoluşundan uzaklaşmış; sahip oldukları ve nasıl görüldüğüyle tanımlanır olmuştur. Çünkü gösteri, mevcut toplumsal düzenin- ister bilgi, propaganda, reklam amaçlı ister eğlence biçiminde olsun- üretim tercihlerini ve amaçlarını her alanda yeniden onaylayan, tüketimle pekişen ve sistemin sürekliliğini sağlayan egemen yaşam modelidir (Debord, 1996, s. 14–16). Yaşamın doğrudan deneyimlenmesi yerine imgelerin ve temsillerin dolaşıma sokulduğu bu gösteride görünmek, en yüksek toplumsal değer haline gelmiştir: “Öyle ki bütün fiili sahip olmalar, itibarını bu ‘gibi görünmek’ten almak zorundadır” (Debord, 1996, s. 17). Dolayısıyla piyasa tarafından şekillendirilen ve sunulan gösteri toplumunda insan yalnızca tüketici olarak var olur; kimlik, seçimler ve yaşam biçimleri de tüketim ekseninde şekillenir.

Gösterinin parıltılı oyalayıcılığı altında, modern topluma dünya çapında hükmeden bayağılaşma hareketi, gelişmiş meta tüketiminin seçilecek rol ve nesneleri görüntüde çoğalttığı her noktada da modern topluma egemen olur. ... Ünlü kişi olarak sahneye çıkarılan gösterinin faili bireyin zıttıdır; bireyin hem kendi içindeki hem de diğerlerindeki düşmanıdır. Özdeşleşme modeli olarak gösteride bulunan fail, olayların akışındaki itaat yasasıyla özdeşleşmek için her türlü özerk nitelikten vazgeçer (Debord, 1996, s. 34-35).

Debord’un -tüketim yoluyla sunulan sahte kimliklerle özdeşleşen bireyin özgürlüğünü kaybettiği- gösteri toplumunda tanımladığı “görünürlük” rejimi, gösterinin bireysel bir uzantısı olarak selfie pratiğiyle güncellenmiş gibi görünmektedir. Facebook, Instagram vb fotoğraf paylaşımı odaklı sosyal medya platformları, bireylerin fotoğraf ve video aracılığıyla kendilerini başkalarına tanıttıkları, aynı zamanda başkalarıyla ilişki kurdukları, sosyal kimliklerini inşa ettikleri alanlardır. Bu çerçevede ünlü kişinin gösterideki işlevi, sosyal ağlar aracılığıyla

yeniden üretilirken selfie, sadece bir estetik araç değil, sosyal bir performans, bir kimlik kurma biçimi ve toplumsal bir etkileşim aracı olarak işlev görür.

Tüketici davranışları araştırmaları, insanların kendilerini tüketim nesneleriyle hem ifade ettiklerini hem de sosyal çevrelerinin beklentilerine göre dışa vurduklarını göstermektedir (Balıkçıoğlu, 2016). Satın alma ve kullanım, sembolik anlamlar taşıyarak bireyin kendini ifade etme ve değerli hissetme çabalarını destekler. Bu bağlamda selfie, kişinin beğenilebilir ve tüketilebilir bir imgeye sahip olma arzusunu yansıtır. Filtreler, arka planlar ve renk uyumlarıyla özenle kurgulanan selfieler ise, sanat eseri gibi görünse de esasen bir gösteri ve prestij aracına dönüşerek tüketim kültürünü yeniden üretir. Ayrıca sosyal medyanın “fenomen” olgusunu meslek haline getirmesi, bu performansların yaygınlaşmasını destekleyen önemli bir etken olarak görülür. Chris Rojek’e göre şöhret, aileden gelir, kazanılır ya da başkalarınca atfedilir (Akt. Akyazı, 2020). Oysa modern dönemde şöhretin yaygınlaşması, demokratikleşme ve gündelik yaşamın metalaşmasıyla ilişkili hale gelmiş ve şöhret artık geniş kitlelere yayılmıştır. Bugün sosyal medya platformları sayesinde soy, servet ya da olağanüstü yetenek gibi geleneksel şöhret koşulları olmaksızın herkes görünür olabilmekte ve bir “fenomen”e dönüşebilmektedir: “Artık şöhret, diğer tüketim nesneleri gibi hemen elde edilebilen, çabuk tüketilen bir haz sağlamak için tasarlanan, kullanıldıktan sonra da atılabilmek özelliğine sahip bir tecrübedir.” (Akyazı, 2020, s. 258). Bu dönüşümün bireysel düzeydeki yansıması ise, selfienin doğrudan deneyim yerine temsiller aracılığıyla var olmayı mümkün kılmasıdır. Böylece kimlik değerinin temel ölçütü yalnızca görünürlük değil, aynı zamanda “beğenilme” ve “takip edilme” gibi sosyal medya normları üzerinden belirlenir ve bireyin kendini sunma biçimi, sosyal medya ortamında görünürlükten öteye geçerek, ölçülebilir ve pazarlanabilir bir temsil performansına evrilir. Çünkü: “Gösterinin biçimi ve içeriği, var olan sistemin koşullarının ve amaçlarının tümüyle aynen doğrulanmasıdır.” (Debord, 1996, s. 15). Selfie bu çağın gösteri biçimidir ve içeriği var olduğu sistemin amaçlarını doğrulandığı çeşitli nesneleri de tüketime sunulmuştur.

Örneğin, her an her yerde taşınabilir telefon kameraları aracılığıyla kişilerin kendini daha rahat fotoğraflaması için geliştirilen/tüketime sunulan selfie çubuğu bu araçlardandır ve sanat müzeleri, galerilerinde vs eserlere ve izleyicilere zarar vermemesi için çoğunlukla yasaktır.



Görsel 12. Esra Kuruç, Görüntünün Senfonisi/ Symphony of the Image. 2023, (selfie çubuğu, ayna, metal).

“Görüntünün Senfonisi” adlı çalışmada telefon biçiminde kesilmiş aynalar ve selfie çubuklarıyla bir yerleştirme yapılmıştır (Görsel 12). Düzenlemede yer alan selfie çubuğunun işlevi fotoğraftaki öznenin geniş açı ve mesafeden görülmesini sağlamak, yani fotoğrafı çekenin kamera ile arasındaki mesafeyi ayarlamaktır. Selfienin erken dönem tanımlamalarında kol boyu mesafeden çekilmiş olması -bu kolun selfiede görünür olması- ya da selfie çubuğunun fotoğrafta görünmesi gibi belirleyici özellikleri öne çıkmaktaydı. Ancak Manovich’in tanımladığı gibi ağa bağlı bir kameranın ürünü olması daha geçerli bir tanım olarak öne çıkmaktadır (Tifentale ve Manovich, 2015). Nitekim, zamanla akıllı telefonlara eklenen otomatik çekim süresi, işaret veya ses komutları vb. eklentiler selfie çekmeyi kolaylaştırmış, selfie çubuğunun yerine telefon tripodu vb. araçlar yaygınlık kazanmıştır. Ancak ister selfie çubuğu ister telefonun özelliği olsun, bu gibi eklenti araçların temel özelliği fotoğrafı çekenin başkası olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla selfie çubuğu gibi araçlar başkasının gözünden görülmeyi ima ederken kendine bakışı da dışsallaştırmaktadır. Ancak bu bakışı dışsallaştıran bir diğer etmen de sosyal medya ortamlarının kendini yenilemeye devam eden doğasıdır. Bu bağlamda 2000’li yılların sonlarında Facebook’un sunduğu “Başkasının Gözünden Gör” adlı düzenleme kontrolü sağlayan özelliği örnek olarak verilebilir. Kullanıcıların kendi profillerini başkalarının nasıl gördüğünü inceleyebildiği bu özellik, kimlerin onu nasıl göreceğini/ kimlerin hangi görüntülerine erişebileceğini düzenleyebilmeyi mümkün kılan bir gelişmedir. Ancak bu düzenleme erişimi, bir yanıyla paylaşımlarımızı kimlerin nasıl görmesini belirleyebileceğimiz, yani kişisel mahremiyetimiz için öne çıkan bir gelişme olarak görünse de bir yanıyla kendini

dikizlemeyi de normalleştiren bir uygulama olarak düşünülebilir⁷. Susan Sontag fotoğraf çekmenin “dünyayla her türlü olayın anlamını düzleyen bir kronik dikizci ilişkisi” kurmaya karşılık geldiğinden bahseder (2008, s. 12). Yani fotoğraf çekme eyleminde kadrāja alınan dünyadan yansıyan görüntüyle kurulan ilişki dışarıdan, mesafeli bir bakış gerektirdiğinden bir anlamda dikizci bir ilişkisi söz konusudur. Bu açıdan, aslında sosyal medya profilleri oluşturmak ya da bu platformlarda selfie paylaşmak da kişilerin kendi imgeleriyle kurulan dikizci bir anlam ilişkisi içermektedir. Böyle bir ilişki ağı içinde selfie çubuğu kendini çeken kişinin kamerayla arasındaki mesafeyi ayarlama özgürlüğü sağlayan, kişinin kendi ile dikizleyen bakışı arasındaki ilişkiyi tahsis ettiği aracı bir nesne olarak işlev görmektedir. Yani selfie çubuğu, burada yalnızca bir araç değil, bakışı temsil eden bir metafor olarak bakışı yönlendiren ve belirleyen bir uzantıya işaret eder. Bu bağlamda, telefon biçimli aynalar ve selfie çubuğunun birleşimiyle oluşturulan bu yerleştirme, selfie kültürünün ve sosyal medya ortamlarının ekseninde gelişen bireylerin başkasının gözünden görme arzusunu yansıtmakta ve izleyicinin bakışını kendine çevirmesine işaret etmektedir.

Baudrillard’a göre çağdaş kültürde kimlik anında tanınabilir ve onaylanabilir bir görünüme indirgenmiş; medya ve gösterinin ekseninde insanlar geçmiş, anı ya da içsel bir benlik yerine, hızlıca tüketilen ve pazarlanabilen, özel bir anlamı olmayan, “*farklılığa inanmaksızın farklılık süsü*” veren bir “görünüm” (“look”) peşine düşmüştür (2020, s. 29). Bu bağlamda insan ile makine arasındaki ayrım yok olmuş; ekranlar, bireyi içsel derinlikten yoksun bırakarak tamamen dışsal ve yayılmış bir yüzeye hapsedmiştir. Ekranla kurulan ilişkinin pasif bir seyirden aktif ve gerçek zamanlı bir etkileşime dönmesiyle, insan, kendi kendinin menajeri olduğu bir dünyaya hapsolmuş ve “makinenin sanal gerçekliği”ne ve onun “aynadaki işlemcisi”ne dönüşerek kendi kendinin menajeri olduğu bir dünyaya hapsolmuştur (Baudrillard, 1997, s. 154).

Belli bir manevra düzeyinde, suya dalar gibi sanal makinelerin içine dalma düzeyinde, artık insan/makine ayrımı yoktur: Makine, karşılıklı yüz yüze gelmenin iki tarafına da egemendir. Belki siz sadece onun sahip olduğu uzamın uzantısı-sınız -insan, makinenin sanal gerçekliğine dönüşmüş ve onun aynadaki işlemcisi olmuştur. Bunun nedeni, ekranın kendi özünden

⁷ Dikizleme de bir kültür olarak entegre edilmiştir. Özellikle 1990’lı yıllardan itibaren TV medyasında devreye giren reality show programları gibi yayınlar ve güvenlik amaçlı çıkan gizli kamera gibi görüntü kayıt teknolojilerindeki gelişmeler bu kültürün öğretici araçlarıdır. Dikizleme Kültürü kitabı bu işeyi merceğe alır: “Dikizleme Kültürü”, bireylerin birbirlerini ve kendilerini sürekli olarak gözetlediği, ifşa ettiği ve paylaştığı bir toplumsal durumu ifade eder. Bu kültür, bebek bakıcılarını izlemek için kullanılan kameralardan, çocukların cep telefonlarının ve araçlarının GPS ile takip edilmesine, hatta kişisel bilgisayar etkinliklerinin gizlice kaydedilmesine kadar geniş bir yelpazede kendini gösteren gözetleme teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla gelişmiştir. Geçmişte casusluğun veya başkalarını gözetlemenin ayıp kabul edildiği bir anlayış varken, günümüzde bu yasak ortadan kalkmıştır. İnsanlar artık yalnızca tanıdıkları kişilerle değil, tanımadıkları “herkes” için kendilerini sergilemekte ve hayatlarının detaylarını kamuya açık hale getirmektedir (Niedzwiecki, 2010, s.10-29).

kaynaklanmaktadır. Aynanın öte dünyası vardır ama ekranın öte dünyası yoktur. Zamanın boyutları orada, gerçek zaman içinde birbirine karışır. Hangi sanal yüzey olursa olsun, her sanal yüzeyin özelliği önce bir boşluk olmasıdır ve haliyle herhangi bir şeyle doldurulmaya elverişlidir, artık sıra sizdedir, gerçek zamanda ve boşlukla karşılıklı etkileşime geçiniz (Baudrillard, 1997, s. 154).

İnsanın, ekranın boşluğunda, makinenin sanal yüzeyinde kendi varlığını işlemeye başlaması, selfie pratiğinde belirginleşir; çünkü selfie hem kameralı telefonların uzantısıdır hem de bireyin kendi menajerliğinin, yani kendisini yönetme ve sunma çabasının bu makinelerin ekran yüzeyine sabitlenerek sanal bir gerçekliğe, dijital bir boşluğa dönüştüğü noktadır.

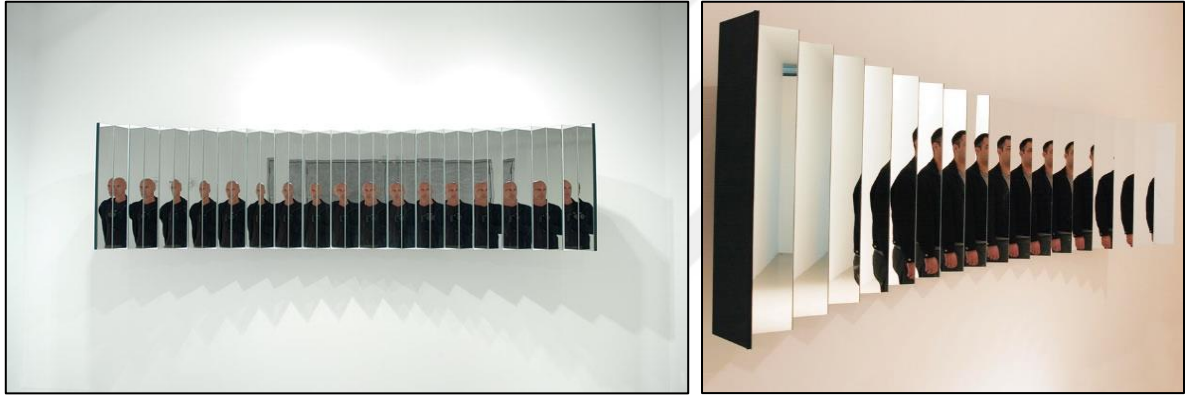
Selfienin dijital çağın aynası işlevini görmesi, tıpkı aynada kendine bakan öznenin, kendi yansıması üzerinden kimliğini inşa etmeye çalışması gibidir. Çağdaş kültürde görüntülerin, fikirlerin, değerlerin üretildiği, paylaşıldığı, arşivlendiği ve tüketildiği ekran yüzeyi, kullanıcıları aynılaştırmanın, taklidin ve tekrarın da içine yöneltmektedir. Bu çerçevede, kameralı ekranlar selfie aracılığıyla ayna işlevini sürdürüyor gibi görünse de bu ayna artık bir iç görü alanı değil, kültürel kodların yeniden üretildiği bir gösteri sahnesinde performatif ve değişken bir görselliği ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla, selfie yalnızca iletişimsel bir ifade biçimi değil, özdeşleşmenin yeni rejimlerini kuran görsel bir düzlemdir.



Görsel 13. Esra Kuruç, İsimsiz/ Untitled. 2022, (ayna, metal kısıkaç, cam, ahşap).

İzleyicinin aynada kendini görme arzusunu yerine getirmeyerek onu pasif konumdan aktif düşünsel bir sorgulamaya davet eden Görsel 133'teki çalışma, bakışın yokluğunu tartışan bir strateji olarak ele alınabilir. Söz konusu çalışmada ortalama bir tablet ölçüsünde olan aynalar kullanılmış, aynaların düzenlenme biçimi ile izleyicinin kendi konumunu ve varlığını sorguladığı bir düşünce alanı oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu uygulamada, aynalar yüzeye

yansıyan görüntünün birbirini çoğaltacağı şekilde, kapalı bir devre formunda düzenlenmiştir. Yani her ayna bir diğerrinin görüntüsünü tekrarlar, kopyalar ve çoğaltır. Aynada kendi yansımasını görmek isteyen izleyicinin o açığa gelebilmek için fiziksel olarak hareket etmesi ve doğru açığı bulması gerekmektedir. Yansıttığı görüntüleri yeniden üretircesine kopyalayan bu aynalar ekranlar, uygulamalar ve algoritmalar ekseninde farklılıklar illüzyonuyla kopyalanan davranış ve algı düzenine gönderme içerir. Bu açıdan ayna ekranlardan yansıyan çoğaltılmış birbirini tekrarlayan görüntülere işaret eder. Baudrillard'ın “aynanın öte dünyası vardır, ama ekranın öte dünyası yoktur” ifadesinden hareketle; aynanın o düşünsel ve içsel sürecine işaret eden dünyasına insan dahil edilmemiştir (Baudrillard, 1997, s. 154). Dolayısıyla bu düzenleme biçimi aynı zamanda kullanıcıları ekranlara hapseden teknokrat sistemi de sembolize etmektedir.



Görsel 14. Daniel Rozin, Benmerkezli Ayna /Self-Centered Mirror. 2003, (34 adet dikey ayna paneli, ahşap çerçeve). 304.8 x 76.2 x 63,5 cm). <http://bit.ly/4eTrvWZ>

Daniel Rozin'ın *Self Centered Mirror*⁸ (2003) isimli çalışması, sanatçının mekân, izleyici ve temsil ilişkisini sorgulayan pratiğinin örneklerinden biridir (Görsel 14). İzleyicinin yalnızca kendi görüntüsünü görmesini sağlayacak şekilde tasarlanmış olan *Benmerkezli Ayna / Self-Centered Mirror*, izleyicinin fiziksel varlığını sensörler aracılığıyla algılayıp mekanik aynaların yüzeylerinde yansıma üreterek mitolojik Narkissos figürüne dair güncel bir yorumda bulunmaktadır. Rozin'in ifadesiyle eser, “herkesin yalnızca kendisini görebildiği bir düzen” kurarak izleyiciye yalnızca fiziksel görüntüsünü değil, daha soyut bir düzeyde “özünü” veya “ruhunu” da geri yansıtmayı amaçlar (Rozin, t.y.).

⁸ İngilizcedeki *self-centered* terimi, hem bireysel odaklılığı hem de narsisizme yakın bir benmerkezciliği vurgular. Benmerkezci Ayna veya Kendine Odaklı Ayna şeklinde de çevrilebilir.

İzleyici çalışmanın karşısına geçtiğinde mekânı ya da diğer ziyaretçileri görmek yerine yalnızca kendi görüntüsüyle karşılaşır. Sanatçı, bu deneyimin hem rahatsız edici hem de düşündürücü bir yönü olduğuna dikkat çekerek izleyicinin varlığına dair daha içsel bir temsil üretmek istediğini vurgular (Rozin, t.y.). İzleyicinin yalnızca kendisine odaklandığı bu kapalı döngü, çağdaş toplumda bireyin sürekli merkezde olma arzusuna ve görünürlük ihtiyacına eleştirel bir gönderme niteliği taşır. Dolayısıyla Rozin'in *Benmerkezli Ayna /Self-Centered Mirror* adlı çalışması, aynayı salt bir yansıtma aracı olmaktan çıkararak, teknolojik altyapısı üzerinden izleyicinin varlık algısını, kendilik deneyimini ve bireysel temsil biçimlerini sorgulayan etkileşimli bir yüzeye dönüştürür (Rozin, t.y.). Bu noktada söz konusu çalışmanın, izleyiciye kendi görünüşünü çeşitli uygulamaların sunduğu filtre efektlerinde olduğu gibi, çevresindekileri göremediği ve yalnızca kendi imgesiyle karşılaştığı bir durum üreterek yansımayı bireysel temsil lehine dönüştürdüğü söylenebilir.



Görsel 15. Esra Kuruç, *Yüz Yüze/ Face to Face*. 2025, (9 adet pleksi, metal kısıkaç, cam, ahşap kaide).

Yüz Yüze adlı çalışma, bu yansıtma fikrini durağan ve katmanlı bir düzleme taşıyarak görsel temsil rejimlerinin doğasını yansıtmayı amaçlar (Görsel 15). Selfie kültürünün sunduğu net veya filtrelerle parlatılmış portreler yerine, ayna efekti uygulanmış pleksinin -hem kendi hem de diğer şeffaf pleksi silüetler aracılığıyla- yansıma etkisini katmanlaştıran yüzeyler, izleyiciye görünüşünü yansıtip temsil imkânı sunarken selfie kültürünün kendilik algısını nasıl yeniden biçimlendirdiğine de göndermede bulunur. Bu bağlamda söz konusu çalışmada yansıtıcı yüzeyler karşısında izleyicinin kendi yansımalarını çerçeveleme arayışı kendi silüetimin yani üreticisinin belirlediği sınırlara konumlandırılarak selfienin görsel hegemonyasına dair güncel

soruları gündeme taşıyarak izleyicinin görünüşünü tekil değil -kendi silüetimin kopyalarıyla- çoğullaşan bir özne izi üretimiyle yansıtır.

Boris Groys, *Sanat Eserine Dönüşmek* adlı kitabında İnternetin ve sosyal medya platformlarının etkilerini analiz ederken, günümüz kültürünü ve kimlik siyasetini 20. yüzyılın totaliter rejimleriyle kıyaslar. Bu kıyaslamayı hem bireylerin hem sanatçıların estetik ve kültürel üretimle kurdukları ilişki üzerinden kuran Groys, çağdaş kimlik politikalarını feodal ve aristokratik değerlerin kitlelere yayılması, yani demokratikleşmesi olarak değerlendirir: “Artık herkesin saygı duyulması gereken bir kimliği, geçmişi ve kökeni vardır.” (2024, s. 13). Çünkü sosyal medya mecraları, kimliğin inşasını ve estetik yönelimleri yalnızca beğeniye dayalı görsel tercihler olarak değil, aynı zamanda bireyin kendini ortaya koyma biçimi olarak şekillendirir ve bireyin hem özgürleştirildiği hem de piyasa kuralları ve sosyal medya algoritmaları doğrultusunda biçimlendirildiği bir özne olarak ortaya çıkar. Böylece çağdaş kültürün kimlik mücadelesi kamusal alanda tanınma ve hayranlık kazanma arzusu olmuş; herkesi benliğini yaratmakla yükümlü bir tür sanatçıya dönüştürmüştür (Groys, 2024, s. 7-11). Groys, günümüzde herkesin estetik bir değerlendirmeye tabi tutulduğunu ve bu nedenle herkesin kendi görünümünden sorumlu olduğunu vurgular⁹.

Bu, sadece sanatçılar veya ünlüler için değil, herkes için geçerlidir. İnternet ve sosyal medya, bireylerin kendi imajlarını sürekli olarak tasarlayıp yeniden sunmalarını gerektirir. Geline nokta 21. yüzyıl insanı kendisini sadece içsel bir deneyimle değil, dış dünyanın (takipçiler, beğeniler, yorumlar) tepkileri üzerinden tanımlarken imaj da kimliğin önüne geçmiş gibidir. “Ben kimim?” sorusu, “Başkaları beni nasıl görüyor?” sorusuyla iç içe geçerken kişinin “nasıl yaşadığı” değil, “nasıl görüldüğü” veya “nasıl sunulduğu” daha belirleyici olduğundan kendi imgesinin sürekli kaydedilmesi, filtrelenmesi ve paylaşılması, bireyin kendisini bitmeyen bir “üretim ve sergileme döngüsü” içinde konumlamasına neden olur.

⁹ Groys’a göre modern tasarım sadece nesnelerin estetiğini değil, bireyin kimliğini, politik duruşunu ve yaşamını da şekillendiren toplumsal bir süreçtir. 20. yüzyılda tasarım, ruhun içsel özünden çok, görünüş ve biçim üzerine odaklanmıştır. Bu anlayışla insan da bir tasarım nesnesine dönüşür; kimlik, görünüş ve yaşam tarzı sürekli yeniden inşa edilir. Böylece tasarım, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bir kendini ifade ve kimlik üretme aracına dönüşür (Groys, 2008, s. 1-6).



Görsel 16. Esra Koruç. Selfie. 2023, (3d baskı, boya, led aydınlatma. 35 x 27 x 20 cm.)

Selfie adlı çalışmada, üç boyutlu tarayıcı ile taratılan ve üç boyutlu yazıcıdan baskısı alınarak, ışığı yansıtmayan siyah bir boyayla boyanmış bir otoportre-büst görülmektedir (Görsel 16). Mantık olarak selfie görüntü transferi aracılığıyla kendini kopyalamaktır denebilir. Yani, basit bir görüntü kaydından öte, dijital ortamda bireyin kendisini kopyalayarak çoğaltması ve yeniden üretme sürecidir. Bu anlamda selfie, kendilik algısını sabit bir imgeden ziyade sürekli çoğalan ve yayılan bir temsil performansına dönüştürür. Bu çalışmada da benzer şekilde, kendi yüz ve bedenimin tarayıcı kamera tarafından üç boyutlu taranıp, üç boyutlu üretilip yazıcıdan çoğaltılarak kopya baskısı alınmıştır. Üç boyutlu tarama, tarayıcı ile nesne arasındaki mesafeyi ve hacmi dijital olarak ölçerek, fiziksel gerçekliğin dijital ortama aktarılmasını sağlar. Söz konusu çalışmada da bedenimin dijital bir kopyası üretilir ve bu kopya, üç boyutlu yazıcı yoluyla fiziksel olarak çoğaltılmıştır. Üç boyutlu baskının katmanlı yüzeyini koruyarak ışığı yansıtmayan siyah boyayla boyanıp, led aydınlatma ile büstün arkasından ışık yansıyacak şekilde aydınlatılmıştır. Söz konusu çalışma kendi fiziksel ortamındayken uzaktan bakıldığında iki boyutlu gibi algılanmakta ve fotoğrafı çekildiğinde üçüncü boyut etkisi zayıflamaktadır. Ancak -fiziksel ortamda- yakından bakıldığında portre ve üç boyutlu yazıcının referansları gibi ayrıntılar rahatlıkla görülmektedir. Dolayısıyla izleyicinin çalışmayı algılamasında hareket ve nesne üzerinden bir yanılsama yaratılmaya çalışılmıştır. Başka bir deyişle, selfie kavramı burada, sadece iki boyutlu bir imge değil, dijital veri üzerinden bedenin kendisini kopyalama ve yeniden üretme pratiği olarak ele alınır. Bu bağlamda, selfie eylemi, sabit bir temsilin ötesine geçerek, sürekli çoğaltılabilen ve yeniden biçimlendirilebilen bir kimlik ve beden temsiline

dönüşür. *Selfie* adlı bu çalışma da bireyin kendini nesneleştirerek farklı ortamlar ve teknikler aracılığıyla çoğaltmasının, dijital çağda beden ve kimlik algısının nasıl dönüştüğüne dair bir sorgulama bağlamında uzaktan bakıldığında yüzün belli belirsiz görünecek bir silüete dönüştürülmüş ve selfie ile otoportrelerin temel referansı olan yüzün görünürlüğü iptal edilmiştir. Bu hamle, selfie'nin sunduğu teşhircilik ve bu yüzyılın görünme rejimi karşısında bir silinme jesti olarak okunabilir. Nitekim, bir temsil kültürü olarak selfie yalnızca bir kendini sunma biçimi değil; aynı zamanda benzer poz ve eylemlerin, yüzler ve filtrelerin standartlaştırıcı etkisi ve kendimizi görme-algılayışımızda bir mesafe/aralık olarak da yorumlanabilir. Bu bağlamda *Selfie* adlı çalışmada siyah boyanın ışığı yutması, yüzün tanınma işlevini iptal ederek yüzün anonim/silik bir varlık izine dönüşmesini sağlar. Benjamin'in mekanik çoğaltım çağının sanatta aura kaybına yaptığı vurgu, aynı zamanda teknolojik gelişmelerle mekanikleşen sanatsal üretim biçimlerinde artık bireysel bir virtüözlüğe ya da el becerisine ihtiyaç kalmamasıyla da bağlantılıdır ve sanatsal deneyimin aurasının yitimidir. Bu açıdan selfie üretim pratiği olarak geleneksel otoportrelerden ayrılır, ancak bugün sanatçı da otoportreye yaklaşımında virtüözlüğünü nesneler, kavramlar ya da bağlam üzerinden üretmektedir. Ancak selfienin seri üretimi özelliğinin kendini tekrar tekrar gösterme/yayınlama ve kopyalanması yoluyla, aynı pozlar, benzer ifadeler ve gerçekleşir. Buysa selfie öznesinin görünüşünü anonimleştirir ve eylem olarak da kopyalanan bir davranışla anlamı siler. Selfie pratiği bu yönüyle sadece temsili değil, deneyimi de standartlaştırarak metaya, veriye dönüştürür ve dolayısıyla kendilik deneyiminin aurasının da ağ tabanlı platformlar ekseninde tasarlandığını düşündürür. Bu bağlamda sanat tarihinde sanatçının kendi yüzü aracılığıyla inşa ettiği, yansıttığı kimlik ve kendilik temsili üzerine kurulu otoportrenin işlevi, 21. yüzyıla girerken (özellikle kadın temsiliyeti bağlamında) başkasının yüzü olma metaforu etrafında yeniden anlam kazanır. Bu dönüşüm 21. yüzyılda selfie kültürünün yüzü kendine çevirmeyi - üretici-izleyici konumunda- sabitlemiş gibi görünen yapısında da izlenebilir. Nitekim görünürdeki sabitlik içinde filtreler, arttırılmış gerçeklik, yapay zeka gibi araçlarla başkasının yüzüne yerleşme olanağı giderek daha da kolay hale gelmiştir. Öyle ki, Instagram, TikTok, Snapchat gibi dijital uygulamalar ya da çeşitli sanat kurumları sanat tarihinin ikonik portrelerindeki yüzlere filtreler aracılığıyla yerleşme imkanı tanımış, böylece o ikonik sanat eserlerinin öznesi olma deneyimini telefonun ucundaki herhangi bir kişiye açmıştır. Sanat eserine katılım biçimini de dönüştüren bu türden müdahaleler, aynı zamanda kişinin sanat eseri aracılığıyla kendini farklı biçimlerde temsil etme ve bu temsilleri çoğaltma imkânını genişleterek, yalnızca sanatçısına ya da modele ait olan temsiliyetin, dijital araçlarla yeniden üretilebilir ve deneyimlenebilir hâle gelmesine yol açmıştır. Görsel 17'de yer alan İngiltere

Ulusal Otoportre Galerisi'nin kendi web sayfasından kopyalanmış bir portre filtre galerisinden alınan ekran görüntüsü bu duruma örnek olarak verilebilir. Söz konusu uygulama selfienin bugünkü konumunda popülerliğini koruyarak kendi tarihini yazmaya devam ettiğini de göstermektedir. Uygulamaların geliştirdiği çeşitli filtreler ise bu eylemi desteklemek ve daha da cazip kılmak için sürekli kendini yenilemektedir. Selfie kültürü ve ona entegre edilen filtre teknolojileri, sanat eserlerinin dijital kopyalarının üretimini daha da çok teşvik etmekte ve sanat eseriyle kurulan bireysel ve özgün deneyimin yerine, ekran yüzeyinde sanat tarihinden referans alan selfielerin üretilmesine olanak tanımaktadır.



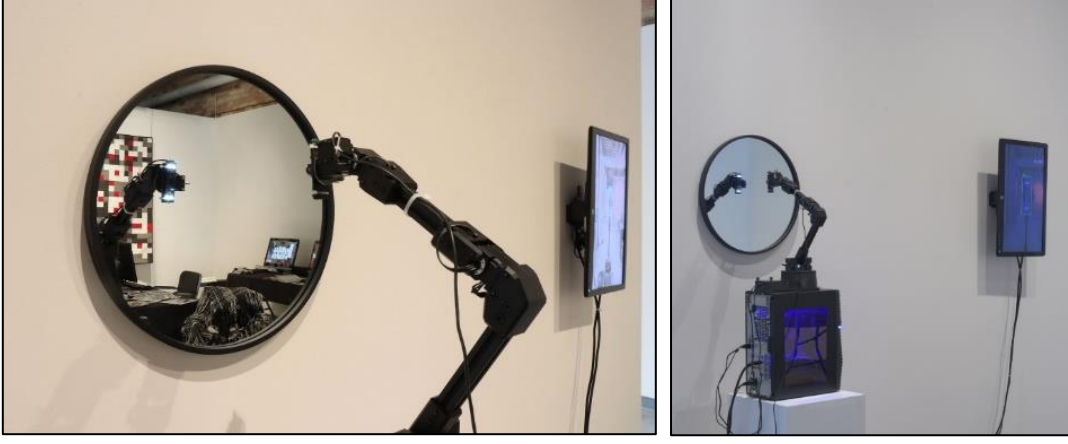
Görsel 17. The National Self Portrait Gallery web sayfasından ekran alıntısı. <http://bit.ly/44MX4P7>

Öte yandan her ne kadar filtre teknolojileri günümüzde çoğunlukla yüzleri idealize eden tüketim odaklı görseller üretmek için kullanılsa da bu onların sanatsal ya da kavramsal bağlamda estetik bir dönüşüm sağlama potansiyeli taşımadığı, başka bir deyişle yaratıcı, eleştirel ve dönüştürücü biçimlerde kullanılamayacağı anlamına da gelmemektedir. Ancak selfie fotoğraf filtresi kullanım biçimi günümüzde çoğunlukla pek çok insan tarafından belirli estetik normlara uyacak biçimde "güzelleştirilmiş/idealize edilmiş" temsil anlayışını pekiştirmekte ve dolayısıyla standart bir benlik sunumu üreterek, yüzeysel, tüketilebilir, estetik bir illüzyon yaratmaktadır. Oysa söz konusu filtreler eleştirel bir niyetle kullanıldığında standart, yüzeysel temsiliyet kalıplarını sorgulama imkanını da içinde barındırabilmektedir. Nitekim bu potansiyel, öznenin kendini nasıl sunduğu ve temsil ettiği sorusunu da gündeme getirirken, bireyin dijital ortamda

kendini temsil etme biçimi sadece estetik bir tercih değil, aynı zamanda kimlik inşasına dair bir strateji olarak da okunabilir.¹⁰

Benjamin'in perspektifinden dijital teknolojilerin özneyi nasıl dönüştürdüğünü tartışan Byung-Chul Han'ın da altını çizdiği gibi artık özne, başkasıyla kurduğu mesafeyi değil, kendi imgeleriyle kurduğu saplantılı yakınlığı deneyimler. Sosyal medya ve selfie kültürü, sürekli kendini gösterme arzusuyla öznenin içe dönük bir negatif narsisizm biçimine sürüklenmesine yol açar ve özne artık başkasıyla ilişkilene değil, kendini sürekli gösterme üzerinden var olur. Yıllar içinde geline nokta özne için sabit kalan bir şey yoktur ve bu istikrarsızlık insanı, kendisini tanımlayabileceği, ona sağlam bir kimlik verebilecek ifade biçimlerinden mahrum bırakmış ve "ben"i de etkileyerek eminsiz kılmıştır. Selfie işte tam da bu boşluktur, benliğin boş biçimidir, ifadesiz yüzdür ve ancak boşluğu üretir. Bu iç boşluğunun karşısında beyhude yere kendisini üretmeyi deneyen selfie öznesinde "sabit, kendi kendisini seven narsisist bir 'Ben'"den ziyade negatif narsizm söz konusudur (Han, 2020, s. 14). Bu durum selfie ve story kültüründe sanatın kaybettiği aurasının yerini, imgeler aracılığıyla biçimlenen bir yaşam kurgusunu öne çıkaran, herhangi bir derinliği olmayan, yüzeyde sürekli kendine dönen bir bakışla benliğini sürekli görünür kılmaya yönelik psikopolitik özneleşme stratejilerinin almasıyla doğrudan ilişkilidir. Han'ın ifadesiyle: "Bir sanat eseri olarak kendilik, neoliberal rejimin tümüyle sömürebilmek amacıyla ayakta tuttuğu güzel ve aldatıcı bir görüntüdür." (2019, s. 35). Bu görüntü seline kapılmış çağın "neoliberal performans öznesi 'kendinin girişimcisi' olarak" kendini gönüllü ve tutkulu bir şekilde sömürür." (Han, 2019, s. 35). Böylece dijital çağın teknolojileri hem estetik bir form hem de teknolojik bir rejim olarak çift taraflı bir narsisizmi ortaya çıkarır. Bu noktada narsisizm kavramını ve dijital çağda benlik algısını ironik bir biçimde ortaya koyan David Bowen'ın *Dış Kaynaklı Narsisizm/ Outsourced Narcissism* adlı çalışması örnek verilebilir (Görsel 18).

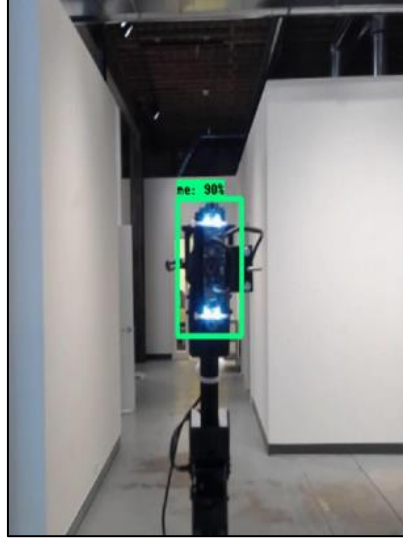
¹⁰ Bu bağlamda nasıl ki tarihte portrelerin üstlendiği toplumsal anlam ve işlevi yalnızca betimleyici görsel temsiller olmalarının ötesinde, belirli kişilere atfedilen sıfatlar ve kimliklerle ilişkiyse bugün de bu anlam selfie aracılığıyla oluşmakta, bir anlamda sanat eserinde görünmek yeniden üretim yoluyla kimlik devşirmek anlamına da gelmektedir.



Görsel 18. David Bowen, Dış Kaynaklı Narsisizm/ Outsourced Narcissism. 2023. (enstalasyon)

<https://bit.ly/4kNgqcq>

Enstalasyon bir bilgisayar, kameraya bağlı bir robotik kol ve duvara yerleştirilen bir aynadan oluşur. Bilgisayar, robotu tanımak üzere eğitilmiş özel bir yapay zeka modeli (AI object detection neural network) üzerinden robotun aynaya kamerasıyla bakıp kendini fark etmesi/tanıma işlemini gerçekleştirir. YZ/AI modeli robotu tanırsa robotun görüntüsünün etrafına "me" (ben) etiketli bir açıklama kutusu çizer ve kamera bu kutunun görüş alanındaki konumuna göre hareket eder. YZ modelinin kendini ne kadar kesin gördüğünü gösteren bir güven yüzdesi bulunur. Tanıma doğruluğu %85'in üzerindeyse, sistem bu "selfie"yi robotun kişisel Instagram hesabı olan @outsourced_narcissism üzerinden paylaşır (Görsel 19). Sistem, topladığı görüntüleri kaydeder ve yapay zeka modelini yeniden eğitmek için otomatik olarak kullanır, robotu görüntüleri tanımlama ve yayınlamada daha yetkin hale getirir. Bu şekilde, robotun artan öz farkındalığı, sürekli olarak kendi görüntülerini tanımlamaya ve yayınlamaya çalışmasını sağlar (David Bowen, Medium). Böylece robotun kendini tanıma ve görüntülerini yayınlama becerisi sürekli olarak güncellenir. Bu bağlamda *Outsourced Narcissism*, robotun kendi görüntüsünü arama ve paylaşma eylemiyle selfieyi narsistik bir eğilim olarak otomatikleştirirken; yapay zekâ, robotik teknolojiler ve sosyal medya ekseninde çağdaş dünyada kendini tanıma ve dijital kimlik oluşturma süreçlerini de sorgulamaya açan bir enstalasyon olarak dikkat çeker.



Görsel 19. David Bowen / @outsourced_narcissism¹¹. Dış Kaynaklı Narsisizm/ Outsourced Narcissism. 2023.
<https://bit.ly/44oYii7>

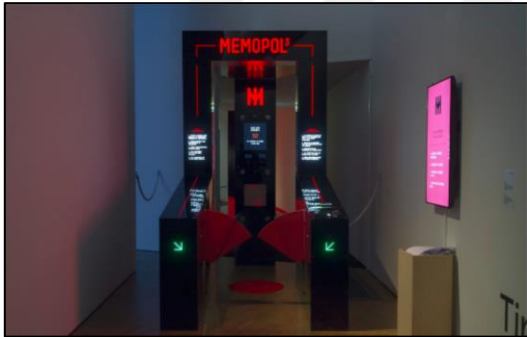
Selfie olgusu bağlamında sıklıkla tartışılan narsisizm teması, çağdaş kültürel çözümlemelerde önemli bir yer tutmaktadır. Boris Groys’a göre günümüzde birey artık ruh, akıl ya da nefis gibi metafiziksel kategorilerle değil, doğrudan canlı bir beden olarak tanımlanmakta; beden hem içsel deneyimlerin taşıyıcısı hem de dışsal bakışın nesnesi olarak iki yönlü bir temsil alanına dönüşmektedir (2024, s. 7–11). Bu durum, kişinin hem kendi bakışı hem de toplumun onu nasıl gördüğü üzerinden bir özneleşme sürecine girmesine yol açar. Söz konusu iki farklı bakış açısını birbirine bağlama arzusu her ne kadar narsistik bir güdüyle ilişkili görünse de narsisizm bedenin yalnızca dışsal bakışta sabitlenen ve ölümsüzleştirilen bir biçim olarak sunulmasıyla sınırlıdır. Oysa dijital kültürde narsisizm, bireyin yalnızca kendine dönük ilgisiyle değil, aynı zamanda bu ilgiyi paylaşma, dolaşıma sokma ve ölçülebilir hale getirme çabasıyla şekillenir. Groys’un vurguladığı gibi, günümüz kültüründe çocuklar henüz konuşmayı öğrenmeden önce kendi görsellerini üretilip dijital platformlarda paylaşabilir hâle gelmiştir. Bu durum, Jacques Lacan’ın “ayna evresi” olarak adlandırdığı, bireyin kendini ilk kez bir bütünlük içinde tanıdığı dil öncesi aşamanın, artık dilin değil imgelerin aracılığıyla kurulduğu yeni bir epistemolojik çerçeveye işaret etmektedir (Groys, 2024, s. 7–9). İnternetin yükselişiyle birlikte yeni bir boyuta ulaşan görsel kültürde kendilik deneyimi yalnızca fiziksel bir aynada değil; algoritmik yüzeylerde, ekranlarda, filtrelerde ve paylaşım biçimlerinde yeniden yapılandırılmaktadır. Bu bağlamda Narkissos’un sudaki yansımasına duyduğu hayranlık, günümüz insanının ekranlarda kendi imgeleriyle kurduğu ilişkiye dönüşmüş; bireyler artık ruhsal derinlikten ziyade dışsal

¹¹ Sistemin “me on Mar_31_2023_14:00,52 with 90.22026658058167% certainty” açıklamasıyla Instagramda paylaştığı ilk selfie.

görünürlüğe, etik özdeşlikten çok estetik çekiciliğe önem veren bir kültürel zeminde özneleşmektedirler. Bu süreç, kimlik inşasını büyük ölçüde toplumsal beğeni, görsel dolaşım ve onaylanma arzusu etrafında şekillenen bir görünürlük mücadelesine dönüştürmüştür (Groys, 2024, s. 10–11). David Bowen’in *Outsourced Narcissism* (2023) adlı çalışması, bu görünürlük rejimini çarpıcı biçimde sorgular. Bowen, yapay zekâ destekli bir sistem aracılığıyla, narsistik üretimin bireyin kendisinden bağımsızlaşarak otomatikleştiği, estetikleştiği ve anonimleştiği bir düzleme işaret ederken; narsisizmin artık yalnızca özneyle değil, görüntünün kendi dolaşımıyla ilgili olduğunu, performansın ve beğenin otomatik bir estetik rejim hâline geldiğini göstermektedir. Bu anlamda, *Outsourced Narcissism*, narsistik özdeşliğin içeriden dışarıya değil, dışarıdan içeriye doğru -bir yapay sistemin, algoritmik estetik mantığın ve platform mimarisinin gözetimi altında- yeniden inşa edildiğini imler.

Dijital çağın birey üzerindeki yapısal dönüşümünü ve özneleşme biçimlerini değerlendiren Han’ın “nicelenmiş kendilik” (quantified self) kavramı bireyin yaşamını sürekli sayısal verilere dönüştürerek kimliğini bu veriler üzerinden tanımlama çabasını ifade eder. Bu süreçte birey, kendini ölçen, gözetilen ve optimize eden bir veri öznesine dönüşmekte; ancak bu dönüşüm benlik bilgisini derinleştirmekten ziyade onu anlamdan arındırmaktadır. Han, bu durumu “kendiliğin veriler hâlinde ufalanması” olarak tanımlar (Han, 2019, s. 67). Han, nicelenmiş kendiliğin Antik Çağ’daki “kendine özen” anlayışından kopuşunu da önemle vurgular. Antik dönemde kendilik, etik pratikler ve anlam üretimiyle bağlantılıyken, günümüzde bu yerini tamamen veri temelli kontrol mekanizmalarına bırakmıştır. Antik özne, anlamı yazı, günlük ve anlatı aracılığıyla inşa ederken; modern özne adım sayacı, kalori ölçer ve sosyal medya analitiği ile kendini tanımlamaya yönelir (Han, 2019, s. 68). Bu bağlamda beden, artık sadece biyolojik bir varlık değil, aynı zamanda dijital ağın veri-üreten bir bileşeni ve onun bir “gözetim ekranı”dır (Han, 2020, s. 15). Han bu noktada bireyin yalnızca veri üreten bir aygıtı indirgenmesiyle sınırlı kalmadığını; bunun aynı zamanda bireyin kendini gözetlediği, gönüllü olarak denetim altında tuttuğu bir panoptikon yapısına dönüştüğünü vurgular. Bu bağlamda özne hem fail hem kurban hem gardiyan hem mahkûm konumundadır (Han, 2019, s. 68). Foucault’ya göre panoptik modern gözetim, bireyin sürekli izlenip, izlendiğini bilmeden kendi davranışlarını disipline etmesine neden olan bir iktidar mekanizmasıdır (2015, s. 251-266). Han’ın bu tespiti, Foucault’nun panoptikon modelinin dijital çağda birey üzerindeki etkilerine ilişkin güncel bir yorumudur. Foucault’nun panoptikon modelini andıran ve adeta güncel bağlamda onu yeniden üreterek dijital çağda sürekli izlenebilir olmanın yarattığı iktidar

ilişkilerini görünür kılan Timo Toots'un *Memopol* adlı enstalasyon serisi bu dönüşümü estetik bir dile tercüme eder gibidir. Timo Toots, çalışmalarında teknolojik gelişmelerin gündelik yaşamı nasıl dönüştürdüğünü dijital gözetim mekanizmalarının bireyin mahremiyetine nasıl nüfuz ettiğini göstermeyi amaçlar. Bu seri, katılımcıyı kendi verileriyle yüzleştirerek çağdaş gözetim toplumunun birey üzerindeki etkilerini doğrudan deneyimlemeye davet eder.¹². *Memopol* (III), uluslararası veri tabanlarından ve İnternette toplanan verilerle izleyicinin bilgi alanını haritalayarak hakkında kaydedilen -geçirdiği hastalıklardan, sağlık reçetelerine, trafik ihlallerine, sosyal iletişim ağlarındaki hareketlere kadar- tüm verilerin ve akıllı telefonlarda depolanan -kişi listeleri, mesajlar, arama geçmişleri, konum bilgileri, WiFi ağları, fotoğraf ve videolar vb.- tüm özel bilgilerin görsel ve işitsel olarak izleyiciye geri yansıtıldığı sosyal bir makinedir (Görsel 20, 21). *Memopol III*, izleyicinin kimlik kartı ve biyometrik verileri aracılığıyla sisteme giriş yaptığı, akıllı telefonundan yüklediği uygulama sayesinde kişisel verilerinin toplandığı ve sonunda bireye, sosyal ağlar, sağlık kayıtları, trafik ihlalleri, arama geçmişi, görseller ve mesajlar gibi çok katmanlı özel bilgilerinin sunulduğu bir kurguya sahiptir.



Görsel 20. Timo Toots. Memopol III. 2018. (Timo Toots). 23.11.2021. <https://bit.ly/3GBHvjim>



Görsel 21. Timo Toots. Memopol III. 2018. (Timo Toots). 23.11.2021. <https://bit.ly/3GBHvjim>

¹² Toots'un Memopol adlı enstalasyon serisi, Memopol I (2010), Memopol II (2011) ve Memopol III (2018) olmak üzere üç düzenlemeden oluşur ve enstalasyonların her biri o günün teknolojisi üzerine inşa edilmiştir. Düzenlemeler arasındaki fark, ziyaretçinin verilerine ulaşmak için kullanılan teknolojik aracın değişmesidir. Örneğin ilk enstalasyonda kimlik veya pasaport kartının makineye takılmasıyla verilere ulaşılırken, barkod okuma teknolojisine geçişle Memopol II ve III'te kimlik kartının taranmasıyla verilere ulaşılır. Memopol III'de akıllı telefon ve uygulama yazılımındaki ilerlemelere paralel olarak akıllı telefon sisteme dahil edilirken, enstalasyonun ölçeği de büyür ve mekanı genişler.

Toots'un çalışması izleyiciyi sadece gözlemleyen değil, gözlemlenen konumuna da yerleştirerek, onu dijital çağın kırılğan öznesi olarak konumlandırır. Kamusal ve özel kimliğinin ve bilgilerinin dijital temsilleriyle karşılaşan izleyici, doğrudan kendi verileriyle yüzleştirilirken bu sürecinin kendisine yönelik olarak teatral biçimde kurgulandığı bir sahnede deneyimin bir parçası olmakta ve aynı zamanda sistemin üretim mantığına da maruz kalmaktadır. Başka bir ifadeyle Toots, izleyiciyi kendi rızasıyla dâhil olduğu sistemin nesnesi hâline getirirken bireyi kendi veri varoluşuna yönelik bir yüzleşme alanına yönlendirir. Bu yönüyle *Memapol III*, yalnızca bir gözetim metaforu değil, aynı zamanda kişiyle kurduğu etkileşimsel yapı aracılığıyla dijital çağda öznenin nasıl inşa edildiğine dair bir "veri deneyimi" olarak izleyiciyle ilişki kurar ve izleyiciyi kendi gözlemcisine dönüştürür. Sonuç olarak *Memapol* serisi, gözetim kapitalizmi ve dijital kültürün görünmez sınırlarını ifşa ederken hem bireysel hem toplumsal düzlemde mahremiyet, gözetim ve kimlik meselelerini tartışmaya açıp yeniden düşünmeye çağırır.

Kişinin kendi öznelliğinin yaratıcı konuma gelmesi anlamında "benlik tasarımı"ndan bahseden Franco "Bifo" Berardi, *Benlik Mühendisliği* yazısında dijital çağda öznelliğin ve benliğin, teknolojik araçlar aracılığıyla dışsal sistemlerce şekillendirildiği vurgular (2017). Bu noktada yazar dijital ağlar, büyük veri sistemleri ve algoritmik tahminleme yöntemleri sayesinde bireyin davranışlarının önceden öngörülebilir ve yönlendirilebilir hale gelerek düşünme ve irade süreçlerinin otomasyona bağlandığına dikkat çeker ve sanal gerçekliğin / üç boyutlu dijital ortamların, gerçeklik algısının zayıflaması ve deneyimin standartlaşmasını sağlayarak benlik ile bilinçdışı arasındaki ilişkiyi yeniden şekillendirdiğini belirtir. Böylece giderek daha fazla dışsal kodlarla mühendisliğe tabi tutulan benliğin üretiminde özne artık özerk bir aktör değil, veri akışlarına entegre edilmiş bir modül haline gelirken, benlik de başkaları tarafından denetlenen ve tasarlanan özneleştirme süreçlerine maruz bırakılarak 'tasarım'dan ziyade büyük ölçüde mühendislikle ilgili bir süreç haline gelir (Berardi, 2017). Burada -temelde nesneler ve yararlılık arasındaki ilişkiye göndermede bulunması açısından- hem sanatı hem de mühendisliği bünyesinde barındıran bir kavram olarak "tasarım" kelimesini seçtiğine dikkat çeken yazar, sanat olarak tasarımın belirli bir nesne için bir dünya tasavvur ettiğini; mühendislik olarak tasarımın ise belirli bir nesne için bir dünya kurduğunu vurgular ve bu tasarımın bilişsel, davranışsal ve nörolojik düzeylerde etkinlik gösteren çağdaş bir tür totaliter gücü temsil ettiğini belirtir (2017). Bir zamanlar sadece işlevsel değil; dil, duygu ve dokunma gibi duyuşsal ve duygusal boyutları bir araya getiren bir deneyim biçimine işaret eden tasarım, dijital çağda idrak

ve alışkanlık gibi bilişsel protokolleri şekillendiren anlamlandırma zincirleri üreterek; fail olarak “Ben” ile ayna olarak “Benlik” arasındaki ilişki yeniden formatlar:

Bir yandan, büyük veri depolaması ve veri madenciliği gibi uygulamalar ve bu tür işlemler sonucunda ortaya çıkan algoritmik yönetim biçimleri, düşünme edimini dışsallaştırıp, benliği etkisiz hale getirir ve bedeni istatistiki projeksiyonların radarına sokarken, öte yandan, sanal gerçeklik, bizzat Benlik ile Bilinçdışı arasındaki ilişkiyi yeniden formatlar (Berardi, 2017).

Nitekim teknolojik gelişmelerin özellikle davranışsal ve bilişsel otomasyon doğrultusunda ilerlemesi, algoritmik yönetim biçimleri ve sanal gerçeklik uygulamalarıyla birlikte, insanın hem kendisiyle hem de çevresiyle kurduğu ilişki biçimini dönüştürmekte; böylece bireyler, yaşamlarını ve kimliklerini giderek daha fazla estetik bir projeye dönüştürmeye teşvik edilmektedir. Bunun sonucunda insanların kendilerini ifade etme ihtiyacı ya da varlıklarını biçimlendirme pratikleri, sanat üretimiyle benzeşen bir performatif kimlik stratejisine dönüşmektedir. Bu noktada, sosyal medyanın kendi mantığını ve görsel dilini kullanarak bu ortamlarda sıkça görülen kadın tiplerini Instagram performansı olarak kurgulayan Amalia Ulman örnek verilebilir.



Görsel 22. Amalia Ulman. 2014. *Mükemmeliyetler ve Kusursuzluklar/ Excellences & Perfections*.

<https://bit.ly/4n0giYf>

Amalia Ulman’ın 2014’te gerçekleştirdiği *Mükemmeliyetler ve Kusursuzluklar/ Excellences & Perfections* adlı Instagram performansı, sosyal medyanın görsel dilini kullanarak kurgulanmış bir kimlik anlatısıdır (Görsel 22). Bu projede, sanatçının kendi ismini taşıyan @amaliaulman adlı kişisel hesabı üzerinden “Part I” yazılı bir görsel paylaşım, beş ay sürecek bir performans yayınlamaya başlar. Önceden kurguladığı bir anlatı doğrultusunda Instagram’ı bir sahne olarak kullanan Ulman, sosyal medyada sıkça görülen kadın tiplerini (örneğin, güzellik takıntılı "şeker

bebek" ya da sağlıklı yaşam meraklısı influencer) canlandırarak sahte bir yaşam hikâyesi paylaşır. Sanatçının beş ay boyunca yaptığı tüm paylaşımlar kurmaca bir deneyim anlatısıdır ve burada bir dizi görsel arketip aracılığıyla kadın kimliğinin dönüşen temsillerini ifşa etmiştir. Gerçek yaşamına dair olduğu izlenimini veren gönderilerle “naif şehirli kız” imajıyla başlayıp zamanla "sugar baby", estetik operasyon geçiren influencer, düşüş ve rehabilitasyon sürecinden geçen bir figür gibi aşamalardan geçen sahte bir karakteri canlandığı bu kurgusal performansın kurmaca olduğunu izleyiciler ancak 5 ay sonra proje tamamlandığında öğrenir (Best, 2023, s.212-213). Bu çalışma, sosyal medyada inşa edilen kimliklerin ne kadar kolay manipüle edilebildiğini, görünürlüğün ne ölçüde performatif hale geldiğini, sosyal medya platformlarında teşhir edilen kadınlık temsillerini lüks tüketim, güzellik normları, estetik operasyonlar gibi görsel kodlar üzerinden sahte bir persona aracılığıyla yeniden üretirken amacı bu imgelerin sahteliğini gizlemek değil aksine göstere göstere ifşa etmektir

Dolayısıyla genel bir bakışla denebilir ki, dijital çağda bireyin kendilik deneyimi, artık yalnızca içsel bir farkındalık ya da estetik bir kendini sunma biçimi değil, aksine medya teknolojilerinin yönlendirdiği, tüketim kültürünün şekillendirdiği ve sosyal ilişkilerin denetlediği çok katmanlı, dinamik ve sürekli yeniden inşa edilen bir performans alanına dönüşmüştür. Bu bağlamda kendilik, artık bireyin içinden gelen sabit bir öz değil, görünürlük, etkileşim ve beğeni gibi dışsal ölçütlerle biçimlenen, gösteriye dayalı bir inşa süreci hâline gelmiştir. Selfie ise, bu dönüşümün görsel ve kültürel bir sembolü olarak, bireyin hem kendini gösterme arzusunu hem de denetim, temsiliyet ve kimlik üretimi gibi yapısal meseleleri içinde barındırmasıyla neredeyse dijital çağın kendilik anlatılarının merkezine yerleşmiştir. Byul-Chul Han'ın nicelenmiş kendilik eleştirisi ile Bourriaud'nun ilişkisel estetik yaklaşımı, çağdaş sanatın bu karmaşık yapıyı nasıl kavradığını ve dönüştürdüğünü anlamak açısından rehberlik etmektedir. Nitekim Han'ın nicelenmiş kendilik eleştirisi, dijital çağın bireyi sayılara indirgeyen, onu hem gözetleyen hem gözetlenen bir nesneye dönüştüren mekanizmalarına karşı felsefi bir itirazdır. Han, bu sürecin bireyin anlam arayışını ve etik yönelimini sekteye uğrattığını, gerçek benlik bilgisinin ise ancak anlatı yoluyla mümkün olabileceğini savunur (2024, s. 9-10).

Han, anlatıları geç modern toplumun temel bir sorunu olarak ele alır ve günümüzde anlatının krizini, büyük ölçüde anlatı temelli bir varoluştan enformasyon temelli bir varoluşa geçişin bir sonucu olarak, hayatlarımızda anlam, istikamet ve dayanak eksikliğiyle kendini gösteren bir

"anlatı boşluğu" yarattığını ifade eder¹³ (2024, s. 9-10). Han'ın anlatı krizine dair tespiti, Walter Benjamin'in düşünceleriyle de örtüşür. Benjamin, modern çağda deneyim aktarımının yerini bilgi ve enformasyona bıraktığını savunurken, Han da anlatının yerini enformasyonun almasıyla anlamın ve istikametinin yitirildiğini vurgular.

Benjamin, "Hikâye Anlatıcısı" metninde, modernitenin bireyde yarattığı en temel kayıplardan birinin "deneyim" olduğunu ve bu kaybın anlatı geleneğini çöküşe sürüklediğini vurgular (2012, s. 77-79). Ona göre hikâye anlatımı, yalnızca bireysel bir aktarım değil; toplumsal belleğin, yaşamın içsel bilgeliğiyle birlikte kuşaktan kuşağa iletildiği katmanlı bir deneyim biçimidir. Ancak modern çağda, hakikatin destansı niteliğinin ortadan kalkmasıyla birlikte, bu bilgelik de yok olmuş; deneyimin yerini yüzeysel bilgi ve enformasyon almıştır.

Benjamin, özellikle savaşların yıkımı ve teknolojik iletişimin hız kazanmasının, deneyimi değersizleştirdiğini ve bu sürecin anlatı geleneğini zayıflattığını vurgulamaktadır. Romanın yükselişi ve burjuva sınıfının gelişimiyle hızlanan bu dönüşümde, matbaanın yaygınlaşması ve kapitalizmin etkisiyle hikâye anlatıcılığı kolektif boyutunu yitirmiş ve yerine, anlık doğrulanabilirlik ve açıklık iddiası taşıyan enformasyon geçmiştir. Böylece roman, gazete ve benzeri yazılı kültür nesneleri, sözlü anlatıların aktardığı ortak deneyimi geri plana iterken, bireysel ve parçalı bilgiye dayalı bir anlatım biçimi egemen hâle gelmiştir (Benjamin, 2012, s. 77-82). Dolayısıyla Han Benjamin'in anlatının kaybına dair görüşlerini dijital çağda artan enformasyonla ilişkilendirip yeniden yorumlar ve bu süreci anlam yitimine bağlar.

Geleneksel anlatı biçimleri, bireyin içsel deneyimini zamansal bir bütünlük içinde ifade etmesine olanak tanırken; çağdaş dijital kültür, bu bütünlüğü kesintiye uğratan, parçalı ve hızla tüketilen görsel performanslara dayalı bir temsil rejimi üretmiştir. Bu bağlamda dijital platformlardaki "hikayeler" (stories), insanların bir zamanlar birbirlerine anlatılar aktarmak için toplandıkları ateşin yerini alan ekranlarda, bireyin kendini sergilediği ve öz-reklamını yaptığı yüzeysel sunum biçimlerine dönüşmüştür. Deneyime dayalı, derinlikli anlatı formlarının yerini; anlık, yüzeysel ve hızla tüketilen enformasyon alırken; sosyal medyada içerik üretmek, beğenmek ve paylaşmak anlatı krizini derinleştiren tüketim merkezli bir pratik haline gelmiştir.

¹³ Bu bağlamda selfie anlatı arayışının ve boşluğunun bir ifadesidir.

Çünkü kapitalizm, ürünlere duygular yükleyerek benzersiz deneyimler vadeder, hikayeler satarak hikâye anlatımı (storytelling) yoluyla aslında anlatıyı kendine mal eder ve sonuçta “enformasyon ve veri denizinde sürüklenirken, bir anlatı çapası ararız.” (Han, 2024, s. 11-12). Buysa 1990’larda Nicolas Bourriaud’un, “Sanayi-sonrası toplumlarımızda, şu an en acil olan bireylerin özgürleşmesi değil, insanlararası iletişimin, varoluşun ilişkisel boyutunun özgürleşmesidir.” düşüncesinin hala geçerliliğini koruduğunu göstermektedir (2005, s. 96). Bourriaud tarafından öne sürülen ilişkisel estetik (relational aesthetics) kavramı sanatın artık sadece bir nesne veya temsil alanı olmadığını, doğrudan insan etkileşimlerinin ve sosyal bağlamın bir parçası haline gelerek toplumsal bir deneme ve eleştiri alanı olarak konumlandığını ifade eder. Dolayısıyla ilişkisel estetik sanatın bireyler ve gruplar arasındaki ilişkileri keşfeden, üreten ve şekillendiren bir alan olduğunu vurgular (2005, s. 20-21). Bu bağlamda teknolojinin sanatçı için yalnızca ideolojik bir araç olarak değil, etkileri dikkate alınarak ele alınması durumunda anlam kazandığını ileri süren Bourriaud’a göre sanatın eleştirel işlevi, üretim koşullarını dışsal biçimde tanımlamak yerine, “sanatçının uyguladığı jestleri ve bu jestlerin doğurduğu toplumsal ilişkileri çözümlemeye yönelmesiyle mümkündür.” (Bourriaud, 2005, s. 109).

Sonuçta günümüzde öznenin kendini sunma/tasarlama biçimlerinden biri olmasıyla öne çıkan selfie, bir yandan klasik otoportre geleneğinin izlerini taşıyor gibi görünmekle birlikte, aslında çok daha karmaşık bir dönüşümün parçasıdır. Otoportre geleneğinde sanatçı kendi yüzü aracılığıyla aynı zamanda iç dünyasını ve zamanının ruhunu da yansıtırken, selfie dijital çağda benliğin estetik, teknolojik ve toplumsal kodlarla donanmış, şekillendirilmiş bir performans gösterisine dönüştüğünü gösterir. Bu dönüşüm sürecinin sanata yansımaları, bölüm kapsamında ele alınan çağdaş sanatçılarda olduğu gibi yalnızca biçimsel değil, kimlik, temsiliyet, gözetim, mahremiyet vb kavramlarla eleştirel bir bakışı da beraberinde getirmiştir. Sanatçılar selfie pratiğine sıradan bir eylem, yüzeysel bir ifade biçimi olarak yaklaşmamışlar, çeşitli kavramlar eşliğinde güncel bir sorun olarak ele almışlardır. Nitekim Benjamin’in ortaya koyduğu aura’nın kaybı meselesi, Bourriaud’nun "ilişkisel estetik" yaklaşımında yeni bir boyut kazanır. Sanat yapıtının kutsallığı veya özgünlüğü artık eserin kendisinden değil, izleyici topluluğunun eserle kurduğu etkileşimden ve ortaklaşa yarattığı geçici, ilişkisel ortamdan türemektedir (2005, s. 96-98). Bu anlayış, kendilik kavramının da artık sabit ve tekil bir öz olarak değil, izleyici ve toplumla etkileşim içinde sürekli yeniden şekillenen, çok katmanlı ve dinamik bir yapıya dönüştüğünü göstermektedir. Dolayısıyla çağdaş sanat bağlamında "kendilik", yalnızca bireysel

temsilin değil, aynı zamanda sosyopolitik ve teknolojik dinamiklerle örölü, çok katmanlı bir oluşum hâline gelmiştir. Günümüz sanatında selfie üzerinden kendilik kavramının estetik, teknolojik ve toplumsal boyutlarıyla yorumlaması ise, kimlik ve temsilin sınırlarını sorgulamak açısından yeni bir düşünsel ve sanatsal tartışma alanı açmaktadır.



SONUÇ

Bu çalışma, sanatta kendilik kavramını, çağdaş sanat ve dijital kültürün kesişiminde, özellikle otoportre ve selfie pratikleri üzerinden ele alarak 21. yüzyılda bireyin imgeler, nesneler ve teknolojilerle kurduğu ilişki biçimlerini çözümlemeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda, sanat tarihinden günümüze uzanan otoportre geleneğinin, dijital çağın görsel kültürü içinde selfie olgusuyla geçirdiği dönüşümün yalnızca estetik bir değişim değil, aynı zamanda bireyin kendilik deneyiminin yeniden yapılandırılmasına dair önemli bir gösterge olduğu ortaya konmuştur.

Rapor kapsamında, dijital çağda görsel kültürün -özellikle selfie pratiğinin- yükselişiyle birlikte insanın kendini tanımlama ve ifade etme biçimlerinde yaşanan köklü dönüşüm ele alınmıştır. Otoportre kavramının tarihsel kökenlerinden başlayarak, günümüzün sosyal medya merkezli temsil biçimlerine uzanan bu evrimsel süreç, görsel medya teknolojilerinin ve nesnelerin kimlik inşasındaki dönüştürücü rolü çerçevesinde incelenmiştir. Selfie, yalnızca bir görüntü üretim biçimi değil; bireyin kendilik deneyimini inşa ettiği, sunduğu ve yeniden dolaşıma soktuğu bir ifade alanı olarak değerlendirilmiştir.

Sanat tarihinde köklü bir yere sahip olan otoportre, selfie kültürünün etkisiyle biçimsel, kavramsal ve işlevsel olarak dönüşüme uğramış; benlik, kimlik ve varoluş anlayışlarında yeni sorgulama alanları yaratmıştır. Bu dönüşüm, kendiliği estetik, teknolojik ve toplumsal kodlarla kuşatılmış bir performansla dönüştürmekte; bireyin kendini tanımlama biçimini içsel deneyimden çok, dış dünyanın tepkileri (takipçi, beğeni, algoritmik görünürlük) üzerinden belirlemeye yönlendirmektedir. Böylece “nasıl görüldüğü”, “nasıl yaşadığı”ndan daha belirleyici hale gelirken; bireyler de sürekli üretim ve sergileme döngüsünün bir parçası hâline gelmektedir. Kendiliğin ilişkisel, geçici ve teknolojik olarak biçimlenen bir temsilden oluştuğu fikri, günümüz sanatında da yoğun biçimde işlenmektedir. Bu bağlamda çağdaş sanatta selfienin sosyal, kültürel ve teknolojik ilerleyişte bu sürecin hem sonucu hem de aracı olarak konumlanmakta olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak bu rapor, selfie kültürünün dijital çağda benlik ve kimlik kavrayışlarını nasıl dönüştürdüğünü ve bu dönüşümün sanatsal, kültürel ve felsefi yansımalarının neler olduğunu otoportre geleneği bağlamında incelemeyi hedeflemiştir. Selfie, geleneksel otoportreyle kurduğu tarihsel ilişkiyi sürdüren, fakat onu estetik ve teknolojik olarak yeniden biçimlendiren çağdaş bir ifade formudur. Öte yandan -müze selfileri örneğinde olduğu gibi- selfie kültürü sanat eserine bakan değil, kendini onunla birlikte konumlandıran bir görüş öznesine dönüşen

yeni izleyici formunu da görünür kılmıştır. Günümüz sanatında kendilik temsili, artık yalnızca bireysel içeriğe değil, toplumsal kodlara, medya mimarisine ve izleyici etkileşimine bağlı olarak şekillenmekte; bu dönüşüm, kimliğin yönetimi, temsil biçimleri ve özgünlük arayışı üzerine yeniden düşünmeyi zorunlu kılmaktadır.



KAYNAKÇA

Alao, Lola Christina. (2023). We Were Never Supposed To See Our Own Faces This Much. *Dased Digital*. Erişim: 27.12.2023 <https://www.dazeddigital.com/beauty/article/60860/1/we-were-never-supposed-to-see-our-faces-this-much-social-media-zoom>

Altunay, Alper. (2012). Kes-Kopyala-Yapıştır: Bir Sanat Yüzeyi Olarak Ekran. Deniz Yengin (Ed.). *Yeni Medya ve...* s.13-41. İstanbul: E yayınları.

Akyazı, Ayşenur. (2020). Sosyal Medyanın Şöhret Kültürüne Etkisi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 12 /3, s.251-274.

Amalia Ulman. Mükemmeliyetler ve Kusursuzluklar/ Excellences & Perfections. 2014. Erişim: 05.03.2025. <https://elephant.art/sunday-read-excellences-perfections/>

Anderson, Sonja. (2025). The ‘Mona Lisa’ Is Moving to a Room of Her Own at the Louvre. *Smithsonian Magazine*. Erişim: 29.03.2025 <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/the-mona-lisa-is-moving-to-a-room-of-her-own-at-the-louvre-180985930/>

ArtNews. (2017). Picasso Burada Öldü/ Aquí Murió Picasso. Erişim:27.04.2025. <https://www.artnews.com/art-news/news/picasso-corpse-sculpture-arco-madrid-eugenio-merino-1234658753/>

Balıkçioğlu, Betül. (2016). Benlik-İmajı Uyumunun Retoriği: Bana Ne Tükettiğini Söyle Sana Kim Olduğunu Söyleyeyim. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. 5/ 3, s. 537-553.

Baudrillard, Jean. (1997). *Tam Ekran*. (B. Gülmez, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Baudrillard, Jean. (2020). *Kötülüğün Şeffaflığı*. (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baumeister, Roy F. (2024). *İnsan Nasıl Kendisi Olur? B2020enlik Üzerine*. (O. Düz, Çev.). İstanbul: Albaraka Yayınları.

Benjamin, Walter. (2012). *Son Bakışta Aşk-Walter Benjamin'den Seçme Yazılar*. (Der: N. Gürbilek). İstanbul: Metis Yayınları.

Benjamin, Walter. (2023). *Teknik Olarak Yeniden Üretilebilirlik Çağında Sanat Eseri*. (O. Duman, Çev.). İstanbul: Can Yayınları.

- Berardi, Franco "Bifo". (2017). Benlik Mühendisliği. (A. Boren, Çev.). e-skop. Erişim:21.04.2024. e-skop.com/skopbulten/benlik-muhendisligi/3217
- Berger, John. (2009). *Görme Biçimleri*. (Y. Salman, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Berardi, Franco "Fifo". (2017). Benlik Mühendisliği. e-skop. Erişim:24.10.2023. <https://www.e-skop.com/skopbulten/benlik-muhendisligi/3217>
- Best, Susan. (2023). Instagram and the Diary: The Case of Amalia Ulman's Excellences & Perfections (2014). *Epistolary Entanglements in Film, Media and the Visual Arts*. Teri Higgins, Catherine Fowler (Ed.), s. 207 – 224. Amsterdam University Press. Erişim:27.03.2025 <https://doi.org/10.1017/9789048555116>
- Bonnet, M. Sabine. (2007). *Aynanın Tarihi*. (I. Yergüz, Çev.). Ankara: Dost Yayıncılık.
- Bourriaud, Nicolas. (2005). *İlişkisel Estetik*. (S. Özen, Çev.). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Carbon, C. Christian. (2017). "Universal Principles of Depicting Oneself across the Centuries: From Renaissance Self-Portraits to Selfie-Photographs". *Frontiers in Psychology*. 8:245. doi: 10.3389/fpsyg.2017.002452. Erişim: 11.05.2024. https://www.researchgate.net/publication/315367806_Universal_Principles_of_Depicting_Oneself_across_the_Centuries_From_Renaissance_Self-Portraits_to_Selfie-Photographs.
- Cassady, Daniel. (2023). Sculpture of Picasso's Corpse Draws Crowds at Madrid's Top Contemporary Art Fair. *ARTnews* <https://www.artnews.com/art-news/news/picasso-corpse-sculpture-arco-madrid-eugenio-merino-1234658753/> erişim:24.05.2024)
- Crary, Jonathan. (2015). *Gözlemcinin Teknikleri*. (E. Daldeniz, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Çakır, Mukadder. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Çiftçi, Volkan. (2018). Geçmişten Geleceğe Kendiliğe Bir Bakış: Özgünlük, Zaman ve Özgürlük. *MetaZihin*, 1 / 2, s. 195-210.
- David Bowen. (2023). Dış Kaynaklı Narsisizm/Outsourced Narcissism. Erişim: 08.02.2025. <http://www.josephneasegallery.com/exhibitions/catching-up-resurfacing?view=slider#3> <https://bit.ly/4kNgqcq>
- David Bowen/ @outsourced.Dış Kaynaklı Narsisizm/Outsourced Narcissism. 2023. Erişim: 08.02.2025. <https://www.instagram.com/p/CqdtZpuVYj/>

Debord, Guy. (1996). *Gösteri Toplumu*. (A. Ekmekçi, O. Taşkent, Çev.). İstanbul: Ayrıntı yayınları.

Dinhopl, A., Gretzel, U. ve Kozinets.R. (2017). Self in Art/Self As Art: Museum Selfies As Identity Work. *Frontiers in Psychology*. 2017/8 Erişim: 21.12.2023. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00731>

Ersöz, Selva. (2015). Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim. Özlem Oğuzhan (Ed.). *İletişimde Sosyal Medya- Sosyal Medyada Etkileşim*. s.111-130. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Fausing, Bent. (2014). Self-Media. The Self, the Face, the Media and the Selfies. Academia. Erişim:13.11.2022:

https://www.academia.edu/7988938/SELF_MEDIA_The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies_2014_

Foucault, M., Gutman, H.ve Hutton, P.H. (2001). *Kendini Bilmek*. (G. Çağalı Güven, Çev.). İstanbul: Om Yayınevi.

Foucault, Michel. (2001). *Kelimeler ve Şeyler*. (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Foucault, Michel. (2015). *Hapishanenin Doğuşu*. (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Foucault, Michel. (2020). *Eleştiri Nedir? Kendilik Kültürü*. (M. Erşen, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Foucault, Michel. (2018). *Hermenötiğin Kökeni*. (Ş. Ç. Solmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gordon, Marshall. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (O. Akınhay, D.Kömürcü, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Groys, Boris. (2008). The Obligation to Self-Design. *Eflux Journal*. 00.10/8. Erişim:24.02.2025 https://editor.e-flux-systems.com/files/68457_e-flux-journal-the-obligation-to-self-design.pdf

Groys, Boris. (2024). *Sanat Eserine Dönüşmek*. (F. Yazıcı, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Hall, James. (2016). *The Self-Portrait -A Cultural History*. UK: Thames&Hudson. ProQuest Ebook Central. Erişim:23.05.2023.
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/oxford/detail.action?docID=5878116>
- Hall, Stuart. (2017). *Temsil- Kültürel Temsiller ve Araştırma Uygulamaları*. (İ. Dündar, Çev.). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Han, Byung-Chul, (2017). *Şeffaflık Toplumu*. (H. Barışcan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, Byung- Chul. (2019). *Psikopolitika - Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*. (H. Barışcan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, Byung- Chul. (2020). *Güzeli Kurtarmak*. (K. Filiz Çev.). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Han, Byung-Chul. (2024). *Anlatının Krizi*. (E. Murat, Çev.). İstanbul: Ketebe Yayınları.
- Jenkins, Richard. (2016). *Sosyal Kimlik*. (G. Bostancı, Çev.). İstanbul: Everest Yayınları.
- Kellner, Douglas. (2001). Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası. (G. Seçkin, Çev.). *Doğu Batı*, 4 / 15, s. 187-220.
- Kohut, Heinz. (1998). *Kendiliğin Yeniden Yapılanması*. (O. Cebeci, Çev.). İstanbul: Metis yayınları.
- Leppert, Richard. (2009). *Sanatta Anlamın Görüntüsü -İmgelerin toplumsal İşlevi*. (İ. Türkmen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Manovich, Lev. (2014). *Yeni Medyanın Dili*. (A. E. Pilgir, Çev.). İstanbul: AA Kitap.
- Manovich, Lev. (2017). *Instagram and Contemporary Image*.
<https://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>
- Mansfield, Nick. (2006). *Öznellik – Freud’dan Haraway’e kendilik kuramları*. (H. Çetinkaya, R. Durmaz, Çev.). İzmir: Ara-lık yayınları.
- Niedzwiecki, Hal. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. (G. Gündüç, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- NyTimes. (t.y.). Louvre Müzesi’nden Görüntü. Erişim: 04.04.2025.
<https://www.nytimes.com/2018/04/27/arts/design/mona-lisa-instagram-art.html>
- Oğuzhan, Özlem. (2014). Selfie’nin Gösterdikleri: Öz’ü Çekerken Kendi’nin Başına Gelenler. Müge Demir (Ed.). *Yeni Medya Üzerine... Vol. 2*. s. 311-332. İstanbul: Literatür Yayınları.

Peraica, Ana. (2017). *Culture of the Selfie. Self-Representation in Contemporary Visual Culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. Erişim:18.05.2024 <http://dx.doi.org/10.25969/mediarep/19243>.

Public Delivery. (t.y.). Yayoi Kusama. Narkissos Bahçesi / Narcissus Garden. Erişim:7.11.2024. <https://publicdelivery.org/yayoi-kusama-narcissus/> Erişim:7.11.2024

Reznik, Eugene. (2013). Off Your Phone and On View: The National #Selfie Portrait Gallery. October 16, 2013 Erişim: 27.12.2023. [Timetime.com/3803252/off-your-phone-and-on-view-the-national-selfie-portrait-gallery/](http://timetime.com/3803252/off-your-phone-and-on-view-the-national-selfie-portrait-gallery/)

Rideal, Liz. (2018). “Warhol’s Dream: The Self Multiplied”. *500 Self Portraits*. (s.7-15) NY: Phaidon Press Limited.

Rozin, Daniel. (t.y.). What’s with the mirrors, Danny Rozin? *Adjacent*, Issue 1. NYU Tisch School of the Arts. <https://itp.nyu.edu/adjacent/issue-1/what-s-with-the-mirrors-danny-rozin/>

Saltz, Jerry. (2014). Art at Arm’s Length: A history of the selfie. Erişim: 02.11.2020. <https://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>

Sanatatak. (2018). Kusama’nın yeni selfie nesnesi: Narkissos Bahçesi. Erişim: 21.11. 2022 <https://www.sanatatak.com/kusamanin-yeni-selfie-nesnesi-narkissos-bahcesi/>

Sartori, Giovanni. (2006). *Görmenin İktidarı- Homo Videns: Gören İnsan*. (G. Batuş, B. Ulukan, ev.). İstanbul: Karakutu Yayınları.

Sontag, Susan. (2008). *Fotoğraf Üzerine*. (O. Akınhay, ev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Suler, J., ve Zakia, R. D. (2018). *Görme Biçimi Olarak Fotoğraf – Algılama ve Görüntüleme*. (T. Ayteş, ev.). Setenay Karaçay (Ed.). İstanbul: The Kitap Yayınları.

şener, Gülüm. (2013). Sosyal Medyanın Postmodern İzleri. C. Bilgili ve G. şener. (Ed.). *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu- II: Kültür, Kimlik, Siyaset*. s.5-14.İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.

Unixgallery. (2018). <https://www.unixgallery.com/artists/eugenio-merino/video/here-died-warhol>

Tate Modern. (t.y.). Yayoi Kusama: *Infinity Mirror Rooms*. Erişim:17.05.2025. <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/yayoi-kusama-infinity-mirror-rooms>.

TDK. Erişim: 01.05.2022. <https://sozluk.gov.tr/>

The Art Story. (t.y.). Yayoi Kusama. Erişim: 17.05.2025.
<https://www.theartstory.org/artist/kusama-yayoi/>

The Guardian. Erişim:21.11.2020 <https://www.theguardian.com/books/2013/nov/19/selfie-word-of-the-year-oed-olinguito-twerk>

The National Self Portrait Gallery. Erişim: 05.05.2025.
<https://www.nationalselfportraitgallery.co.uk/#details>.

Tifentale, A. ve Manovich, L. (2015). Selfiecity: Exploring Photography and Self-Fashioning in Social Media. 28.04.2024.
https://www.researchgate.net/publication/298519911_Selfiecity_Exploring_photography_and_self-fashioning_in_social_media

Time. (2006). Aralık sayısı kapağı. Erişim: 12.12.22.
<https://content.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html>

Timo Toots. Memopol III. 2018. Erişim: 23.11.2021. <https://www.timo.ee/>

Tura, Saffet Murat. (2000). *Günümüzde Psikoterapi*. İstanbul: Metis yayınları.

Unix Gallery. (2018). Warhol Burada Öldü /Here Died Warhol. Erişim:27.04.2025.
<https://www.unixgallery.com/artists/eugenio-merino?view=slider>

Wikipedia. (t.y.). Albrecht Dürer. Otoportre / Self-Portrait. Erişim:17.05.2024.
[https://en.wikipedia.org/wiki/Self-Portrait_\(D%C3%BCrer,_Munich\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Self-Portrait_(D%C3%BCrer,_Munich))

Wikipedia. (t.y.). Nedimeler / Las Meninas. Erişim:17. 11.2024.
[https://tr.wikipedia.org/wiki/Nedimeler_\(tablo\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Nedimeler_(tablo)).

EKLER

Ek-1 Makale Yayın Bilgisi

SANAT YAZILARI – MAYIS 2025 – SAYI 52– SAYFA 202-215 – ARAŞTIRMA MAKALESİ
DOI: <https://doi.org/10.61742/sanatyazilari.1618748>

SELFİE ÇAĞINDA OTOPORTREYE GÜNCEL BİR BAKIŞ: SELF - PORTRAIT AS A COFFEE-POT^{1,2}

Esra Kuruç

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Heykel Anasanat Dalı
Ankara / Türkiye

ORCID ID: 0000-0001-6143-6818

Öz: Günümüzde, popüler kültürden akademik alanlara kadar uzanan "kendini" temsil etme biçimlerindeki artış, yalnızca dijitalleşmenin sağladığı teknik araçlarla değil, aynı zamanda bu araçların toplumsal kullanımı ve algılanışıyla da şekillenmektedir. Özellikle selfie olgusu, çağdaş bir temsil biçimi olarak öne çıkan otoportrezel fotoğraf paylaşım kültürünü, duygu, düşünce ve görüşlerin paylaşımını bir kimlik performansına dönüştürerek selfieyi küresel çapta bir fenomen haline getirmiştir. Bu çalışmada, sosyal medyanın sunduğu olanaklar aracılığıyla görünürlük arayışına giren bireylerin motivasyonunu belirleyen pratikler doğrultusunda yeniden sorgulanmaya başlanan otoportre ve otobiyografi türlerinin değişen boyutları eser inceleme yöntemiyle ele alınmaktadır. William Kentridge'in *Self-Portrait As a Coffee-Pot* adlı belgeseli üzerinden yapılan inceleme otoportre, otobiyografik eylem, kavrayış, ifade ve sunum bağlamında incelenmekte olup; çağdaş kültür ekseninde otobiyografik ve otoportre kavramlarında ortaya çıkan öznelik ve özgünlük imkânı sorgulanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Selfie, Otoportre, Otobiyografi, Temsil, William Kentridge.

A CURRENT LOOK AT SELF-PORTRAIT IN THE SELFIE AGE: SELF PORTRAIT AS A COFFEE-POT

Abstract: Today, the increasing forms of self-representation, spanning from popular culture to academic domains, are shaped not only by the technical tools provided by digitalization but also by the social use and perception of these tools. In particular, the phenomenon of the selfie has turned the culture of sharing autobiographical photographs—emerging as a contemporary form of representation—into a performance of identity by integrating the sharing of emotions, thoughts, and opinions, thus transforming the selfie into a global phenomenon. This study examines the evolving dimensions of self-portraiture and autobiography, which have begun to be re-questioned in light of the practices determining the motivations of individuals seeking visibility through the opportunities provided by social media. These dimensions are analyzed through a work-based study method. The analysis of William Kentridge's documentary *Self-Portrait as a Coffee Pot* explores self-portraiture, autobiographical action, understanding, expression, and presentation, questioning the possibilities of subjectivity and originality that emerge within the concepts of autobiography and self-portraiture in the context of contemporary culture.

Keywords: Selfie, Self-Portrait, Autobiography, Representation, William Kentridge.

¹ Makalede Araştırma ve Yayın Etik'i'ne uyulmuştur.

² Bu makale "Sanatta Kendilik Kavramının Nesnelerle İlişkisi" başlıklı tez çalışması kapsamında üretilmiştir.

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesi'ne verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversite'ye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikrî mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin/raporumun tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalara (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin/Sanat Çalışması Raporunun kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin/sanat çalışması raporumun tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde/sanat çalışması raporumda yer alan, telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversite'ye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*** kapsamında tezim/sanat çalışması raporum aşağıda belirtilen haricinde YÖK Ulusal Tez Merkezi/ H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- ☐ Enstitü/ Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren yıl ertelenmiştir. (1)
- ☐ Enstitü/ Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay ertelenmiştir. (2)
- ☐ Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. (3)

21 / 07 / 2025

Esra KORUÇ

Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge

- (1) Madde 6.1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6.2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7.1. Ulusal çıkarılan veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü teziere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.
Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

Tez Danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.

ETİK BEYANI

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tez/Sanat  alışması Raporu Yazım Yönergesi'ne uygun olarak hazırladığım bu Tez/Sanat  alışması Raporunda,

- Tez/Sanat  alışması Raporu içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı bütün bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili esere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin bütününü kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- bu Tez/Sanat  alışması Raporunun herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir Tez/Sanat  alışması Raporu  alışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

21 / 07 / 2025

Esra KORUÇ

SANATTA YETERLİK SANAT ÇALIŞMASI RAPORU ORJİNALLİK RAPORU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ

Güzel Sanatlar Enstitüsü

Tez/Sanat Çalışması Raporu Başlığı: Sanatta Kendilik Kavramının Nesnelerle İlişkisi

Yukarıda başlığı verilen Tez/Sanat Çalışması Raporumun tamamı aşağıdaki filtreler kullanılarak Turnitin adlı intihal programı aracılığı ile Tez Danışmanım tarafından kontrol edilmiştir. Kontrol sonucunda aşağıdaki veriler elde edilmiştir:

Raporlama Tarihi	Sayfa Sayısı	Karakter Sayısı	Savunma Tarihi	Benzerlik Oranı (%)	Gönderim Numarası
18/07/2025	74	146,470	04/07/2025	%5	2716735985

Uygulanan filtreler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar dâhil
3. 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tez/Sanat Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

21 / 07 / 2025

Esra KORUÇ

Öğrenci No.: N18141086

Anasanat/Anabilim Dalı: Heykel Anasanat Dalı

Program (işaretleyiniz):

Yüksek Lisans	Sanatta Yeterlik	Doktora	Bütünleşik Doktora
	X		

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

Prof. Ayşe Sibel KEDİK

PROFICIENCY IN ART ART WORK REPORT ORIGINALITY REPORT

HACETTEPE UNIVERSITY

Institute of Fine Arts

Title : The Relationship Of The Concept Of Self With Objects In Art

The whole thesis/art work report is checked by my supervisor, using Turnitin plagiarism detection software taking into consideration the below mentioned filtering options. According to the originality report, obtained data are as follows.

Date Submitted	Page Count	Character Count	Date of Thesis Defence	Similarity Index (%)	Submission ID
18/07/2025	74	146,470	04/07/2025	%5	2716735985

Filtering options applied are:

1. Bibliography excluded
2. Quotes included
3. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read the Hacettepe University Institute of Fine Arts Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations, I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge. I respectfully submit this for approval.

21/07/2025

Esra KORUÇ

Student No.: N18141086

Department: Sculpture Department

Program/Degree (please mark):

Master's	Proficiency in Art	PhD	Joint Phd
	X		

SUPERVISOR APPROVAL

APPROVED

Prof. Ayşe Sibel KEDİK

