

## BÖLÜM 3

# YENİ MEDYA VE KADIN: SELFİELERDE KADIN BEDENİNİN KADINLAR TARAFINDAN SERGİLENİŞİ

İhsan KOLUAÇIK<sup>1</sup>  
Nesrin KULA<sup>2</sup>

### Giriş

İçinde bulunulan dönem ya da toplum açıklarken birçok kavram ya da ifade tercih edilmektedir. “Tüketim”, “Ağ”, “Enformasyon”, “Şeffaflık” gibi ifadeler yaşanan toplumu refere etmek üzere kullanılmaktadır. Bunlarla birlikte günümüz dünyasını ya da toplumunu görselliğin her alana egemen olmasıyla birlikte ifade etmek mümkündür. Her şeyin görsellikle anlatıldığı bir dünya tasavvuru teknolojinin gelişimine paralel olarak günümüz dünyasının ifade biçimi olmuştur; görsellik ve görme biçimleri toplumlara ya da dönemlere göre farklılaşmaktadır. Ancak içinde yaşanan dönemde durum, görselliğin gücünü ortaya koyarken bunu da kitle iletişim araçlarıyla özellikle de son dönemde sosyal medya aracılığıyla yapmaktadır. Neredeyse son 20 yıllık süreçte sosyal medyayla birlikte insanların, toplumların ya da kültürlerin birbirleriyle iletişimleri ya da bağları artmıştır. İnternet teknolojilerinin gelişimine paralel olarak görüntülerin, bilgilerin, içeriklerin anında çevrimiçi aktarımı ya da dolaşımı mümkün hale gelmiştir. Bu yeni dönem dijitalleşmenin toplumsallaşması olarak da ifade edilmektedir. Toplumsal ilişkilerin çok büyük kısmı daha önce olmadığı kadar görselleştirilerek, çevrimiçi hale getirilmiş durumdadır. Jeremiah Morelock ve Felipe Ziotti Narita, *Selfie Toplumu* adlı çalışmalarında “neoliberal kapitalizmin belirli özelliklerinin, bilgi teknolojileri ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla örtüştüğü/güçlendiği ve bu aşırı belirlenmiş eğilimlerin, otoriter ve popülist tepkilere ilham verme eğiliminde olan, neoliberal kapitalizme zaten endemik

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, ihsankoluacik@gmail.com, ORCID iD: 0000-0001-5525-2182

<sup>2</sup> Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, dknesrin@aku.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-4311-9477

kadınların erkeklere nazaran 12 kat daha seksi selfie çekmesidir (Mediatrend, 2015). Dünyanın dört bir yanından benzer araştırmalar birbirine yakın sayılar vermektedir. Kadınlar bedenlerini, sosyal ağlarda çok daha rahat sergilemekte ve seyredilirken seyreden konumuna geçmektedirler.

Yeni medya çağında selfielere dair özellikle kadın bedeninin teşhiri noktasında olumsuz eleştiriler getirmek söz konusu olabilmekte ancak diğer bir yandan da onların psikolojik olarak rahatlamalarını sağlama gibi bir anlam taşımaktadır. Selfieler aşırıya kaçılmadığı (cinsellik ve pornografi ya da müstehcenlik) ve yukarıda belirtilen “selfitis” gibi bir hastalık boyutuna varmadığı müddetçe mazur görülebilmektedir. Ancak günümüzde sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkisinin olumlu ya da olumsuz ayrımını ifade etmek güçleşmektedir. Bu noktada selfieler gerçek ile sanalın birbirine karıştığı sosyal medya evreninde bedenleri büyük oranda tüketim nesnesine dönüştürmekte, bedenlerin nasıl olması ya da kullanılması gerektiği noktasında adeta reçete sunmaktadır. Dolayısıyla çalışmada, yeni medya ortamı içinde selfielere dair genel bir değerlendirme yapılmış ve kadınların bedenlerini sergileyerek toplum içinde kimliklerini ifade araçlarına dönüştürdükleri sonucuna varılmıştır.

## KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Y. (2017). *Medya ilişkileri*. (1. baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Altunay, Alper, (2011). “*Yeni medya*”, *fotoğraf ve hareketli görüntünün tarihi*. (1. baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Atay, S. (2012). “*B&W in colours*” *Yasumasa, tayfun, öteki ve diğerleri*. (25.09.2023 tarihinde <http://fotografya.fotografya.gen.tr/issue-13/index.html> adresinden ulaşılmıştır).
- Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. *Akademik Bilişim 2013*, İstanbul. Antalya, Türkiye 23-25 Ocak, 823-832
- Batur, E. (2000a). *Başkalaşım I-X*. (1. baskı) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Batur, E. (2000b). *Kurşunkalem Portreler*. (1. baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Çaresiz stratejiler*. (2. Baskı) (Oğuz Adanır, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- BBC (2013). “Selfie” named by Oxford Dictionaries as word of 2013. (24.09.2023 tarihinde <https://www.bbc.com/news/uk-24992393> adresinden ulaşılmıştır).
- Benjamin, W. (2011). *Pasajlar*. (8. baskı). (Ahmet Cemal Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Berger, J. (1995). *Görme biçimleri*. (1. baskı). (Yurdanur Salman Çev.) İstanbul. Metis Yayınları.
- Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. (1. baskı). Mutlu Binark (Ed.) *Yeni medya çalışmaları*, Ankara: Dipnot Yayınları.

- Binark, M., Çomu, T., Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E. ve Börekçi, S. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı facebook: “görülüyorum öyleyse varım”*. (1. basım). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Bollmer, G. (2022). Counter-selfies and the real subsumption of society. Derek Conrad Murray (Ed.), *Visual culture approaches to the selfie* (1st ed. pp. 20-39). New York: Routledge.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür-ağ toplumunun yükselişi* (Cilt 1). (1. baskı). (Ebru Kılıç Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Coward, R. (1993). *Kadınlık arzuları*. (1. baskı). (Alev Türker Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çakır, V. ve Gülnar, B. (2007). Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde Türkiye’de televizyon yayıncılığına yönelik düzenlemeler, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 207-223
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu*. (1. baskı). (Kolektif, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Eckler, P., Kalyango, Y., & Paasch, E. (2017). Facebook use and negative body image among U.S. college women. *Women & Health*, 57 (2), 249-267
- Enzensberger, H. M. (1979). Bir Kitle İletişimi Teorisinin Oluşturucu Öğeleri. (Ünsal Oskay Çev.). *Birikim Dergisi*, 58-59, 7-37
- Er, M. H. (2023). Portrait photography and appropriation. *Contemporary Issues of Communication*, 2 (1), 18-32.
- Goodings, L. & Tuncker, I. (2014). Social media and the co-production of bodies online: Bergson, Serres and facebook’s timeline. *Media Culture & Society*, 36 (1), 37-51, Doi: 10.1177/0163443713507813
- Han, B.-C. (2017). *Şeffaflık toplumu*. (1. baskı). (Haluk Barışcan Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Hagen-Miller, L. (2018). “Do You Know Somebody Who Suffers From ‘Selfitis’?”. (09.25.2023 <https://www.healthline.com/health-news/do-you-knowsomebody- adresinden ulaşılmıştır>.)
- İmançer, D. (2003). Çağdaş kimliğin yapılanma süreci ve televizyon. *Doğu Batı Dergisi*, 23: 233-250.
- Kahraman, H. B. (2004). Otoportre ve çok daha ötesi. (24.09.2023 tarihinde <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=121575> adresinden ulaşılmıştır.)
- Lasén, Amparo. (2015). Digital self-portraits, exposure and the modulation of intimacy. Jose Ricardo Carvalheiro and Anna Serrano Tellería (Eds.), *Mobile and digital communication: approaches to public and private*. 61–68. Covilhã, Portugal: LabCom.
- Lister, M. (2003). *New media: a critical introduction*. (1. baskı). London: Routledge
- Mabe, A. G., Forney, K. J., & Keel, P. K. (2014). Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47 (5), 516-523, Doi: 10.1002/eat.22254
- Manovich, Lev, (2001). *The language of new media*. (1. baskı). Cambridge: The MIT Pres.
- McLaughlin, C. & Vitak, J. (2012). Norm evolution and violation on Facebook. *New Media & Society*, 14 (2), 299-315. Doi:10.1177/1461444811412
- Mediatrend (2015). Selfie seven kadınlar (24.09.2023 tarihinde <https://mediatrend.mediamarkt.com.tr/selfie-seven-kadinlar/> adresinden ulaşılmıştır).

- Morelock, J., & Narita, F. Z. (2021). *The Society of the selfie social media and the crisis of liberal democracy*. (1. baskı). London: University of Westminster Press.
- Mulvey, L. (2010). "Görsel Haz ve Anlatı Sineması", *Sinema: Tarih-Kuram-Eleştiri*, Seçil Büker ve Y. Gürhan Topçu (der.), İstanbul: Kırmızı Kedi, s. 211- 229.
- Murray, D. C. (2022). Introduction: the selfie as visual culture: a methodological quandary. (1. baskı). Derek Conrad Murray (Ed.), *Visual culture approaches to the selfie*, 1-19. New York: Routledge.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme günlüğü* (1. baskı). (Gökçe Gündüç, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Pettman, D. (2017). *Sonsuz dikkat dağınıklığı*. (1. baskı). (Y. Çetin Çev.). İstanbul: Sel.
- Rettberg, J. W. (2014). *Seeing ourselves through technology how we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves*. New York: Palgrave Macmillan.
- Schroeder, J. (2022). The selfie in consumer culture. Derek Conrad Murray (Ed.), *Visual culture approaches to the selfie*, 166-188, New York: Routledge.
- Strelan, P., & Hargreaves, D. (2005). Women Who Objectify Other Women: The Vicious Circle of Objectification? *Sex Roles: A Journal of Research*, 52 (9-10), 707-712. <https://doi.org/10.1007/s11199-005-3737-3>
- TDK. (2023). *Selfie*. (23. 09. 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden ulaşılmıştır)
- Tiidenberg K & Cruz E. G. (2015). Selfies, image and the re-making of the body, *Body & Society*, 21 (4): 77-102. Doi: 10.1177/1357034X15592465
- Uysal, A. (2009). Yüzün ötesi – portre kurmak üzerine. *Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1 (4), 107-122.
- Wendt, B. (2014). *The allure of the selfie: instagram and the new self-portrait*. Amsterdam: Network Notebooks.