



Otoportreden Selfie' ye Bireyin Görsel Temsilinin Dönüşümü

Transformation of Visual Representation of An Individual from Self Portrait to Selfie

Mustafa Bilge SATKIN¹

Geliş Tarihi: 17.05.2017 / **Düzenleme Tarihi:** 01.07.2017 / **Kabul Tarihi:** 04.07.2017

Özet

Dünyanın ve yaşantının hızla evrildiği yeni yüzyılda, hayatımızda birçok şeyin değiştiğine, kavramların ve algıların farklılaştığına tanıklık etmekteyiz. Bu değişimlerden biri de -yeni teknolojilerin rüzgârıyla- bireyin görsel temsilinin portre bağlamında dönüşmesidir. Bu dönüşümün bir boyutunu ortaya koymak amacıyla, değişen sosyal hayatı ve yaşantımızı fotoğraf üzerinden tartışmak, var olan tartışmalara yeni bir bakış açısı getirmek hedeflenmiştir. Bu nedenle bu makalede öncelikle portre fotoğrafından otoportreye ve daha sonrasında "selfie"ye geçiş süreci incelenmiş, elde edilen veriler doğrultusunda otoportre ve "selfie"nin karşılaştırması yapılmıştır. Bu karşılaştırmada insanları otoportre veya "selfie" üretmeye iten psikolojik nedenler de incelenmiştir.

İnceleme sonunda otoportre ve "selfie"nin kişinin her türlü ruh halini, iletmek istediği mesajı, bedeni aracılığıyla anlatması gibi bir fenomen haline geldiği gözlemlenmiştir. Otoportrenin bir sanatçı tarafından sanatsal kaygılarla üretildiği bilinirken "selfie"nin halk kitlelerinin hiçbir sanatsal kaygı duymadan ürettiği bir otoportre türü olduğu ortaya konmuştur. Öte yandan, otoportreyi üreten sanatçı, eseri ile topluma bir mesaj iletirken "selfie" üreten bireylerde bu kaygının olmadığı ortaya çıkmıştır. "Selfie" çekip paylaşan kişilerin çoğunda görülen en belirgin özellik, gerçeküstü sanal bir kimlik oluşturma çabası içinde olmalarıdır. Son olarak da otoportre ve "selfie" arasında çarpıcı benzerlik ise, hem otoportre, hem de "selfie" üreticilerinin biricik olma duygusuyla başvurdıkları örtülü bir "narsisistik dışavurum" duyguları taşımalarıdır.

Anahtar Kelimeler: Portre, Otoportre, Selfie, Görsel Temsil

Abstract

In this new century, in which the World and life rapidly evolves, we witness a differentiation in conceptions and perceptions as well as many changes in our lives. Among these changes, one – with the new technology wave – is the transformation of portrait that is a visual representation of an individual. In order to present a dimension of this transformation, this study aims to discuss the changing social life and way of living over photographs, and bring a new perspective to the existing discussions. For this purpose, in this article first the transition from portrait to self-portrait and later to selfie is analysed and observations are derived, then given these observations self-portrait and selfie is compared. Within this comparison, the psychological reasons behind the production of self-portrait and selfie is also analyzed.

As a result of this analysis self-portrait and selfie is discovered to become a phenomena used to deliver one's psychological state and/or message by using his/her own body. While it is known that self-portraits are produced by artists with intentions to make art, selfie is a type of self-portrait produced by common people with no artistic intentions. On the other hand, while artists who produce self-portrait deliver a message to the society, selfie producers have no intentions whatsoever. The most explicit threat of most selfie producers is their effort to create a surreal virtual identity. Finally, the most explicit commonality between self-portrait and selfie is that both is produced as a "narcissistic expressionism" by people who feel unique.

Keywords: Portrait, Self-portrait, Selfie, Visual Representation

Giriş

"Portre, bir insanın fiziki ve zihinsel varlığının resmini yapmak, çekmek, nakşetmek ya da heykelini yapmaktır. Portre hem yapanın hem de yapılanın izlerini taşır. Portre insanı hem fiziki benzerlikle temsil etmeli hem de onun en geniş anlamıyla özelliklerini içermelidir" (Sönmez, 2006: 1). Görsel sanatlarda portre bireyin fiziki görüntüsünü ortaya koymakla birlikte bireyin kimliğini, kişiliğini, bir anlık duygu ve düşüncelerini, hatta geçmişin izlerini de ifade eden bir özelliğe sahiptir. Tarihsel süreçte portre, öncelikle ressamların, asilzadelerin ve burjuva kesiminin ayrıcalığıdır. Fakat fotoğrafın icadı ile birlikte açılan fotoğraf atölyelerinde portreler, resme göre daha kolay üretilmiş ve daha kolay çoğaltılmış, fotoğrafçılar toplumun her kesiminden portreler çekmeye başlamıştır. Fotoğrafın sağladığı bu olanaklarla, portre ressamları tarafından yapılan ve

¹ Öğr. Gör. Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Fotoğraf Bölümü, İstanbul, Türkiye.
E-Posta: mbilgesatkin@gmail.com

kralların, soyluların, burjuva kesiminin ayrıcalığı olarak kabul edilen portre, fotoğraf yoluyla daha kolay üretilir hale gelince, yükselmekte olan sınıflardan başlayarak, kısa sürede halka ulaşmıştır: Bu aşamaları Giséele Freund şöyle açıklamaktadır ; "Bazı toplumsal sınıfların yükselişe geçmesi, her şeyi, özellikle de portreyi büyük miktarlarda üretme ihtiyacını doğurdu. 'Portresini yaptırmak' simgesel bir eyleme dönüştü; yükselmekte olan sınıfın mensupları, portrelerini yaptırarak yükselişlerini kendileri ve diğerleri için görünür kılıyorlardı ve aynı zamanda itibarın tadını çıkarıyorlardı. Bu evrim süreci, portre üretim şekillerini de değiştiriyordu, insan çizgileri gittikçe daha mekanik bir yaklaşımla aktarılıyordu. Portre fotoğrafı, bu evrimin son noktasıdır" (Freund, 2006: 11). Günümüzde, portre fotoğrafının ulaştığı son nokta, teknolojik gelişmelere koşut olarak, bireyin görsel temsiline dönüştüğü "selfie"dir.

"Portre, resim sanatı içinde en eski tema ve betimlemelerden biri olarak varlık bulmuştur. Portre, 19. Yüzyılda fotoğrafın icadı ile birlikte yeni bir biçim ve farklı bir anlam kazanmaya başlarken 'portre fotoğrafçılığı' da tüm dünyada popüler bir endüstriye dönüşmüştür. Günümüzde ise portre fotoğrafçılığı, dijital fotoğraf teknolojisinin sunduğu olanaklar ile farklı bir boyut kazanmıştır. Mobil olarak amatör fotoğraf makinelerinin yerini alan akıllı telefonlar ve onlar için tasarlanan uygulamalar ile kolaylaşan "otoportre" çekimleri de, (özçekim/selfie) hızlı bir biçimde sosyalleşme aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu çekim ve paylaşımlar aktiviteden çok bağımlılığa dönüşerek dünyayı sarmıştır" (Gök, 2016:29).

Fotoğraf Tarihinin Gelişim Sürecinde Portre ve Otoportre

Fotoğraf ve teknoloji birbiriyle sıkı bağlantıları olan iki gerçekliktir. Fotoğrafın ortaya çıkışında olduğu gibi gelişmesinde de teknolojinin katkısı yadsınamaz. Teknoloji, fotoğrafa yeniden üretim olanakları sağlar/sağlamıştır. "Fotografi ile teknolojinin tarihi arasındaki ilişki düşünülmeden fotoğrafı anlayamaz. Bu nedenle teknoloji asla basitçe fotoğrafı olayını aydınlatamaz, açıklayamaz. Yine bu nedenle teknolojik yeniden üretim çağı tarihin bütününe kapsar. Benjamin, Fuchs'un bir pasajını bizzat yeniden üreterek, "her çağa karşılık düşen özgül yeniden üretim teknikleri vardır." diye yazar. Bu teknikler başat teknolojik gelişme olanağını temsil eder ve zamanın özgül gereklerinin birer sonucudur" (Cadava, 2008:78-79). Fotoğraf tarihinde teknolojinin gelişmesine koşut olarak yeni türlerin ve üretimlerin doğduğuna tanık oluruz. Buna bazı kuramcılar "teknik yeniden üretim" demektedir. Bu yeniden üretme süreci, son çağlarda ortaya çıkmış bir durum değildir, ilk çağlardan itibaren sanat eserlerinin (sanatçının) doğasında olan bir durumdur.

"Başka deyişle teknik yeniden üretim modernitenin ampirik bir özelliği değildir, modern denilen çağla ilişkili bir icat değildir. Daha ziyade sanat yapının içinde bulunan yapısal bir olanaktır. "İlke olarak" der Benjamin, "bir sanat yapısı her zaman yeniden üretilir olmuştur. Daima kopyalanabilir olmuştur. Greklerin dökme ve basma kalıp tekniğinden bronz ve sikkeye, tahta kalıp desene ve oradan matbaa, taşbaskı fotoğrafı ve sesli filme giden görünür ilerleyişte, sanat yapının teknolojik yeniden üretilebilirliği yeni bir şey sunar gibi görünüyorsa da, bu yeni şey tarihte bir "ilk" değildir. Daha ziyade yapıta öteden beri iş başında olmuş bir hareketin şiddetli bir hızlanmasının işaretidir. "Tarihsel olarak" diye belirtir Benjamin, teknik yeniden üretilebilirlik" kesik kesik ve uzun aralıklı sıçramalarla, ama artan bir yoğunlukla ilerlemiştir" (Cadava, 2008:77-78).

Terimsel olarak portre, kişilerin yüz ifadelerinin tasvir edilmesi, yansıtılmasıdır. Bu tasvir etme eylemi insanlık tarihi kadar eskidir, çağlar içinde çeşitli değişimler geçirerek günümüze kadar gelmiş, ama fotoğrafın icadıyla farklı bir boyuta ulaşmıştır. "İlk Çağ'da insanoğlunun mağara duvarlarına yaptığı resimlerle kendini görünür kılma isteği günümüze gelinceye kadar resim, heykel, minyatür portre, litografi, fizyonotras, gravür, silüet gibi tekniklerle varlık bulmuş ve ardından fotoğraf ile farklı boyutlar kazanarak devam etmiştir" (Gök, 2016:29). Fotoğrafın sergileme değerinin kült değerini bütünüyle geri plana ittiğini düşünen Benjamin (Benjamin, 2007:60), fotoğrafın kült değeri için son siperin 'insan yüzü' olduğunu savunurken "fotoğrafın erken döneminde portrenin odak noktası oluşturması kesinlikle rastlantı değildir. Uzaktaki ya da ölmüş sevilenlerin anılarının canlı tutulma çabası, resmin kült değeri için son sığınaktır" diyerek 1900'lü yıllarda başlayan insanın fotoğraftan çekildiği döneme kadar olan portre kullanımını özetlemektedir.

İnsan, yaşamı boyunca sürekli değişime uğramaktadır. Bu nedenle portre, kişinin yaşamının belli bir anının görünüşü, ruh halini yansıtılması olarak onu ölümsüzleştirir. Bu ölümsüzleştirme olgusu, portreyi, daha ilk çağlardan itibaren diğer sanatlardan ayırıp öne çıkarmıştır. Özellikle Yeniçağ Avrupa'sında krallar, soylular ve burjuva arasında portre yaptırmak moda haline gelmiştir. "Portre modası, Fransız Devrimi'nden kısa bir süre önce burjuva çevrelerce yaygınlık kazanmaya başlamıştı. Kendini gösterme ihtiyacı ortaya çıkınca bu moda da ihtiyacı karşılamak için yeni biçimler ve teknikler yaratıyordu" (Freund, 2006:11). Özellikle Avrupa'da, coğrafi keşifler sonucunda büyük zenginlik kazanan aileler arasında portre yaptırmak, prestij kazanmanın en kestirme yolu olarak görülmüş, portre ressamlığı en kârlı işlerden biri haline gelmiştir. Tarihsel süreçte portre ve otoportre ressamlarının yerini, 19. yüzyılda fotoğrafın icadı ve yaygınlaşmasıyla birlikte portre ve otoportre fotoğrafları aldı. Üretim kolaylığı nedeniyle de bu türler kısa sürede yaygınlaştı. Seri üretim yoluyla bir endüstri dalı haline geldi: "Soylu ve burjuvazi sınıfın varlıklarını göstermek için resamlara yaptırdıkları tabloların yerini almaya başlayan portre fotoğrafları 19. yüzyıl ortalarında 'ucuz bir portre üretme yöntemi olarak yaygınlaşmasıyla ve artan portre talepleri ile bir endüstri yaratmıştır. İlk yıllarında ressamlar tarafından kullanılmasıyla ve teknik bilgi gerektirmesinden dolayı oluşan 'sanatsal gizem'i artık yerini bu yaygınlaşan stüdyolardaki 'seri üretim' fotoğraflara bırakmıştır" (Gök, 2016:33).

Portre çekimi sıradan insanlar için de kolay ulaşılabilir bir düzeye geldi. Artık burjuva ve asillerin portre resimlerinde ortaya koymaya çalıştıkları ideal kişilik (ben) yerine, fotoğrafı çekilen sıradan kişinin -var olduğunun ortaya konması- yeterli görülmüştür. "On sekizinci yüzyıl ve on dokuzuncu yüzyıl kentsoylu evindeki standart portrelerin amacı poz veren kişinin bir idealini onaylamaktı (toplumsal konumu ilan etmek, kişisel görünüşü güzelleştirmek); bu hedef verildiğinde, bu

resimlerin sahiplerinin niçin birden çok resme sahip olma gereksinmesi duymadığını anlamak kolaydır. Fotoğraf-kaydın onayladığı şey, daha mütevazı bir kapsamda, fotoğrafı çekilen şeyin/kişinin var olduğudur; dolayısıyla, varlığı kanıtlanan şeyin/kişinin birden fazla resmine pek ihtiyaç duyulmaz" (Sontag, 1999:196).

Fotoğrafın icadıyla portreden sonra öz portre, self portre' diye de ifade edilen otoportrelerin de yaygınlaştığına tanıklık ederiz. Sanatçı ile yapıtı arasında başka bir aracı yoktur. Bu yolla sanatçı kendi varlığını nesneleştirmektedir. "Fotoğraf eğer zamanın çürütücü etkilerine karşı bir meydan okuma ise, otoportre, fotoğrafçının bu deneyimi sadece dış dünya ile kendi kendisiyle de gerçekleştirmesi; sanatçının varlığını nesneleştirmesi, hatta fetiş haline getirmesidir" (Atay, 1999).

Otoportrede sanatçı, doğrudan kendini, kendi benliğini, mesajını ifade etmeye çalışır. Berger (Berger, 2010:10) "her bir fotoğrafa baktığımızda, ne denli az olursa olsun, fotoğrafçının sınırsız görünüm olanakları arasından o görünümü seçtiğini fark ederiz. Rastgele aile fotoğraflarında bile böyledir bu. Fotoğrafçının görme biçimi konuyu seçişinde yansır." derken sanatçının fotoğrafı, alt bilinçsel olarak bir yüzleşme aracına dönüştürmesinden bahsetmektedir. Sanatçı kendisiyle, kendi benliğiyle, iç dünyasıyla doğrudan yüzleşme çabası içindedir. Otoportre çalışması yapan bir sanatçının, fiziki görüntüsünü yansıtmak istemesinden çok, kendi gerçeğini araması, kendisiyle yüzleşmesi, kendini, geçmişini, umutlarını, hayallerini, acılarını yansıtmak istemesi ve sorgulaması da önemlidir. Bu bağlamda fotoğrafla ilk otoportre örneği aşağıda "Şekil 1." de görülen, Hippolyte Bayard'ın 1840 tarihli "Boğulmuş Adamın Otoportresi" adlı kurgusal çalışmasıdır;



Şekil 1: Bayard, Hippolyte.(1840). Self portrait as a drowned man, (Boğulmuş Adamın Otoportresi).

"Bu fotoğraf ilk kurgusal otoportredir. Fotoğrafta görünen ile arkasında yazan metin birbirini desteklemektedir. Bayard kırgınlığını ve kızgınlığını, kendini ölüymüş gibi sunarak gösterir, duvara yaslanıp, ölüymüş gibi poz verir.(...) Hippolyte Bayard, fotoğraf tarihinin ilk otoportresini çekmesinin yanı sıra, ileriki yıllarda ve günümüzde sıklıkla karşılaştığımız sanatçının tepkisini dile getirmede kendini, bedenini araç olarak kullanmış ve fotoğraf diliyle gerçekleştirmiş ilk kişidir" (Günay, 2009: 67,68).

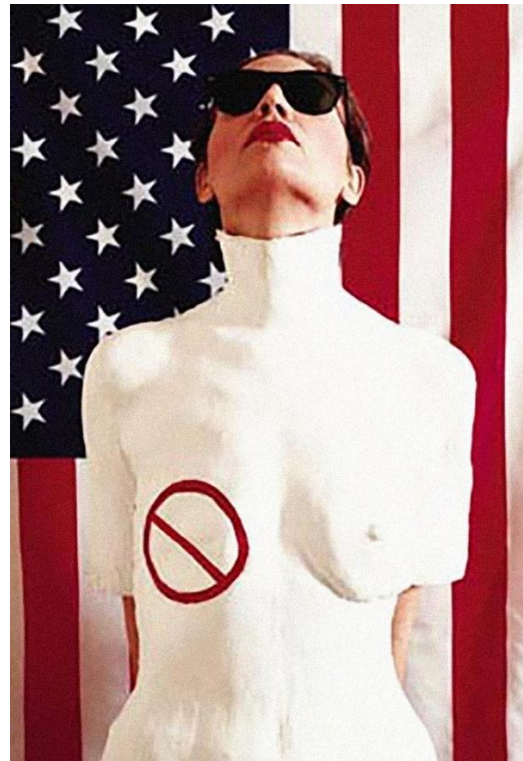
Simber Rana Atay, Bayard'ın bu yapıtını, "Böylece 19. Yüzyılın ilk yarısında, henüz fotoğrafik saptamanın icadı aşamaları yaşanırken, otoportre türünün, fotoğrafçının tartıştığı herhangi bir problematiğin estetize edilmesi sürecinde orijinal bir işlev yüklenerek kullanılabilmesi ortaya çıkmıştı bile!" (Atay, 1999) sözleriyle değerlendirmektedir. Bayard'ın bu yapıtı günümüze, fotoğrafla otoportre üretimi hızla yayılmıştır. Bunda, fotoğraf makinelerinin, baskı tekniklerinin gelişmesi ve yaygınlaşması etkili olmuştur diyebiliriz.

Otoportre Üretme Nedenleri

Başlangıçta otoportre, sanatçının kendi görünüşünü keşfetmek, yaşamsal gerçekliğini olduğu gibi yansıtmak üzerine kurulurken, daha sonra, otoportresini çeken fotoğrafçı, özellikle benliğindeki, kimliğindeki bazı noktaların üzerine yoğunlaşır, ruhsal durumunun bir ifadesi olarak bedenini, kimliğini ve bazen cinsiyetini kullanır. Temel malzemenin fotoğrafçının kendisi olduğu bu fotoğraflarda, sanatçının kendi yaşamı, fotoğrafa ve hayata bakışı, etkilendiği akımlar, dönemin sosyal koşulları ve bu koşullar içindeki kendi konumu belirleyici olmaktadır. Sanatsal açıdan ele alındığında, sanatçının otoportre çalışması yapmasının nedenleri iki ana başlıkta toplanabilir. Bunların birincisinde sanatçı; fiziksel, ruhsal ve düşüncel olarak kendisini ifade etmesi, cinsel kimliği dâhil kendini sorgulaması, yeni bir kimlik yaratmak istemesi, diğerinde ise, sanatçının, toplumsal ve politik sorunlar için kendi bedenini bir araç olarak kullanarak toplumsal bir yorum ve eleştiri getirmesi, önemli bir soruna dikkat çekmek istemesidir. Yani sanatçı, birincisinde kişisel, ikincisinde ise toplumsal amaçlarla otoportre çalışması yapmaktadır. "Şekil 2." ve "Şekil 3." te görülen örneklerde Jo Spence ve Matuschka gibi sanatçılar "yakalandıkları göğüs kanseri nedeniyle yaşadıkları süreci, psikolojik durumlarını, göğüslerinin alınmasını ve ilaç piyasasının sömürüsüne karşı açtıkları savaşı, kadınlar için dayanışma vakfı çalışmalarına kadar her aşamayı otoportrelerine yansıtmıştır" (Günay, 2009: 60). Jo Spence ve Matuschka otoportre çalışmalarında, toplumsal bilinci artırma adına göğüs kanseri ile mücadelelerini, kendi bedenleri üzerindeki değişimleri göstererek sergilemeyi hedeflemişlerdir. Otoportre yöntemini kullanarak yaşanacak olası acılara tepkisel bir duruş sergilemişlerdir.



Şekil 2: Spence, Jo. (1984). The girl project.



Şekil 3: Matuschka. (1991). Beauty Out Of Damage.

"Şekil 4." te gündelik hayatından bir fotoğraf ile gördüğümüz Nan Goldin, kendi hayatlarının hemen her safhasını fotoğraf yoluyla ortaya koyan, adeta kendi hayatının görsel kaydını tutan sanatçılar arasında otoportre çalışmalarıyla önemli bir yer teşkil etmektedir. "Kendini fotoğrafının nesnesi haline getirme ya da kamera önüne geçerek kendini fotoğrafa yerleştirme yoluyla fotoğrafçının mahremine dışarıya açması ya da bu yolla kendi yaşamını görünür kılmayı, bir üslup olarak kullanılmaya Nan Goldin'le başlamıştır.(...) Nan Goldin yaşamını dışarı açmayı fotografik bir dil olarak kullanmış ve fotoğrafa başladığı dönemden günümüze kadar uzanan süreçte yaşamının neredeyse her anını başka bir deyişle 'gündelik olanı' aynı sadelikle ve olduğu gibi göstererek; yaşamının görsel bir kaydını tutmuştur" (Akkaya, 2015:17-18).



Şekil 4: Goldin, Non. (1989). Self Portrait writing in my diary.

Bu genellemelere ek olarak, sanatçının, otoportre çalışması yapma nedenleri arasında, her zaman en kolay ulaşabileceği modelin sanatçının kendisi olması nedeniyle otoportre çekmesini de sayabiliriz. Otoportre çalışması yapan sanatçının nasıl bir ruh haliyle hareket ettiği sorunu da önemli sayılmış, bu konuda bazı görüşler ortaya konmuştur. Bu tartışmalarda sanatçının narsist davranışlar sergilediği tezi ön plana çıkmıştır. Pek çok kuramcı nazarında otoportre ve narsizm birbirleriyle ilişkilendirilmiştir. Simber Atay, (Atay, 1999) "Otoportre, narsist bir dışavurumdur. Meşrulaştırılmış bir teşhirci fantazidir. Estetize edilmiş bir kendini tatmindir. Kristalize edilmiş bir egosantrizm göstergesidir" sözleriyle otoportre çalışması yapan sanatçının, aslında kendine olan hayranlığını dışavurarak kendi egosunu tatmin etmek istemesinden ve teşhirciliğinden söz eder.

Bazı kuramcılara göre Narsizm bir hastalık olmasına rağmen, insan ilişkilerini besleyen bir yanı da vardır: "Narsizm bir hastalık olmasının ötesinde insan ilişkilerini besleyen ve bir arada tutan bir işlev kazanır. Bireyselliğin öne çıktığı bir kültürün ürünü olan sosyal ağlarda da fotoğrafın sergilenmesi ve beğeni toplamasının arzulanması narsisistik bir eylem olarak değerlendirilebilir" (Şener ve Özkoçak, 2013: 133).

Sosyal Paylaşım Ağlarında Kimlik ve İmaj

"Selfie" türünün yaygınlaşma nedenlerini anlamak için kimlik ve imaj yaratma yolunda sosyal medyanın işlevini irdelemek yerinde olacaktır. Öncelikle, sosyal medyanın sessiz yığınları harekete geçirerek bir araya getiren, bu yolla gevşek bağlarla da olsa toplumsal dayanışmayı sağlayan, iletişimi hızlı ve küresel hale getiren postmodern mecralardan biri olduğunu vurgulamak gerekir;

Sosyal medya postmodern toplumla yükselen "kimlik(ler)"in sergilendiği önemli mecraların başında geliyor. Sosyal medyada paylaştığımız her gönderi, kimliğimize dair ipuçları taşıyor. Kendini sergileme meselesi sosyal medyaya özgü olmamakla birlikte onunla meşrulaşıyor, hayatımızı başkasına gösterme isteği süreklilik kazanıyor.(...) Sosyal ağ sitelerinde gerçekleştirilen "kimlik performansı(ları)"nda kullanıcılar, kendi gerçek ya da saklı kimliklerini sergilemekten ziyade diğerlerinin gözünde istenilen kimliği oluşturmaya (Zhao vd.) çalışıyorlar. Örneğin daha parlak, daha başarılı, daha karizmatik ya da daha komik görünerek toplumsal onay peşinde koşuyorlar (Şener, 2013: 10).

Sosyal medya kullanıcısının küresel ölçekte kendini ortaya koyma fırsatı yakalamasıyla, sosyal ağlarda kimlik performansını ortaya koyarak toplumsal görünürlük kazanmayı arzu etmesi olağan bir eylem haline gelmiştir. Bu yönüyle sosyal medya, postmodern toplumla yükselen bireylerin duygu ve düşüncelerini, kendi gerçek ya da gerçeküstü kimliklerini paylaştıkları, yansıttıkları bir ayna gibidir. Sosyal ağlarda kendi kimliklerini parlatarak vermeye çalışan bireyler, bu yaratılan gerçeküstü kimliklerini toplumsal onaydan geçirme çabası içindedirler: Çünkü kimlik performansı sergileyen paylaşımcı, takipçilerinin karşısına, sıradan bir görüntüsüyle değil, genellikle izleyicileri üzerinde olumlu bir etki yaratacağını umduğu görüntüsüyle çıkar. Aslında parlatılmaya çalışılan kimlikler, gerçeküstü oluş ve kurgusal yanıyla "imaj" kavramıyla açıklanabilir. Günümüzde pek çok bireyin peşinde koştuğu imaj, estetik bir kaygı gütmeyen kendini fark ettirmenin en kestirme araçlarından biri olarak görülmektedir.

"İmajın "ben buradayım, beni hemen gör, varlığını kabul et" diye bağırdığını duyar, estetiğin ise sessiz bir ağırbaşlılıkla müzeli korumalar için beklediğini görürüz.(...) İmaj belirli bir toplumsal konum içinde belli amaçlar için gerçekleştirilen kurgusal bir görüntüdür. Demek ki kurgulanma süreci içinde belli bir hedefe ulaşmak üzere kodlanır, donatılır ve başarının ölçüsü bu kodlamanın işe yarama düzeyidir. Tam da bu noktada imajın araçsallığı öne çıkar. Kendi adına değil, bir başka görüntü adına durması imajın yanlıcılık damgası taşımasına yol açar" (Türkoğlu, 2000:103).

Sosyal ağlarda, başkaları tarafından her an izleniyor olmak, yarattığı sanal kişiliğin, imajın büyüüne kapılan insanı, kendini aynalarda seyreden *Narcissus* kimliğe büründürmektedir. Birey bu sanal aynalarda kusursuz, toplumsal olarak değerli bir benlik görüntüsü arar. Sosyal paylaşım sitelerinde, olumlu geri dönüşlerle bu kimliği ve imajı onaylatmaya çalışır. "Tüketimi standartlaştırmaya ve reklâmcılık aracılığıyla beğenileri şekillendirmeye çalışan tüketimci kapitalizm narsisizmin artmasında merkezi bir rol oynar.(...) Narsisistin arzuladığı şeylerin -çekicilik, güzellik ve kişisel popülerliğin- "uygun" mal ve hizmetlerin tüketimiyle sağlanacağını vaat eder. Bu yüzden hepimiz, modern koşullarda, aynalar tarafından kuşatılmış olarak yaşarız; bu aynalarda kusursuz, toplumsal olarak değerli bir benlik görüntüsü ararız" (Oğuzhan, 2013:82). İnsanların yaratılmış yapay platformlardaki -dünyalardaki- imajlarına tutunmaları ve bu yansımaları ile kurdukları kapalı ilişkileri Robins'e göre;

"Bilgisayarlarla çalışan insanlar tıpkı *Narcissus* ve yansıması gibi, kendi oluşturdukları dünyaya veya kendileri için başkaları tarafından yaratılan dünyalardaki kendi performanslarına kolayca âşık oluvermektedirler. (...) Narsisizm, organizmanın kendi çevresiyle ilişkisinde kapalı bir birim kurduğu durumdur. Yitirilmiş, çocuksu cenneti bulmaya çalışır: *Narcissus* kendi yansıması içinde boğulurken bunun bir yansıma olduğunu hiç anlayamaz. Kendi imajını başka birisinin imajı zanneder ve kendi güvenliğini hiçe sayarak onu kucaklamaya çalışır. Hikâyenin önemli noktası, *Narcissus*'un kendi kendine âşık olması değil, kendi yansımasını kavrayamadığı için kendisi ile çevresi arasındaki farklılığı kavramaktan yoksun olmasıdır" (Robins, 1999: 91).

Selfie

İlk olarak "selfie", "2004 yılında, sosyal fotoğraf paylaşım ağı Flickr üzerinde, kişilerin kendi kendilerini çektikleri dijital fotoğraflardan oluşan ve adına "selfy" denilen bir grup oluşturulması ile kullanılmaya başlanmıştır" (Fausing, 2013). Başlangıçta genç kızlar tarafından kullanılmasından dolayı, 2005 yılında "selfy" Urban Dictionary'de; "Genellikle genç kızların, kendi portresini çekmesi" diye tanımlanmış, kısa sürede tüm dünyada -genellikle gençler arasında- kimlik ve imaj yaratma aracı olarak hızla yaygınlaşmıştır.

Tarihsel çerçeveden bakıldığında, selfie, 2000'li yılların başında, dijital teknolojilerin gelişmesi, özellikle hem ön hem arka kamerası olan cep telefonlarının yaygınlaşması, insanların kendi fotoğraflarını çekip bunları paylaştığı Instagram, MySpace, Twitter ve Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin popülerliği ile birleşince, tüm dünyada hızla yaygınlaşan bir tür olarak ortaya çıkmıştır. Bu yönüyle fotoğrafik otoportre ile selfie arasında belirgin farklar mevcuttur.

Bu belirgin farkları saptamak amacıyla, son yıllarda "selfie"nin önemli bir mecrası haline gelen ve popüler olarak kullanılan sosyal ağlardan biri olan Instagram' da -rahatlıkla gözlemlenebilir olması nedeniyle- "selfie" hashtag'i kullanılarak paylaşılan 306.101.718 fotoğraf arasından en son paylaşılan 1000 adet fotoğraf incelenmiştir. "Tablo 1" de bu verilerin bir kısmı olan kişilerin "selfie" üretme yöntemlerine göre dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 1: Kişilerin "selfie" üretme yöntemlerine göre dağılımı

"Selfie" çekme yöntemi	Fotoğraf sayısı	Yüzde
Kol mesafesinden kişinin kendisinin çektiği "selfie"	641	%64
Kişinin başkasına çektiği "selfie"	230	%23
Kişinin aynadan kendisini çektiği "selfie"	129	%13

* Selfie'yi tanımlayan 'kişinin kendi fotoğrafını çekmesi' kavramından farklı olmasına rağmen bu çekim yönteminin de bu verilere dahil edilme nedeni kişilerin bu fotoğrafları "selfie" hashtag'iyle paylaşmalarındır.

Bu veriler ışığında ortaya çıkan bulgu çoğunlukla (%64) konuya kol mesafesinden bakıldığını ortaya koymaktadır. Bu yöntemde, kişi fotoğraf çekilirken kendini görebilir; duruşunu, mimiklerini istediği oranda kontrol edebilir. Bu çekim tekniği oranının yüksek çıkması, "selfie"nin en belirgin özelliğinin 'kişinin kurguladığı imajını yansıtmaya çabası' olması nedeniyle anlaşılabilir bir durumdur.

Bu fotoğraflar incelendiğinde, geleneksel fotoğrafik otoportre ve "selfie" arasındaki biçimsel farklılıkların yanında en belirgin farkın; "selfie"nin hızlı, doğaçlama, genellikle gündelik ve anlık bir ifadesinin olmasıdır "Şekil5a." Sosyal ağlarda, diğer insanlar tarafından görülmek istenmesi kaygısının güdüldüğü, fiziksel özelliklerin yansıtılmak istendiği "Şekil5b.", sanatçılardan çok amatörler tarafından kullanılan, otoportre kodlamalarından ayrılan, portreyi sosyal diyalog veya konuşma haline dönüştüren duygu-durum yansımalarının gözlemlendiği "Şekil5c." bir yöntem olduğu söylenebilir.



Şekil 5: Instagram'da paylaşılan "selfie" örnekleri

Selfie Üretme Nedenleri

Son yıllarda, sosyal medyanın görsel odaklı yapısı ve çevrimiçi paylaşımın yaygınlığı, "selfie"nin önemli bir ifade aracı olmasını sağlamıştır. Eskiden birey, sosyal medyada, kendini ifade edebilmek için yazıyı kullanmaktayken, günümüzde ise, fotoğraf çekip paylaşarak hem kendini göstermeye, hem de kendi varoluşunu ve kimliğini kanıtlamaya çalışmaktadır. "Fotoğraf paylaşmak, sosyal ağ kullanıcıları için bir tür kimlik performansıdır. Fotoğrafın sosyal ağların diğer yazılı ve işitsel-görsel araçlarıyla karşılaştırıldığında, kişiye ait bütünlüklü bilgi veren bir görsel olduğu ileri sürülebilir. Bu bağlamda sosyal ağ profilleri "söylemek"ten çok, "gösterme" üzerine kurulu bir kimlik inşası ve temsil yeridir" (Şener ve Özkoçak, 2013: 125).

Sanatçının otoportre çalışması yapma nedenleri ile bireylerin "selfie" çekme nedenleri arasında önemli biçimsel ve ruhsal farklılıklar vardır. Bu farklılığın en belirgin olanı, "selfie"de ortaya çıkan görüntünün bugün milyonlarca izleyicisi bulunan sanal âleme sunulmasıdır. Böylece "selfie", birey için, içinde hem ruhsal hem de sosyal motivasyon barındıran, kişinin görüntüsü aracılığıyla dış dünyadan kabul ve onay gördüğünü bilmesini sağlayan bir test aracına dönüşmüştür: "Sanatçının otoportresi, yıllarca kendi atölyesinde, kendi duvarında seyircisini bekledi. Kurumsal olarak müze ortaya çıkana ve otoportreler müzelere girene değin otoportre kamusal alana açık değildi. Bugün, sözgelimi Facebook duvarında kendini paylaşan "selfie"cinin görüntüsü daha ilk anda sanal bir kamusal alana açılmış durumdadır" (Şiriner, 2014).

"Selfie" aracılığıyla dış dünyadan kabul ve tanıma arayan kişinin kendi kendini test etmesi, kabul edilirliliğini sorgulama ihtiyacı, benlik/kimlik (imaj) edinimi evresiyle yakın bir ilişki içindedir. Bu bağlamda "selfie", sadece bir fotoğraf çekme eylemi değil, kişinin nasıl görüldüğünü kontrol edebildiği, anlık, dışadönük, kendi reklâmının yapıldığı bir alandır. Jean Baudrillard, insanoğlunun başkalarının gözünde nasıl görüldüğünü sürekli merak etmesini ve kimlik yaratmaya çabalarını;

"Bize şipşak bir bellek, doğrudan bir bağlantı, anında doğrulanabilecek bir tür reklâm kimliği gerekiyor. (...)Moda ve görünüş terimleriyle söylenirse aranan şey güzellik yada cazibe değil artık; *look* (görünüm). Her kişi kendi görünümünü arıyor. Kendi varoluşunu ileri sürmek artık olanaklı olmadığından, ne var olmayı ne de bakılıyormayı dert etmeksizin boy göstermekten başka yapılacak bir şey kalmıyor geriye. Varım, buradayım değil; görüldüyorum, bir imajım; bak bana bak! Narsisizim bile değil bu; sıg bir dışadönüklük, herkesin kendi görünüşünün menajeri haline geldiği bir tür reklâmcı saflığı" (Baudrillard, 1998: 28) şeklinde açıklamaktadır.

Baudrillard, 'in "reklâmcı saflığı" olarak ifade ettiği gibi, günümüzde, toplumda her kesimin, "selfie" tarzında fotoğraf çekmesinin temel sebebi, bireyin sosyal medyada ön plana çıkma, kendi reklâmını yapma ve başkaları gibi olma arzusudur, diyebiliriz. Nietzsche, bu durumu, yani insanın kendi gibi görünmekten korkmasını, hatta kendisini farklı göstermek için maske takmasını, kısaca bireyin başkaları gibi olma arzusunu çok önceden görmüştür;

"Bir kez dıştan, dışsal olana bakılırsa, içgüdülerin (içselliliğini tarih yoluyla kaldırılıp atılmasının, insanları nasıl aşağı yukarı bir alay soyut varlıklar (abstractis) ve gölgeler haline getirdiği hemen fark edilir: Kimse kendi kişiliğini ortaya koymaya cesaret edemez, tam tersine aydın, bilgin, ozan, politikacı olarak kendi yüzünü örtüp maskeler. Bu konuda ciddi olduklarından ve yalnızca kaba bir güldürü (puppenspiel, kulda oyunu) ortaya koymak söz konusu olmadığından - çünkü hepsi de ağırbaşlı olduklarını ilan ederler - bu gibi maskeler tutup yakalanınca, birden elde yalnızca paçavralar ve renkli yama parçaları kalır. Bundan ötürü insan artık kendini yanıltmamalıdır ve bundan dolayı da onlara emir verircesine şöyle bağırmalıdır: "Çıkarın ceketlerinizi ya da görüldüğünüz gibi olun!" (Nietzsche, 2005:75).

Birçok "selfie"de kişinin kendisini ifade ederken, gösterişli, çekici ve ilginç tarafını göstermeye çalışması, var olan kişiliğin önüne geçmektedir. Kişinin istemediği yönünü maskeleyerek özgüven kazanmasına olanak sağlamakla beraber, "selfie" yoluyla kişinin kendini olduğundan farklı gösterme isteği, yaşanacak kimlik sorunlarına, başkalarına bağımlı olma, başkaları tarafından kabul görme/görmeme gibi ruhsal sorunlara yol açabileceğini de belirtmek gerekir. "Kimlik performansı tek taraflı değildir, izleyici kitlesini de hesaba katar. Kullanıcı herhangi bir görüntüsünü değil, önceden tasarlanmış, üzerine düşünülmüş, karşı tarafta kendisiyle ilgili genellikle olumlu bir izlenim yaratmasını umduğu seçilmiş görüntüleri paylaşır. (...) Kişiler arası ilişkilerde var olan başkaları tarafından kabul görme arzusu benliğin inşasının özelliklerinden başkalarına tabi ve bağımlı olmanın yollarından biridir. Kullanıcı kendisine ilişkin ideal görüntünün peşinde koşarken bir yandan da toplumsal onay peşindedir" (Şener ve Özkoçak, 2013: 126).

Bu durum "selfie" psikolojik bir rahatsızlık mıdır? sorusunu akla getirmiş, "selfie"nin yaygınlaşmasıyla birlikte bilim adamları ve araştırmacılar arasında "selfie"nin psikolojik bir rahatsızlık olup olmadığı sorusu tartışılmaya başlanmıştır. Psikiyatrist Prof. Dr. Nevzat Tarhan; "Bir kişi günde birkaç defa özel durumlarında "selfie" çekerse bu hastalık kabul edilmez. Ancak bu kişi, her davranışını, her uygulamasını ya da her gittiği yeri kayıt altına alırsa bu durum ben merkeziliği teşvik eden bir hale gelir. Bu da kişilik zaafı haline dönüşür" (Tarhan, 2014) diyerek "selfie" çekmede ölçünün kaçırılmamasını, ölçü kaçırmanın kişilik zayıflığı olduğuna vurgu yapar. Psikolog Fatih Reşit Civelekoğlu, "selfie" kullanımının psikolojik bir rahatsızlık olmadığını, başkalarının görüşlerine ihtiyaç duyma gereğinden kaynaklanan bir referans alma sorunu olarak görülmesi gerektiğini belirtir; "Bunu psikolojik bir rahatsızlık olarak değil de insanın kendini tanıma ve bilme çabasının tezahürü olarak değerlendirmek çok daha sağlıklı bir yaklaşım olur. Kişi eğer kendini çok iyi tanıyorsa kendisiyle ilgili algısı çok yerleşik değilse, kafasında o konuda soru işaretleri varsa bunu takıntı haline getirebilir. Dolayısıyla sürekli kendileriyle ilgili o pozitif yargıyı diri tutabilmek için, devamlı olumlu geri bildirim ihtiyacı duyarlar. Bunu sosyal medyada sürekli paylaşıyorsa bu ihtiyaçtan kaynaklanıyor olabilir" (Civelekoğlu, 2014).

Günümüzde, farklı amaçlarla da olsa, siyasetçilerden öğrencilere kadar geniş bir kesim, "selfie" çekip sosyal medyada paylaşmaya devam etmektedir. "Selfie", ölçülü kullanılırsa iyi bir iletişim ve -ihtiyaç duyanlar için- rehabilite aracı da olabilir, diyebiliriz. Bireyin gündelik hayatına ait sıradan eylemleri herkesle paylaşacak kadar değerli görmeye başlamasının ego ya da narsisizm ile bir bağının olup olmadığı da bir tartışma konusudur.

Sonuç

"Selfie"nin hızlı, doğaçlama ve genellikle gündelik bir ifadesi vardır: "Selfie" çekip paylaşmada birincil amaç, sosyal ağlarda, diğer insanlar tarafından görülmek, kimlik performansını sergilemektir. Özel olarak ve takipçileri tarafından beğenileceği umularak seçilen görüntüler yoluyla birey, kendi reklâmını yapmakta, ama en önemlisi, sosyal bir varlık olan insan, bu yolla sosyalleşmekte; modern dünyada kendini ifade edebileceği bir yer bulmaktadır.

"Selfie", fotoğrafın toplumsal bellek oluşturma işlevinden, iletişim işlevine taşınmasının bir göstergesi olarak sanat tarihindeki portre çeşitlerinden farklı bir görev üstlenmiştir. Fotoğraf tarihindeki portre örneklerinde çok rastlanan, melânkoliyi gösterme ve estetik değer taşımanın aksine, "selfie", hiçbir sanatsal kaygı gütmeyen kişinin renkli dünyasından anlık bir kesiti gösterir. Çoğu kez gösterilen bu kesit, kişinin gerçeküstü kimliği, yani görünmek istediği imajdır.

"Selfie, öznenin daima merkezde olduğu, 'kişinin kendi kendisinin nesnesi olduğu bir halk sanatı' olarak ifade edilebilir. Bu yönüyle "selfie", bireyin takipçisine, kendisine dair olanı aktardığı görsel bir günlüktür. Kişi, çoğu kez merkeze koyduğu bu gerçeküstü kişiliğini toplumun önüne atarak olumlu geri dönüşler, onaylamalar beklemektedir. Bu konuda yapılan beğenilerin büyümesine kapılan insanın narsisist bir kendini beğenme duygusuyla kişilik problemleri yaşama olasılığı her zaman vardır. Ancak, bunu pozitif geri bildirim ihtiyacı duyan insanların kendini bilme çabası olarak değerlendirmek, "selfie"nin günümüzdeki popülerliğini anlamamıza yardımcı olabilir.

"Modern yaşam fotoğrafçılığı" olarak niteleyebileceğimiz "selfie", gelecekte, geçmişe ait günlük hayatın önemli kayıtlarını oluşturacak; günümüzdeki iletişim işlevinden sıyrılarak tekrar toplumsal bellek ve belge görevi üslenerek tarihe hizmet edecektir, kanısındayız.

Kaynakça

Akkaya, Ş.(2015). Varoluşsal Bir Çaba Olarak Fotoğraf Yoluyla Kendini Gerçekleştirme: Nan Goldin Örneği. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2(2), 8-29. DOI:10.17572/mj2015.2.829

Atay,S.(2012)."B&W in Colours" Yasumasa, Tayfun, Öteki ve Diğerleri: Erişim tarihi: 02 Temmuz, 2014, <http://fotografya.fotografya.gen.tr/issue-13/index.html>

Baudrillard, J. (1998). *Kötülüğün Şeffaflığı*. Işık Ergüden, (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Benjamin, W. (2007). *Pasajlar*. Ahmet Cemal, (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi.

Berger, J. (2010). *Görme Biçimleri*. Yurdanur Salman, (Çev.). İstanbul: Metis.

Civelekoğlu, F. R. (2014, 14 Nisan). *Selfie Çılgınlığı Kişilik Zaafı Haline Dönüşebilir*: Erişim tarihi: 02 Temmuz 2014, <http://www.hurriyet.com.tr>

Cadava, E. (2008). *Işık Sözcükleri, Tarihin Fotografisi Üzerine Tezler*. Aziz Ufuk Kılıç (Çev.). İstanbul: Metis.

Freund,G.(2006). *Fotoğraf ve Toplum*. Ş.Demirkol,(Çev.). İstanbul: Sel.

Fausing, B. (2013,1 Kasım). *Become An Image. On Sefies, Visuality and The Visual Turn in Social Medias*: 02 Temmuz 2014, <http://tr.scribd.com>

Günay, U. (2012). Fotoğraf Sanatında Otoportre. (Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Eser Metni), *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.

Gök, C. (2016). Resim ve Fotoğraf Sanatında Portre Geleneğinden Selfie'ye. *İMÜ Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 2(1), 29-47.

Nietzsche Friedrich, W. (2005). Tarihin Yaşam İçin Yararı ve Yararsızlığı Üzerine. Nejat Bozkurt (Çev.). İstanbul: Say. (Özgün eser 1874 tarihlidir)

Tarhan, N.(2014,14 Nisan). Selfie Çılgınlığı Kişilik Zaafı Haline Dönüşebilir: Erişim tarihi: 02 Temmuz 2014, <http://www.hurriyet.com.tr>

Oğuzhan, Ö. (2013). Kendi Yanılsamasında Kendini İzlemek: Narsisizmin Mecrası Olarak Facebook. Bilgili, C., Şener, G. (Ed.). Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-II: Kültür, Kimlik, Siyaset içinde (ss.67-93). İstanbul: Grafik Tasarım.

Robins, K. (1999). İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası. Nurçay Türkoğlu (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Sontag, S. (1999). Fotoğraf üzerine.Reha Akçakaya (Çev.). İstanbul: Altıkkırbeş.

Sönmez, R. (2006). Golem ya da Otoportre. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

Şener, G., Özkoçak, Y.(2013). Sosyal Ağlarda Görünür Olmak: Facebook Fotoğraflarında Kendini Sunum Stratejileri. Bilgili, C., Şener, G. (Ed.). Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-II: Kültür, Kimlik, Siyaset içinde (ss.121-155). İstanbul: Grafik Tasarım.

Şiriner, H.İ. (2014,09 Nisan). Self-portrait'ten Selfie'ye: Erişim tarihi: 02 Temmuz 2014, <http://medyagurusu.wordpress.com/>

Türkoğlu, N. (2000). Görü-yorum, Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü. İstanbul: Der.

Görsel Kaynaklar

Şekil 1, Bayar, Hippolyte. (1840). Self portrait as a drowned man.

Şekil 2, Spence, Jo.(1984). The girl project.

Şekil 3, Matuschka. (1991). Beauty Out Of Damage.

Şekil 4, Goldin, Non.(1989). Self Portrait writing in my diary.

Şekil 5, Selfie örnekleri (2017). Instagram

Summary

We are witnessing that many things have been changing in our lives, and conceptions and perceptions are becoming different in the new century in which the world and our lives are rapidly evolving. One of these changes is - along with the winds of changes in the new technologies - transformation of visual representation of an individual within the context of portrait. We have scrutinized the adventure of photograph ranging from self-portrait up to selfie in order to demonstrate one dimension of such transformation. The objective of this study is to introduce the adventure of visual representation of an individual in the photography ranging from self-portrait up to selfie, to discuss changing social life and transformation of our lives from the points of view of arts and photography, and provide existing discussions with a new perspective.

Portrait whether a painting or a sculpture, which may be defined as the depiction of a person's face and its expression in such plastic arts as painting and sculpture had been engrossed and solely benefited by the people having powers and belonging to upper class, and it was deemed to be the sign of aristocracy in the ancient world. Portrait photo-graphy rapidly become widespread soon after the invention of photograph eliminated portrait to be the thing that were engrossed and affordable only by the upper class.

The simplest definition of self-portrait also expressed as "auto portrait, own portrait" is a representation of a person drawn, painted, photographed, or sculpted by the person, even though it may be defined in terms of different

perspectives. This type is as old as portrait. Rapid production of self-portrait and delivery to the community segments were observed in the photography in spite of the fact that self-portrait has been used widely in the painting art in the course of history. Self-portrait photography became an important phenomenon due to such comprehensive and interesting use that an individual express all kinds of his psychological state and his message to communicate, with his body.

Some people thinks that self-portrait is a kind of shrouded narcissistic manifestation of the artist in proportion to a desire to look and show himself, regarding himself as a role model and being involved in himself and intensively experiencing the feeling to be the one and only. It's a self-satisfaction in an aesthetic manner.

Easy share of photographs taken by means of advanced cameras integrated to the cell phones over social sharing networks such as Facebook, MySpace, Twitter and Instagram has caused a type known as "selfie" to show up in the near future.

In our day, almost every segment of the community including artists and politicians are taking selfies. In this style there is no artistic concern. It is the desire of an individual to share his existence with the community, moreover, show them that he is one step ahead of his followers although yet everybody has a separate purpose. Desire of an individual to thrust himself to the forefront ceaselessly in the social sharing networks triggers narcissistic feelings available in the human.

Selfie can be described as a folk art that the subject is always on the center and that the person is his own paparazzi. In this sense, selfie is a visual diary that the person transfers the things about him to his follower. Selfie that is modern life photography in the present, will create in future the important records of daily life related to the past; and also will service to the history by taking on the task of social memory and document, and by leaving its present function of communication behind.
