



Intermedia International e-Journal, Spring - June – 2019 6(10)

*DOI NO:-10.21645/intermedia.2019.60

*Submit Date: 03.12.2018

*Acceptance Date: .16.06.2019

*ISSN:2149-3669

SELFIE: YÜZÜN KAYBI VE METALAŞMASI BAĞLAMINDA POSTMODERN DENEYİM¹

Selfie: a Postmodern Experience in the Context of the Loss of Face and its Commodification

Dr. Ayşe ALDEMİR²

İstanbul

ORCID:0000-0003-3045-6917

“Yüzü tam olarak tanımlayan şey, tanımlanamaz oluşu, en keskin sözlerimin veya delici bakışımın yüze tahsis edildiği yerde hiçbir zaman tam anlamıyla durmaması halidir”³

ÖZ

Duygu ve anlam bakımından sonsuz bir çeşitlilik gösteren yüz, var oluşun belirlediği zorlu bir sahne olarak değerlendirilebilir. Yüz, gerçekliği ve temsilleriyle birlikte ben-öteki diyalektiğinin merkezinde bir fenomen olarak, pek çok disiplinin temel meselesi olmuştur. Yüz, bir bilmece olarak her zaman “orada”dır. Şeffaflığın imgesi biçiminde, bireyin görsel temsilinin sunumunu gerçekleştiren yüz, modern hayatta kaybolmuş gibidir. Yüzün kendi gerçekliği yerine artık sonsuz sayıda üretilebilen imgeleri vardır. Bu çalışmada yüzün, selfie aracılığıyla imgesinin üretimi dolayımında, gerçekliğinin kaybedildiği, bir tür bozuma uğradığı ve “sergi” değeriyle metaya dönüştürüldüğü üzerinde durulmuştur. Yüzün metalaşması sonucu, Levinas’ın aşkınlığın ortaya çıkmasına en uygun yer olarak ifade ettiği yüz’ün, gerçek anlamını yitirdiği ve şeffaflaştığı öne sürülecektir. Selfie, ben’i vurgulayan, onu öne çıkararak ve ben’in kendi varoluşunu gerçekleştirebilmesi için başkası’yla yüz yüze olma sürecini kesintiye uğratan bir olgu olarak değerlendirilebilir. Selfie’de bireyin ekranda kendi yüzüyle karşılaşması sonucu ortaya çıkan aynılık, Levinas’ın karşı çıktığı aynılıktır. Yüzün ve bir imge olarak selfie’nin anlamını sorgulama amacıyla olan bu çalışma, Levinas’ın düşünceleri bağlamında selfie’yi okuma denemesidir. Levinas’ın, “başkası’nın yüzü”, “aşkınlık”, “aynılık” gibi kavramları doğrultusunda ilerleyen çalışmada, selfie kültürüne eleştirel bir yaklaşım benimsenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Selfie, Yüz, Emmanuel Levinas, İmge, Aynılık*

Extended Abstract: As a private part of mankind, face is a scene full of mystery where many emotions and entities emerge. What happens on this scene has long attracted interest as a research object of all branches of art as well as a curiosity object of science. Face is the most important part of identity and self as a place where all the signs and messages come together. Face as a bare surface is open to the public sphere with its side facing the other instead of itself. This situation positions face as “the watched”, and it is the viewing of another which determines the value of face as the watched one. This view strengthens the presentation of face as an “image” and its value. Since the subjects cannot see their faces directly, they pursue their “images” and seek meaning in the visual representation of face. However, facing the obvious and bare posture of face means encountering “emptiness” in a sense.

¹ Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

² aldmrayse@gmail.com

³ Finkielkraut’tan akt. Ergüven, M. (2007). Görmece, İstanbul:Metis Yayınları

Selfie is another form of reading this emptiness as a digital indicator. Selfie, which has emerged as a product of mass culture through smart phones with the developments in the communication field, still maintains its popularity. Selfie is one of the ways of revealing oneself in which individuals present themselves to the viewing of others through smart phone cameras and obtain social approval by uploading to a social network. On a selfie where the image of the face is completely in the center, with its close-up, it becomes fully smooth and lacks depth. The close-up of the face removes what is happening in the background from the viewer and presents “the smooth surface” to the taste of viewers. This far from depth image and the close-up of the face makes it pornographic.

The representation of the face as an image displayed in the digital environment brings forth its readiness for consumption and its acquisition of commodity value. The face reproduces itself continuously by producing different poses through selfie. One of the factors fostering this style of production is the number of likes received by users on social networks. With the proliferation of social networks such as Facebook, Twitter and Instagram, and the activation of the front camera feature of smart phones, selfie has become a common instrument used in creating identity and image around the world. Social media is a field of forming a new self as a medium where “micro celebrities” manifest themselves and shared posts carry clues towards identity. Creating the self-representation of individuals to be consumed by others and appearing before followers with a smooth and flamboyant mask on their face is highly effective on building the identity of micro celebrities. In our age, the sharing of selfies of the names who have become phenomena on social media shows itself as a sign of the rise of the visual culture and “the power of the image.” With the production of the face as an image on selfie, the image breaks from reality and covers the reality. In selfie, the abolition of the true existence of the face and the appearance of its image are in question. Instead of the face’s own existence, its image which speaks on its behalf is mentioned. With a photograph, it is possible for something to turn into an image and disappear in a solid way. Excessive exposure to an image means rendering the actual existence of the image meaningless and contextless. Being able to reproduce an image, too, renders it meaningless, because an image which can be produced more than once no longer has uniqueness. The desire of individuals to show their lives to others can sometimes remove them from their own identity and lead them to form “the desired identity.” Therefore, the modern subject seeks to gain social approval by appearing “brighter, more successful and more beautiful.” The “Like me” expression, which is presented as the motto of the age, has a great role in this.

Today, it is possible to evaluate the face’s loss of meaning through selfie and elimination of the experience of otherness in the context of Levinasian thought. The face has an important place as a metaphor in Levinas ethics. Levinas, who highlights the other in his attempt to establish his own ethics, thinks that the Western philosophy ignores the differences of others and is indifferent to them. The face which provides the distance between the self and the other is the place where the subject encounters the infinite. Meeting with the transcendence of the face, the self becomes free and is now in the place of the other. It is the other that makes the self transform. However, when selfie is considered from the context of Levinasian understanding, encountering others cannot be mentioned here. All attention is placed on the image of the self on the screen. This is the exact sameness situation that Levinas objected to. Subjects’ confrontation with their own image on the screen gets ahead of the experience of otherness. Others’ viewing here is to like the self, foster and approve its narcissistic feelings. Therefore, it is possible to evaluate selfie in the context of the sameness category that Levinas opposes. There is no place for another in selfie. Individuals’ focus on their own face and their interest in it keep them from the experience of otherness. Through selfie, the image of the same is reproduced repeatedly, which literally means the production of the gap. Selfie is an experience which eliminates the possibility of a face-to-face encounter with someone else.

In this study, it is emphasized that, due to the production of its image through selfie, the face has lost its reality, has suffered a kind of degradation, and has been commodified with its “exhibition” value. As a result of the commodification of the face, it will be suggested that the face which Levinas described as the most appropriate place for the emergence of transcendence has lost its true meaning and has become transparent. Selfie can be regarded as a phenomenon that emphasizes the self, foregrounds it and interrupts the process of it being face-to-face with the other so that it can realize its own existence. The sameness that occurs as a result of individuals encountering their faces on the screen is the sameness that Levinas opposes. This study, which aims to question the meaning of the face and the selfie as an image, is an attempt to read selfie in the context of Levinas’s thoughts. In the study, which moves in the direction of Levinas’s concepts such as “the face of the other”, “transcendence” and “sameness”, and a critical approach towards the selfie culture has been adopted.

Keywords: *Selfie, Face, Emmanuel Levinas, Image, Sameness*

Giriş

İletişim teknolojilerinin sağladığı imkân ve yenilikler, beden ve yüzün temsil biçimlerinde bir dizi dönüşümü beraberinde getirmiştir. “Kişinin kendini genellikle bir akıllı telefon veya webcam’le çektiği ve daha sonra sosyal medyada paylaştığı fotoğraf” olarak tanımlanan selfie, günümüzde kitle kültürüne ait bir fenomen olarak karşımıza çıkmaktadır (Kenaan, 2018:125). Bireyin görsel temsilinin, dijital bir sunumu olarak selfie’nin popülaritesi, yüz’e dönük ilginin göstergesi olarak, onu yüz odaklı değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

Akıllı telefonların ön kamera özelliği, bireyin kendi yüzünün görüntüsüne sadece tek bir tıklama ile ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Eylemin kolaylığı, basit oluşu ve cazibesi, selfie’yi giderek popüler hâle getirerek, imge üretiminin çokluğuna neden olmuştur. Ancak görüntünün inanılmaz derecede çokluğu, hiçbir şekilde düşünceyi, yüzün özüne ve benliğe doğru bir sorgulamaya yöneltmemektedir. Jean Baudrillard, günümüzde tüm sistemlerin aşırı olduğunu söylemekle haksız sayılmaz. “Haberleşme, iletişim, bellek, depolama, üretim” gibi sistemler, “cehennemi gebelik”tir. Sistemlerin doluluğu, onları işlevsiz hale getirir (Baudrillard, 2016: 37). Baudrillard’ın sözünü ettiği aşırılık, imge bolluğu için de geçerlidir. Gün içinde milyonlarca selfie, kullanıcılar tarafından sosyal ağlara yüklenmekte ve öteki’nden etkileşim beklemektedir. İmgenin aşırılığı, şeylerin içeriğini boşaltarak onu tamamıyla anlamsızlaştırır.

Modern özne, selfie çekerken, ekranda karşılaştığı ayna görüntüsüyle, varoluşuna dair bir sorgulama içinde kendini bulmaz. Bireyin kendi imgesiyle karşılaşma anı, kısacık bir andır ve birey bu sürede dikkatini, yalnızca görüntüsünün büyümesine ve paylaşım sonrasında gelecek ilgiye odaklar. Fotoğrafın kaç kişi tarafından beğenileceği, takipçi sayısındaki artış, fotoğrafa yapılacak yorumlar, kendini seyretmenin ve seyredilmenin dayanılmaz cazibesi, kullanıcının temel meselesi olarak karşısında belirir.

Bir imge olarak yüz, sergi değerine sahiptir ve çeşitli biçimlerde ifşa edilmesi öz değerinin kaybına yol açmaktadır. Oysa “kült değeri” olan nesne için aslanan görülmek değil, onun bizatihi varlığıdır (Han, 2017:25). Nesneyi gözlerden uzak tutmak, onun öz değerini artırır. Byung-Chul Han, Meryem resimlerinin yılın çoğu zamanında örtülü olmasını, kült değer korumasıyla ilişkilendirir. Han, şeylerin kült değeri ve sergi değeri arasındaki ayrımıyla ilgili Walter Benjamin’den alıntı yapar ve modern toplumu, “teşhircilik toplumu” olarak betimler.

Yüzün imgesinin sosyal ağda paylaşılması ve değişik şekillerde sergilenmesi, onun asıl değerini yok eder. Yüzün gerçek varlığı yerine, imgenin değeri konuşulur. Bakış, yüzün kendisine değil, tamamıyla görüntüsüne dönüktür. Yüzün imgesinin sürekli bir biçimde ifşası ve bolluğu, yüz’ün yitirilmesi demektir. İmgenin öne çıktığı ve onun iktidarının geçerliliğini onaylayan bir çağdayız. Görmeye duyulan arzu ve doyurulamayan görülmeye hevesi, bize tam olarak modern çağın rengini söylemektedir. Baudrillard’ın “varım, buradayım değil; görülmüyorum, bir imajım; bak, bana bak” sözü, modern çağın içinde bulunduğu krizin bir özeti gibidir (Baudrillard, 2016: 29).

Selfie, bireyin görmeye ve görülmeye duyduğu arzuyu doyumak öngörüsüyle, (öte yandan asla doyurulması söz konusu olmayan) oldukça elverişli bir araçtır. Doğrudan kendini göremeyen ve görme alanının dışına itilen yüz, birey açısından her zaman için “ele geçirilemeyen” olarak oradadır. Yüzün “orada” oluşu ve doğrudan görmenin alanına girmeyişi, ben’in, benliği ile arasındaki açıklanması zor boşluğa neden olmaktadır. Yüz, insanın benliğinin kendisidir. Bu yönüyle bir türlü ele geçirilemeyendir, işaret ettiği gerçeklik benliğin kendisidir. Birey, görüntüsüyle benliği arasındaki mesafeyi kapatmak yoluyla benliğine ulaşmaya çalışır, bu yüzden de selfie bağımlılığı geliştirir. Ancak boşluk, bir türlü doldurulamaz. Han, selfie bağımlılığının, “ben’in iç boşluğuna” işaret ettiğini söyler. İstikrarın söz konusu olmadığı bu çağda, güvensizlik bireyi selfie bağımlılığına yöneltmektedir ve birey, selfie aracılığıyla kendisini üretmeyi denemektedir. Ancak üretilen yalnızca boşluğun kendisidir (Han, 2018: 25).

Bu çalışma, öteden beridir yüz'e yönelik ilgiyi, selfie bağlamında sorgulama girişimi ve çabasıdır. Selfie, yüzün görüntülenmesi, yüz ve ekran arasındaki ilişki, imgenin gerçekliğin önüne geçmesi gibi yönleriyle, iletişim çalışmalarında yeni bakış açılarına olanak tanıyan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma, "İmgenin bolluğu, gerçeğini sıradanlaştırır mı?", "Selfie, Levinas'ın itiraz ettiği aynılık bağlamında değerlendirilebilir mi?", "Bireyin ekranda kendi yüzüyle karşılaşma anıyla, Emmanuel Levinas'ın ben-öteki karşılaşması arasında bir ilişki kurulabilir mi?", "Selfie, bir imge olarak yüzün metalaşması mıdır?" gibi sorulardan hareketle, selfie'yi, özellikle Levinas'ın felsefi ve etik bir olgu olarak yüz'e yönelimi bağlamında değerlendirmeye odaklanmıştır.

1.Yüzün Anlamı

Yüz, her zaman "orada" olan varlığıyla şaşırtıcıdır ve bakışın nesnesi olarak kavranılamayandır. Bireyin kimliği ve benliği, yüz aracılığıyla kendini oluşturur. Kim olduğumuzu bize söyleyen, yüzümüzdür. Bireyin yüzüyle olan ilişkisi, benliğiyle olan ilişkisini de belirler. Yüz (visage) sözcüğü Latince *visus*'tan *videre* fiilinin geçmiş zaman ortacından gelir ve "görülen" anlamındadır (Le Breton, 2018: 12). Latince "persona" sözcüğünün karşılığı olarak Yunanca'da "prosopon" sözcüğü, "yüz", "çehre", "başkasının bakışına sunulan", daha sonra da "maske" anlamında kullanılmıştır. Zamanla bu kelime, tiyatrodaki rolünü oynayan oyuncu anlamlarında kullanılmıştır (Paglia, 2004: 9). Yüzün, öteki'nin bakışına sunulan ve maske anlamları, daha baştan onun tekinsizliğine işaret eder gibidir. Enis Batur, yeryüzünde bütün suretlerin, insan suratında toplandığına vehmedildiğini ve yüzün, "işaretlerin, anlamların örtüştüğü, ayrıştığı, denkleştirdiği ya da birbiriyle yüzleştikleri yer" olduğunu vurgular (Batur, 2000: 289). Bütün işaretlerin ve anlamların bir araya geldiği bir yüzey olarak yüz, bu sebepten olsa gerek tüm zamanların ilgisini çekmiştir.

Yüz, ben'in öteki'yle olan ilişkisinde karşılaşma uzamı olarak, sürekli değişen, ele avuca sığmayan, kararsız ve dalgalanmalar içinde bütün duygulanımları kendisinde gösterendir. Algıların buluşma noktası olan yüz, öznenin benliğini oluşturduğu mekândır. Yüz, kimliktir. Yüz, her insanda olsa da kişiye özgüdür, yüzlerin hiçbiri aynı değildir. Yüz, çıplak ve başkasının bakışına bu kadar açık olmasına rağmen bilinmeyendir. Yüz, çıplak bir yüzey olarak, sakladığı anlamlarla maske gibidir ve maskenin arkasındaki "gerçeklik" in ne olduğunun kesin bir yanıtı yoktur. Levinas, yüz üzerinde duran bir filozof olarak, "yüz, bir varlığın kendi nitelikleriyle ortaya koyamadığı en üstün gerçekliktir" der (Ergüven, 2007: 70). Yüzün bu derece çıplak ve görünürde bir yüzey olmasına karşın, tüm gizemiyle bütün duygulanım ve ifadelerin merkezi olması düşündürücüdür. Bu kadar açıkta olup, anlamının bir o kadar gizil olması, yüzü daha da ilginç hâle getirmektedir.

Yüz, ben'in görme alanı dışındadır. Başkalarının yüzünü rahatlıkla görebilirken, kendi yüzümüz doğrudan görüş alanımıza girmez. Yüz, doğası gereği çıplaktır ve bir yüzeye sahiptir ve hep dışarıdan onu bir seyredene dönüktür. Yüzün bu açıklığı ve bir şeye doğru yönelimi, onu kamusal alana açık hâle getirir (Kanaan, 2018: 115). Yüzün doğası gereği öteki'ne dönük olması, onu kendini seyreden yerine, "seyredilen" olarak konumlandırmaktadır. Dolayısıyla yüzün seyredilen olarak konumu, onun imgesinin öne çıkmasını anlaşılır hâle getirir. Ben, kendi yüzünü göremez, başkası görebilir. Bu bir anlamda, yüzün değerini belirleyen başkasının bakışı ya da beğenisi olduğunu gösterir. O halde başkasına, yüzümü nasıl gösterdiğim önemlidir. Başkasına ben'in yüzünü nasıl gösterdiğini belirleyen olarak, karşımıza "imge" çıkar. Yüz'ün kendisi hakkında değil, daha çok imgesi hakkında konuşuruz.

Yüzün dışardalık durumu, öznenin onun kendi görüntüsüne, nasıl görüldüğüne olan merakını her zaman canlı tutmuştur. Ele geçirilmesi zor varlığı ve anlaşılmaazlığıyla yüz, aynı zamanda bizi tehdit edendir. Özne, yüzün bu tehdidine, onun görsel temsil biçimleriyle yanıt vermeye çalışmıştır. Sanatçı, yüzün kendi gerçekliğine ulaşmak için tekrar tekrar portre çizer. Bu sonu gelmeyecek olan çabaya, Finkielkraut'ın "Yüz, imge avcısının asla erişemeyeceği tek avdır" sözü yanıt niteliğindedir (Finkielkraut'tan akt. Ergüven, 2007: 191). Deneme ve eleştiri yazılarıyla bilinen Mehmet Ergüven, *Görmece* adlı eserinde, "Resimdeki portre, açıkça itiraf edilmese bile, gerçekte hep o imkânsız olanın (tanımlanmamış bölge) ardına düşmüş, ütöpik bir arayıştır son

çözümlemede- mevcudiyetini yaklaştıkça uzaklaşmaya borçlu olan karanlık (mahrem) bir ara-bölge” sözüyle, sanatçının yüzün gerçekliğine ulaşmak için arayışının çözümsüzlüğüne işaret eder (Ergüven, 2007: 191).

Yüz, sanatçıların olduğu kadar, Jacques Derrida, Emmanuel Levinas, Jean Paul Sartre gibi filozofların da ilgisini çekmiştir. “Yüzümü göremiyorum -ya da en azından ilk başta. Farkında olmadığım bir sır gibi önümde taşıyorum ve aksine, bana kendi kendimi öğreten başkalarının yüzleri” (Sartre’dan akt. Kenaan, 2018: 119) sözleriyle Jean Paul Sartre, bireyin kendi yüzünü doğrudan göremeyişi, buna karşın öteki’nin bizi doğrudan görmesi arasındaki ayrıma dikkat çeker.

Kendi yüzünü göremeyen insan, başkasının yüzünde, aynada, ekranda imgesinin peşine düşer ve anlamı temsilde arar. İmgesini seyreden birey, kendini “orada” bulmanın doyumunu yaşar (Le Breton, 2018: 175). Ancak imgeye uzun süreli bir bakış, huzursuz ve korku dolu bir anlamı çağrıştırır. Yüzün kavranılamayan olarak gizem dolu ifadesiyle yüzleşmek, bir bakıma tekinsizlikle karşılaşmaktır. Le Breton, “apaçıklığın ortasında boşluk vardır” sözünü Jabes’ten alıntılarken, insanın yüzüyle aynada ya da ekranda karşılaşmasının, ona uzun uzun bakmasının bireye yabancılaşma duygusunu yaşatabileceğini söyler. Birey, aynada kendini öteki olarak görür. İnsan aynada kendini yüzünü seyredirken, onunla öteki’nin yüzü olarak bir ilişki içinde olur (Le Breton, 2018:175-176). Kendinin imgesiyle “öteki” olarak karşılaşma, kendine dışardan bakışın getirdiği yabancılaşma, Pessoa’nın, “kendi yüzünü görmemeli insan, bundan daha korkunç bir şey yok” sözünü anımsatır (Pessoa, 2006: 808).

Yüze ilgi duyan filozoflardan Giorgio Agamben, yüzü, “insanın çaresi olmayan sergilenme hali ve içinde saklandığı ve saklı kaldığı açıklığın ta kendisi” şeklinde tanımlar (Agamben, 2017). Agamben, yüzün açıklanmasının dilin açıklanması olduğunu belirtir ve yüzün açıklık, iletilebilirlik olduğunu söyler. Yüzü bir kayıtsızlık noktası olarak düşünen Agamben, insanın (solgun, gururlu, kumral gibi) özelliklerle var olduğunu ancak bunların hiçbirinin bireyi tanımlamadığını, yüzün kimlikten arınmanın eşiği olduğunu, bireyin bu eşiğe doğru gitmesi gerekliliği üzerinde durur. Agamben, yüzü bir açıklığın mekânı olarak yorumlarsa da kutsallık duygusunun doğduğu yer olarak betimlenen yüz, “anlamını arayan giz” olarak belirlemektedir. Yüzün taşıdığı ifade, kimi zaman bir maske gibi orada duruşu ve temsilinin çeşitliliği, onu olgusal olarak inceleme açısından araştırmacıya zengin olanaklar tanımaktadır.

2. Selfie ve Yüzün Kaybı

Selfie, yüzün anlamını ve onun görselliğini sorgulamada farklı bakış açıları sağlayan karmaşık bir olguya işaret etmektedir. Selfie, yüzün kendisi dışında bütün her şeyi silen ve odağı tamamen yüze odaklayan öznenin bir eylemi olarak görülebilir. Simgesel olarak selfie, kendisini ortaya koyan bir özneye işaret etmekle birlikte, bir imge olarak iktidarı kendi tekelinde tutar. Bakışa kendisini bırakan imge, bütünüyle her şeye hakimdir. Berger’in dediği gibi, görmek konuşmadan ve daha pek çok anlamda başka şeylerden önce gelmektedir (Berger, 1986: 7).

Selfie, 2013 yılında Oxford Üniversitesi Yayınevi tarafından, o yılın ruhunu en iyi ifade eden kavram olarak, yılın sözcüğü seçilmiştir (<https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/yilin-kelimesi-selfie>). Oxford Sözlüğü’nde selfie, “bir kişinin kendisi tarafından, genellikle akıllı bir telefon ya da web kamerayla çekilmiş ve sosyal medya aracılığıyla paylaştığı fotoğraf” olarak tanımlanmaktadır (<https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie>). Geniş anlamıyla selfie, insan duygularının bir ilişki biçiminde (fotoğrafçı ile fotoğraflanan, izleyici ile görüntülenen, görüntülerin dolaştığı kişiler arasında) aktarılmasını başlatan fotoğrafik bir obje olarak tanımlanabilir (Senft, Baym, 2015: 1589). Selfie bir uygulama olarak aynı zamanda farklı kişi, topluluk ve izleyicilere, farklı mesajlar gönderebilen (göndermeyi amaçlayan) bir işarettir. Gönderenin özgün amacının yanlış okunması ya da beğeni, yorum gibi ek jestlerle, selfie’nin anlamı değişikliğe uğratılabilir. Gündelik yaşamın bir parçası olmakla birlikte selfie, paylaşıldığı andan itibaren dijital uzamın bir parçası haline gelir ve sürekli bir biçimde yeniden üretilerek var olur.

Selfie, akıllı telefon kameraları aracılığıyla bireyin kendini başkasının bakışına sunduğu, sosyal ağa yükleyerek toplumsal bir onay adına sosyal ağda var olma ve kendini gösterme biçimidir. Selfie’de yüz,

tamamıyla görüntünün merkezindedir. Selfie, bize bireyin kendini sunma biçimi olarak “bu benim” mesajını verir. Selfie, görüntü ve yüz arasındaki ilişkiyi ortaya koyan, yüzün dijital bir yansımasıdır. Sosyal medyada paylaşmak amaçlı çekilen selfie, “kendini kamuya açık bir şekilde gösterme şekli ve öz-temsiline (self-presentation) görsel bir biçimdir” (Kenaar, 2018:125).

Selfie ile otoportre arasında benzerlik kurulsa da selfie, otoportreden farklıdır. Berger, *Bir Fotoğrafi Anlamak* adlı kitabında, çizim ile fotoğraf arasında ayrım yapar: “Fotoğraf imgesi ışığın yansımasıyla anlık olarak üretilir; imgenin figürasyonun doğumuna yol açan şey, deneyim ya da bilinç değildir” (Berger, 2014:88). Otoportre çiziminde figürasyona eşlik eden sezgi ya da bilincin kendisi iken, fotoğrafta figürün ışığı ve gölgesi verili olarak algılanır. Dolayısıyla selfie’yi, otoportreden bağımsız olarak, kendine özgü bir sunuma sahip imge olarak değerlendirmek gerekir.

Selfie aracılığıyla modern birey, sürekli bir biçimde yüzün imgelerine maruz kalmaktadır. Bu maruz kalma biçimi sonucunda, bireyin gerçeklik ile ilişkisi bozulur. Yüz, bakışın arzu nesnesine dönüşme durumuyla karşı karşıya kalabilmektedir. Yüzün nesneleşmesi ve meta değeri, “yüz’ün anlamını ya da gerçekliğini yitirmesine mi neden olur?”, “Levinas’ın “aşkınlığın mekânı” olarak yorumladığı yüz sıradanlaşıyor mu?” gibi soruları akla getirmektedir.

Han, *Şeffaflık Toplumu* adlı kitabında, “insan simasının tamamen sergi değerinde kendini bulan bir face hâline” dönüştüğünden söz eder (Han, 2017: 28). Photoshop çağında, yüz, “bakışın aurası”ndan soyutlanarak teşhir edilen ve sergi değeri edinen bir meta haline almıştır. Yüzün meta değeri edinmesi, onun tüketime hazır hale gelmesidir. Yüz, selfie’de görüntüye dönüşerek sömürülür. Sürekli sergilenen yüz, kendine yabancılaşır ve şeyleşir. Han, yüzün şeyleşmesini, Heideggerci anlamda, ortadan kayboluşla yorumlar. Çünkü, “şey, sadece kült değeriyle dolu olduğu için sergilemeye gelmez” (Han, 2017: 28). Selfie’de yüzün yakın çekimi, onu “pürüzsüzleştirerek yüzeye dönüştürür” ve aynı zamanda “bedenin pornografik görünmesine” imkân tanır (Han, 2018: 13-15). Yüzün aşırı görünürlüğü, müstehcenliktir. Müstehcenlik ve şeffaflık ise, aşkınlığın tam zıddı olarak kült değeri yok edendir. Baudrillard ise *Kötülüğün Şeffaflığı*’nda, şeylerin ve göstergelerin, düşüncelerinden, kavramlarından, değerinden ve amacından kurtulduğu zaman sonsuza dek kendilerini yeniden ürettiklerini belirtir (Baudrillard, 2016: 12). Selfie’de bir imge olarak, yüzün kendi öz anlamından bağımsız olarak, işlerliğini sürdürmektedir.

Selfie aracılığıyla sergilenen yüz, kendini nesneleştirir ve döngüsel bir biçimde sürekli kendini yeniden üretir. Yüzün değişik pozlarla kendini yeniden üretmesi ve tüketmesi, aldığı beğeni ve takipçi sayısı ile doğru orantılı olarak ilerler. Kullanıcı fotoğraflarında beğeni ve takipçi sayısı arttıkça, sık aralıklarla selfie paylaşımı yapar. Paylaşımın yokluğu, ilginin kaybı anlamına geldiğinden, kullanıcı yüzünü yeniden ve yeniden kullanıma sunar, bakışın bizatihi kendisine. “Düşüncesini yitiren bir şey, gölgesini yitirmiş adama benzer” diyen Baudrillard, çılgınlık içinde oluşa dikkat çeker (Baudrillard, 2016: 13). Aynı şekilde sosyal ağda sürekli selfie çekip paylaşan bireyin kendini çılgınlık içinde kaybettiği söylenebilir. İmgenin dayanılmaz cazibesine kapılan ağ kullanıcısı, sıklıkla fotoğraf paylaşmaktan kendini alıkoyamaz.

Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağların yaygınlaşması ve akıllı telefonların ön kamera özelliğinin aktif olmasıyla, selfie dünyada kimlik ve imaj yaratmada kullanılan yaygın bir araç haline gelmiştir. Sosyal ağ, yeni bir benlik oluşturma mekanıdır. Sosyal medya, “yükselen kimliklerin” sergilendiği, paylaşılan her gönderinin kimliğe dair ipuçları taşıdığı bir mecradır. Bireyin hayatını sürekli başkasına gösterme isteği, bireyi bazen kendi kimliğinden uzaklaştırarak, “istenilen kimliği” oluşturmaya sevk edebilmektedir. Birey, “daha parlak, daha başarılı, daha güzel, daha karizmatik, daha komik” görünerek, toplumsal onay kazanmaya çabalamaktadır (Şener, 2013:10). Bu durum, bireye bir tür bilinç kaybı yaşatabilmekte ve böylelikle birey, selfie’nin dayanılmaz cazibesinin kurbanı olabilmektedir. Selfie çekmek için, arkasında uçurum olduğunu unutan, ölmüş yakınıyla poz veren, trenin altında kalan örneklerle sık rastlanmaktadır. İnsanlar, Auschwitz toplama kampının önünde ya da sokakta ölmek üzere olan hayat kadınlarıyla poz verip gülümseyerek selfie

çekebilmektedir. Nelson Mandela'nın anma töreninde, David Cameron, Barack Obama ve Helle Thorning-Schmidt'in birlikte selfie çekmeleri, bilinç kaybına bir örnektir (<http://www.tempomag.com.tr/detail/selfie-cekıyorum-o-halde-varım>).

Selfie aracılığıyla, ağ kullanıcısı, "mikro şöhret" ya da bir diğer adıyla "sosyal medya fenomeni" olma imkânına kısa sürede kavuşarak, çok sayıda takipçi çekme ve böylece "ünlü" olma arzusuna erişebilmektedir. Takipçiyi hayran kitlesi olarak gören mikro-şöhret, öz-temsili diğerleri tarafından tüketilmek için oluşturmakta, takipçileriyle arasında stratejik bir samimiyet geliştirerek, hayranlarının ilgisini sosyal ağ sayesinde sürdürebilme imkânına kavuşmaktadır (Marwick ve Boyd, 2011:2-3). Mikro-şöhretin kimlik inşası, yapılan paylaşımların sürekliliği ve diğer kullanıcılardan gelen tepkilere göre biçimlenmektedir. Mikro-şöhretler, pürüzsüz, gösterişli, makyajlı kısacası kendine mükemmel derecede maske edinmiş yüzüyle, her defasında değişik pozlar üreterek, takipçinin ilgisini ve beğenisini kazanmaktadır. İletişim teknolojileri sayesinde ilgi çekmenin, görülmenin kolaylaştığı bu çağda, Andy Warhol'un "Herkes bir gün 15 dakikalığına meşhur olacak" öngörüsü, gerçekliğine ulaşmıştır.

İmgenin sosyal ağlarda dolaşıma girmesi ve oldukça ilgi görmesi, görsel kültürün gücüne işaret etmektedir. Bauman, kitle iletişim çağının mottosu olabilecek bir biçimde, Descartes'in "Düşünüyorum öyleyse varım" sözünü, "Görülüyorum öyleyse varım" şeklinde değiştirir (Bauman, 2014: 25). Bauman, ağ kullanıcısının internet sayfasında ne kadar çok ziyaret edilirse, o kadar tanınacağını ve paylaştığı içeriğin önemsiz olduğunu söyler. İtibarın, bireysel ölümsüzlüğe giden yol olarak, emek harcanarak üretilen bir şey iken; tüketim toplumunda itibarın yerini şöhretin aldığını ifade eder. Şöhret, bütün tüketim nesnelere gibi, anında elde edilebilen ve hızla tüketilen bir tatmin sağlamak için tasarlanır (Bauman, 2005: 298). Bauman, tüketim toplumlarının kullanıldıktan sonra atılabilen nesnelere uygarlığı olduğu tespitinde oldukça haklıdır. Zira geçen zamana paralel olarak, "sosyal medya fenomenleri" unutulmakta, yerini hızla bir başkasına bırakmaktadır. Bu yüzden mikro-şöhret, sosyal ağda takipçilerinin ilgilerini, her saniye diri ve uyanık tutmak zorundadır. Bu yüzden fenomen, paylaşılan selfie'ler üzerinden yorum ve beğeniler aracılığıyla, gerçekliğini yeniden üretmekte, takipçileri ile arasında stratejik bir samimiyet geliştirmektedir.

Mikro şöhretler, kültür ve reklam endüstrisi açısından uygun bir imkân yaratmaktadır. Büyük marka ve reklam veren şirketler, ürünlerini pazarlamak amaçlı, etkileşim gücü yüksek kitleye sahip "mikro şöhretleri" kullanmak için rekabet geliştirmektedir. Mikro şöhrete ulaşmak, gerçek ünlüye ulaşmaktan daha kolaydır. Sosyal ağlarda mikro şöhretler aracılığıyla yapılan tanıtımlar, şirketlerin pazarlama stratejisi olarak kendini göstermektedir (Avcı, 2017:9). Instagram'da takipçi sayısı oldukça fazla olan, Mart 2019 sosyal medya fenomenler sektörü hesapları arasında ilk sırada, "danlabilic" kullanıcı hesabıyla öne çıkan Neslihan Damla Akdemir, firmaların ürünlerinin reklamını yapan bir mikro-şöhret olarak karşımıza çıkmaktadır (<https://www.boomsocial.com/Instagram/UlkeSektor/turkey/fenomenler/diger>). Danla Biliç, önce Youtube'ta yayınladığı makyaj videoları ile kendinden söz ettirmeye başlamıştır. Kendisinden, "sosyal medyanın her alanında konuşulan ve bir anda patlama yapan ünlü fenomen" olarak söz edilmektedir. Youtube'ta paylaştığı videolarla adından söz ettiren Biliç, videolarına verdiği, "yılbaşını Merveler'de kutlayan kız" gibi ilginç isimlerle dikkatleri üzerine çekmiştir. Makyajından ziyade, kendisinin, kız arkadaşları arasında yaptığı sohbetleri kamera karşısında yapması, ayrıca içten, sıcak ve doğal olması sayesinde çok fazla izlendiği belirtilmektedir (<https://onedio.com/haber/makyaj-videolariyla-youtube-u-sallayan-sosyal>).



Görsel 1: Danla Biliç <https://www.instagram.com/danlabilic/?hl=tr>

Instagram’da takipçi sayısı ve paylaştığı fotoğraflarla dikkat çeken bir diğer mikro şöhret olarak “Zeynep Zor”dan söz edilebilir. “zey_zor” kullanıcı adıyla, Instagram’da paylaşımlarda bulunan Zeynep Zor, ışıltılı ve makyajlı yüzüyle, yüksek yaşam kalitesine sahip yurtdışı gezileriyle, lüks mekanlarda verdiği gösterişli aile pozlarıyla, “ideal yaşamın” ve modern özneye sürekli dayatılan “mutluluğun reçetelerini” paylaştığı fotoğraflarla, benlik sunumunu gerçekleştirmektedir. Markaların ürün reklamlarını içeren ve ürün çekilişi içerikli paylaşımlarda bulunan kullanıcı, takipçileriyle arasında sağlam bir bağ kurduğunu, fotoğrafla birlikte paylaştığı açıklama ve emojilerle ortaya koymaya çalışmıştır. Zeynep Zor’un inşa ettiği dünya, onu izleyen tarafından özenilen, erişilmesi olanaklı, tüketim odaklı bir uzam olarak kendini göstermektedir.



Görsel 2: Zeynep Zor, https://www.instagram.com/zey_zor/?hl=tr

Sosyal medya fenomenlerinin sıklıkla selfie paylaşımları, görsel kültürün yükselişi ve en temelde “imgenin iktidarı”yla ilgilidir. Postmodern ya da dijital çağ gibi adlandırılmalarla nitelendirilen içinde bulunulan çağ, Baudrillard’ın ifadesiyle, “gösterge sanayisine dönüşmüş” durumdadır (Baudrillard, 2016: 22). Şeylerin içi boş göstergelere dönüşerek şeffaflaşması, “sıradanlaşmanın kötülüğü”dür.

3. İmgenin İktidarı

Görsel kültürün yükselişe geçtiği ve kültürü alımlama üzerine pek çok çalışmanın yapıldığı günümüzde, imgenin gücünün yadsınamayacağı apaçık bir hakikattir. Bugün imge, teknolojinin sunduğu olanaklarla, temsil ettiği nesneden daha canlı, daha gerçek, daha etkileyici olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir imge olarak selfie, görüntünün söze, gerçekliğe ve daha çok şeye karşı egemenliğinin bir göstergesi gibidir. Selfie’de kutsanan, yüceltilen yüzün kendisi değil, bizatihi imgedir. Gerçek olan görüntüdür, görüntünün estetize edilerek bakışa “güzel” görünmesini sağlamaktır. Makyaj ve poz bunun için vardır. Sergilenen nesnenin, kusursuz, düz, pürüzsüz olması onun sergi değerini artırmaktadır. Modern yaşam, bireyi “pürüzsüz” ve “şeffaf” olmaya çağırılmaktadır. Pürüzsüzlük felsefesi, yara almadan, risksiz ve tehlikesiz bir yaşam öne çıkarmaktadır. Han, kendisiyle yapılan bir söyleşide, “like” (beğen) tuşunu, iletişimin devamlılığını sağlamakla ilişkilendirir. Dislike, ağda iletişimin kesilmesi demektir (<https://www.timeturk.com/filozof-byung-chul-han-dunya>). Modern yaşamda sistem bireyin ihtiyaç ve ilgilerini bilir ve kendini ona göre uyarlar.

Paylaşılan fotoğraflar aracılığıyla atılıp yeniden üretilen kimlikler icat edilir. Bireyin ekranda ya da fotoğrafta karşılaşmasının hiç şüphesiz bir cazibesi var. “Görme, konuşmadan öncedir” ve biz dünyada sözcüklerden önce görmeyi öğreniriz (Berger, 1986:7). “İmgenin yeniden yaratılmış ve yeniden üretilmiş görünüm” olduğunu belirten Berger, imgenin gösterdiği şeyden daha kalıcı olduğunu söyler. İmgenin gerçeğe karşı üstünlüğü de burada gizlidir. İnsan ölür ama fotoğrafı kalır. İmgenin gücüne dair, Berger, “Fotoğraf, yalnızca bir imge (yağlıboya resmin olduğu anlamda bir imge), gerçeğin yorumlanması değildir: aynı zamanda bir izdir: ayak izi ya da ölünün yüzünden alınan maske gibi gerçeğin kendisinden doğrudan doğruya çıkarılmış bir şeydir” der (Berger, 2014:71). Berger, kapitalist bir toplumun, imgelere dayanan bir kültürü gerektirdiğini vurgular. İmgeler aracılığıyla satın alma hızlandırılır. Kapitalizm “sınıfsal ırksal cinsel zedelenmeleri uyandırmak için sonsuz eğlenceler” sunmak mecburiyetindedir (Berger, 2014:75).

Sosyal ağlarda imge bolluğuna rağmen, aşırılık bakışı doyurmaz. “İmgelerin, bakışı doyuracağına arzuyu artırması, onları ele geçirmenin olanaksızlığındandır” (Sayın, 2013: 77). Kendiyle göz arasına çifte mesafe koyan bir imge, dokunulmak ister. “Dehşet, imge içinde imge olmayan şeyle, imgenin bakışıyla karşılaşmaktan kaynaklanır. Boşluk, imgenin oyulmuş hakikati ve imgenin bakışıdır” (Sayın, 2013:15). Sayın’a göre, göz, görünenin ardındaki görünmezliği arzular, bu yüzden kendini bakışa teslim eder ve arzusunun sonsuzluğuna boyun eğer. Çünkü “bakış sayesinde aydınlığa çıkar, bakış sayesinde onun etkisine eklenir, onun sayesinde fotoğraflanırsın” (Sayın, 2013:32). İmge, bakışın ezberini çağırır, gözün saflığını değil, bu nedenle de kendisine yöneltilen bakışı tatmin eder (Sayın, 2013: 11).

Sosyal ağlarda bir imge bolluğu olarak kendini gösteren selfie’de surat değil, suretin kendisi söz konusudur. Suret, kendini bakışa teslim eder. Suretin her yerde olması ve çoğaltılması, ona bir tür değersizlik getirir. Plinius, sikkelerde kabartması çıkarılan yüzlere tepki göstermiştir. Çünkü Sezar’ın yüzünün her yerde görülebiliyor olması, Plinius’a göre, imgeye bozuk para gibi harcanan değersizlik getirir. Bu değersizliğin nedeni Plinius’a göre, çoğaltım tekniğidir. İmgenin anlama kaybına uğramasına yol açan çoğaltılmasıdır, bir kereliğine mahsus bir dokunuşun izini süren imge değildir artık (Sayın, 2013: 73).

İmgenin benliği ele geçiren gücünü fark ettikleri için belki de bazı topluluklar fotoğrafı reddetmiş ve portrenin her çeşidine karşı tabular geliştirmiştir (Le Breton, 2018: 13). Pessoa da aynaların icatçısının, insan ruhunu zehirlediğinden söz eder (Pessoa, 2006: 808). Baudrillard, imgelerin her zaman ölümcül bir güce sahip olduğunu belirtir (Baudrillard, 2017:19). Simülasyon dünyasında olduğumuzu düşünen Baudrillard, “göstergenin en büyük işlevinin, gerçekliği kayboluşa itmek ve kayboluşunun üzerini örtmek” olduğunu söyler (Baudrillard, 2010: 36). İmgeler, gerçeklikten kopar ve kendisi olarak var olur. Bu bağlamda, selfie, bir imge olarak, kendi gerçek varlığını yani yüzü yok ederek var olmaktadır. Yüzün kendisi yoktur artık, onun adına konuşan imgesi vardır. “Bir şeyin fotoğraflanmış olmayı, görüntüye dönüşmeyi istemesi, (...) daha iyi ortadan kaybolmak içindir (Baudrillard, 2016: 156).

Görüntünün reklamın en iyi aracı olduğunu belirten Baudrillard'a göre fotoğrafik imge suskunluğuyla, yoğun kıpırtısız haliyle oldukça dramatiktir. Baudrillard, fotoğraf çekme isteğinin derinlerinde, dünyanın oldukça hayal kırıcı olduğu, buna karşılık ayrıntıda ve ansızın yakalanan bir görüntüde "kusursuz bir apacılık" içinde olduğunu belirtir (Baudrillard, 2016: 158). Sürekli selfie çekip onu sosyal ağda paylaşan kullanıcı, dünyanın yıkıcılığını, anlık çekilen kendi yüzünün fotoğrafıyla değiş tokuş edebilmektedir. Selfie bu yüzden büyüleyicidir. Çünkü kendi fotoğrafını çeken kullanıcı, içinde bulunduğu gerçeklikten, anlık da olsa bir başka dünyaya kolaylıkla geçebilmektedir.

İmgenin bir türlü ele geçirilemiyor oluşu ve sürekli sergilenmekten duyduğu hazla birlikte, imge ile gerçekliği arasındaki doldurulamayan mesafe, Baudrillard'ın sanat üretimi bağlamında söylediği "anlamsızlaşma"yla bağdaştırılabilir (Baudrillard, 2004: 136). Tıpkı sanat üretiminde olduğu gibi, yüzün imgesinin sürekli paylaşımı, yüzü ortadan kaldırır. Yüz artık kitleleşir ve birbirine benzeyen görüntülerden ibaret maske biçimini alır. İmgeye, aşırı derecede maruz kalmak onu anlamsızlaştırır ve içeriğini boşaltır.

3. Levinas ve Yüzün İmgesi

Levinas'ın düşünce sisteminde yüz, bir metafor olarak oldukça önemlidir. Levinas, *Bütünlük ve Sonsuz* adlı kitabında, "aynı yerine başkası", "bilincin karşısında sonsuz", "içselliğin karşısında dışsallık" gibi kavramları konumlandırarak, kendisini başka'nın filozofu olarak gösterir. "*Bütünlük ve Sonsuz*"da, ilk felsefe olarak ontolojinin, güç felsefesi olduğunu belirtir. Ona göre ontoloji, bütünsel diğer yaklaşımlar gibi totaliterdir ve başka'yı aynılığa indirger (Levinas, 1979: 46). Husserl ve Heidegger'in felsefesinden etkilenen Levinas, kendi etiğini kurma girişiminde bulunurken, başka'sını öne çıkarır. Ancak ben ve başkası arasındaki bu ilişki ontolojik olmayıp, etik temelli bir ilişkidir. Levinas'ın yüz ve başkası üzerinden geliştirdiği düşünceler, Batı felsefe geleneğine hâkim olan aynının iktidarına karşı çıkıştır. Batı felsefesinin her zaman bir ontoloji olarak kendini gösterdiğini ve başkası'na karşı dehşet duyduğunu düşünen Levinas, sorumluluk odaklı geliştirdiği etiği, ilk felsefe olarak konumlandırır. Ontolojinin tüm farklılıkları aynılığa indirgediğini ve böylelikle bir bütünlük oluşturmaya çalıştığını düşünür (Levinas, 1979: 45-46). Batı felsefesinde başkası'nın farklılıkları yadsınmış, ona kayıtsız kalınmış ve anlam, ben'in aynılığı üzerine kurulmuştur. Bilincin tüm yönelimleri, "kendililik"e dönüktür.

Levinas, ben ve başkası arasında kurduğu etik ilişkide, sonsuzluk düşüncesine yer açar. Başka'nın ayırıcı özelliği sonsuz'luktur ve yüz, öznenin sonsuz ile karşılaşmasının gerçekleştiği yerdir. Levinas'a göre, özne ve başkası arasındaki yüz-yüze ilişki, Batı felsefe geleneğindeki gibi bir bütünlük ve aynılık kategorileri dahilinde değildir. O, yüzü, görme etkinliğinin nesnesi olarak düşünmez, çünkü yüz görülmez, dokunulmazdır. Yüzü "Tanrı sözünün yeri" olarak adlandırır (Levinas 1999'dan akt., Acar, 2016: 103). Yüz'ü bir metafor olarak kullanan Levinas'a göre yüz, ben ve başkası arasındaki uzaklığı sağlayandır.

Başkası karşımızda bir yüz olarak belirir ve bizi yanıt vermeye zorlar. Yüz'ün belirışı, başka'nın açığa çıkması ve Sonsuz'un çağrısının duyulması demektir. Başkası'nın yüz'ünden çağrı, ben'e bir buyruk şeklinde gelir. Bu çağrı, ben'in başkasına kayıtsız kalmasını engeller (Acar, 2016: 103). Başkası'nın yüzünde, ben, "öldürmeyeceksin" buyruğuyla karşılaşır. Ben'in gerçek anlamda özgürleşmesi, varlığının ağırlığından kurtulması, başkasıyla karşılaşmasıyla ve sorumluluğunu kabul etmesiyle gerçekleşir. Ben, başkası'na karşı duyduğu sorumluluk duygusundan hiçbir zaman kurtulamaz, çünkü başkası'na karşı sorumluluk duygusu sonsuzdur.

Levinas, aşkınlığı öznel arası ilişkiler aracılığıyla açıklamaya çalışır. Ben ve başkası arasındaki ilişki birliktelik ilişkisi değil, yüz yüze bir ilişkidir (Acar, 2016:105). Gerçek birleşme veya gerçek birliktelik, yüz-yüze birlikteliğidir (Levinas, 2010a: 323). Levinas, *The Trace Of Other* başlıklı makalesinde, yüzün görünümün ötesinde beliren anlamıyla, konuşan olduğunu belirtir. Başkasının yüzü, görünmenin öncesinde konuşandır. Yüz, soyut ve çıplaktır. Yüzün çıplak oluşu, kendi kendiliğinden veriliyor olmasındadır. Başkasının yüzü, aynı'daki farklılıkları ortaya çıkarır (Levinas, 1986: 355).

Levinas, ben'in kendi ile yüzleşmesi ve öteki ile karşılaşmasıyla sonsuz bir etik anlayışına ulaşmaya çalışır. Başkası, etiğin kaynağıdır. Başkası karşımda bana bakan, onaylayan ya da reddedendir. Levinas'a göre, başkası'nın yüzü, kendisinden kaçılmayacak, yok sayılmayacak olandır. Ancak Levinas, yüzü, surat olarak ele almaz, başkası bize görünen değildir. "Başkası'nın yüzü ile kurulan ilişki, görülemeyenle kurulan ilişkidir. Yüz gizemli ve kırılığandır (Güneş, 2009: 150). Yüz, algılanamayan olarak, "şey" gibi ele alınamaz.

"Kendinin sorgulanması tam da mutlak Başka'nın buyur edilmesidir. Mutlak Başka kendini ben'e bir tema olarak sunmaz. Mutlak başka'nın tezahürü (épiphanie) yüzdür; başka, yüzde bana çıplaklığıyla, yoksunluğuyla seslenir, sorgular ve buyurur. Başka beni alçakgönüllülüğüyle ve yüksekliliğiyle sorguya çeker. O görür ama kendisi görünmez kalır ve tam da bu yolla, ilişkiye girerken kendini çeker, mutlaklığını korur. Mutlak başka, başkası'dır" (Levinas, 2010a:121).

Levinas'ın buradaki karşı çıkışı Batı felsefesinin, başka'yı aynı'nın içinde eritmesi ve sonuçta başkalık deneyiminin ortadan kaldırılmasındadır. Levinas, "Max Picard ve Yüz" isimli yazısında Picard'ın yüz felsefesinden hareketle, yüz'e dair düşüncelerini ifade eder. Yüz'ün, kişiliğin başka bir adı olmakla birlikte aynı zamanda yüzün bizatihi kişilik olduğunu söyler. Bu kişilik, yüzün epifanisinde (kendini göstermeden gösteriş) ve karşılaşmasında, samimiyetindedir. Yüz, açıkta olanın gizini taşıyandır, yüz'de "Tanrı'nın izi tezahür eder ve vahyin ışığı dalga dalga evreni kaplar" (Levinas, 2010b). Ancak Levinas'ın burada yüz'le kastettiği görülen, bir biçimi olan anlamında değildir. Çünkü başkası'nın yüzü, kendinde anlam ifade edendir ve ben'in başkasının yüzüyle karşılaşması, estetiğe dayalı değildir (Direk, 2012).

Levinas'ta öznenin bilincinin başka'sı tarafından sorgulanması, yüz'ün kendini ben'e dayatması ve kendisini unutturması, ben'i edilgin hale getirir. Bilinç, kendisini sorgulayan başka karşısında eli kolu bağlıdır (Levinas, 2010a: 138-139). Bilinç, başkası'na yakalanır ve böylece onun iktidarı sonlanır ve kendi ile olmaktan çıkarak, başkası için olmaya geçişi yaşar. Ben'deki başka, artık başkası'nın yerindedir ve bu tam anlamıyla sorumludur. Böylece ben, başkası'nın acısını duyumsar. Bu dönüşüm, yüzün kendini ifşası ile gerçekleşir. Yüz'ün aşkınlığıyla buluşmak, ben'in düşünme sonucu gerçekleştirdiği bir eylem değildir, bu hissedilen bir şeydir. Ben, başkasının yüzünü buyur etme durumu içinde kendini bulur. Ben, başkasıyla karşılaşması sonucunda, kendi varoluşundan uzaklaşarak, özgürleşir. Böylece Levinas'ta ben'in dönüşümü başka aracılığıyla gerçekleşir ve ben, bencilliğinden uzaklaşır ve aşkınlığa ulaşır. Oysa selfie'de başkası'nın yüzü yoktur, ekranı dolduran ben'in yüzüdür. Ben'in ekranda kendi yüzüyle karşılaşması, başkası'yla yüz yüze gelme olarak yorumlanamaz. Bireyin selfie deneyiminde başkası'yla karşılaşmadan söz edilemez.

Ekrandaki ben'in görüntüsü, bütün ilgiyi ve dikkati ben'in kendisine yöneltir. Bunu, Levinas'ın itiraz ettiği aynılık ve bütünlük olarak okumak mümkündür. Bireyin ekranda kendi imgesiyle karşılaşması, başka'lık deneyiminin önüne geçer. Selfie'de, ben'in başka'sıyla olan etik ilişkisini bozma, onu çürütme söz konusudur. Ben için, ekran bir onaylama mekanizmasıdır. Ben'in "daha güzel, daha havalı, daha çekici, daha hoş" olup olmadığının bütün göstergeleri ekranda gizlidir. Ekran, aynı zamanda başkasının bakışındadır. Ben, başka'sına onaylama ve olumlama dolayımında ihtiyaç duyar. Başka'sı, ben'i kendinden kurtarmak için değil, onun narsisist duygularını beslemek ve onaylamak için vardır. Burada Levinas'ın sözünü ettiği anlamda etik bir ilişki yoktur.

Selfie, Levinas'ın Batı felsefesinde karşı çıkışını yaptığı aynılık kategorisi bağlamında değerlendirilebilir. Selfie'de yalnızca ben (aynı) vardır, başkasına yer yoktur; başka'sı burada bir tabloya dışarıdan bakışını yönelten, onu beğenen ya da beğenmeyen olarak estetik bir ilişki içerisinde. Bu aynılıkta, ben her biçimde yüceltilir, üstelik bu yüceltme, Levinas'ın kendisine aşkın olarak nitelediği yüz aracılığıyla gerçekleştirilir. Selfie, ünlü ya da ünsüz bütün herkesin cazibesine kapıldığı bir olgu olarak, büyüsunü yüz'ün bizzat kendisine borçludur. Yüz burada, Levinas'ın görünmeyen bir görülme olarak betimlediği epifani olarak değil, bir maske, imge olarak "orada"dır.

Bireyin yüzüne hayranlığı ve kendine olan ilgisi, onu başkalık deneyiminden alıkoyar. Selfie başkalık deneyimini sekteye uğratan bir olgu olarak değerlendirilebilir. Selfie’de, yüz, Levinas’ın başkası’nın yüzü olarak nitelediği aşkın olan yüzden farklı bir biçimde kendini göstermektedir. Bu yüz metalaşmıştır ve ayının içkinliğine kendini hapsetmiştir (Han, 2017:26). Oysa Levinas’ta yüz, fenomenliği aşandır, yüz bir imajdan ziyade konuşma ve ifadedir (Levinas, 1986: 352).

Selfie’de bireyin ekranda kendisiyle karşılaşmasında, ben’i sorumluluk duygusuyla donatan başkası’nın varlığı söz konusu değildir. Aksine söz konusu olan ben’in bilincidir, Bireyin ekrandaki yüzüyle karşılaşması, kendi benliğini sorgulama düşüncesini uyandırmaz, çünkü bireyin tüm ilgisi kendine yöneliktir. Onun için o anda, kendini ekranda görmenin ve görülmenin verdiği cazibe söz konusudur. Ben’in kendini sorgulaması için başkası’na ihtiyacı vardır. “Kendine yakınlıklaşabilmesinin biricik yolu, ötekinin gözlerinden geçiyor” (Yaykın, 2016). Ekranda kendi yüzüyle karşılaşan birey, gerçek anlamda başka’sına bir yönelim sağlayamaz ve aynılık içinde kalır. Gerçek bir etik ilişki, ben’in başkası ile ilişki ve karşılaşmasıyla mümkündür. Ben’in sorumluluğu, başkası’na karşı duyduğu sorumluluktur. Ekranda kendi ben’iyle karşılaşan yüz, başkası’yla bir ilişkiden uzaktır ve kendi ben’iyle karşı karşıyadır. Buradan ben’i, başka’sına sorumluluğa çağıran bir diyalogun çıkması beklenemez.

Levinas, “Bütünlük ve Sonsuz”da, yüzle ilgili olarak, pencere metaforu geliştirmiştir. Başka’sının yüzünün penceresinin açılması, geri dönüşü olmayan vahiy deneyimi yaşatır. Kapalı bir pencerenin cam bölmesinden birine baktığımız zaman, diğer kişi tam olarak bizim önümüzdedir. Ona bakmak ya da onu dinlemek, onun hakkında bize çok şey öğretebilir. Pencere kapalıyken, kendimizleyizdir. Levinas’a göre başkasıyla karşılaşmanın yolu, pencereyi açmak ve yüzleşmek, kendini eşzamanlı bir biçimde gören ve görülen olarak deneyimlemektir. İşte tam bu anda birey özgürlükle, sorumlulukla, samimiyetle yüzleşebilir. (Senft, 2015:4). Oysa selfie, kapalı bir pencere gibi, ben’i başkası’na, onun deneyimleriyle yüzleşmenin, onu tanımanın önünü kesen bir olgudur.

Levinas’ın imge ve onun nesnesinin gerçekliği bağlamında dile getirdiği düşünceleri bağlamında, selfie’nin bir imge olarak, gerçekliğinin yerine geçtiği söylenebilir. Levinas, “Gerçeklik ve Gölge” başlıklı makalesinde, imge ve gerçek varlık üzerinde durur. Levinas’a göre imge, gerçeklikle ilişkinin ritmik olduğu bir boyutta, yani duyumsamada, nesneyi kendi vücudundan, gerçekliğinden sıyrarak nesne olmayana dönüştürür ve onun yerine geçer. İmgenin nesnesiyle arasındaki ilişkide, benzerlik ilişkisi söz konusudur. Levinas imge ile temsil edilen nesne arasındaki ilişkiyi şöyle açıklar:

“Temsil etmenin bilinci, nesnenin orada olmadığını bilmektir. Algılanan öğeler nesne değildir; onlar nesnenin ‘eski giysileri’, renk lekeleri, mermer ya da bronz parçacıkları gibidirler. Bu öğeler birer simge olarak iş görmezler ve nesnenin yokluğunda onun mevcudiyetini dayatmazlar; onlar mevcudiyetleriyle nesnenin yokluğunu vurgularlar. Bu öğeler, nesnenin uzaklaşmasını işaret etmek için, sanki temsil edilen nesne ölmüş, bozulmuş, kendi yansıması içinde bedeninden sıyrılmış gibi, onun yerini tamamen doldururlar” (Levinas, 2010a: 63-64).

İmge temsil ettiği nesnenin sembolü olmaktan ziyade onun yerine geçen, onun bir kopyası olarak belirendir. Sanat, temsil ettiği şeyi bir nesne olmaktan çıkarır. Selfie’nin de bir imge olarak, yüzün gerçekliğini ortadan kaldırdığı ve onu olumsuzladığı söylenebilir. Görüntü, yüzün kendisinin yerine geçer. Artık yüz yoktur, onun imgesi vardır.

Sonuç

Sonsuz bir çeşitlilik ifade eden ve “kutsallık duygusunun doğduğu yer” olarak yüz’ün, selfie dolayımında giderek sıradanlaştığı ve metalaştığı söylenebilir. Basit bir üretim yöntemine dayanan selfie, bireyin yüz’ü ve bu bağlamda “kim olduğunu” sorgulamasının önüne geçmektedir. Kendi yüzünü doğrudan göremeyen birey, selfie sayesinde tıpkı bir ayna gibi kendi imgesiyle yüzleşebilmektedir. Bir imge olarak selfie, kendi görüntümüze

ulaşmak için bir araç olduğu gibi, kendimizi başkasına sunmaya da olanak tanımaktadır. Ancak buradaki başkası, Levinas'ın ben ve başkası arasındaki yüz-yüzeliğe dayalı etik ilişkisini çağrıştırmaz. Başkası, burada ben'in bencilliğinden sıyrılması ve özgürleşmesi için değil aksine onun narsisist duygularını beslemek için vardır.

Selfie bir imge olarak yüz'ü kendi gerçekliğinden alıkoyarak, yüz'ün yerine geçendir. Selfie'nin varlığı, nesnesinin yani yüzün yokluğu anlamına gelmektedir. İmgenin aşırı üretimi ve kopyalanabilmesi, onu değersizleştirmektedir. Bu bağlamda, yüz'ün imgesinin çokluğunun ve metalaşmasının, yüz'ün gerçekliğini ortadan kaldırdığı, onu değersizleştirdiği söylenebilir. Artık yüz yoktur, yalnızca onun imgesi vardır. Levinas'ın "Tanrı sözünün yeri" olarak betimlediği yüz, selfie dolayımında aşkınlıktan uzak, şeffaf bir yüz olarak kendini gösterir. İçeriğini kaybeden yüz, imgesiyle pürüzsüz ve anlamsızdır. Selfie, görsel kültürün, bireyin her an ve her yerde görünür olma arzusunu güçlendiren bir olgu olarak yalnızca an'ı temsil etmektedir. Selfie'de yüzün merkezde olması ve diğer her şeyi arka plana itmesi, imgeyi daha cazip hale getirmektedir. Selfie'de yüzün merkezi konumu, anlamın orada belirmesine, dikkatin oraya yoğunlaşmasına, yüzün dışında bütün belirlenimleri yok etmeye yönelik olmasına neden olmaktadır.

Levinas felsefesi bağlamında, selfie'nin başkalık deneyimini sekteye uğrattığı söylenebilir. Selfie, Batı felsefesinde, Levinas'ın itiraz ettiği aynılık ve bütünlük kategorilerinin bir yansıması olarak görülebilir. Aynada ya da ekranda kendi öteki'siyle karşılaşan yüz, Levinas'ın sözünü ettiği bağlamda Sonsuz'la karşılaşmayı yaşayamaz. Çünkü onun sözünü ettiği anlamda bir karşılaşma ancak başkasıyla yüz-yüzelikte mümkündür. Başkası'nın yüzü ise, görülen değil, duyulan bir yüzdür.

Selfie aracılığıyla yüz, aynılığa hapsolmektedir. Aynının imgesi, tekrar tekrar üretilir ve ağda kullanıma sunulur. Bu tam anlamıyla boşluğun, kendini üretmesi demektir. Ancak tüm bunlara rağmen, selfie deneyimi bir anlamsızlık ve içeriksizleşmeyi beraberinde getirirse d, selfie dolayımında yüz aşkınlıktan uzaklaşmış olsa bile yüz'ün imgesi başlı başına bir "soru" olarak orada durmaktadır. Öyleyse selfie, "akışkan dünya"nın bir fenomeni olarak, yüz'e ve yüz'ün imgesine dair, cevaplanmayı bekleyen sorularla doludur.

Teşekkür

Makalenin yazılış aşamasında katkısı dolayısıyla, Doç Dr. Emre Şan'a çok teşekkür ederim.

Kaynakça

- Acar, S.M. (2016). "Levinas'ta Aşkınlık Düşüncesine Giriş", Kaygı Uludağ Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi, Sayı:27, s.93-110.
- Agamben, G. (2017). "Yüz", (Çev). Murat Erşen, <http://gazetekarinca.com/2017/06/yuz-giorgio-agamben/>
Erişim Tarihi: 19.02.2019
- Avcı, A. (2017). "Her Zaman Çevrimiçi Olma", Epokhe Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1), s.1-24.
- Batur, E. (2000). *Başkalaşımalar I-X*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Baudrillard J. (2004). Tam Ekran, (Çev). Bahadır Gülmez, İstanbul:Yapı Kredi Kültür Yayıncılık
- Baudrillard, J. (2016). *Kötülüğün Şeffaflığı Aşırı Fenomenler Üzerine Bir Deneme*, (Çev). Işık Ergüden, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017). *Simülakrlar ve Simülasyon*, (Çev). Oğuz Adanır, Ankara:Doğu Batı Yayınları
- Baudrillard, J. (2010). *Sanat Komplosu* (Çev). Elçin Gen, Işık Ergüden, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bauman, Z. (2005). *Bireyselleşmiş Toplum*, (Çev). Yavuz Alogan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Bauman, Z. (2014). *Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup*, (Çev). Pelin Siral, İstanbul:Habitus Yayıncılık.
- Berger, J. (1986). *Görme Biçimleri*, (Çev). Yurdanur Salman, İstanbul: Metis Yayınları

- Berger, J. (2014). *Bir Fotoğrafı Anlamak*, (Çev). Beril Eyüboğlu, İstanbul: Metis Yayınları
- Boeing, N, Liebert, A. (2014), "Byung-Chul Han ile Söyleşi" (Çev). Gökhan Gümüş, Zeit Wissen, <https://www.timeturk.com/filozof-byung-chul-han-dunya-absurt-bir-yer-absurtun-icinde-saadet-olmaz/haber-844969> Erişim Tarihi:16.03.2019
- Direk, Z. (2012)"Levinas'ın Sanat Anlayışı" <https://zeynepdirek.wordpress.com/2012>. Erişim Tarihi: 03.03.2019
- Ergüven, M. (2007). *Görmece*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Güneş, C.D. (2009). "Levinas Etiğinde Sorumluluk ve Yüzün Görünümü", Ekev Akademi Dergisi, Yıl:13, Sayı:41,
- Han, B.C. (2017). *Şeffaflık Toplumu*, (Çev). Haluk Barışcan, İstanbul:Metis Yayınları
- Han, B.C. (2018) *Güzeli Kurtarmak*, (Çev). Kadir Filiz, İstanbul: İnsan Yayınları
- Kenaar, H. (2018). "The Selfie and The Face", Exploring The Selfie/ Historical, Theoretical and Analytical Approaches to Digital Self-Photography, (Edit by). Julia Eckel, Jens Ruchatz, Sabine Sabine Wirth, Palgrave: Macmillan
- Le Breton, D. (2018). *Yüz Üzerine Antropolojik Bir Deneme*, (Çev). Orçun Türkay, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları
- Levinas, E. (1979). *Totality and Infinity*, (Transl). Alphonso Lingis, The Hague: Martinus Nijhoff Publishers.
- Levinas, E. (1986). "The Trace of the Other", Deconstruction in Context içinde (345-359). Chicago: University of Chicago Press.
- Levinas, E. (2010a). *Sonsuza Tanıklık*, (Haz). Zeynep Direk, İstanbul:Metis Yayınları
- Levinas, E. (2010b). "Max Picard ve Yüz", (Çev). Murat Erşen, Monokl Levinas Özel Sayı, Sayı:8-9
- Marwick, A., Boyd D. (2011). "To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter." *Convergence*, No: 17 (2), p. 139 -158.
- Paglia, C. (2004). *Cinsel Kimlikler Nefertitiden Emily Dickinson'a Sanat ve Çöküş*, (Çev). Anahid Hazaryan, Fikriye Demirci, Ankara : Epos Yayıncılık
- Pessoa, F. (2006). *Huzursuzluğun Kitabı*, (Çev).Saadet Özen, İstanbul: Can Yayınları.
- Sayın, Z. (2013). *İmgenin Pornografisi*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Senft, T. M., Baym, N. K. (2015). "What Does the Selfie Say? Investigating a Global Phenomenon", *International Journal of Communication*, 9, p.1588-1606
- Senft, T. M. (2015). "The skin of the selfie". In A. Bieber (Ed.), *Ego update: The future of digital identity*. Dusseldorf, Germany: Forum Publications.
- Şener, G., Özkoçak, Y. (2013). *Sosyal Ağlarda Görünür Olmak: Facebook Fotoğraflarında Kendini Sunum Stratejileri*. (Ed). C. Bilgili, G. Şener, Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-II: Kültür, Kimlik, Siyaset içinde (s.121-155). İstanbul: Grafik Tasarım

Elektronik Kaynaklar

<https://www.boomsocial.com/Instagram/UlkeSektor/turkey/fenomenler/diger> Erişim Tarihi: 04.02.2019

<https://onedio.com/haber/makyaj-videolariyla-youtube-u-sallayan-sosyal-medyanin-en-cok-konusulan-fenomeni-danla-bilic-764109> Erişim Tarihi: 04.02.2019

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie> Erişim Tarihi: 01.03.2019

https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/yilin-kelimesi-selfie,7nT_f2-MtUajzkyN8Ag_9g Erişim Tarihi: 01.03.2019

<http://www.tempomag.com.tr/detail/selfie-cekiyorum-o-halde-varim> Erişim Tarihi: 25.02.2019

Yaygın, 2016, "Yüz, Yüzleşme, Yüzsüzleşme", <https://www.birgun.net/haber-detay/yuz-yuzlesme-yuzsuzlesme-119023.html>, Erişim Tarihi: 15.02.2019.

Görseller:

<https://www.instagram.com/danlabilic/?hl=tr>, Erişim Tarihi: 01.02.2019

https://www.instagram.com/zey_zor/?hl=tr, Erişim Tarihi: 10.02.2019