

## Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme

Ömer ALANKA\*

Aslıhan CEZİK\*\*

### Öz

Narsisizm fenomeninin ele alındığı bu çalışmada toplum, birey, kimlik, benlik gibi kavramların dijital uzamdaki değişimleri tartışılmaktadır. Günümüz dünyasının geisti olarak görülen narsisizm epidemisi küresel ölçekte artarken sanal ortam narsisizm kültürünün yaygınlaşmasında büyük ölçüde etkili olmaktadır. Çalışmanın anlam örgüsünün ilk bölümünü narsisizm olgusunun kadim anlam kodları ve analitik psikolojideki yeri oluştururken diğer bölümünde sanal dünyanın narsistik özellikleri üzerinde durulmaktadır. Narsisizm bireysel olmakla birlikte aynı zamanda kültürel bir olgudur. Bununla birlikte çalışmada narsisizm kültürünün yaygınlaşması çerçevesinde bir veba gibi yayılan kibir kavramı ele alınmaktadır. Narsisizmin yaygınlık kazanmasında büyük oranda etkili olduğu düşünülen medya ve yeni iletişim teknolojilerinin rolü göz önünde bulundurularak kavrama sosyal medyanın etkisi çerçevesinden bakılmaktadır. Çalışmada sosyal medyanın narsisizm epidemisinin yayılmasında oynadığı rolü ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda dünya genelinde en fazla takipçisi olan üç Instagram hesabı seçilmiştir. Amaçsal örneklem çerçevesinde seçilen fotoğraflar göstergebilimsel yöntemle analiz edilmekte ve sanal dünyanın narsistik ritüellerinin izleri sürülmektedir. Çalışmada, narsisizm bağlamında kendilik tapıncı, görüntünün ikonikleşmesi, erotizm ve bedenın süblime edilmesi gibi bulgulara ulaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Narsisizm, Instagram, Sosyal Medya, Göstergebilimsel Analiz.

Makale Geliş Tarihi : 31.03.2016

Makale Kabul Tarihi : 20.06.2016

\* Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Erzurum, Türkiye

\*\* Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Erzurum, Türkiye

## Digital Arrogance: An Analysis on Narcissistic Rituals in Social Media

Ömer ALANKA\*

Aslıhan CEZİK\*\*

### Abstract

In this study, discussed the phenomenon of narcissism, the changes at digital space of concepts such as society, individual and identity are discussed. With the narcissism epidemic as seen as today's world's geist mounting on a global scale; the virtual environment is largely effective on the spread of the culture of narcissism. The first part of this study is established on ancient meaning codes and the place on analytical psychology of phenomenon of narcissism, and it is focused on narcissistic features of virtual world on the other part. Narcissism is a cultural phenomenon as well as individual. In addition to this, the arrogance concept, spreading like plague, is discussed in the context of narcissism culture. The concept is evaluated within the scope of social media by taking the role of media and new communication technologies which are thought largely effective in acceleration of narcissism into account. The role of social media on rising of narcissism epidemic is revealed. In this regard, three Instagram account are selected which have most worldwide followers. The selected photos within the framework of sampling will be analyzed with semiotic methods, and narcissistic rituals of virtual world will be tracked. In this paper, that findings such self-worship, being iconic of the image, eroticism and sublimation of the body are reached.

**Keywords:** Narcissism, Instagram, Social Media, Semiotic Analysis

---

\* Assist. Prof., Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, Turkey

\*\* Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, Turkey

## 1. Giriş

Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte gündelik yaşamda birçok kırılma yaşanırken İnternet giderek yaşamlarımızın bir parçası hâline gelmekte ve dijital göçmen, dijital yerli gibi yeni sosyolojik alt gruplar da etkin toplumsal aktörler hâline gelmektedir. Gelişen Web 2.0 teknolojisiyle birlikte sanal iletişim interaktif bir boyut kazanmakta ve iletişim için gerekli olan aynı zamanda ve aynı yerde olma gerekliliği ortadan kalkmaktadır. Web 2.0 teknolojisiyle sosyal medya, günlük pratiklerimiz içerisinde rutin bir şekilde yer edinmektedir. Artık pek çok kişi sosyal medya kullanıcısıdır ve bu kişilerden çoğu günlük olarak bu platformlarda çevrim içi vakit geçirmekte, yazı, fotoğraf veya video paylaşabilmekte sanal arkadaşlarıyla iletişim kurabilmektedir. Sosyal medya kullanıcıları büyük bir enformasyon akımının içerisinde kalırken bilgi alıcısı konumlarından bilgi üreticisi konumuna da geçmektedir. İnternet kullanıcıları, yeni medyada hesap açarak bilgi veya görsel yayımlayabilmekte veya kişisel bloglarında makyaj yapımından yemek tariflerine kadar pek çok bilgi paylaşabilmekte, sözlük yazarı olarak enformasyon üretebilmektedir.

Sosyal medya, gerçek dünyayla kurduğumuz bağdan çok farklı bir uzamı temsil etmektedir. Sosyal medya fiziki dünyanın sınırlılıklarının ötesinde bir dünya yaratmakta ve zaman, hız, mekân gibi algılarda farklılaşmaktadır. Sanal dünya gerçek dünyanın erişemeyeceği denli hızlı ve geçicidir. Bunun sonucunda her şey anında eskimekte ve yenilenme gereği duymaktadır. Bu durum kullanıcıyı sürekli aktif tutarken bitmek tükenmek bilmeyen bir akışa bireyi dâhil etmektedir. Sanal uzamdaki birey, kimliğini kendisi oluşturmakta, hatalarını ve yanlışlarını gizleyebilmekte, fiziksel kusurlarını bir *photoshop* programı yardımıyla giderebilmektedir. Dijital ortamdaki birey, her şeyiyle mükemmeli temsil etmek isteyen, kendi algısında ne iyi ise onun varlık alanını kendisinde ortaya koymaya çalışandır.

Sosyal medya kanallarının çoğu benliği beslemekte ve kişilere kendi inandıkları veya olmak istedikleri sahte kendiliklerini yaratma imkânı sunmaktadır. Bu doğrultuda sosyal medyanın ontolojik açıdan narsisizmi besleyen bir yönünün olduğu söylenebilmektedir. Kibir kavramıyla da ilişkilendirebileceğimiz narsisizm Narkissos mitine dayanmakta ve kendi imgesine âşık olan mitolojik karakterin kendilik sevgisinin sorunlu durumuna işaret etmektedir. Narsisizm kültürü medya ve medya aracılığıyla pompalanan popüler kültür ve tüketim kültürü içinde yaygınlaşmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla yayılan kültür; şöhrete, paraya, güzelliğe önem vermekte ve bu değerleri tapınç nesnelere olarak kurgulamaktadır. Bununla birlikte çalışmanın konusunu oluşturan dijital medya ise pek çok açıdan narsisizm epidemisini beslemektedir. Tıpkı Ortaçağ veba salgınlarına benzer biçimde günümüz dünyasında narsisizm vebası toplumları etkilemektedir.

Sosyal medyada gerek takipçi sayısı, gerek ün gerekse kendini gösterme ve beden teşhiri gibi kişinin kendisini var etme çabasına denk düşen eylemler putlaştırılmaktadır. Sosyal medya ün, beden, güzellik, popülerlik gibi pek çok kavrama tapınma ayinlerinin gerçekleştirildiği bir mecraya dönüşmektedir. Öte yandan tarihsel perspektiften bakıldığında değişen birey algısı, özellikle modern dönemle birlikte mutlak gerçek olarak ortaya konulan akılcılık, birey, özne anlayışı ve post-modern dönemle birlikte tartıştığımız kimlik ve öteki olmak gibi kavramlar, günümüz bireyinin ortaya çıkışında etkindir. Geleneksel toplumun kolektif üyeliği sona ererken bireyler yalnızlaşmakta ve monadlaşmaktadır. Bu bağlamda monadikleşen bireyler, yalnızlık ve yabancılaşma hissiyatını sayısal arkadaşlıklarla gidermektedir. Böylelikle birey, başkalarına yabancılaştıkça yüzünü kendisine çevirerek kendilik idolünü yaratmaktadır. Gerek geleneksel kitle iletişim araçları gerek sosyal medya pek çok mekanizma aracılığıyla kişiye kendisinin değerli olduğunu ve kendisini sevmesi gerektiğini vazetmektedir. Bu bağlamda çalışmada, günümüz narsistik insanının koordinatları ortaya konularak narsisizm vebasının izleri sürülmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve: Narsisizmin Kuramsal Art Alanı

Narsisizm kavramı özseverlik veya kişinin kendi imgesine duyduğu aşk anlamına gelmekle birlikte, kavramın kökeni Yunan mitolojisindeki *Narkissos* mitine dayanmaktadır. Suya yansıyan görüntüsüne âşık, kendini seven ve bu anlamda kendine mahkûm olan *Narkissos*, narsistik olanın anlaşılmasında temel alınmaktadır. Narsistik olan kendine mahkûmdur, tıpkı pınarın başında kendisini seyre dalan *Narkissos* gibi, etrafındakileri görmez bu sebeple bencildir; narsist kişinin etrafındaki herkes yalnızca onun güzelliğini onaylamak için vardır. Narsisizmin en temel özelliği, kişinin benliğini abartılı bir şekilde olumlu görmesidir. Narsist kişiler öyle olmamalarına rağmen statü, zekâ, yaratıcılık ve güzellik olarak başkalarından çok daha iyi olduklarına inanmakta, kendilerini özel, öncelikli ve benzersiz olarak görmektedirler (Twenge ve Campbell, 2010: 44).

*Havelock Ellis* ilk kez 1898 yılında narsisizm kavramıyla *Narkissos* mitini ilişkilendirmiştir. Bir cinsel bilimci olan *Ellis*, kavramı bir cinsel sapkınlık durumunu ve aynı zamanda kadınlarda görülen kendine hayran olma durumuyla cinsellik duygusunun azalması gibi açıkça cinsel bir eylem içermeyen davranışları tanımlarken kullanmıştır. Narsisizm terimini 1899 yılında ilk kez psikiyatri alanına sokan *Paul Nacker*, kavramı kendi bedenine cinsel bir nesnenin bedenine davrandığı gibi davranan, kendi bedenine tam bir tatmin elde edene kadar bakan, dokunan, okşayan bir kişinin durumunu tanımlamak için kullanmıştır (Freud, 2012: 23). Daha genel bir deyişle analitik literatürde narsisizm: “1. Kişinin cinsel nesne olarak kendi bedenini seçtiği bir cinsel sapkınlık, 2. Genel olarak kendine olan aşkın herhangi

*bir formu olarak tanımlanır*” (Anlı, 2010: 7). Freud ise narsisizm terimini Ellis ve Nacke'den farklı olarak, her canlı varlıkta bir ölçüde bulunabilecek bir durum ve kişinin kendini koruma içgüdüsünden doğan bencilliğin libidonal bütünleştiricisi olarak görmektedir (Kocabıyık, 2014: 168). Freud iki farklı narsisizmden söz etmektedir; nesne seçiminden önce kişinin bir sevgi nesnesi olarak kendisini seçtiği bir durum olarak birincil narsisizm ve libidonun dış nesnelere çekilerek kendine-egoya yönelmesi olarak ikincil narsisizm. Freud, şizofreni ve *hipokondriya*<sup>1</sup> gibi psikolojik rahatsızlıkları ikincil narsisizmin sonucu olarak görmektedir (Anlı, 2010: 8-9). Bu noktada, birincil narsisizm çocuğun normal gelişim sürecinin bir parçasıyken ikincil narsisizm ise kişinin kendi bedenini bir nesne olarak seçip sevgisini kendisine yönelttiği ve narsistik kişilik bozukluğu olarak bilinen ikincil/patolojik narsisizmdir. Bu bağlamda narsistik kişilik bozukluğunun oluşum evresindeki temel noktanın nesne seçimi olduğu görülmektedir. Bir benzerin aracılığıyla kendi kendini sevmek Freud'un narsistik nesne seçimi olarak bahsettiği şeye işaret etmektedir ve Freud nesne sevgilerinin tümünün belirli bir oranda narsisizm içerdiğini belirtmektedir (Nasio, 2006: 81-82). *Heinz Kohut* ise narsistik bozukluğun temel nedenini teşhircilik, büyükenmecilik olarak tanımlamaz bundan ziyade kendilik yapısındaki temel kusur olarak ifade eder. Kohut kendilik yapısındaki sorunlu durumu, derin bir şekilde ihmal edilmiş olmak, değersizlik, kabullenilmeme hissi, düşük öz saygı, depresyon, güven açlığı gibi durumlarla tanımlamaktadır (Masterson, 2014: 29-30). Kohut kendilik hasarının ilk nedeni olarak ebeveynin çocuğun ihtiyaçlarına doğru yanıt vermemesiyle ilişkilendirmektedir. Kohut, psikoz ve sınırdaki durumlar ile narsistik kişilik bozukluğu olan vakalar arasındaki farklara dikkat çekmiştir. O, kendiliğin bozuklukları olarak beş duruma işaret eder. Bunlar: sınır durumlar, şizofreni, boş depresyon, narsistik kişilik bozukluğu, narsistik davranış bozukluğu. Bununla birlikte Kohut yalnızca narsistik kişilik ve davranış bozukluğunun analiz edilebileceğinden söz etmiştir (Anlı, 2010: 57-63). Heinz Kohut, *Kendiliğin Çözülmesi* (2004: 27) adlı kitabında narsistik kişilik bozukluğu, psikozlar ve sınırdaki durumlarla normaliteyi değerlendirmesini şöyle tablolastırmıştır:

<sup>1</sup> *Hipokondriya*: Halk dilinde hastalık hastalığı olarak adlandırılmaktadır.

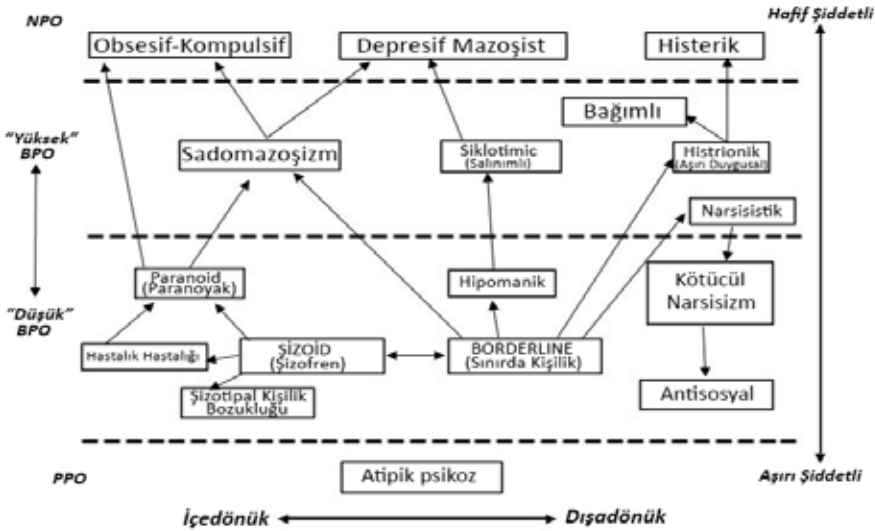
**Tablo 1.** Heinz Kohut'un Narsistik Kişilik Bozukluğu, Psikozlar ve Sınırdaki Durumlarla Normallik Değerlendirmesi

Büyüklenmeci kendilik alanında gelişme ve gerileme	Tümgüçlü nesne alanında gelişme ve gerileme	
1. Olumlu kendilik saygısının olgun biçimi, kendine güven	1. Başkalarına duyulan hayranlığın olgun biçimleri; heves duyma yetkisi	Normallik
2. Tekbenci ilgi çekme talepleri; büyüklenmeci kendilik aşaması	2. Güçlü nesneyle kaynaşma gereksinimi: idealleştirilmiş ebeveyn imagosu aşaması.	Narsistik Kişilik Bozuklukları
3. Büyüklenmeci kendilik çekirdeği (parçaları): hipokondriya.	3. İdealleştirilmiş tüm güçlü nesne çekirdeği (parçaları) bağlantısız mistik dinsel duygular; belirsiz huşu duyguları.	
4. Büyüklenmeci kendiliğin sanrılı yeniden kuruluşu: soğuk paranoid büyüklenmecilik.	4. Tümgüçlü nesnenin sanrılı yeniden kuruluşu: güçlü zulmedici, etkileyen makina.	Psikoz

Tablo 1'de yer alan kesintisiz ok, tedavi sürecinde narsistik kümelenmelerde oluşan salınımları; noktalı ok, bozukluklardaki iyileşme sürecinin yönünü; uzun okun noktalı ve kesintili kısmı psikoza doğru geri dönüşü olabilen gerilemenin derinliğini göstermektedir. Uzun okun kesintili kısmı ise psikoza doğru olan gerilemenin artık geri dönülemez olduğu dönemki derinliğini vurgulamaktadır. *James F. Masterson* narsistik kişilik bozukluğu olan kişilerin ayrılma-birleşme döneminden daha önceki bir döneme saplanmış olabileceğinin altını çizmektedir. Narsistik kişilik bozukluğunda ayrılma-birleşme döneminde bir sorun yaşandığı için narsistik kişi çocuksu büyüklenmeci ve tüm güçlü nesnelereyle bağını muhafaza etmektedir. Ona göre narsistik kişilik bozukluğu olanların anneleri soğuk ve sömürücü bireylerdir ve çocuklarını kendi kusursuzluk ihtiyaçlarını karşılayacak olan bir nesne olarak görmelerinden dolayı çocukların ayrılma-birleşme gereksinimlerini yok saymaktadırlar (Anlı, 2010: 71). *"Narsistik kişilik bozukluğu, yeniden yakınlaşma krizinin yaşandığı gelişim aşamasından öncesine saplanmış ve duraklamış olmalıdır"* (Masterson, 2014: 43). Borderline (sınır durum) ve narsistik kişilik bozukluğunu karşılaştırarak iki durum arasındaki farkları ortaya koymaya çalışan Masterson, narsistik kişilik bozukluğuyla ilgili çeşitli saptamalarda bulunmuştur. Ona göre narsistik kişilik bozukluğunun iç ruhsal yapısı büyüklenmeci kendilik, saldırgan ve kaynaşmış tüm güçlü nesne temsilinden oluşmaktadır. Diğer taraftan o, narsistik durumun kendilik ifadesinin tedavideki devamlılığı, büyüklenmeciliğin gücünü, ben-merkezci duruşu, kibri ve başka insanları önemsizleştirmeyi ortaya koyduğundan söz etmektedir. Narsist kişide zenginlik, güç, güzellik ve kusursuz-

luk çok önemlidir (Masterson, 2014: 44-45). Bununla birlikte kişiler arası bir düzlemde dayanılmaz bir gerçeklik durumuna karşı savunma amaçlı hakiki kendilik, ideal nesne ve ideal kendilik imgelerinin bütünleşmesiyle dış nesnelere ve nesne imgelerinin değersizleştirilerek yıkımı meydana gelmektedir. Bu sebeple narsistik kişilik bozukluğu gösteren hastalar dış nesnelere olan bağımlılığı inkâr etmekte ve kendi ideal kendilik imgeleriyle özdeşleşmektedirler (Kernberg, 2012: 202). Diğer bir taraftan Kernberg (2004: 15) narsizm ve diğer patolojik durumlar arasındaki bağlantıyı ve hastalıklar arasındaki çoklu ilişkiyi tanımlama girişiminde bulunmuştur. Aşağıdaki tablo kişilik bozukluklarının çoklu ilişkisini göstermektedir:

**Tablo 2.** Kernberg'in Kişilik Bozukluklarının Çoklu İlişkisi



Narsizmde 'self', yani 'benlik' kavramı abartılı bir şekilde öne çıkmaktadır. "Benlik, birinin varlığının çekirdeğindeki bir şey olarak düşünülebilir. Bazen birinin kimliğinin özü olarak da ifade edilir" (Hood, 2014: 139). Kimlik, psikolojik olarak kişinin kendisini o kişi olarak görüp ifade etmesi olarak tanımlanırken, kişinin kendisi hakkında sahip olduğu imaj, görüş, bilgi vb. temsilleri ifade etmektedir. Özetle kimlik, kişinin kendine bakışının bir ifadesidir (Bilgin, 2007: 78). Kişinin kendi üzerine düşünmesi veya kendilik bilinci, beni ikiye ayırmaktadır; düşünen ben ile kendisinin bir ben olduğu üzerine düşünen ben (Kocacıoğlu, 2014: 66). Kendimiz hakkındaki kavrayışımızın önemli bir bölümü sosyalizasyon sürecindeki etkileşimden doğmaktadır. Cooley'in belirttiği gibi bizim kendi benliğimiz hakkındaki bilgimizin bir bölümü sosyal referanstan –başka bir kişinin değerlendirmesinden– edinilmekte ve öz-saygımız diğerinin zihnine yüklediğimiz yargıyla ilişkili olarak

kendi tutumumuz tarafından belirlenmektedir. Bu perspektiften sosyal ben, ayna veya yansıma-ben olarak adlandırılmaktadır. *Newcomb* ve arkadaşlarına göre kişi benliğine bakışında; kendi dış görünüşü hakkındaki fikrini, bu fikirle ilgili olarak diğerinin değerlendirmesine ilişkin düşüncesini ve benliğine ilişkin hislerini temel almaktadır (Bilgin, 2007: 82). Bu düzlemde benliğin onaylanmasının büyük önem taşıdığı söylenebilir. Narsistik kişilerin kendisinde onayladığı, gördüğü ve çoğu zaman yanılığ içerisinde olduğu ben'inin bir diğeri tarafından onaylanmasına abartılı bir şekilde ihtiyaç duyduğunu belirtmek gerekir.

Freud, birincil ve ikincil narsisizm açıklamasında başlangıçta ben'e benzer bir birliğin olmadığından söz eder. Ona göre libidonun tatmininin ilk şekli *oto-erotizm*dir (bedenin kendi üzerindeki tatmini) ve bu Freud'un birincil narsisizminin özelliğini ortaya koymaktadır. Bu noktada kişi kendi bedenine yatırım yapar. Freud'un ikincil narsisizm diye söz ettiği ben narsisizmi ise nesnelere yapılan yatırımın ben yatırımına dönüştüğü bir durumu simgeler. O, ben'in gelişimini yalnızca birincil narsisizmden kopmak olarak görür, birincil narsisizmde, öteki kendisiydi fakat artık kendini yalnızca ötekinin vasıtasıyla duyumsayabilir. Genel olarak ifade etmek gerekirse narsisizm bir ben ve bir nesne imgesi içermektedir (Nasio, 2006: 77-83). Lacan, Freud'un narsisizm kuramını geliştirerek "ayna evresi" kuramını ortaya koyar. Ona göre insan, kendi dışındaki koşullar tarafından belirlenir ve insan doğduğu andan itibaren büyük bir kırılma yaşayarak kültürel olanın etkisi altına girer. Anneye bağımlı olarak yaşayan bebek, kendi bedenini ayrı ve bütünsel olarak algılayamaz; annenin varlığıyla bütünsel bir ilişki içerisinde. Bebeğin kendisini bir bütün olarak algılaması başka bir ifadeyle ötekiyle tanışması ayna evresiyle gerçekleşir. Ayna evresi bebeğin kendisini bir bütün olarak kavrama sürecidir. Narkissos mitinde, pınarda-aynada kendisini gören Narkissos kendi gerçekliğini fark eder ve kendi imgesine karşı aşk beslemeye başlar. Kendinin farkında olmayan Narkissos, o zamana kadar kendisine yabancı olan ben'i görür ve kendini yok eder. Ayna süreciyle önem kazanan öteki, ilişkilerin tümünde belirleyici bir konuma yükselmektedir. Öteki, ben'in kendini algıladığı, anladığı bir nesnedir. Burada ayna, yabancılaşma ve öteki problemine işaret eder; bu, ötekinin neden olduğu bir yabancılaşmadır. (Çoban, 2005: 284-287). Hem özsel hem de dışsal olana yabancılaşan narsist kişi için –özsel olan onun için artık bir nesnedir, dışsal olanın varlığı ise narsist kişinin kendi varlığı açısından, kendi 'mükemmelliğini' onaylayan bir araç olması bakımından önem taşır– öz nesneye dönüşmekte, nesne (öteki) ise mutlak varoluşu bakımından anlamsızlaşmaktadır. İnsanın eşya (diğer bir anlamda nesne) ile münasebeti kozmostaki yerini tayin etme açısından önem arz etmektedir. Narkissos'un trajik hikâyesinin sonunu hazırlayan, onun nesneyle bir anlamda kendiyi kurduğu problemliliğinin sonucudur.



Narsisizm kavramının tarihsel art alanına baktığımızda ilk olarak karşımıza dinler tarihinde de pek çok kıssayla kötü olarak tanımlanan kibir kavramı çıkmaktadır. Arapça *kbr* kökünden gelen *kibir* kelimesi kendini beğenme, kendini başkalarından üstün görme, benlik, büyülenme gibi anlamlara gelmektedir. Bu tanımdan yola çıkarak narsisizm kavramının özünde büyük bir kibirin yattığını görebiliriz. Semavi dinlerde kibir şeytana atfedilen bir özelliktir. Şeytan Tanrı karşısında kibir göstermiştir. Bununla birlikte pek çok dinî anlatıda kibir kavramıyla ilişkilendirilen kişilikler mevcuttur. Örneğin, dinler tarihinde serveti ve kendisiyle böbürlenene, Musa Peygamberin mucizelerine inanmayan *Firavun* ve *Karun*, İbrahim Peygamberi ateşe attıran zalim kral olarak bilinen *Nemrut* kendilerine gönderilen peygamberleri kabul etmeyerek kibre düşmüştür. Hristiyanlık inancına göre yedi ölümcül günah diğer bir ifadeyle yedi kardinal (kilisenin temel dayanağı) günah tanımlanmaktadır. Bunlar: *Superbia* (kibir), *Avaritia* (açgözlülük), *Luxuria* (şehvet düşkünlüğü), *Invidia* (kıskançlık, hasetlik), *Gula* (oburluk), *Ira* (öfke), *Acedia* (tembellik). Görüldüğü gibi Hristiyan teolojisine göre kibir yedi ölümcül günahın biridir. Luka'nın kaleme aldığı İncil'de önemli bir yere sahip olan *Pavlus*, Galatyalılara Mektubunda "*Kişi bir hiçken kendini bir şey sanırsa, kendini aldatmış olur,*" demekte ve kibirli olmanın olumsuzluğuna vurgu yapmaktadır. Ayrıca *Pavlus*, doğal benlik ve kutsal ruhtan bahsettiği bölümde benlik ve kibirden şöyle söz etmektedir:

Benliğin işleri bellidir. Bunlar fuhuş, pislik, sefahat, putperestlik, büyücülük, düşmanlık, çekişme, kıskançlık, öfke, bencil tutkular, ayrılıklar, bölünmeler, çekememezlik, sarhoşluk, çılgın eğlenceler ve benzeri şeylerdir. Sizi daha önce uyardığım gibi yine uyarıyorum, böyle davrananlar Tanrı Egemenliğini miras alamayacaklar. Ruh'un ürünü ise sevgi, sevinç, esenlik, sabır, şefkat, iyilik, bağlılık, yumuşak huyluluk ve özdenetimdir. Bu tür nitelikleri yasaklayan yasa yoktur. Mesih İsa'ya ait olanlar, doğal benliği, tutku ve arzularıyla birlikte çarmıha germişlerdir. Ruh sayesinde yaşıyorsak, Ruh'un izinde yürüelim. Boş yere övünen, birbirlerine meydan okuyan, birbirlerini kıskanan kişiler olmayalım (İncil, 2008: 357).

Kibir kavramına kötülük, diğer bir anlamda kötülüğün temsilcisi diyebileceğimiz şeytan adlandırması üzerinden bakmak, aynı zamanda kötülüklerin başlangıcının kibirden doğduğunu vurgulamak anlamını taşımaktadır. Kibir kendisi dışındakini kendisi kadar değerli görmemeyi beraberinde getirmektedir. Bu anlamda kendi imgesine âşık olan narsist, daha doğru bir anlamda kendisinin çarpık imgesine âşık olan narsist kişinin kibirinin kötülüğü getirdiğinden söz edilebilir. Bir narsist üstünlük imgesi yaratmak için bir nesneye, örneğin bir arabaya veya servete ihtiyaç duyabilir. Ayrıca en zayıf insan bile bir bombayla kendisini dünya üzerinde egemen güç olarak görebilir. Narsistlerin en belirgin özelliği, duygunun inkârıdır.

Onlar başkalarına karşı acımasız, sadist ve istismarcı davranabilmekte ayrıca diğerlerinin duygularına ve fedakârlıklarına karşı duyarsız olabilmektedirler. Aslında narsistler kendi duygularını inkâr ettiklerinden, başkalarının da duygularını inkâr ederler. Örneğin; çalışan kişileri sömüren yöneticiler, yaşlıları dolandıran sahtekârlar diğerlerini gerçek insan olarak görmezler (Lowen, 2013: 65-94). *Sabine Melchior-Bonnet*'in *Aynanın Tarihi* adlı eserine önsöz yazan *Jean Delumeau* yazısında Narkissos'un aynadan gelen yansımasına teslim olduğundan söz etmekte, aynanın bir tuzak olabileceğine aynı zamanda gözükme sanatını öğretebileceğine değinmekte ve ahlakçılara göre aynanın sefahati azdırdığından, duruma göre aynanın şeytani ve ölümü gizlediği veya gösterdiğiinden bahsetmektedir:

Bir ayna olduğunda, fantazmalar, korkular ve arzular dünyası ortaya çıkar. Vaize göre ayna büyücülerin, şeytanları kapattıkları bohçalarında bulunur; ama bu alet aynı zamanda her Hristiyan için tehlikeli bir alettir, çünkü 'çılgın bakışları' çeker kendisine. Lekesiz yüzeyinde kutsal modeli yansıtmadığında sinsi şeytanın insanları kandırmak için kullandığı yalan ve ayartma yeri olur. Hayalet ve şehvetli arzu: Ayna zihnin hayallerini ve tenin arzularını besler ve bunlar da sayısız alegorik günah figürasyonuna bağlıdır (Bonnet, 2007: 167-168).

Antik dönemde ayna, kâhinlerin ve büyücülerin aleti olarak bilinir ve ayna veya yansımaya yol açan parlak nesnelere inisiyasyon ayininde kullanılırdı. Aynı zamanda ayna büyü'nün bir nesnesi olarak görülürdü. Bununla birlikte Rönesans'la beraber şeytani bir aynaya hapsedmenin mümkün olduğuna kimse inanmaz fakat yine de parlak nesnelere büyü yapıldığına ilişkin söylemler devam eder. Diğer taraftan Hristiyanlıkta görmek veya kendi imgesini bilmek günah çerçevesinde ele alınmaktadır. Günahların çoğu ve kibir, görme eyleminden kaynaklanmaktadır. Ayna görme biçimlerinden biridir. Kibir insanı Tanrı'dan uzaklaştırır ve insan kendi efendisi durumuna gelir (Bonnet, 2007: 168-173). Ayrıca "*Aynanın karşısına geçişin, ben keşfi sürecini simgelediği sezgisini taşır Narkissos miti*" (Kocabıyık, 2014: 161).

Tarihsel sürece bakıldığında Ortaçağ'ın sonu ilan edilirken topluma ve insana bakış açısında köklü değişiklikler yaşanmıştır. "*Birey, kaderi üzerinde belirleyici rol oynayan geleneksel güçlerden sıyrılmaya 'Ben' demeye başlamaktadır*" (Bilgin, 2007: 7). Ben'in keşfi Rönesans resim sanatında da görülmektedir. Portre, Rönesans'la birlikte ele alınmıştır. Bunun yanında kutsal kişilerin portre örneklerinden uzaklaşıp daha çok gündelik yaşam modelleri kullanılmaya başlanmıştır. Rönesans resim sanatında sıklıkla görülen ayna, su gibi kişinin kendini yansıtan bir nesneyle resmedilmesi bir yanı sıra öznenin keşfi gibi görülmektedir. Avrupa'da Rönesans'la başlayan ve modernizmin temellerini atan bireyselcilik modern öznenin ortaya çıkışının habercisi olmuştur. Bu nedenle resimdeki kendilik yansıma-

sı aynı zamanda öznenin (Batılı özne) dünyanın merkezine kendisini koyması anlamına da gelmektedir. Nesne ve özne, ben ve öteki bizim nerede durduğumuz, kendimize ve ötekine nereden baktığımızla şekillenmekte, anlam bulmaktadır. Rönesans'la birlikte, Ortaçağ'ın karanlık, korkutucu kiliselerinin karşısında zayıf ve güçsüz hisseden insan, kendinin evrendeki yerini belirleyen akılcı insan olarak yeniden doğmuştur.

Toplumsal olanın yerini bireyin aldığı modern dönemde narsist kültürün yaygınlaşmasının ivme kazandığından söz etmek, oldukça haklı bir vurgu yapmak anlamını taşır. Narsist sürekli ben demekte ve kolektif olanla bağ kurmamaktadır. Bu anlamda cemaat toplumundan birey toplumuna geçiş, narsisizmin anlaşılması açısından oldukça önemlidir. Genel olarak günümüze bakıldığında egemen olan genel eğilimin dinî değil, sağaltıcı olduğu söylenebilir. İnsanlar, bu çağda kişisel kurtuluşun değil, gerçekte kısa süreli bir yanılısama olduğunu söyleyebileceğimiz, kendilerini sağlıklı ve mutlu aynı zamanda maddi ve ruhsal açıdan güvenlik içinde hissetmenin açlığı içindedir (Lasch, 2006: 28). Modern birey geleneksel yapıların sunduğu psikolojik desteklerden ve güven hissinden yoksun olduğu bir dünyada kendisini yalnız ve kaybolmuş hissetmektedir (Giddens, 2014: 52). Böylece narsisizm, modern dönemin yalnızlaşan bireyi için kurtuluş yoluna dönüşmektedir. Modernliğin en bariz özelliklerinden biri rasyonelleştirmedir. Deneyimlenen dünyanın sayılarla ölçülebilen, işlem ve yöntemlere indirgenen bir hâl aldığından söz edilebilir. Aydınlanma doğayı gizemden arındırmış (demistifikasyon) ve her türlü değeri metalaştırmıştır. Giddens patolojik bir olgu olarak narsisizmin metalaştırıcı etkisini şöyle dile getirmektedir:

Metalaştırıcı etkilerle ilişkili temel bir patolojik davranış tipi narsisizmdir. Lasch'ın bu konudaki tezi çok genel düzeyde geçerlidir. Kuşkusuz, narsisizmin özellikle kişilik gelişiminin çok derinlerinde yatan başka kaynakları da vardır. Ancak tüketimcilik bağlamında metalaşma temel değerler konusunda bir ölçü olarak dış görünüşü öne çıkarır ve benlik-gelişimi öncelikle kendini-gösterme çerçevesinde görülmeye başlandığında, narsist özellikler muhtemelen daha fazla öne çıkacaktır. Bununla beraber, bireyleşmenin de patolojik yanları vardır. Tüm benlik gelişimi diğerlerine uygun tepki verebilmeye bağlıdır; diğerlerinden tamamen 'farklı' olan birinin refleksif olarak tutarlı bir bireysel-kimlik geliştirme şansı yoktur. Aşırı bireyleşme büyüklük algılarıyla bağlantılıdır (Giddens, 2014: 251-252).

Postmodern dönemde ise modernitenin üst anlatıları (*meta-fiction*) önemi ni yitirirken modern felsefenin kavramları sorgulanmaya başlanmıştır. *Lyotard*, postmodernizmin kendisini, etkinlik merkezlerinin artmasında aynı zamanda toplumsal temsil ve etkinlik alanının tamamını yönetme arzusunadaki her anlamda bütünleştirici, birleştirici anlatının dağılmasında gösterdiğini vurgulamakta-

dır (Connor, 2015: 22). Modernizmin postmodernizme evrilme safhasında özel alanın dönüşümü kadar püritenlikten narsistik davranışlara geçişin de toplumu önemli oranda etkilediğini söylemek mümkündür (Clarke, 2003: 133). Bu bağlamda postmodernizmin bireyi, sürekli haz arayışı içerisinde. Kendisini tatmin yolları arar ve doyuma ulaşmaya çalışır. Bu anlamda postmodern toplumun kırılan narsist bireyinin yegâne ontolojik varlık kipinin tüketmek, hatta kendi varlığını da tüketmek olduğunu söylemek mümkündür. Böylelikle varlık sahası giderek tüketim nesnelerinin sınırlı alanına hapsedilmektedir.

### 3. Sosyal Medyada Narsistik Ritüeller

Teknolojik gelişmelerle birlikte kitle iletişimde oldukça büyük dönüşümler yaşanmıştır. Bu gelişmenin bir sonucu olan yeni medya, iletişime yeni bir yön, yeni bir boyut kazandırmış; iletişimi tek yönlü olmaktan ve kitleyi ise yalnızca izleyici olmaktan çıkarmıştır. İnsanlar Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformlarında hesap açıp profil oluşturarak sanal dünyanın birer vatandaşı olabilmekte ve bu yolla ötekini/diğerini takip etmekte, aynı zamanda takip edilmekte ve kendini sanal alanda tanıtabilmektedir. Dolayısıyla teknoloji hızla dönüşmekte, kitle ise medyatikleşmektedir. Daha genel olarak sosyal medyanın insanların yaşamlarına nüfuz ettiği söylenebilir. Sosyal medya araştırmalarında gerçekten dikkat edilmesi ve önem verilmesi gereken noktalardan biri sosyal medyayı gerçek ve sanal arasında; gerçekte yaşayan bireylerin anlık bir şekilde duygu, durum, düşüncelerini paylaştıkları ve kendilerini bir ayna gibi yansıttıkları bir toplum olarak görmenin mümkün olduğudur (Şener, 2013: 8-9). Dolayısıyla sosyal medya görünür olmanın ileri bir boyutunu bize sunmaktadır.

Tarihsel süreç içinde Avrupa'da modernitenin baskın hâle gelişi beraberinde dünyaya belli bir mesafeden bakma algısı yaratırken narsistik kişisel çıkar ve obsifleşen erkeklik kâr odaklı dünyaya geçişi de hızlandırmıştır (Pfohl, 2010: 71). Bu bağlamda yeni medya çağının kimlik kurgusunun alt metinlerinde Avrupa-merkezci bir yaklaşımın etkili olduğunu söylemek mümkündür. Bu kurguyu belirleyen temel parametrelerden bazıları voyorist eril bakış açısı ve narsist egosantrizmdir. Bu anlamda Facebook ya da MySpace sayfalarını düzenleme tecrübesiyle narsizmin kışkırtıldığı ileri sürülebilmektedir (Gere, 2008: 221). Öte yandan yeni medya içeriğinin giderek bir karakter sunumuna dönüştüğü görülmektedir. Sanal benlik oluşumunda cinsiyetçi söylem ve sosyal çevre etkili olurken itiraf blogları gibi sanal odalar dışil narsizmi açığa vurmaktadır (Alexander, 2011: 53).

Teknoloji ve sosyal medya bizi değiştirmektedir. İnternet ve sosyal medya aracılığıyla bizim kendimizi nasıl gördüğümüz, inançlarımız ve değerlerimiz, insanlarla kurduğumuz ilişki, bilgiyi nasıl edindiğimiz daha iyi veya daha kötü bir

şekilde değişmektedir (Groeschel, 2015: 18). Sosyal medyanın yaşamımızdaki rolü ve önemi giderek artmakta ve 3G teknolojisi olan bir cep telefonu ile SMS gönderme ve alma, fotoğraf çekme ve gönderme, haber kanallarına ulaşabilme, bloglarla iletişime geçebilme, hesap açarak Facebook ve Twitter bağlantısı yapabilmeyi yaygınlaştırdığının unutulmaması önemlidir (Tokgöz, 2013: 103). Artık gerçek ile sanal olanın birleştiği ve iç içe geçtiği bir dünya yaşanmaktadır. Sosyal medya, kişinin kendisini tanıttığı veya sunduğu, firmaların ürünlerini ve ismini tanıttığı böylece görünürlük kazandıkları bir kanaldır. Kişi sosyal medya kanalıyla ben buradayım demektedir ve bununla birlikte içinde yaşadığımız düzenin “bizi toplumla uyumlu hâle getirme çabası” doğrultusunda ‘ben en iyiyim, harikayım, kendimi seviyorum’ gibi söylemleriyle “uyumlaştırmaya” çalışılan birey, sosyal medya kanalına dâhil olmakta ve bu alandaki araçlar yoluyla kişinin narsistik yönü ortaya çıkmaktadır. Genel bir deyişle sosyal medya, araç ve ortam bakımında narsisizmi teşvik eden dinamikleri içerisinde barındırmaktadır;

2004 sonrası İnternet –bazılarının Web 2.0 dediği kullanıcı odaklı siteler– bugünün Vahşi Batı’sı. Silahşorluk yerine narsisizmi ödüllendiriyor. Web 2.0 ile kültürel narsisizm, narsistlerin kendilerini İnternet’te tanıtma arayışlarıyla ve aynı sitelerin daha mütevazı kişiler arasında bile narsisizmi teşvik etmesiyle, bir pekiştirici olarak işlev görüyor. MySpace (Benim Yerim) adı, hiç de tesadüf değil. YouTube’un sloganı ise “Kendini Yayınla”. Görmek ve görülmek, tercihen mümkün olduğu kadar çekici gözükmek nüansı ile Facebook (Yüz Kitabı), tam da yerinde bir isim. 2006 Aralık ayında, *Time* dergisi, Web 2.0’ın tanıtımı için Yılın Adamı olarak resmen “Sen”i –evet, seni– seçti... Derginin kapağında, kendinize bakıp işyerindeki berbat geçen gününüz hakkında bir blog yazdığınız ve e-Bay’den ikinci el bir tişört aldığınız için ne kadar önemli olduğunuzu düşünmenizi sağlayan tam boy bir ayna vardı (Twenge ve Campbell, 2010: 159-160).

Sosyal medya aracılığıyla kişi pek çok şeye tanık olmakla beraber yüz yüze olmasa da yoğun bir iletişim sürecinin içerisinde bulunmaktadır. Bir sosyal medya kullanıcısı bu iletişim süreci boyunca diğerlerini etkilemekte ve onlardan etkilenmektedir. Bu anlamda narsisizm epidemisinin sosyal medya kanalıyla yaygınlaştığı söylenebilir. Narsist kişiler sosyal paylaşım sitelerinde oldukça başarılı olurlar; çünkü sosyal medyanın yapısı, narsist kişinin kendini ortaya koyma ve beğendiği fotoğraflarını seçme, çok sayıda arkadaşına sahip olmak gibi eğilimlerini ödüllendirmektedir (Twenge ve Campbell, 2010: 163). Görmeyi, görünür olmanın ve göstermenin oldukça önemli olduğu bir çağda yaşamaktayız. Bir narsist için görmek istediği, görünür kılmak istediği ve göstermek istediği kendisidir. Narsist kişi bir pınar başında, bir ayna karşısında veya bir sosyal medya kanalında kendi varoluşunu hayranlıkla izler ve hayranlık duyduğu kendisi için başka hayranlar bulma

yoluna gider. Bununla birlikte “Gösteri, mutsuzluğun dingin merkezindeki yıkım ve korkuyla çevrili mutlu bir birleşme imajından başka bir şey değildir” (Debord, 2014: 61). Kişinin kendisini ortaya koyduğu ve “ben” ile ilerleyen sosyal medya platformları narsist kişilik özelliği taşımayanları dahi kendilik girdabının içerisine sürüklemektedir. Birçok kişi görünür olmak ve kendi hayat gösterisini paylaşmak için sosyal platformlarda zaman harcamaktadır. “Sosyal paylaşımın temelinde yatan şey kişisel bilgi değiş tokuşudur. Kullanıcılar, ‘kişisel yaşamlarının özel detaylarını açık etmekten’, ‘eksiksiz bilgi göndermekten’ ve ‘fotoğraf paylaşmaktan’ mutlu” (Bauman ve Lyon, 2013: 36). Geçmiş zaman panayırları bugünün sosyal medyasıdır. Çoğu zaman herkesin şenlik ve mutluluk içinde geçirdiği bu panayır zamanı, sosyal medyanın tükenmez yenilenme süreciyle devam etmektedir. Debord’un (2014: 42) dediği gibi “Gösteri, varoluş koşullarındaki pratik değişiklikler dâhilinde bilinçsizliğin korunmasıdır. Gösteri, kendi kendisinin ürünüdür ve kurallarını kendisi koyar: O bir sahte kutsaldır.” Dolayısıyla Debord’un kavramsallaştırmasından yola çıkarak yeni medya aracılığıyla artık bir gösteri toplumunda yaşadığından söz edilebilmektedir. Bu doğrultuda yeni medyanın bize dikizleme/röntgencilik (*voyeurism*) kültürünü doğrudan aşıladığını söylemek yanlış olmaz. Sosyal medya kullanıcıları aynı zamanda hem görülmek diğer bir deyişle dikizlenmek isterken aynı zamanda izlemekte/dikizlemektedir. “Dikizleme kültürü bir reality şovdur; YouTube, Twitter, Flickr, MySpace ve Facebook’tur” (Niedzwiecki, 2010: 8). Sosyal medyada hemen hemen herkes tıpkı bir narsist gibi hareket etmekte ve kendi kodları çerçevesinde sanal bir kendilik yaratmaktadır. Sosyal medya hesapları doğal veya olağan değil kişinin olmak istediği veya olduğunu düşündüğü bir gölge gibi gerçekten çok kendilik idealine yaslanmaktadır. Sennett (2013: 135), camın mimarideki sorunsalı üzerine eğilirken modern teknolojide cam levhayla görünürlük artsa da görünür kılınan dünyanın gerçekliğinin değeri azalmıştır, demekte ve bu durumu şöyle örneklendirmektedir; bürosunda oturan bir kişi ağacın rüzgârda sallanan görüntüsünü görür ama rüzgârın sesini duyamaz. Benzer biçimde dijital ortam gerçekliğin değerini düşürmektedir.

Dijital kültürle birlikte dilimize yeni sözcükler girmekte ve dijital uygulamalar gündelik yaşamda popüler hâle gelebilmektedir. Bunlardan biri de öz-çekim anlamına gelen *Selfie* çekimidir. *Selfie* bir oto-portre çekimidir, diğer bir deyişle oto-portrenin dijital temsilidir. Yüzün, duyguların ifade merkezi olması ve kendiliğin anlatılması açısından *selfie* çekiminin bu kadar popüler hâle gelmesi oldukça anlaşılırdır. “Portreler, tanım gereği, sadece sıfatları değil aynı zamanda da kimlikleri tesis ve idame edilmeye çalışılan belli birtakım insanlara ‘dair’dir” (Leppert, 2009: 211). Öz-çekim bir anlamda öz-portreyi içerimler; çünkü öz-portre temel itibarıyla kişinin kendisini resmetmesi anlamına gelmektedir. “Özportrenin birin-

*cil seyircisi bizzat kendi kendisini işleyen ressamdır: 'yaratılan' kendisini seyreden birisi olarak* (Leppert, 2009: 224). Bu perspektiften bakıldığında selfie çekimi doğrudan narsist kişinin tutumunu yansıtmaktadır. Fakat bu durumda temel nokta, neden herkes görünür olma çabası içerisinde sorusunun altında yatan sebeptir. Bu doğrultuda narsisizm kültürünün yaygınlaştığını söylemek yanlış olmamaktadır.

Günümüz insanı sürekli haz arayışı içerisinde ve narsisizm haz olgusuyla iç içe bir durumdadır. *"Hayatın cisimleşmesini sağlayan şey cinselliktir. Cinsel beden anlayışımız büyük ölçüde arzu tarafından belirlenir"* (Leppert, 2009: 300). Narsist kişiler beğenilmek ister ve beğenilme, takdir edilme vb. gibi durumlar dışında hayattan haz alamazlar. Burada bedenin teşhiri narsisizm bağlamında iki doğrultuda ele alınabilir. İlki kişinin kendi bedenini teşhir etme yoluyla beğenilme ve arzulanma isteği, ikincisi ise bedenin kendisinin doğrudan haz kaynağı olması durumudur. Gösteri toplumunun en büyük nesnesi olan beden, paylaşım platformlarında sanal metaya dönüşmektedir. Postmodern zamanın putu olarak beden, sosyal paylaşım sitelerinde sunulmaktadır. *Lakshmi Chaudry, Nation'da Web 2.0'in en büyük başarısı kendini önemli hissetme, beğenilme ve her şeyden önemlisi de görülme ihtiyacımızı istismar etmek oldu* demektedir (Twenge ve Campbell, 2010: 178). Bedenini teşhir etme arzusunda olan kişi, aynı zamanda beğenilme arzusundadır. Sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla kullanıcının fotoğraf veya videolarına yorum yapılabilmekte veya beğen butonu aracılığıyla duygu ve düşünceler dile getirilebilmektedir. Dolayısıyla bedenini teşhir eden kişi paylaşımıyla ilgili geri bildirim alabilmektedir. Sosyal medyada neyin veya kimin ne kadar çok beğenildiği popüler bir konudur. Ün arayışı ve ünlü olma arzusu narsistin tipik özelliklerindedir. Bununla birlikte yalnızca narsist olan ünlü olma arzusu gütmmez. *"YouTube'un kurucularından Chad Hurley'in de dediği gibi, "Herkesin aklının bir köşesinde yıldız olma arzusu vardır"* (Twenge ve Campbell, 2010: 178). Fakat buradaki temel nokta, kendilik anlayışıyla alakalıdır; bu kanallar kullanım ve araçları bakımından narsisizm kültürünü yaygınlaştıracak özelliklere sahiptir. Sosyal medya kanallarının adları incelendiğinde de görülebileceği gibi kendilik bilincini birçok açıdan dönüştürmekte, kişinin var olma ve ben deme süreci, sosyal medya kanalları nedeniyle perçinlenmektedir. *"Günümüzde birçok tarihî akım yalnızca sanatçılarda değil, sıradan erkek ve kadınlarda da artan bir kendilik bilinci dönüşü –arkadaşların ve yabancıların sürekli bakışları altında oynanan bir rol olarak kendilik duygusu– üretmede birleşiyor"* (Lasch, 2006: 150). Takipçi sayısı fazla olan kişiler sosyal medya ünlüleri olmakta ve fenomen olarak adlandırılmaktadırlar. Dolayısıyla takipçi veya arkadaş sayısının fazla olması yeni medyada oldukça önemlidir. Fakat buradaki temel nokta, takipçi veya arkadaş sayısının kişinin po-

püerliğini, başka bir deyişle, değerini belirlediğine ilişkin yargılardır. Bir sosyal medya kullanıcısı takip ettikleri ve takipçileri yoluyla veya paylaşımları aracılığıyla kendisine bir kimlik oluşturmakta ve sanal dünyaya ben buyum demektedir:

Fotoğraf ve video ağırlıklı içeriklerle bireylerin kendini tanımlama çabaları en yaygın pratik olarak göze çarpar. İmajlarla donatılmış, sıkıştırılmış sanal evrende, bu varoluş formunun öznesi, kendini ifade edebilmek, diğerlerinden ayırt edilebilmek, belirli bir toplumsal grupta anılmak gibi kimlik mücadelesini bu yolla telafi etmektedir (Uğurlu, 2013: 262).

Sosyal medya platformlarında nicelik çoğu zaman nitelikten çok daha önemlidir. Örneğin; pek çok yeni medya kullanıcısı için sahip olduğu arkadaş sayısı onların kim olduklarından daha önemlidir. Bu sebeple sosyal medyanın kullanımı bakımından narsistik davranışlar içerimlediğini söyleyebiliriz. Sosyal medya kullanıcıları açısından “*Daha çok sayıda arkadaşına sahip olmak, bir statü sembolüdür ve MySpace’te ya da Facebook’ta yalnızca beş arkadaşının olması utanç vericidir*” (Twenge ve Campbell, 2010: 164). Dolayısıyla sosyal medyada birey oldukça farklı bir psiko-sosyal davranış geliştirmekte gerçek hayattan uzak sanal bir uzamın kurallarını merkez almaktadır.

#### 4. Yöntem

Dünya genelinde 2016 Mart ayı itibarıyla evren olarak en çok takipçisi olan on Instagram hesabı (<https://www.instagram.com/instaticwp/>) belirlenmekte ve bunların içerisinde basit rastlantısal örneklem (*simple random sampling*) metoduyla Kim Kardashian, Selena Gomez ve Taylor Swift’in fotoğrafları ele alınmaktadır. Reality showlarıyla bilinen Kim Kardashian Amerikalı bir magazin yıldızıdır, Selena Gomez ve Taylor Swift ise Amerikalı şarkıcı ve oyuncudur. Çalışmada fotoğrafları analiz edilecek olan bu kişiler, popüler kültürün bir parçasıdır ve bu bağlamda popüler kültür gelenekleri sosyal medyada da devam etmektedir. Veriler çevrimiçi bağlantıyla bir sosyal paylaşım ağı olan Instagram’dan elde edilmektedir. Analiz yöntemi olarak göstergebilimsel çözümleme kullanılmakta ve psikolojik alt okumalar yapılmaktadır. Göstergebilimsel analiz Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Ogden ve Richards, Charles Morris, Roland Barthes gibi kuramcılar ekseninde şekillenmiştir. F. Saussure ve C.S. Pierce tarafından geliştirilen göstergebilimsel çözümleme öncelikle dil yapısı üzerine yoğunlaşmıştır. Göstergebilimsel analiz çerçevesinde analiz edilecek olan tüm işaretler sistematik bir şekilde ele alınmakta ve incelenmektedir. Göstergebilimsel analiz için göstergenin kendisinin ne olduğu, göstergenin düzenlendiği kodlar veya sistemler, kodlar ve göstergelerin işlendiği kültürün anlaşılması gerekmektedir (Ünal, 2014: 1-2). Bununla birlikte göstergebilimsel analiz çeşitli kuramcılarla değişiklik gösterebilir.



mekle birlikte göstergebilimin en temel unsurları 'gösterge, gösterilen ve gösteren'dir. Göstergebilimsel süreçte gösterenin ideolojik boyutlarını düz anlam ve yan anlam oluşturmaktadır. Fotoğraflarda alt metin olarak psikanalitik okuma uygulanmakta ve böylece fotoğraflardaki narsistik unsurlar tespit edilmektedir. Çalışma kapsamında analiz edilen fotoğraflar düz anlam, yan anlam ve narsistik anlam düzlemlerinde incelenmekte ve sistematik bir şekilde tablolştırılmaktadır.

## 5. Analizler ve Bulgular

### 5.1. Kim Kardashian Fotoğraf Analizi



Gösteren Düz Anlam	Gösterilen Yan Anlam	Narsistik Anlam
Avatar	Sanal ben	Narsistik ben'in virtüelleşmesi
Emoji	Duygusal ifadeler	Ben'in sanal ifadeleri
Figürasyonlar	Egonun dışavurumu	Kendiliğin sublimasyonu
Beden teşhiri	Cinsellik	Oto-erotizmin sanal-gerçekliği
Beden dili ifadeleri	Erotizm	Narsistik beden fetişizmi

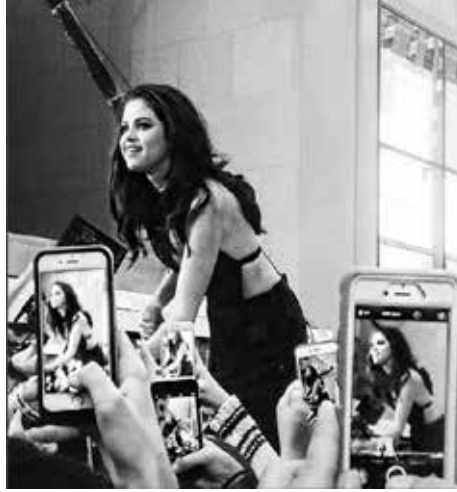
#### Şekil 1. Fotoğraf 1'in Göstergebilim Şeması

([https://www.instagram.com/p/\\_nMgRfuS1o/?taken-by=kimkardashian](https://www.instagram.com/p/_nMgRfuS1o/?taken-by=kimkardashian))

Analiz edilen fotoğrafta Kim Kardashian'ın farklı emojileri yer alırken bu emojiler bedeninin virtüel alana taşınmasıyla ego transandantal bir düzleme taşınmaktadır. Fotoğraftaki yüz ve beden ifadeleri, sakız, kep, şeytan boynuzu, melek halesi, saç ve beden şekilleri, egonun sanal gerçeklikte yeniden inşa edilmelerinin

birer gösterenine gönderme yapmaktadır. Bedenin avatarlaşıp erotizm ve cinsellik çağrışımlarıyla örülmesi, göstergeler düzleminde oto-erotizmi ve narsistik ruh hâlini yansıtmaktadır. Göstergeler beden fetişizmi ve erotizm sarmalının virtüel alana taşınıp aşkın bir anlam dizgesi yaratmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda gösterenler dizgesindeki sakız, şeytan boynuzu ya da kalça ve göğüs gösterenleri cinselliğin narsistik etkisine gönderme yapmaktadır. Kendine (*self*) ve kendi bedenine (*fresh*) gönderme yapan nesnelere ve ifadeler oto-erotik anlamlara ve kendinin yüceltilmesine (*sublimasyon*) sebebiyet vermektedir. Bu anlamda analize konu olan fotoğraftaki göstergeler ve bu göstergeler dizgesi narsistik kişilik bozukluğunu açığa vurmaktadır.

## 5.2. Selena Gomez Fotoğraf Analizi



Gösteren Düz Anlam	Gösterilen Yananlam	Narsistik Anlam
Akıllı telefon	Birden fazla fotoğraf	Kendilik tapıncı
Kamera	Gomez'in görüntüleri	Görüntünün ikonikleşmesi
Yarı çıplak beden	Erotik beden	Erotizm ve bedenin süblime edilmesi
Fanlar	Şöhret	Narsistik anlam vurgusu

### Şekil 2. Fotoğraf 2'nin Göstergebilim Şeması

(<https://www.instagram.com/p/9Cl0CM0jCo/?taken-by=selenagomez&hl=tr>)

Selena Gomez'in fotoğrafı göstergebilimsel yöntemle analiz edildiğinde akıllı telefon, kamera, yarı çıplak beden, fanlar gibi gösterenler, yan anlamsal açıdan iç içe geçmiş fotoğraflar aracılığıyla kişinin birden fazla temsili, erotik beden ve ün gibi yan anlamsal perspektiflerden okunabilmektedir. Fotoğraf kendilik tapıncı,

görüntünün ikonik bir hâl alması, erotizm ve bedenın süblime edilmesi ve tüm bunlarla beraber narsistik vurgunun fotoğrafın geneline sirayet etmesi bağlamında narsistik olanın anlaşılmasının bir mikro örneğini sunmaktadır. Beden teşhiri, erotizm, haz gibi kavramlar narsizmle doğrudan bağlantılıdır. Narsistik olan, şöhret ve ün arayışı içerisinde. Bununla birlikte iç içe geçmiş fotoğraflar bir yandan şöhrete vurgu yapmakta diğer taraftan Narkissos'un aynasını, kendilik sevgisini dolayısıyla kibrin bir boyutunu ortaya koymaktadır. Narkissos mitine dayanan narsizm kavramsallaştırması kişinin kendisine yönelttiği aşırı sevgi çerçevesinde değerlendirilmekte ve bu bağlamda Gomez'in fotoğrafı, Narkissos'un nehirde kendi imgesine âşık olmasının mitolojik kökenine gönderme yapmaktadır.

### 5.3. Taylor Swift Fotoğraf Analizi



Gösteren Düz Anlam	Gösterilen Yan Anlam	Narsistik Anlam
Erotik vücut	Cinsel çağrışımlar	Oto-erotik anlamlar
Bedenin duruşu	Bedenin yüceltilmesi	Egonun süblime edilmesi
Arkadaki kalabalıklar	Şöhret kültürü	Kendiliğin yüceltilmesi
Dikey mimariler	Şatafat	Apollonik güç vurgusu

**Şekil 3.** Fotoğraf 3'ün Göstergebilim Şeması

(<https://www.instagram.com/p/uyKTWVjvDr/?taken-by=taylorswift&hl=tr>)

Taylor Swift'in fotoğrafı göstergebilimsel açıdan ele alındığında narsistin kendisi dışındaki bir başkasını diğer bir deyişle ötekini değersiz görmesi gösterenin narsistik alt okumasında görülmektedir. Narsist için kendisi dışındakiler yalnızca onun mükemmelliğini izleyenler ve ona hayranlığını dile getirdiği sürece anlam ifade edenlerdir. Bu fotoğrafta diğer insanlar fon olarak kullanılmıştır. Taylor Swift'in fotoğrafı narsistik açıdan ben'in ve gücün bir tipolojisini sunmaktadır. Narsizmde 'self' yani 'benlik' kavramı abartılı bir şekilde öne çıkmaktadır. Fotoğrafın perspektifi açısından Taylor'un oldukça büyük, diğerlerinin ise oldukça küçük görüntüsü bununla birlikte sahnedeki/yüksek bir yerdeki duruşu, mekânın

mimarisi ve sırtını kalabalığa dönerek ellerini açması gücün ve ben'in büyüklenmeci diğer bir deyişle narsistik yönünü vurgulamaktadır. Beden, Taylor'ın duruşu ve fotoğrafın arka planı aracılığıyla yüceltilmiştir. Özetle kendilik sevgisi ve ego-santrik bakış narsistik anlamda fotoğrafın anlamsal merkezinde yer almaktadır. Fotoğraf narsistin ego tapıncı anlayışını belirgin kılmaktadır.

## 6. Sonuç

Cemaatin yerini bireyin alması, birey kavramıyla birlikte ben söyleminin yaygınlık kazanması ve giderek bireyselleşen toplumda narsisizmin yayılması hatta narsisizm kültüründen söz ediliyor olması toplumsal ve tarihsel dinamiklerden ayrı tutulmamalıdır. Modernleşme süreciyle insanın biricikliğinin önem kazanması, öte yandan postmodern dünyanın fragmantal yapısı ve üst anlatıların önemini yitirmesi gibi değişimler bireyi toplumdan izole etmiş ve yalnızlaştırmıştır. Tüm bu tarihsel dönüşümler narsisizm kültürünün yaygınlaşmasının önünü açmıştır. Çalışmada mitik, kültürel, dinsel ve psikanalitik düzlemde çok katmanlı olarak ele alınan narsisizm olgusu kanonik metinlerden günümüz medya çağına değin farklı şekillerle devam edegelmiştir. Ayrıca psikotik bir durum olarak narsisizm olgusu iki temel sınıfa ayrılmıştır; bunların ilki klinik bir vaka olarak tanımlanabilecek olan narsistik kişilik bozukluğu, diğeri ise kitle iletişim araçları gibi pek çok araç ve sistem tarafından yayıldığı öne sürebileğimiz narsistik kişiliktir. Psikanalitik literatürde narsisizm kavramının iki farklı türde ele alındığı görülmektedir. Bunlardan ilki çocuğun gelişim sürecinde doğal bir aşama olarak görülen ve geçici olduğu düşünülen birincil/normal narsisizmdir. Bir diğeri ise çocuğun gelişim döneminde yaşanan olumsuz bir durum sonucu (bu durum araştırmacılar tarafından çoğunlukla ebeveyn tutumuyla ilişkilendirilmiştir) gerçekleşen ve kişinin ileriki yaşamında olumsuz sonuçlara sebep olan ikincil/patolojik narsisizmdir. Narsisizm kavramının en temel özelliği benlik duygusunun aşırı abartılmış bir boyutta yaşanmasıdır. Bu durum sosyal medyada gözlemlenmektedir. Narsistik bir kişi için diğerleri onun güzelliğini, başarısını, zekâsını vb. onaylayandır. Narsistin diğeri/öteki ile kurduğu ilişki yalnızca kendilik değeri çerçevesindedir. Instagram fenomenlerinin abartılı ve benmerkezli (*egocentric*) edimleri de bu durumun bir yansımasına dönüşmektedir.

Bir sosyal paylaşım ağı olan sosyal medya kanalları günümüz insanının yaşamında oldukça önemli bir yer edinmiştir. Web 2.0 teknoloji vasıtasıyla etkileşimin ve paylaşımın arttığı sanal dünya yüz yüze iletişimin gerekliliğini ortadan kaldırmıştır. Ayrıca sosyal medya insana, kişinin kendisini istediği gibi tanımlayacağı yeni bir kimlik yaratabileceği bir ortam ve izlenebileceği bir podyum sunmaktadır. Bu anlamda her gün kullanıcı sayısını arttıran sosyal medya sitelerinin etkilerinin

tartışılması oldukça elzemdir. Sosyal medya bireyi pek çok anlamda etkilemekle birlikte narsisizm kültürünün yayılmasında etkili olmaktadır. Çalışmada ele alınan sosyal medyadaki narsistik semptomlar, narsisizmin yeni medya araçları yoluyla veba mikrobu gibi bulaştığını ortaya koymaktadır. Sosyal bir paylaşım sitesi olan Instagram bir yandan narsistik semptomların anlaşılması öte yandan görsel kültürün gözmerkezci (*ocularcentric*) anlam inşa etme yönünü göstermesi açısından önem taşımaktadır. Gözmerkezci toplumun oto-erotizm, beden teşhirciliği, erotik nesne kullanımı, tanrısallığa öykünme, gücün psikotik çağrışımları beraberinde güç, para, şöhret, beden, cinsellik gibi kendi fetişistik değerlerini de yaratmaktadır. Görmenin aşırılığını sunan yeni medya böylelikle egosantrik bireyin koordinatlarını da vermektedir.

### Kaynakça

- Alexander, B. (2011). *The New Digital Storytelling: Creating Narratives With New Media*. Santa Barbara: Praeger.
- Anlı, İ. (2010). *Psikanalizde Narsisizm*. İstanbul: Nobel Tıp Kitabevleri.
- Bauman, Z., Lyon, D. (2013). *Akışkan Gözetim*. (Çev. Elçin Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. İzmir: Aşınakitaplar.
- Bonnet, S. (2007). *Aynanın Tarihi*. (Çev. İsmail Yerguz). Ankara: Dost Kitabevi.
- Clarke, D. B. (2003). *The Consumer Society and the Postmodern City*. USA: Routledge Pub.
- Connor, S. (2015). Postmodernist Kültür. (Çev. : Doğan Şahiner). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Çoban, B. (2005). "Aynalar Şövalyesi ya da Bilinçdışının Kaşifi Lacan". Nurdoğan Rigel (Ed.), *Kadife Karanlık* (ss. 277-291) içinde. İstanbul: Su Yayınları.
- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu*. (Çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Freud, S. (2012). *Narsizm Üzerine Schreber Vakası*. (Çev. Banu Büyükkal, Saffet Murat Tura). İstanbul: Metis Yayınları.
- Gere, C. (2008). *Digital Culture*. UK: Reaktion Books Ltd.
- Giddens, A. (2014). *Modernite ve Bireysel-Kimlik*. (Çev. Ümit Tatlıcan). İstanbul: Say Yayınları.
- Groeschel, C. (2015). *# Struggels: Following Jesus in a Selfie-Centered World*. Michigan: Zondervan.
- Hood, B. (2014). *Benlik Yanılsaması*. (Çev. Eyüphan Özdemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İncil. (2008). İstanbul: Zirve Yayıncılık.
- Kernberg, O. (2004). *Aggressivity, Narcissism, and Self-Destructiveness in the Psychotherapeutic Relationship*. New Haven and London: Yale University press.
- Kernberg, O. (2012). *Sınır Durumlar ve Patolojik Narsisizm*. (Çev. Mustafa Atakay). İstanbul: Metis
- Kocabıyık, E. (2014). *Aynadaki Narkissos Herşey ve Hiçbirşey Olarak Yüz*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

- Kohut, H. (2004). *Kendiliğin Çözülmesi*. (Çev. Cem Atbaşoğlu, Banu Büyükkal, Cüneyt İşcan).
- İstanbul: Metis Yayınları. (1971).
- Lasch, C. (2006). *Narsisizm Kültürü*. (Çev. :Suzan Öztürk, Ü. Hüsrev Yolsal). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları. (1979).
- Leppert, R. (2009). *Sanatta Anlamın Görüntüsü*. (Çev. İsmail Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Lowen, A. (2013). *Narsisizm Gerçek Benliğin İnkarı*. (Çev. Tamer Çetin). İstanbul: Cem Yayınevi. (2013).
- Masterson, J.F. (2014). *Narsistik ve Borderline Kişilik Bozuklukları*. (Çev. Berat Açıl). İstanbul: Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları. (1976).
- Nasio, J.D. (2006). *Psikanalizin Yedi Temel Kavramı*. (Çev. Özge Erşen, Murat Erşen). Ankara: İmge Kitabevi. (1988).
- Niedzwiescki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. (Çev. Gökçe Gündüç). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (2009).
- Pfohl, S. (2010). "Digital Magic, Cybernetic Sorcery: On the Cultural Politics of Fascination and Fear". Arthur and Marilouise Kroker (Ed.), *Code Drift Essays in Critical Digital Studies* (ss.52-81) içinde. Canada: CTheory Books.
- Sennett, R. (2013). *Gözün Vicdanı*. (Çev. Süha Sertabiboğlu ve Can Kurultay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (1992).
- Şener, G. (2013) "Giriş". Can Bilgili ve Gülüm Şener (Ed.), *Kültür, Kimlik, Siyaset* (ss.5-12) içinde. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Tokgöz, O. (2013). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi Yayıncılık.
- Twenge, J.M., Campbell, W.K. (2010). *Asrın Vebası: Narsisizm İleti*. (Çev. Özlem Korkmaz). İstanbul: Kaknüs Yayınları. (2009).
- Uğurlu, Ö. (2013). "Gündelik Hayatın Sosyal Ağlar Üzerinden Kodlanması". Can Bilgili ve Gülüm Şener (Ed.), *Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler* (ss.255-279) içinde. İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Ünal, S. (2014). *Göstergebilimsel Açından Sembolik Tüketim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [https://www.instagram.com/p/\\_nMgRfuS1o/?taken-by=kimkardashian](https://www.instagram.com/p/_nMgRfuS1o/?taken-by=kimkardashian)
- <https://www.instagram.com/p/9ClOCMOjCo/?taken-by=selenagomez&hl=tr>
- <https://www.instagram.com/p/uyKTWVjvDr/?taken-by=taylorswift&hl=tr>
- <https://www.instagram.com/instaticwp/>