

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN KİMLİK OLUŞUMUNDA
BEDEN ALGISİNIN ROLÜ VE ETKİSİ
(AKSARAY ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)
DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN **HAZIRLAYAN**
Prof. Dr. Ersan ERSOY **Muhammed Mirza ALTUN**

MALATYA-2025

**T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI**

**ÜNİVERSİTE GENÇLİĞİNİN KİMLİK OLUŞUMUNDA BEDEN ALGISININ
ROLÜ VE ETKİSİ (AKSARAY ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)**

**HAZIRLAYAN
MUHAMMED MİRZA ALTUN**

**DANIŞMAN
PROF. DR. ERSAN ERSOY**

MALATYA-2025

ONUR SÖZÜ

Doktora tezi olarak sunduğum “Üniversite Gençliğinin Kimlik Oluşumunda Beden Algısının Rolü ve Etkisi (Aksaray Üniversitesi Örneği)” adlı çalışmanın, tezin seçilme safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlâk ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtirim. Onurumla beyan ederim.

Muhammed Mirza ALTUN



ÖNSÖZ

Bu çalışmayı tamamlama sürecinde bana destek olan herkese en içten teşekkürlerimi sunarım. Öncelikle, doktora eğitimim boyunca nezih ve huzurlu bir akademik ortam sağlayan bölüm başkanımız Prof. Dr. Abdullah KORKMAZ'a ve üzerimde emeği olan tüm hocalarıma gönülden teşekkür ederim.

Tez konumun belirlenmesinden yürütülmesine kadar her aşamada rehberlik eden, engin bilgi ve tecrübesiyle yolumu aydınlatan, samimiyeti, güler yüzlülüğü, anlayışı ve sabrıyla bana her zaman destek olan danışmanım Prof. Dr. Ersan ERSOY'a tüm bunlar ve o muhteşem kalbi için çok teşekkür ederim. Onun rehberliği olmadan bu çalışmayı tamamlamak mümkün olmazdı. Ayrıca, bu süreçte teşvikleri ve destekleriyle yanımda olan Dr. Erhan TAŞ, Dr. Kayhan BAYRAM, Dr. Cemil ALTUN, Dr. Emrah DİKİCİ, Öğretim Görevlisi Yasin GÖKTAŞ'a teşekkür ederim.

Hayatımın her anında, özellikle de bu zorlu süreçte maddi ve manevi hiçbir fedakârlıktan kaçınmayan sevgili anne ve babama sonsuz teşekkür ediyorum. Onların sevgisi bugünlere gelmemdeki en büyük destektir. Eğitim hayatım boyunca yanımda olan, her zaman güven ve güç veren, hayatımda çok özel yerleri olan ağabeyim Halil'e, kardeşlerim İsmail ve Muammer'e ve onların değerli ailelerine içtenlikle teşekkür ederim. Doktora sürecim boyunca beni evlerinde misafir eden, her anlamda destek olan eşimin ailesine teşekkür ederim.

Ve elbette, bu yolculukta en büyük teşekkürü, varlığıyla bana güç veren, sabırla yanımda olan, desteğini bir an bile esirgemeyen sevgili eşime ve oğluma borçluyum. Her şey için tüm kalbimle teşekkür ederim. İyi ki varsınız, iyi ki yanımdasınız.

Son olarak, çalışmama katkı sağlayan, görüş bildiren ve kıymetli zamanlarını ayırarak bu süreci destekleyen tüm katılımcılara teşekkür ederim.

Bu yol sizin desteğinizle kolaylaştı.

Muhammed Mirza ALTUN

Malatya-2025

ÖZET

Beden algısı, günümüzde tüketim kültürü, moda endüstrisi, reklamcılık pratikleri, sağlık söylemleri, estetik müdahaleler ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle biçimlenen dinamik bir yapıya sahiptir. Her ne kadar geleneksel kimlik bileşenleri önemini büyük ölçüde korusa da geç moderniteyle birlikte kimlik tanımları çeşitlenmiş, beden de bu yeni kimlik referansları arasında merkezi bir yer edinmiştir. Bu çalışmada, üniversite gençliğinin beden algısına etki eden faktörler ve bu faktörlerin kimlik oluşumundaki rolü nitel bir yaklaşımla incelenmiştir. Araştırma, bedenın toplumsal dinamiklerden nasıl ve neden etkilendiğini ve bu etkilerin bireylerin kimliklerini şekillendirmedeki rolünü ele almıştır. Sosyal yaşamda bedenın görünümünün, sosyal ilişkiler ve etkileşimler üzerindeki önemi vurgulanmıştır. Araştırma, bedenın yalnızca fiziksel bir yapı değil, aynı zamanda toplumsal anlamlar ve semboller taşıyan, inşa edici bir kimlik unsuru olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Aksaray Üniversitesi öğrencileriyle yapılan derinlemesine mülakatlara dayanan bu çalışma, gençlerin beden algısının sosyal medya, toplumsal cinsiyet normları ve kültürel değerler gibi faktörlerden nasıl etkilendiğini ortaya koymuştur. Veri analizi sonucunda, toplumsal bedenın zaman ve mekâna bağlı olarak nasıl yeniden inşa edildiği ve bu süreçlerin bireysel ve kolektif kimlik oluşumuna nasıl katkıda bulunduğu değerlendirilmiştir. Çalışma, fenomenolojik bir yaklaşımla gençlerin öznel deneyimlerini anlamaya odaklanarak, davranışlarının arkasındaki duygu ve düşünceleri bütüncül bir şekilde yorumlamaktadır. Bu çalışma, gençlerin beden algısına dair sosyal-psikolojik dinamiklere ışık tutarak, kimlik oluşumu literatürüne özgün bir katkı sunmaktadır. Katılımcı ifadeleri doğrultusunda, beden algısının tüketim, moda, sağlık, estetik ve sosyal medya gibi unsurlardan etkilendiği; sosyo-ekonomik etkenlere bağlı olarak kültürel düzeyde belirgin farklar ortaya çıktığı; ancak cinsiyete dayalı anlamlı bir farklılaşmanın gözlemlenmediği anlaşılmaktadır. Tüm bu etkenlerin bireysel kimliğin oluşum sürecine etkide bulunduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Beden, beden algısı, gençlik, kimlik, sosyal ilişkiler

ABSTRACT

Body perception has a dynamic structure that is shaped today by the influence of consumer culture, fashion industry, advertising practices, health discourses, aesthetic interventions and technological developments. Although the traditional identity components have largely retained their importance, Deciphering of identity has diversified with late modernity, and the body has taken a central place among these new identity references. In this study, the factors affecting the body perception of university youth and the role of these factors in identity formation were examined with a qualitative approach. The research dealt with how and why the body is affected by social dynamics and the role of these influences in shaping the identities of individuals. The importance of the appearance of the body in social life on social relations and interactions has been emphasized. The research aims to reveal that the body is not only a physical structure, but also a constructive element of identity that carries social meanings and symbols.

This study, based on in-depth interviews with Aksaray University students, has revealed how young people's body perception is influenced by factors such as social media, gender norms and cultural values. As a result of the data analysis, it was evaluated how the social body is reconstructed depending on time and space and how these processes contribute to the formation of individual and collective identity. The study focuses on understanding the subjective experiences of young people with a phenomenological approach and interprets the feelings and thoughts behind their behavior in a holistic manner. This study provides an original contribution to the literature on identity formation by shedding light on the social-psychological dynamics of young people's body perception. In this study, according to the opinions of the participants, body perception is related to consumption, fashion, health, aesthetics and social media, etc. it has been observed that there is a significant difference in body perception in a cultural sense due to socio-economic factors, but there is no significant change based on gender, and all this affects the formation of identity.

Keywords: Body, body perception, youth, identity, social relationships.

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ.....	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR	xi
GİRİŞ.....	1
1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	7
2. Problem Cümlesi ve Alt Problemler.....	8
3. Araştırmanın Varsayımları	9
4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	10
5. Araştırmanın Yöntemi.....	11
6. Araştırmanın Veri Toplama Teknikleri ve Analizi	12
7. Konu ile İlgili Yapılmış Çalışmalar	13

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Gençlik Kavramı.....	19
1.2. Tarihsel Süreçte Gençlik.....	25
1.3. Gençlik ve Sosyalleşme	28
1.4. Gençlik ve Toplumsal Değişme	31
1.4.1. Gençlik Döneminin Genel Özellikleri	34
1.4.1.1.Biyolojik Özellikler	34
1.4.1.2.Sosyal Özellikler.....	35
1.4.1.3.Psikolojik Özellikler	36
1.4.2.Üniversite Gençliği.....	37
1.5.Kimlik Kuramları ve Kimlik Oluşumu	40
1.5.1.Kimliğin Kavramının Tanımlanması	40
1.5.2. Kimliğin Nitelikleri	42
1.5.3.Kimlik Türleri	52

1.5.3.1.Bireysel Kimlik.....	52
1.2.5.2.Sosyal Kimlik.....	53
1.5.3.3.Kolektif/Kültürel Kimlik.....	53
1.5.3.4.Milli Kimlik	55
1.5.3.5.Etnik Kimlik.....	56
1.5.4.Kimlik İnşasında Toplumsal Aracılar	56
1.5.4.1.Aile.....	56
1.5.4.2.Eğitim	58
1.5.4.3.Din	59
1.5.4.4.Medya.....	60
1.6.Beden ve Toplum İlişkisi.....	61
1.6.1.Beden Kavramına Bakış.....	61
1.6.2.Bedenin Tarihsel Serüveni.....	65
1.6.2.1.Antikçağda Beden	65
1.6.2.2.Orta çağda Beden.....	66
1.6.2.3.Aydınlanma Çağında Beden	67
1.6.2.3.1.Ruh- Beden İkiliği.....	68
1.6.2.4.Modern Çağda Beden/Akıl ve Beden	69
1.6.3.Klasik Sosyolojide Beden	71
1.6.4.Çağdaş Sosyolojide Beden.....	75
1.7.Beden ve Benlik.....	83

İKİNCİ BÖLÜM

2.BULGULAR VE DEĞERLENDİRMELER

2.1.Araştırma Sahasının Özellikleri ve Katılımcı Profilleri.....	88
2.1.1.Araştırma Sahasının Özellikleri	88
2.1.2.Katılımcıların Profilleri.....	88
2.2.Bedenin Sosyal Konumu ve Kimlik.....	90
2.2.1.Ayna Beden: Ötekinin Bakışında Kendilik	90
2.2.2.Performatif Beden: Bedenin Dramaturjik Sunumu	103
2.2.3.Damgalanmış Beden: Toplumsal Etiketleme Süreci.....	113
2.3.Sosyo-Kültürel Etkilerle Bedenin Biçimlenişi	126

2.3.1. Tüketim Kültürü ve İdeal Beden Algısı	126
2.3.2. Moda, Estetik ve Beden İmgesi.....	151
2.3.3. Sağlıklı /Güzel Beden Kurguları	168
2.3.4. Sosyal Medya ve Dijital Beden Temsilleri.....	190
2.3.5. Gösterişçi Toplumda Bedenin Kullanımı ve Gösterimi.....	218
SONUÇ	235
KAYNAKÇA	252
EKLER	266
Ek 1: Bilgilendirme ve Onam Formu.....	266
Ek 2: Görüşme Formu.....	267
Ek 3: Etik Kurul Raporu	269

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların profi bilgileri	89
---	----



KISALTMALAR

age	: Adı geçen eser
agm	: Adı geçen makale
ev	: Çeviren
Der	: Derleyen
Edit	: Editör
Haz	: Hazırlayan
S	: Sayfa
Ss	: Sayfa Sayısı
TC	: Türkiye Cumhuriyeti
Vb	: Ve benzeri
Vd	: Ve diğerkleri
Vs	: Vesaire
Yay	: Yayın

GİRİŞ

Gençlik, bireyin çocukluk evresinden yetişkinliğe geçiş sürecini kapsayan, çok boyutlu bir gelişim dönemidir. Bu dönem; bireyin fiziksel, bilişsel, duygusal, sosyal, ahlaki, kültürel ve ekonomik yönlerden olgunlaştığı dinamik bir aşamayı ifade eder. Ergenliğe özgü değişimlerle bu dönemin karakteristik özelliklerinin iç içe geçtiği bu süreçte, birey yoğun bir kimlik arayışı yaşar ve kişisel potansiyelini keşfetmeye yönelir. Cesaret, risk alma eğilimi ve macera arayışı gibi tutumların öne çıktığı gençlik evresi; aynı zamanda bireyin psikolojik dünyasında heyecan, merak, hayal gücü, korku, sevinç ve hüznün gibi çeşitli duyguların yoğun biçimde deneyimlendiği bir zaman dilimidir. Bu dönemin biyolojik boyutu, bedensel değişim ve cinsel olgunlaşma süreciyle şekillenirken; sosyolojik açıdan gençlik, toplumsal değerlerin, normların ve kültürel kodların yeni kuşaklara aktarımında aracı rol oynayan bir konumda yer alır (Kurttaş, 2017: 516). Genellikle 14-24 yaş aralığını kapsayan bu geçiş dönemi, bireyin toplumsal sorumluluklar üstlenmeye başladığı ve sosyal olgunluğa erişmeye hazırlandığı kritik bir evredir (Güçlü, 2013: 161).

Gençlik, tarihsel ve toplumsal bağlamda daima stratejik bir öneme sahip olmuş, toplumların değişim ve dönüşüm süreçlerinde belirleyici bir aktör olarak görülmüştür. Toplumun yenilenme kapasitesini ve dinamizmini temsil eden genç kuşaklar, kalkınma ve ilerleme hedeflerinin gerçekleştirilmesinde temel bir güç kaynağıdır. Gençlik ile toplum arasında çift yönlü bir etkileşim söz konusudur: Genç bireyler, sosyalizasyon süreçleri aracılığıyla içinde bulundukları toplumun kültürel, ekonomik ve siyasal yapısıyla etkileşime girerek kimliklerini şekillendirirken; toplum ise kendi sürekliliğini, değerlerinin aktarımını ve geleceğe yönelik vizyonunu genç nesiller aracılığıyla sürdürür. Bu karşılıklı ilişkinin temelinde gelecek perspektifi yer almaktadır. Gençlik ve toplum arasında biri olmadan diğerrinin sürekliliğini sağlayamayacağı bir yapısallık arz etmektedir (Baran, 2013: 9-10).

Gençlik, toplumun en hareketli ve dönüşüme en açık kesimini oluşturur. Toplumsal değişimin hem öznesi hem de taşıyıcısı konumunda yer almaktadır. Bu özelliğiyle gençlik, yalnızca demografik bir kategori değil, aynı zamanda toplumsal yapının yeniden üretimi ve dönüşümünde merkezi bir rol üstlenen sosyal bir aktör olarak değerlendirilmelidir. Yetişkin kuşaklardan farklı normlara, değer yargılarına ve davranış kalıplarına sahip olan genç bireyler, mevcut toplumsal düzeni sorgulama ve alternatif

yaşam biçimlerini deneme eğilimindedir. Bu bağlamda gençlik, dönüştürücü potansiyeliyle dikkat çeken bir sosyal kategori olarak öne çıkar. Gençlik dönemi, bireyin yalnızca biyolojik olarak değil; psikolojik, kültürel ve toplumsal düzeyde de kapsamlı dönüşümler yaşadığı bir evreyi temsil eder. Bu süreçte birey, akran grupları, medya, eğitim kurumları, iş çevresi ve yaşanılan mahallenin sunduğu sosyal çevre aracılığıyla sosyalleşir. Bu çevresel etkenler, bireyin kimlik inşasında olduğu kadar, bedeniyle kurduğu ilişkiyi de biçimlendirir. Gençler, bu etkileşim sürecinde bedenlerine ilişkin çeşitli anlamlar üretirler; bu anlamlar hem dışsal göstergeler (örneğin giyim tarzı, saç modeli, aksesuar kullanımı gibi sembolik ifadeler) hem de soyut kavramsallaştırmalar (örneğin güzellik, normallik, güç ya da özgünlük) aracılığıyla ifade edilir. Dolayısıyla genç beden, toplumsal normların, kültürel değerlerin ve bireysel ifadenin kesişim noktasında anlam kazanan sembolik bir alan gelir (Burcu, 2013: 32).

Kimlik, bireyin hem tarihsel hem de toplumsal bağlamda kendisini konumlandırma biçimini ifade eden, öznenin benlik algısının kurucu bir ögesidir. Birey, kimlik inşası yoluyla kim olduğunu, sosyal yapılar içerisindeki konumunu, aidiyetlerini ve dünyaya dair perspektifini de biçimlendirir. Bu bağlamda kimlik, bireyin toplumsal ilişkiler ağı içindeki yerini tayin eden, onu belirli normlar ve değer sistemleriyle uyumlu hâle getiren düzenleyici bir yapılar bütünüdür (Karakaş, 2015: 93). Kimlik toplumsal hayatın aktif bir unsurudur. İnsanın özünü ifade eden, sosyal çevreyle biçimlenen bireyin, toplumun öne çıkan niteliklerini yansıtan bir olgudur (Hortaçsu, 2007: 63). Kimlik edinme süreci, bireyin psikolojik ve fiziksel güvenlik ihtiyacının yanı sıra, toplumsal kabul, onaylanma ve statü arayışı çerçevesinde şekillenen çok katmanlı bir toplumsallaşma sürecidir. Bu süreçte birey, içinde bulunduğu toplumun kültürel değerlerini, normatif yapısını ve rol modellerini içselleştirerek, sosyal çevrenin beklentileri doğrultusunda davranışlarını oluşturur. Böylelikle kimlik, bireysel yönelimin ötesinde, toplumsal etkileşimle inşa edilen ve sosyal ilişkiler içerisinde sürekli olarak yeniden üretilen bir yapıya dönüşür. (Ersoy, 2005: 223).

Kimlik, bireyin toplumsal ilişkiler içinde sürekli olarak biçimlenen, sosyo-kültürel bir olgu ve dinamik bir inşa sürecidir. Bu süreçte birey psikolojik ve fiziksel güvenlik arayışının yanı sıra, toplumsal kabul görme ve statü elde etme yönündeki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, ait olduğu toplumun değer yargılarını, normatif yapısını ve davranış kalıplarını benimser. Rol modellerin içselleştirilmesiyle birlikte, birey kendi toplumsal

kimliğini oluştururken, aynı zamanda toplumun sürekliliğine katkı sunar. Bu etkileşim süreci, kimliğin bireysel bir yönelim ve kolektif düzeyde şekillenen bir sosyal inşa olduğunu ortaya koyar (İnaç, 2005: 15). Kimlik, bir anda ortaya çıkmaz ve sabit de değildir; yaşam boyu şekillenip değişen, zaman, mekân, kültür, eğitim, yaş ve cinsiyet gibi faktörlerden etkilenen dinamik bir yapıya sahiptir (Aydın, 2010: 9-10).

Beden, insanın sosyal bir varlık olarak görünme aracıdır. İnsan, bedeniyle toplum sahnesine çıkar. Toplumsal ilişkiler, insan bedenlerinin topluma arzıyla somutlaşır (Okumuş, 2015: 46). Beden, kimliğin, kişiliğin ve beden algısının önemli bir unsurudur (Bayhan, 2013: 146). Bireysel bir çaba, toplumsal ve kültürel bir üretimdir (Esgin, 2011: 669). Beden algısı, toplumsal anlamlarla yeniden üretilir. Biyolojik, psikolojik süreçlerle birlikte toplumsal koşullar, beden algısının şekillenmesinde önemli bir rol oynar. Beden biyolojik bir yaratımı açan, toplumsal bir oluşumdur. Toplum, beden ve kimlik inşasında belirleyici bir rol oynar (Bayhan, 2013: 146).

Beden algısı, bireyin bedenini zihninde nasıl tasavvur ettiği ve bu tasavvurun inançlar, tutumlar ve toplumsal ideallerden etkilenmesinin ifadesidir. Beden algısı, toplumsal değerler, kültür gibi topluma ait unsurlarla şekillenir (Çakı, 2015: 209). Beden, var olmanın tezahürüdür. Kimlik inşasının bir parçasıdır. Toplum bedenleri doğrudan üretmez. Ama onları etkileme, biçimlendirme ve hatta bozma gücüne sahiptir (Bayhan, 2013: 147-148). Beden algısı, bireyin kendi bedenine ilişkin zihinsel temsillerini içeren ve bu temsillerin bireysel inanç, tutum ile toplumsal norm ve kültürel idealler doğrultusunda şekillendiği dinamik bir süreçtir. Bu algı, toplumsal ve kültürel kodlarla iç içe geçmiş bir yapının ürünüdür (Çakı, 2015: 209). Beden, öznenin varoluşunun somut bir dışavurumu olarak, kimlik inşasında temel bir referans noktasıdır. Her ne kadar toplum, bedenleri doğrudan üretmese de onları yönlendirme, normatif kalıplara göre biçimlendirme kapasitesine sahiptir (Bayhan, 2013: 147-148).

Kültür, bedenın fiziksel biçimlenişi üzerinde doğrudan belirleyici bir rol oynar; bedenın şekli, boyutu, ağırlığı, duruşu ve hareket biçimleri, kültürel normlar ve değer sistemleri doğrultusunda biçimlenir. Bu fiziksel nitelikler, kültürel bağlamın bir yansıması olarak, bedenın toplumsal bir anlatı haline gelmesini sağlar. Giyim tarzı ve beden üzerindeki estetik müdahaleler, kültürün birey bedenine kazıdığı anlamlar aracılığıyla somutlaşır (Esgin, 2011: 672). Bu çerçevede beden, aynı zamanda kültürel kodların taşıyıcısı olan bir temsildir. Baudrillard'ın tüketim toplumu analizinde öne

sürdüğü gibi, nesneler artık yalnızca kullanım ve mübadele değerleriyle değil, aynı zamanda “gösterge değeri” aracılığıyla anlam kazanır. Tüketim pratiklerinden türeyen bu simgesel değerler, bireylerin kimlik inşası sürecinde önemli bir işlev üstlenir; zira birey, tüketim yoluyla yalnızca nesnelere değil, belirli sosyal konumlara, yaşam tarzlarına ve sembolik ifadelerle de sahip olur (Baudrillard, 2018: 78).

Geçmişte, iç dünyası ve kişisel nitelikleriyle değerlendirilen insan, tüketim ve görsel kültür etkisiyle, doğrudan bedeni ve dışsal görünülüğüyle değerlendirilmeye başlanmıştır. Günümüzde iyi bir statü, popüler vb. olmanın yolu görsel olarak dikkat çekici olmaktan geçmektedir. Bu da insanın kendine; kıyafetine özen göstermesiyle, marka kıyafet ya da eşyalar kullanmasıyla, statüsü yüksek mekânlarda bulunmasıyla mümkündür (Canatan, 2015: 16).

Popüler kültür en yalın biçimde yaygın biçimde tercih edilen, beğenilen kültürdür. Frankfurt Okulu’na göre kültür endüstrisi, tüketim kültürünün somutlaşmasını sağlayan popüler kültürü yaygınlaştıran, tüketim kültürünün mantığını ortaya koyan bir olgudur (Esgin, 2011: 672). Kültürün ticarileşmesinde, alınıp satılan bir nesne olmasına, kapitalist ekonomik sistemin etkin hale gelmesinde önemli etkisi vardır (Kızılcı, 2018a: 445). Postmodernizmin bir tezahürü olan bedenin daha fazla önemseneceği, öne çıkarılması, görünür hale getirilmesi küreselleşmenin somut ve ayırıcı özelliklerinden biridir. Küreselleşme ile teknoloji, iletişim araçları, tıp, estetik, sanat, medya farklı boyutlarıyla öne çıktığı gibi beden de bunlara paralel ve bunlarla ilişkili bir şekilde görünür hale gelmiştir.

Küreselleşme, modernitenin evrensel akıl, ilerleme ve nesnellik ilkelerine dayalı kültürel temellerini, postmodernizmin çoğulculuğu ve mutlak hakikate yönelik eleştirileri aracılığıyla sorguya açarken, kapitalizmin geçirdiği dönüşüme paralel olarak yeni kültürel kodların inşasını da beraberinde getirmiştir. Teknolojik gelişmeler, tıp alanındaki ilerlemeler ve estetik anlayışındaki değişimler, bu yeni kültürel kodların temel bileşenleri arasında yer almakta ve küreselleşme ile uyumlu post modern yaşam biçimlerinin somut göstergeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda küreselleşme, yalnızca ekonomik ya da politik bir olgu olmanın ötesine geçerek, kendine özgü bir tanımlayıcı kültür üretmiş; bu kültür, temelde tüketim eksenli bir yapıya bürünmüştür. Tüketim kültürünün belirleyici özelliklerinden biri gençlik, güzellik ve formda kalma ideallerinin toplumsal yaşamın merkezine yerleşmiş olmasıdır. Moda trendlerinin sıkı biçimde takip

edilmesi, spor salonlarına gösterilen yoğun ilgi, estetik cerrahi müdahaleler ve diyet uygulamaları gibi bedene yönelik pratikler, bireyin toplumsal konumunun ve kimliğinin dış görünüş temelli öğeler üzerinden okunmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda beden, toplumsal anlamlarla yüklü sembolik bir alan haline gelmiştir. Günümüzde bireyler, sosyal ilişkilerde çoğu zaman fiziksel görünüm, giyim tarzı, sahip olunan markalı ürünler gibi dışsal göstergeler aracılığıyla tanımlanmakta; bu unsurlar, bireyin kimliğine dair yargıların oluşmasında belirleyici olmaktadır (Esgin, 2011: 673).

Beden üzerine yürütülen değerlendirmeler ve pratikler, insanlık tarihi boyunca süregelen kültürel ve toplumsal üretim süreçlerinin merkezinde yer almıştır. Bedenin yapısal özgünlüğü yalnızca fiziksel görünümle sınırlı kalmaz; toplumsal sistem içerisinde çeşitli anlam katmanlarıyla kuşatılmış bir temsile dönüşür. Toplumların bedene ilgisi, kültürel kodlar, normatif yapılar ve estetik değerler aracılığıyla şekillenir. Her toplumsal formasyon, kendi tarihsel ve kültürel bağlamı içerisinde beden anlayışını üretir; bu anlayış, o toplumun değer sistemlerinden, inanç yapılarından ve ideolojik yönelimlerinden beslenerek özgün bir biçim kazanır. Bedene yapılan müdahaleler, zamana ve toplumsal koşullara bağlı olarak değişmektedir. Beden bugün her zamankinden daha fazla insan, kimliğe ve toplumsala dair anlamlar barındıran bir sahne konumundadır (Ersoy, 2014: 53).

Günümüzde kişisel kimliğin inşasında tüketimin rolü giderek daha belirleyici hale gelmektedir. Tüketim, bireye yalnızca maddi ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda ona statü kazandıran ve kimlik sağlayan bir eylemler bütünüdür. Artık bireyin kimliği, geçmişi, ait olduğu toplumsal yapı, gelenekleri ve değerlerinden ziyade, piyasanın sunduğu tüketim tarzı ve değerleri aracılığıyla şekillenmektedir. Kimlik duygusu; sınıf, etnik köken ya da cinsiyet gibi doğuştan gelen özelliklerle değil, bireyin tüketim yoluyla kendisini ifade etmesiyle oluşturulan bir yapı haline gelmiştir.

Tüketim nesneleri, yalnızca işlevsel yönleriyle değil, taşıdıkları sembolik anlamlarla bireyin kimliğini tanımlamasında önemli bir rol üstlenir. Satın alınan ürünler sadece ihtiyaçları karşılayan nesneler değildir; aynı zamanda bireyin kim olduğunu, nasıl yaşadığını ve neye değer verdiğini gösteren sembollerdir. Belirli bir imajı ve kimliği oluşturmak isteyen bireyler, bu imaja uygun giysileri, takıları, otomobilleri, yiyecek ve içecekleri tüketmek zorunda hissederler. Bu süreçte bireyler her zaman rasyonel kararlarla hareket etmezler. Bunun yanında tüketilen ürünlerin çağrıştırdığı anlamlar,

kimliklerini inşa etme ve sürdürme arzusuyla şekillenir. Böylece, ürünlerin taşıdığı semboller yalnızca tüketimi değil, bireyin toplumsal ilişkilerinde güven kazanmasını ve kabul görmesini de sağlar (Ersoy, 2014: 63).

Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin değerleri, yaşam tarzları, eğilimleri ve kimlik sunumları büyük ölçüde internet merkezli araçlar üzerinden şekillenmektedir. Bu dönüşüm, ideal yaşam biçimlerini yeniden tanımlamış; geçmişte değerli sayılan unsurların önemsizleşmesine, önemsiz görülenlerin ise idealize edilmesine neden olmuştur. Bu süreç, kültürel değerlerden beden algısına kadar uzanan kapsamlı bir dönüşüm oluşturmuş, popüler kültürün ve küreselleşmeye uygun yaşam biçimlerinin yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır (Esgin, 2011: 667–669). Bu değişimden en fazla etkilenen grup ise gençliktir. Gençler, kimliklerini oluşturma sürecinde bu dönüşen değerler sistemi ve tüketim kültüründen yoğun biçimde etkilenmektedir. Bu bağlamda, bedene yüklenen anlamlar, gencin kişiliğini ve kimliğini biçimlendiren önemli bir unsur haline gelmektedir (Kulaksızoğlu, 2007: 30).

Beden, pek çok değer ve anlamların taşıyıcısıdır. Bu nedenle bireyler, bedenlerini süsleyerek, biçimlendirerek ve yapılandırarak öne çıkarmaktadır. Bedenin gündelik yaşamda görünür kılınması, bireyin düşünce tarzını, yaşam biçimini, dünyaya dair algılarını, kültürel arka planını ve davranış kalıplarını yansıtan bir alandır. Beden, toplumsal yaşam için önemli değerleri simgelemektedir. Birey kendi varlığına ve yaşamına ilişkin değerleri beden vasıtasıyla dışa vurmaktadır. Beden, sadece fiziksel bir varlık değil, kimliği oluşturan temel bir unsur olarak da ön plana çıkmaktadır. Bilhassa gençlik döneminde, kimlik oluşumu büyük ölçüde beden algısından etkilenmekte ve bu doğrultuda şekillenmektedir.

Beden, gençlik ve kimlik ilişkisine odaklanan bu çalışma iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde gençlik kavramı sosyolojik açıdan çok yönlü biçimde ele alınmıştır. Bu kapsamda gençliğin ne olduğu, nasıl ve hangi ölçütlere göre tanımlandığı açıklanmış; kavramın tarihsel gelişimi incelenerek zaman ve mekâna bağlı değişim süreçleri değerlendirilmiştir. Gençlik, toplumsallaşma ve toplumsal değişim bağlamında ele alınmış; bu dönemin biyolojik, psikolojik ve sosyolojik yönleri açıklanmıştır.

Kimliğin birey açısından taşıdığı önem vurgulanmış; kimliğin tanımı, tarihsel-toplumsal koşullar içerisinde nasıl konumlandığı ve dönüştüğü analiz edilmiştir. Kimliğin temel nitelikleri olan toplumsallık, tarihsellik, dinamizm, öznel-nesnel boyutlar, ötekiyle

kurulan ilişki, inşa süreci oluşu, ihtiyaç temelli yapısı ve sürekliliği gibi unsurlar üzerinde durulmuştur. Kuramsal bütünlüğü sağlamak amacıyla geçerli kimlik türleri (bireysel, sosyal, kültürel, milli, etnik kimlik vb.) incelenmiş; kimliği şekillendiren temel faktörler ile bu unsurların bireyin kimliği üzerindeki etkileri açıklanmıştır.

Beden-toplum ilişkisi incelenmiştir. Bu çerçevede bedenin ne olduğu, toplumsal yapıyla ilişkisi ve beden algısının tarihsel süreç içerisinde geçirdiği dönüşüm üzerinde durulmuştur. Antik dönemden Orta Çağ'a, aydınlanmadan modern döneme kadar uzanan süreçte bedenin toplumsal, kültürel serüveni açıklanmış; her bir dönemde bedene yönelik bakış açılarındaki değişim tartışılmıştır. Ayrıca bedenin klasik ve çağdaş sosyoloji kuramları içerisindeki yeri ile sosyolojik literatürdeki ele alınış biçimleri değerlendirilmiş; bu doğrultuda bedenin bireysel, toplumsal düzlemde taşıdığı önem açıklanmıştır.

İkinci bölüm, Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören gençlerle gerçekleştirilen mülakatlardan elde edilen verilerin analizine dayanmaktadır. Bu bölümde bireylerin öznel deneyimlerine, algılarına ve toplumsal bağlam içerisindeki anlamlandırma süreçlerine odaklanılmıştır. Sosyal dünyanın bireyler tarafından nasıl algılandığı, bireylerin anlam dünyalarını nasıl kurdukları ve bu bağlamda bedenlerine yükledikleri anlam önem taşımaktadır. Yapılan görüşmelerde, gençlerin beden algılarının nasıl oluştuğu; bu algıların hangi toplumsal, kültürel ya da bireysel faktörlerden etkilendiği ve sonuç olarak bedenlerini ne şekilde biçimlendirdikleri ele alınmıştır. Katılımcıların bedenlerini inşa etme süreçlerinde hangi amaç ve düşüncelerle hareket ettikleri araştırılmıştır. Elde edilen veriler, kuramsal çerçeveye ilişkilendirilerek analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Bu bağlamda, teorik yaklaşımlar ile katılımcı görüşleri arasında bağ kurulmuş; bedenin tekrar tekrar yapılandırılma nedenleri ortaya konulmuştur. Sonuçta tüm bunların kimlik oluşumuna etkileri; kimliği ne şekilde biçimlendirdiği, yönlendirdiği açıklanmıştır.

1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma, beden algısını şekillendiren temel faktörleri ve bu faktörlerin kimliğe etkisini incelemiştir. İletişim araçlarının yoğun biçimde kullanıldığı, dijital teknolojilerin yaşamın merkezine yerleştiği ve zaman ile mekân kavrayışlarının insan ilişkilerini dönüştürdüğü bir çağda, gençliğin beden algısını ve bu algının kimlik oluşumu üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur. Beden, toplumsal onay, sosyal statü ve rollerin

belirlenmesinde önemli bir göstergedir. Günümüzde bireyler, toplumsal ilişkilerde kendilerini tanımlarken ve hayatlarını sürdürürken bedeni kişiliğin, kimliğin ve toplumsal ilişkilerin temel referansı olarak kullanmaktadır.

Beden, yalnızca fiziksel bir yapı değil; aynı zamanda toplumsal sembollerle yüklü, toplumsal anlamlar taşıyan ve toplumsal değerlerle şekillenen bir temsil alanına dönüşmüştür. Görünürlüğü giderek artan beden, çeşitli sosyal ve kültürel anlamlar yüklenerek bireyin toplumdaki yerini belirlemede önemli bir araç hâline gelmiştir. Özellikle modern toplumun yalnızlaşan, yabancılaşan ve topluma uyum sağlamakta zorlanan bireyleri için beden, kendini ifade etmenin ve toplumsal düzende yer edinmenin önemli bir yolu haline gelmiştir. Bu bağlamda, bedenin gençler tarafından nasıl algılandığı, ne şekilde biçimlendirildiği, görünürlüğüne neden bu denli önem atfedildiği ve bu sürecin gençliğin kimlik inşasındaki rolü, bu araştırmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Çalışma, gençliğin benlik algısını etkileyen unsurları, bu unsurların toplumsal dinamiklerle nasıl ilişkili olduğunu ve tüm bu etkileşimlerin kimlik oluşumuna nasıl katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Gençlik bir toplumun en dinamik kesimi, yapı taşlarından biridir. Hem sosyal dinamikleri biçimlendirir hem de kültürel değerlerin korunmasını ve aktarılmasını sağlar. Aynı zamanda toplumsal değişim ve dönüşüm süreçlerinde kritik bir rol oynar. Üniversite gençliği ise bir toplumun geleceğini şekillendiren, toplumsal dönüşüme öncülük eden, eğitim, meslek, statü açısından önemli bir konuma sahiptir. Toplumun geleceğine yön verecek lider kuşakları barındırır. Toplumun kimliğini yansıtan gençlik toplumun aynası konumundadır. Bir toplumun mevcut ve gelecekteki yapısını, kültürel değerlerini aksettirir. Toplumun niteliklerini, yapısını, ilişkilerini anlamak için önemli veri sağlamaktadır. Bu nedenle kendini ifade etmenin yollarından biri olan bedenin üniversite gençliği tarafından nasıl algılandığı, bu algılamada etkili olan faktörlerin ne olduğu ve bunların beden algısını nasıl etkilediği ve bu sürecin gençliğin kimliğini oluşturmadaki rolünün ne olduğu ve ne şekilde olduğu önem taşımaktadır.

2. Problem Cümlesi ve Alt Problemler

Araştırma, üniversite gençliğinin kimlik inşa sürecinde beden algısının rolünü ve bu algının şekillenmesinde etkili olan toplumsal, kültürel ve teknolojik unsurları incelemeyi amaçlamaktadır. Beden ve benlik algısının; moda, tüketim kültürü, estetik

kaygılar, sağlık anlayışları, sosyal medya ve bilişim teknolojileriyle olan ilişkisi üzerinden gençlerin düşünce, duygu, tutum ve alışkanlıklarını nasıl etkilediği nitel bir yaklaşımla ele alınmıştır. Zaman ve mekâna göre anlamı değişen beden, toplumsal koşullara bağlı olarak farklı şekillerde yorumlanmış ve değer kazanmıştır. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren bedenin görünürlüğü, bireyin yaşam tarzını, sosyal statüsünü ve kimliğini temsil eden bir unsur haline gelmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın temel problem cümlesi aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

Problem Cümlesi:

Üniversite gençliğinin kimlik inşa sürecinde beden algısını şekillendiren temel unsurlar nelerdir ve bu unsurlar kimliğin oluşumuna nasıl katkı sunmaktadır?

Bu ana problem doğrultusunda şu alt problemler ele alınmıştır:

Üniversite gençliği bedenlerini nasıl algılamakta ve bu algıyı nasıl anlamlandırmaktadır?

Beden algısında sosyal çevrenin etkisi var mıdır?

Moda, tüketim alışkanlıkları, estetik uygulamalar ve sosyal medya gibi unsurlar gençlerin beden algısını ne şekilde etkilemektedir?

Beden algısının kimlik inşasındaki rolü, gençlerin düşünce, duygu, tutum ve alışkanlıkları üzerindeki etkisiyle nasıl şekillenmektedir?

Zaman ve mekâna bağlı olarak beden algısındaki değişimlerin kimlik inşasına yansımaları nasıldır?

Gençliğin kimlik inşasında, bedenin görünürlüğü ve toplumsal sembolizmi ne ölçüde belirleyici bir unsurdur?

Üniversiteli gençlerin spor yapmasında beden algısının rolü var mıdır?

Sosyal statü ile dış görünüş arasında bir ilişki var mıdır?

Fit ve bakımlı bir vücudun sosyal onay ve toplumsal kabul arasında bir ilişki var mıdır?

3. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma nitel bir çalışma olduğundan herhangi bir hipotezin sınanma amacını taşımamaktadır. Bu çerçevede çalışmaya destek olabilecek varsayımlar söz konusudur. Bunlar;

Beden algısı zamana ve toplumsal koşullara göre farklılaşmaktadır.

Benliğin oluşumu ve benlik algısı kültüre göre oluşmaktadır.

Beden algısı aile, içinde bulunulan grup ve toplumun dış görünüşe yönelik tasavvurlarından etkilenir.

Benliğin oluşumu, gelişimi beden algısından etkilenmektedir.

Katılımcıların sorulara içten, samimi ve doğru cevaplar verdikleri varsayılmaktadır.

4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Beden, toplumsal yaşamda giderek artan bir biçimde çeşitli amaçlar doğrultusunda araçsallaştırılmakta ve görünürlük kazanarak ön plana çıkmaktadır. Bu olgu, yalnızca belirli bir yaş grubuna özgü olmayıp, farklı yaş, cinsiyet ve sosyal konumlara ait bireyler için geçerli olan yaygın bir toplumsal pratik hâline gelmiştir. Bedene yönelik bu yoğun ilginin temelinde, bedenın biyolojik bir varlığın ötesinde çok katmanlı toplumsal anlamların taşıyıcısı ve sembolik göstergelerin temsilcisi olmasıdır. Beden; estetik, statü, cinsiyet, sağlık ve kimlik gibi farklı alanlara dair göstergeleri bünyesinde barındıran çok yönlü bir temsil aracıdır. Bu bağlamda, beden algısını şekillendiren kültürel normlar, medya temsilleri gibi çeşitli faktörler, kimliğin inşa sürecinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bedene yüklenen anlamlar, bireyin kendilik tasarımıyla doğrudan ilişkili olup, toplumsal aidiyetlerin ve kimlik kurgularının oluşumuna zemin hazırlar.

Bu araştırma dar bir kapsamda Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören üniversite gençliği üzerine yapılan nitel bir araştırmadır. Bu araştırma söz konusu kesimin beden algısının oluşumu, bedenın görünümünün çok fazla önemsenmesinin temel nedenleri ve bunların kimliğe nasıl yansıdığı ile ilgilidir. Araştırma, Aksaray Üniversitesinde öğrenim gören kadın ve erkeklerle yapılan mülakatlarla sınırlıdır. Bu yüzden elde edilen bulgular toplumun diğer yaş gruplarına veya geriye kalan diğer bireylere genellenmemektedir.

Erkek öğrenciler mülakat talebini kabul etmemiş, zamana ayırmak istememişlerdir. Kadın katılımcılar ise daha gönüllü daha istekli, yardım sever ve empatik yaklaşarak mülakat talebine olumlu yanıt vermiş ve görüşleriyle katkıda bulunmuşlardır. Kadınların Türkiye'de daha önce yapılan çalışmalarda da daha yüksek katkı sağlama, daha gönüllü olma eğiliminde oldukları görülmektedir. Kartopu örneklem tekniği kullanılsa da erkek katılımcılara sınırlı sayıda ulaşılmıştır. Bu durum kadın- erkek cinsiyet dağılımına eşit oranda yer vermeye engel teşkil etmiştir.

5. Araştırmanın Yöntemi

Gençliğin beden algısının kimlik üzerine etkileri üzerine yapılan bu araştırma nitel yöntem kapsamında yürütülmüştür. Nitel araştırma, birey davranışlarını ve bu davranışların ortaya çıktığı sosyal, kültürel ve psikolojik bağlamları çok yönlü bir biçimde anlamaya odaklanır. Bu yaklaşım, bireylerin duygu, düşünce ve anlam dünyalarını derinlemesine kavramayı ve bu anlamları kendi bağlamsal bütünlüğü içinde yorumlamayı amaçlar. Nitel yöntemlerde temel amaç, çalışılan olgunun bütüncül, detaylı ve zengin bir betimlemesini sunmaktır. Bu bağlamda, araştırma konusu çok boyutlu bir perspektifle ele alınır ve derinlikli veri üretimine öncelik verilir. Söz konusu yöntemin doğası gereği, geniş bir evren yerine sınırlı sayıda katılımcıdan oluşan bir örneklem tercih edilmektedir. Bu örnekleme süreci, hem araştırmanın kapsamına ilişkin pratik sınırlılıklar hem de araştırma sorularının niteliği doğrultusunda şekillendirilir. Nitel bir çalışmada nihai hedef genellemelere ulaşmak değildir. Asıl hedef bütüncül bir çerçevede anlamlı bir resim elde etmektir. Dolayısıyla belirli bir evrenden örneklem alma yoluna gidilmiştir. Çünkü çalışmanın sınırlılıkları çok sayıda bireye ulaşmaya imkân vermemektedir (Şimşek ve Yıldırım, 2013: 59-77).

Bu çalışma, nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan fenomenolojik desenle yapılandırılmıştır. Fenomenoloji, bireylerin duysal deneyimleri aracılığıyla anlam yükledikleri olguları kavramaya yönelik bir yaklaşımdır. Bu bağlamda fenomen, bireylerin doğrudan deneyimledikleri, duyular ve algılar yoluyla fark ettikleri yaşantıları ifade eder. Fenomenolojik yaklaşım, fiziksel dünyanın nesnel ve herkes için aynı olan sabit bir gerçeklikten ibaret olmadığını; aksine, bireylerin algılarına, yorumlarına ve anlamlandırmalarına bağlı olarak şekillenen öznel bir gerçeklik alanıdır. Bu perspektife göre sosyal gerçeklik, bireylerin bilinçli deneyimlerinden ve yaşantılarından hareketle inşa edilir. Fenomenoloji, insan bilincinin yapılarını çözümlemeye ve bireylerin içinde bulundukları sosyal dünyayı nasıl anlamlandırdıklarını, deneyimlerini nasıl yorumladıklarını açıklamaya çalışır. Bu doğrultuda yalnızca bireylerin dışa yansıyan davranışları değil, aynı zamanda bu davranışların ardındaki güdüler, duygular, düşünceler ve diğer içsel yaşantılar da araştırmanın temel inceleme alanlarını oluşturur (Slattery, 2017: 223–246). Kuş'un (2012: 99) da belirttiği gibi, fenomenolojik desen, katılımcının öznel dünyasını, kendi perspektifinden sosyal gerçekliği nasıl kavradığını ve anlamlandırdığını merkeze alarak analiz eder. Bu nedenle, fenomenolojik araştırmalarda

temel amaç, bireylerin yaşantılarının derinlikli, bağlamsal ve anlam odaklı bir çözümlemesini gerçekleştirmektir.

Araştırmanın evreni Aksaray Üniversitesinde öğrenim gören öğrenci kitlesinden oluşmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın evreni Aksaray Üniversitesi yerleşkesinde bulunan üniversite gençliğıdir. Örneklem alma tekniğı amaçlı örneklem tekniğıdir ve seçilen üniversiteli gençlerle mülakat yapılmıştır. Çalışma toplam 36 üniversite öğrencisiyle gerçekleştirilmiştir.

6. Araştırmanın Veri Toplama Teknikleri ve Analizi

Fenomenolojik bir desenle yapılan nitel bir çalışmada veri kaynakları bireylerin öznel görüşleri, tecrübeleri olduğundan başlıca veri toplama tekniğı derinlemesine mülakattır. Derinlemesine mülakat, bireylerin iç dünyalarına yönelik duygu ve düşüncelerini ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır (Şimşek ve Yıldırım, 2013: 59-77). Araştırma sürecinde, mülakat tekniğıyle katılımcıların öznel görüşleri, tecrübeleri, duyguları ve algılama biçimleri hedeflenmiştir. Örneklem grubuna dâhil olanlarla yüz yüze derinlemesine mülakat yapılmıştır. Soruların konu odaklı, anlaşılır, sade, açık uçlu ve yönlendirmelerden uzak olmasına özen gösterilmiştir. Sorular soyut ve teknik olmaktan ziyade doğrudan bireyin sosyal dünyasına yöneliktir. Bu amaçla yarı yapılandırılmış formlar ve açık uçlu sorular kullanılmıştır. Bu, katılımcıların daha esnek ve rahat davranmasını, kendi iradesi ile düşüncelerini serbest ve özgürce dile getirmesine imkân sağlamıştır (Bal, 2023: 81-82). Konunun bütünlüğünü sağlayan, daha önceden ön görülemeyen, görüşme esnasında konuyla bağlantılı daha detaylı bilgiler için sormayı gerektiren sorulara yer verilmiş, yeni soruların eklenmesi sağlanmıştır (Şimşek ve Yıldırım, 2013: 90-94).

Nitel araştırmalarda veri analizi süreci temel bir öneme sahiptir. Bu tür analizler, elde edilen verilerin sistematik biçimde somutlaştırılmasını, anlamlandırılmasını ve raporlanmasını gerektirir. Bu bağlamda, görüşmelerden elde edilen kayıtların yazılı hale getirilmesi, belirli kavramlar çerçevesinde kodlanması, kodlar arasında tematik bir bütünlük kurulması ve bu verilerin anlamlı bir yapıya kavuşturularak yorumlanması sürecin temel aşamalarını oluşturur. Nitel analizde sıklıkla başvuru alan yöntemlerden biri betimsel analizdir. Derinlemesine mülakatlarla elde edilen veriler öncelikle betimlenir; bu aşamada katılımcıların ifadelerine herhangi bir müdahalede bulunulmadan, olduğu

gibi aktarılır. Betimleme, araştırmacının yorum katmaksızın, katılımcının duygu, düşünce ve tutumlarını doğrudan yansıtmaya olanak tanır (Bal, 2023: 91–138). Bu, bireyin öznel gerçekliğinin daha doğru ve derinlikli bir biçimde anlaşılmasına katkı sunar. Betimleme sürecini izleyen içerik analiz aşamasında ise, elde edilen veriler arasındaki ilişkiler ortaya konur; örüntüler belirlenerek neden-sonuç ilişkileri bağlamında değerlendirmeler yapılır ve araştırmanın temel bulguları yapılandırılır.

Araştırma Aksaray Üniversitesinde okuyan yaşları 19 ile 26 arasında değişen farklı bölümlerde öğrenim gören 29 kadın 7 erkek ile mülakat yapılmıştır. Bu çerçevede 36 katılımcıyla 6 ay süren yüz yüze bir görüşülmüştür. Görüşmede kısa, anlaşılır ve açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Doğrudan konuyla bağlantılı ve yönlendirmeden uzak, somut sorular sorulmuştur. Kolay, konuya ilişkin, özelden genele sorular tercih edilerek özenli bir dil kullanılmıştır. Açık uçlu sorularla katılımcıların duygu ve düşüncelerine, deneyimlerine yönelik cevaplar aranmış ve katılımcılara inisiyatif kazandırılarak düşüncelerini açıkça dile getirmeleri amaçlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formuyla görüşme sürecine esneklik kazandırılmış, süreç esnasında bazı sorular yeniden düzenlenmiş ve yeni sorular eklenmiştir.

Veriler betimsel ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Böylece verileri açıklayacak kavramlara ve ilişkilere ulaşılmıştır. Veriler önce doğrudan aktararak, katılımcının söylediği olduğu gibi alıntılanmıştır. Sonra alıntılar analiz edilerek kavramsal olarak kodlanmış ve bu kodlara uygun temalar/kategoriler oluşturulmuştur.

7. Konu ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Beden, tüm dünyada giderek artan bir ilgi odağı haline gelmiştir. Bu durum, bedenın ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel alanlarla olan ilişkisinin güçlenmesiyle doğrudan bağlantılıdır. Bilimsel ve teknolojik ilerlemelere paralel olarak sağlık, estetik, kozmetik, tekstil, spor, gıda ve temizlik gibi sektörlerde yaşanan gelişmeler, bedenın toplumsal görünürlüğünü önemli ölçüde artırmıştır. Bu bağlamda, plastik cerrahi, güzellik ve moda merkezleri, spor ve fitness salonları, diyetetik hizmetler, kozmetik sektörü, organik ve sağlıklı gıda endüstrisi ile temizlik ve kişisel bakım endüstrisi gibi alanlar, bedenle ilgili çeşitli disiplinlerin ilgisini çekmektedir. Tüm bu gelişmeler, bedene yönelik sosyolojik ilgiyi derinleştirmiş ve genişletmiştir. Bu doğrultuda, bedenın toplumsal yapılar ve pratiklerle olan ilişkisini inceleyen beden sosyolojisi alanı ortaya

çıkmiş ve bu çerçevede çeşitli akademik çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma, beden sosyolojisine duyulan bu akademik ilgiden beslenmekte olup, aşağıda ele alınan çalışmalarla birlikte bu eğilimin bir parçasını oluşturmaktadır.

Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, İsmet Emre Işık tarafından 1998 yılında hazırlanan *Beden ve Toplum Teorisi: Öznenin Sosyolojisinden Bedenin Sosyolojisine* adlı doktora çalışması, beden sosyolojisine ilişkin temel kuramsal tartışmalara odaklanmaktadır. Bu çalışmada, beden sosyolojisinin sınırları, kapsamı ve teorik çerçevesi ele alınarak bedenin toplumsallığı ortaya konmuştur. Aynı zamanda, çalışma, beden sosyolojisine giriş niteliğinde olup, beden-toplum ilişkisini sosyolojik teoriler bağlamında irdelemektedir. Bu doğrultuda, beden sosyolojisinin bedene yönelik ilgisinin sınırları tartışmaya açılmış ve konu bütünüyle teorik bir perspektiften ele alınmıştır.

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, Bülent Öngören tarafından 2011 yılında hazırlanan *Fizyolojik, Sosyal ve Kültürel Açılardan Sağlıklı Beden İmgesi (Muğla Örneği)* adlı doktora çalışması, sağlıklı beden imgesini çeşitli sosyokültürel ve fizyolojik açılardan incelemektedir. Çalışmada, bireylerin giyim alışkanlıklarından beslenme tercihlerine, günlük temizlik rutinlerinden egzersiz alışkanlıklarına, genel sağlık anlayışından estetik ve kozmetik yaklaşımlara, çevresel temizlikten vücut bakımına bedenle ilgili pratikler nitel bir yöntemle ele alınmaktadır. Ayrıca, hastalıkların tıbbi boyutu ve bireyler tarafından nasıl algılandığı da çalışmanın kapsamına dâhil edilmiştir. Çalışmada, biyo-medikal yaklaşımdan biyo-kültürel yaklaşıma doğru dönüşen sağlık anlayışı temel alınarak, sağlıklı beden imgesi üzerinde durulmuştur. Araştırmanın bulguları, beden algısının yalnızca tıbbi ve biyolojik unsurlar tarafından şekillenmediğini, aksine sosyo-kültürel unsurların bu algı üzerinde daha belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın odak noktası, beden imgesinin oluşumunu etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Bu çalışma, bedeni yalnızca biyolojik bir varlık olarak ele almamakta, sosyo- kültürel boyutlarına da dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın ana odağı beden imgesidir.

Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, Orhan Bingöl tarafından 2015 yılında hazırlanan *Estetik Cerrahi Müdahaleler ve Modern Beden: Samsun İl Örneği* adlı doktora çalışması, modern kültür bağlamında estetik cerrahi ile beden arasındaki iktidar ilişkilerini ele almaktadır. Çalışmada, estetik

cerrahinin modern beden anlayışı üzerindeki etkileri incelenmekte ve bu bağlamda değişen iktidar ilişkileri tartışılmaktadır. Genel çerçevede teorik bir temele dayanan araştırma, özellikle Michel Foucault'nun kavramsal çerçevesi üzerinden şekillendirilmiştir. Bununla birlikte, çalışmada nitel bir yöntem benimsenmiş ve konuyla ilgili katılımcıların deneyimlerinin aktarılması ile bu deneyimlerin değerlendirilmesine yer verilmiştir. Bu çalışma, bedeni teorik düzeyde ele almakta ve nitel bir araştırma yöntemi kullanarak estetik cerrahi müdahaleler üzerinde durmaktadır.

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, Cihan Ertan tarafından 2015 yılında hazırlanan *Beden ve Bir Anlam Üretme Aracı Olarak Dövme* adlı doktora çalışması, bireylerin kendilerini ifade etme, konumlandırma ve direniş odaklarını oluşturma aracı olarak dövme, daha geniş ve karmaşık bir sosyo-kültürel yapı içinde ele almaktadır. Çalışmada, dövmenin bedenin toplumsallığını nasıl şekillendirdiği ve toplumsal niteliklerin sembolik yansımalarına nasıl aracılık ettiği incelenmektedir. Araştırmada nitel yöntem kullanılmış olup, derinlemesine görüşmeler aracılığıyla bireylerin dövme hikâyeleri toplanmış ve bu öyküler kimlik, aidiyet, din, toplumsal cinsiyet ve sosyal statü bağlamında çözümlenmiştir. Dövme hem bir beden modifikasyonu hem de sembolik bir anlam ve ifade biçimi olarak ele alınmış ve sosyo-kültürel yapı içerisindeki yeri tartışılmıştır. Bu çalışma, bedeni toplumsal ve kültürel ilişkiler çerçevesinde ele almakta, bedenin toplumsal anlam üretme sürecini dövme pratiği üzerinden incelemeye ağırlık vermektedir.

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, Hüseyin Çil tarafından 2017 yılında hazırlanan *Bedeni Kurgulamak: İslami Romanlarda Beden ve Kimlik* adlı doktora çalışması, İslami kimliğin modern seküler kültür bağlamında beden-benlik bütünlüğü içinde nasıl şekillendiğini ele almaktadır. Çalışmada, homojenleştirme, bireyselleşme, kamusallaşma ve siyasallaşma süreçleri çerçevesinde beden-benlik ilişkisi ve bu ilişkinin sekülerleşme bağlamındaki dönüşümü incelenmektedir. Araştırma, 1970'lerden 2000'lere kadar Türkiye'de İslami kimliğin bedeni merkeze alarak nasıl değiştiğini ve bu süreçte geçirdiği dönüşümleri sosyolojik bir perspektifle analiz etmektedir. Bu bağlamda, din ve beden odaklı bir yaklaşım benimsenerek, Türkiye'deki sekülerleşmenin boyutları ve İslami kimliğin dönüşüm süreci detaylı bir biçimde irdelenmektedir. Çalışma beden ve kimlik ilişkisini temel inceleme nesnesi olarak dini referanslardan hareketle çözümlemektedir.

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, Sebat Çelik tarafından 2018 yılında hazırlanan *Geleneksel ve Modern Değerler Bağlamında Beden Algısı ve Tüketim (İstanbul Üniversitesi Örneği)* adlı doktora çalışması, tüketim kültürü içinde bireylerin beden algıları ve beden üzerinden gerçekleştirdikleri tüketim pratiklerini ele almaktadır. Nicel araştırma yöntemine dayanan bu çalışmada, geleneksel ve modern değerler açısından beden algısı ve tüketim arasındaki ilişki incelenmektedir. Bedenin merkeze alındığı araştırmada, gelenekselden moderne geçiş sürecinde bedenin dönüşümü tüketim ekseninde ele alınmış ve bu dönüşümün farklı toplumsal bağlamlardaki yansımaları analiz edilmiştir. Çalışmada, beden ve tüketim arasındaki karşılıklı etkileşim, her iki unsurun geçirdiği değişimler bağlamında tartışılarak, bedenin geleneksel ve modern bağlamda karşılaştırmalı bir çözümlemesi yapılmıştır.

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, Hakan Önal tarafından 2021 yılında sunulan *Fitness Salonlarına Gidenlerin Beden Algıları ve Beden İnşaları (Bingöl Örneği)* adlı doktora çalışması, fitness salonlarına giden bireylerin spor aracılığıyla bedenlerini nasıl inşa ettiklerini ele almaktadır. Çalışmanın temel çerçevesi, Turner'ın *iç beden* ve *dış beden* kavramsallaştırması üzerine inşa edilmiştir. Araştırmada, beden algısı ve bedenin dönüşümü, Turner'ın kavramsal ayrımı doğrultusunda nitel bir yöntemle incelenmiştir. Bu bağlamda, bedenin toplumsal yapı tarafından nasıl sınırlandırıldığı, kontrol ve denetime nasıl tabi tutulduğu, fitness salonlarına giden bireylerin görüşleri üzerinden değerlendirilmiştir. Beden algısını *iç beden* ve *dış beden* çerçevesinde ele alarak bu kavramları fitness salonlarına giden bireylerin deneyimleri bağlamında yorumlanmaktadır. Spor salonlarına giden farklı yaş gruplarına yönelik bir analiz sunulmaktadır.

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, Merve Sefa Yılmaz tarafından 2023 yılında hazırlanan *Dijital Kültürde Beden ve Benliğin İdaresi: Öz Takip Pratiği Örneği* adlı doktora çalışması, dijitalleşme bağlamında öz takip pratiğinin beden ve benliğin inşa sürecindeki rolünü ele almaktadır. Çalışmada, öz takip uygulamalarını kullanan bireylerin deneyimleri ve bu pratiğe yükledikleri anlam temel alınarak, dijitalleşme aracılığıyla öz takibin benlik algısı ve bireysel pratikleri nasıl dönüştürdüğü incelenmektedir. Araştırma, dijital öz takibin hangi cihazlar ve uygulamalar aracılığıyla, hangi amaçlarla gerçekleştirildiğine odaklanmaktadır. Ayrıca, öz takip sürecinde bireylerin hangi tür sosyal ilişkiler kurduğu ve bu ilişkilerin benlik

inşası üzerindeki etkileri değerlendirilmektedir. Dijital ve mobil araçlarla gerçekleştirilen öz takip pratiğinde, kullanıcı ile teknoloji arasındaki ilişkinin nasıl yapılandırıldığı ve bu bağlamda beden ve benlik algısının hangi düzeyde şekillendiği değerlendirilmektedir.

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda, Recep Bozkurt tarafından 2023 yılında hazırlanan *Pürüzsüz Yaşlanma: Yaşlanma Karşıtlığı, Beden ve Benlik Deneyimleri Üzerine Fenomenolojik Bir İnceleme* adlı doktora çalışması, bedende meydana gelen yaşlanma belirtilerini ortadan kaldırmak amacıyla estetik cerrahi müdahalelere başvuran bireylerin yaşlanma deneyimlerini incelemektedir. Çalışma, yaşlanma karşıtlığına yönelik müdahaleler gerçekleştiren kişilerin beden ve benlik algıları, bu müdahaleye götüren bireysel ve toplumsal deneyimler, yaşlanma, yaşlılık ve yaşlı beden algısı gibi temalar etrafında şekillenmektedir. Nitel bir araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada, yaşlı beden içinde bulunduğu sembolik anlamlar ve bireylerin biyolojik yaşlanmaya çözüm arayışları üzerinde durulmaktadır. Özellikle, estetik cerrahi müdahaleye başvuran bireylerin, yaşlı bedenle ilişkilendirilen düşük benlik algısından yüksek beden algısına ulaşmalarının sebepleri irdelenmektedir. Ayrıca, biyolojik yaşlanmanın sosyal tezahürleri de araştırmanın bir parçası olarak ele alınmıştır.

Bu çalışma, üniversite gençliğinin kimlik inşa sürecinde beden algısını şekillendiren temel unsurları ve bu unsurların kimlik oluşumuna etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın mevcut literatürdeki benzer araştırmalardan temel farkı, odak noktasını üniversite gençliği üzerine yoğunlaştırmasıdır. Araştırma kapsamında, üniversite gençliğinin beden algısını etkileyen güncel ve belirleyici unsurlar analiz edilerek, bu unsurların kimlik inşasındaki rolü değerlendirilmiştir. Üniversite gençliği, sahip olduğu bilgi düzeyi, kültürel birikimi ve toplumsal yapıyı dönüştürme potansiyeliyle toplumun geleceği açısından kritik bir konumdadır. Üniversite gençliğinin dinamik yapısı ve toplumsal gelişmeler üzerindeki belirleyici etkisi, bu sosyal kesimi incelemeyi hem anlamlı hem de gerekli kılmaktadır. Zira gençliğin ürettiği değerler ve kültürel pratikler, yalnızca bugünü değil, geleceği de şekillendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Gençler kimliğini inşa ederken, aynı zamanda içinde bulunduğu toplumsal yapıyı ve bu yapının geleceğini de inşa etmektedir. Bu bağlamda, üniversite gençliğinin beden algısı ve bu algıyı etkileyen unsurların kimlik oluşumuna katkısı üzerine yapılacak her

Çalışma, literatüre özgün ve değeri bir katkı sunma potansiyeline sahiptir. Söz konusu çalışma, beden sosyolojisi bağlamında önemli bir sosyal kesimi merkeze alması bakımından hem özgünlük taşımakta hem de gelecekte yapılacak akademik araştırmalar için bir referans kaynağı niteliğı taşımaktadır.

Bu araştırma, beden algısını etkileyen güncel konular olarak tüketim, moda, estetik, sağlık ve teknoloji gibi faktörleri incelemekte; bu unsurların kimliğın bileşenleri üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir. Araştırma sürecinde, kapsamlı bir literatür taramasıyla teorik bir çerçeve oluşturulmuş; aynı zamanda nitel veri toplama yöntemleriyle bu kuramsal yapı somut örneklerle desteklenmiştir. Böylece hem kuramsal hem de saha çalışmasıyla bedenin ve kimliğın yeniden inşası süreci kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Gençlik Kavramı

Gençlik, toplumun temel unsurlarından biridir. Hem sosyal dinamikleri şekillendiren hem de kültürel değerlerin korunmasını ve aktarılmasını sağlayan bir kesimi temsil etmektedir. Toplumun kimliğini yansıtan gençler, aynı zamanda toplumsal değişim ve dönüşüm süreçlerinde önemli bir rol üstlenmektedir. Gençlik, çocukluk ile yetişkinlik arasında yer alan ve kesin sınırlarla belirlenmiş bir yaş aralığına sahip olmayan bir geçiş dönemidir (Kulaksızoğlu, 2007: 32). Bu dönem gelişim ve olgunlaşma sürecini kapsayan, çocukluktan yetişkinliğe geçiş aşamasıdır (Yavuzer, 2007: 262). Burcu'ya (1997: 8) göre gençlik, insan yaşamının çocukluk ile yetişkinlik arasında yer alan bir evresi olup, bireyin kimlik gelişimi açısından önemli bir geçiş sürecini ifade etmektedir.

Gençlik hem bireysel hem de toplumsal yönleriyle çok boyutlu bir olgudur. Bu bağlamda, psikolojik açıdan gençlik; heyecan, merak, hayal gücü, korku, sevinç ve üzüntü gibi duyguların yoğun şekilde deneyimlendiği bir dönemdir. Biyolojik olarak ise bedensel değişimlerin ve olgunlaşma süreçlerinin yaşandığı bir aşamayı temsil etmektedir. Sosyolojik perspektiften bakıldığında ise gençlik, sosyokültürel değer ve normların aktarıcısı konumundadır (Kurttaş, 2017: 29). Anık'a (2015: 248) göre gençlik, henüz kişiliğini tam olarak oturtamamış, kimlik arayışı içinde olan ve araç-amaç bağlantılarını yeterince kuramamış bir sosyal kesimi ifade etmektedir. Bu dönemde bireyler, kimlik kazanımı sürecinde çeşitli belirsizlikler yaşayarak zaman zaman kararsızlık ve uyum sorunları ile karşılaşabilmektedir.

Gençlik, bir geçiş sürecini, henüz tam anlamıyla yetişkin olarak kabul edilmeyen bireyleri ifade eden bir kavramdır. Bu süreç, bireyin biyolojik, psikolojik ve sosyal açıdan önemli değişimler yaşadığı bir dönemi kapsamaktadır. Gençlik, özellikle bu geçiş sürecinde meydana gelen dönüşümleri kapsamaktadır. Geçiş, genel olarak değişim, gelişim ve dengesizliklerle karakterize edilen bir süreç olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda geçiş dönemi, bireyin görece bir denge durumundan farklı bir denge durumuna yöneldiği bir aşamayı ifade etmektedir. Daha açık bir ifadeyle, geçiş süreci, bireyin yaşamındaki görece dengelerin değiştiği ve yeni bir denge durumuna ulaşmaya çalıştığı

bir dönemdir. Gençlik dönemi, bireyin çocukluk dönemine özgü sosyal, fiziksel vb. yetersizliklerden uzaklaşarak yetişkinliğe özgü sosyal, fiziksel, cinsel olgunluğa vb. erişme sürecidir. Bu doğrultuda biyolojik, psikolojik, sosyolojik açıdan dengesizlik, büyüme ve değişim sürecinin yoğun olarak yaşandığı bir dönemdir (Burcu, 1997: 9).

Gençlik, belirli bir yaş kategorisi olmaktan ziyade, kronolojik ve biyolojik boyutlarıyla ele alınan bir süreçtir. Ancak gençliğin yalnızca biyolojik ve kronolojik bir evre olarak görülmesi yeterli değildir. Bu dönem, tarihsel, toplumsal ve dinamik bir yapıya sahip olup, sürekli değişen ve aynı zamanda toplumsal dönüşümlere yön veren bir kesimi ifade etmektedir. Gençlik, bir toplumun önemli potansiyel gücünü barındıran değişimi deneyimleyen ve değişime öncülük eden bir olgudur. Gençlik dönemi, başladığı ve tamamlandığı yaş aralığında bireylerin önemli dönüşümler yaşadığı bir süreçtir. Bu süreçte gençler, toplumun diğer kesimleriyle sürekli etkileşim halinde olup, bireysel ve toplumsal kimliklerini inşa etmektedirler. Gençlik, biyolojik, sosyolojik ve psikolojik boyutları olan ve toplumsal yapı içinde önemli bir kategori olarak ele alınması gereken bir olgudur (Baran, 2013: 9).

Gençlik kavramını tanımlarken sosyal, ekonomik ve kültürel unsurlar göz ardı edilmemelidir. Özellikle bir toplumun yaşam tarzı, tutum ve davranış biçimleri, değerleri ve kültürel yapısı gençlik olgusunun anlaşılmasında belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır. Bu nedenle, gençliğe dair evrensel bir tanım yapmak oldukça güçtür. Gençlik döneminin başlangıç ve bitiş süreçleri ile bu dönemin hangi özellikleri kapsadığı, toplumdan topluma ve kültürel yapılara göre değişkenlik göstermektedir. Bununla birlikte, aynı toplum içerisinde dahi biyolojik, psikolojik ve sosyolojik değişimler yaşayan gençler arasında farklılıklar gözlemlenebilmektedir (Burcu, 1997: 9).

Gençlik döneminin alt ve üst sınırları, toplumsal bağlamda göreceli bir yapı sergilemekte olup, farklı toplumlar ve tarihsel süreçler içinde değişkenlik göstermektedir. Homojen bir gençlik yaş aralığı bulunmamakla birlikte, bu dönemin başlangıç ve bitiş noktaları, içinde bulunulan topluma ve tarihsel koşullara bağlı olarak farklılaşmaktadır. Gençlik döneminin belirlenmesinde biyolojik faktörler önemli bir rol oynasa da bu sürecin sınırlarını büyük ölçüde sosyolojik unsurlar belirlemektedir. Uluslararası kuruluşlar da gençlik yaş aralığını belirleme konusunda farklı yaklaşımlar benimsemektedir. Örneğin, UNESCO gençlik döneminin başlangıcı için 15 yaşını esas

alırken, Birleşmiş Milletler bu sınırı 12 yaş olarak belirlemiştir. Her iki kuruluş da gençlik çağının üst sınırı olarak 25 yaşını kabul etmektedir (Kulaksızoğlu, 2007: 33).

Gençlik, belirli bir başlangıç ve bitiş sınırına sahip olmakla birlikte, bu sınırların toplumdan topluma ve kültürel bağlama göre değişkenlik gösterdiği bir yaş grubudur. Bu dönem, bireyin belirgin değişimler yaşadığı, karmaşık ilişkiler içerisinde bulunduğu ancak kendi içinde anlamlı ve bütünlüklü bir yapıya sahip olduğu dinamik bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Gençlik, farklı toplumsal ve bireysel niteliklerle şekillenen, sürekli dönüşüm içinde olan bir yaşam evresidir (Burcu, 1997: 11).

Gençlik dönemi, biyolojik ve duygusal değişimleri olan, fiziksel, psikolojik ve sosyal olgunlaşma süreçleriyle, kesin sınırları belirlenemeyen bir yaş aralığında sona eren kronolojik bir evredir (Poyraz vd., 2003: 4). Bu dönemde birey, bağımsızlığını ve özgürlüğünü kazanmanın yanı sıra, sosyal ve ekonomik üretkenlik yetilerini geliştirmektedir. Gençlik döneminin başlangıç ve bitiş noktalarını kesin sınırlarla belirlemek güç olmakla birlikte, yaş aralığına dair belirlemeler, gençlik döneminin temel özelliklerini anlamada yol gösterici olabilir. Bu durum, gençliğe ilişkin tanımlamalarda belirli bir çerçeve oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Gençlik, belirli bir yaş aralığında pek çok açıdan değişim ve gelişim süreci içinde bulunan bireylerden oluşur. Bu dönemin yaş sınırlarını belirlemek için kronolojik, biyolojik, sosyal ve kültürel ölçütlerden yararlanılabilir. Kronolojik yaş, bireyin doğum tarihine dayalı olarak hesaplanan yaşı ifade etmektedir. Tek başına kesin bir ölçüt olmasa da gençlik döneminin başlangıç ve bitiş sürecini belirlemede önemli bir referans noktasıdır. Biyolojik yaş ise bireyin büyüme, gelişme ve fiziksel değişim süreçlerini ifade eder. Gençlik dönemi, biyolojik yaş ile doğrudan ilişkili olup, bu süreçte yaşanan fiziksel değişimler gençlik kavramının farklı açılardan ele alınmasını gerektirmektedir. Bireyin büyüme sürecine bağlı olarak, biyolojik gelişim sürecini belirleyen biyolojik yaş faktörü gençlik döneminin anlaşılmasında önemli bir değişken olarak değerlendirilmektedir (Burcu, 1997: 11).

Sosyal yaş, bir toplum içinde yaşayan bireyin toplumsal ilişkilerini, sahip olduğu statüyü ve üstlendiği rolleri ifade etmektedir. Gençlik döneminin sınırlarının belirlenmesinde önemli bir ölçüt olan sosyal yaş, bireyin içinde bulunduğu toplumun sosyal, ekonomik, kültürel, dini ve ahlaki değerlerini benimseme ve içselleştirme sürecini kapsar. Genç bireyin yaşına uygun bir statüye sahip olması, bu statüye uygun roller üstlenmesi ve toplumla aktif ilişkiler kurması, sosyal yaş kavramı çerçevesinde

değerlendirilmektedir. Genç birey, sosyal kurumlar aracılığıyla toplumun değerlerini ve normlarını öğrenmekte ve bu süreç içinde sosyalleşmektedir. Örneğin, eğitim kurumu bireyin akademik düzeyini belirlerken, aile kurumu bireyin aile içindeki rollerini, ilişkilerini, sorumluluklarını ve özgürlük sınırlarını şekillendirmektedir. Aynı şekilde birey, dini kurumlar aracılığıyla dini sorumluluklarını belirlerken, ekonomik sistem içinde yer alarak çalışmaya başlaması, ev ekonomisine katkıda bulunması veya kendi ihtiyaçlarını karşılaması gibi süreçlerle sosyal yaşın sınırlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, bireyin toplumsal statüsünün ve rollerinin belirlenmesinde sosyal yaş, dikkate alınması gereken önemli bir kavramdır. Gençlik döneminin başlangıç ve bitiş noktalarının belirlenmesinde kültürel yaş da önemli bir faktördür. Kültürel yaş, her toplumun bireye yüklediği anlam ve değere göre şekillenmekte olup, toplumların kendine özgü normları ve değerleri çerçevesinde farklılık göstermektedir. Bu durum, gençliğin yaş sınırlarının belirlenmesinde evrensel bir ölçütün bulunmadığını, her toplumun kendi sosyokültürel yapısına göre farklı yaş aralıklarını gençlik dönemi olarak kabul ettiğini göstermektedir. Örneğin, evlenme yaşı, çalışma hayatına atılma yaşı veya aileden ayrılma yaşı gibi ölçütler toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Bu farklılıklar, gençlik döneminin başlangıç ve bitiş yaşlarının da değişmesine neden olmaktadır. Nitekim bazı toplumlarda gençlik dönemi 12-16 yaşlarında başlamakta ve 22-26 yaşları arasında sona ermektedir. Bu farklılıklar, kültürel yaş kavramının gençlik tanımlamalarındaki belirleyici rolünü ortaya koymaktadır (Burcu, 1997: 13).

Gençlik olgusunu daha kapsamlı ve anlaşılır kılmak adına, farklı perspektiflerden değerlendirmek gerekmektedir. Toplum içinde kendini bulmaya çalışan genç birey, bu süreçte olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilebilecek birçok niteliği potansiyel olarak içinde barındırmaktadır. Bu potansiyel, gençliğin kuşatıcı ve çok boyutlu bir değişim sürecinden geçmesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, bu durum gençliğin doğal niteliklerinden biri olarak kabul edilmelidir. Çocukluktan yetişkinliğe geçiş dönemi olan gençlik, kendine özgü has tarzı, düşünme biçimi, dil kullanımı iletişim kurma şekliyle vb. farklı bir süreçtir. Genç bireyin fizyolojik değişimlere bağlı olarak toplumsal algı ve beklentiler çerçevesinde ani davranış değişiklikleri, kararsızlıklar ve asi tutumlar sergilemesi yaygın olarak gözlemlenen durumlardır. Bununla birlikte, idealist olma, coşku, yaratıcılık, bağımsız hareket etme isteği ve adalet, eşitlik gibi etik değerlere duyarlılık, genç bireyin gelişim sürecinde edindiği önemli özellikler arasında yer

almaktadır. Bu bağlamda, gençlik dönemi bireyin üretken, sağlıklı ve toplumsal uyuma yatkın bir birey olarak şekillendiği kritik bir evredir (Baran, 2013: 10-11).

Gençlik döneminin başlangıcı, bireyin yaşamında hem içsel hem de dışsal çeşitli değişimlerin eşzamanlı olarak gerçekleştiği çok boyutlu bir geçiş sürecidir. Bu süreçte içsel değişimler, başta biyolojik, psikolojik ve bilişsel dönüşümler olmak üzere, ergenlik dönemine özgü fizyolojik yeniden yapılanmalar, duygusal dalgalanmalar ve zihinsel gelişimle karakterizdir. Dışsal ya da sosyal değişimler ise bireyin toplumsal yaşam içerisindeki konumunu belirleyen statü ve rollerle ilişkilidir. Yükseköğretim kurumlarından mezun olma, istihdama katılma ya da evlenme gibi yaşamsal geçişler, bireyin sosyal kimliğinin yeniden tanımlandığı yapısal dönüşümlerdir. Normatif ve kültürel bağlamda şekillenen değişimler de gençlik döneminin toplumsal inşasında belirleyici bir rol oynar. Evlilik, ebeveynlik, sürücü ehliyeti edinme gibi toplumun kültürel normlarına uygun şekilde belirli yaş dönemlerinde gerçekleşen sosyal geçişler, bireyin kültürel aidiyetini ve sosyal kabulünü pekiştirir. (Burcu, 1997: 14).

Genç bireyin bir yetişkin kadar yetkin düşünmemesi ya da hareket edememesi, büyük ölçüde bilgi ve yaşam deneyimi eksikliğine dayandırılmaktadır. Bununla birlikte, toplumsal değerleri içselleştirme sürecinde yaşanan pratik aksaklıklar, gencin zaman zaman asi ve keskin davranışlar sergilemesine neden olabilmektedir. Genç, toplumsal sorunlardan izole bir dünyada yaşamamakta; içinde bulunduğu toplumun sosyo-politik ve sosyo-ekonomik koşulları doğrudan eğitimine, ekonomik durumuna, sosyal ve kültürel aktivitelerine etki etmektedir. Bu bağlamda, genç birey kendini pek çok sorunun merkezinde bulabilmektedir. Biyolojik ve fizyolojik değişimlerin yanı sıra psikolojik, sosyal ve ahlaki gelişim süreçleri; kuşak çatışması, kimlik bunalımı ve cinsel gelişim gibi faktörler, gencin çevresiyle olan etkileşimi doğrultusunda farklılık göstermektedir (Baran, 2013: 11). Bu çerçevede gençlik yalnızca belirli bir yaş grubunu değil; aynı zamanda çok katmanlı, çeşitli etmenlerin şekillendirdiği dinamik bir yaşam devresidir.

Gençlik, yaşamın belirli bir evresini kapsayan ve temelde biyolojik bir süreç olarak değerlendirilen bir kavramdır. Bireyin yaşam döngüsündeki üç temel dönemden biri olan gençlik, çocukluk ile yaşlılık arasında bir geçiş sürecini ifade etmektedir. Biyolojik açıdan ele alındığında, bugünkü çocuk yarının genci, bugünün genci ise geleceğin yetişkini ve yaşlısı olacaktır. Bu biyolojik gerçek, tüm canlılar için geçerli olmakla birlikte, insanı diğer canlılardan ayıran temel unsur, bu yaşam evrelerini belirli alışkanlıklar ve kurallar

çerçevesinde anlamlandırma ve düzenleme çabasıdır. Dolayısıyla, biyolojik olgu olan gençlik, insan söz konusu olduğunda toplumsal bir niteliğe bürünmektedir. Birçok toplumsal kavram gibi gençlik de içinde bulunduğu toplumun dinamikleri doğrultusunda şekillenmekte ve toplumsal yapıyı biçimlendiren temel unsurların etkisi altında kalmaktadır. Bireyler, en temel düzeyde, yiyecek, giyecek ve barınma gibi temel gereksinimlerini karşılamak için çaba göstermekte ve bu süreçte birbirleriyle çeşitli ilişkiler kurmaktadır. Bu çabaların bütünü, toplumsal yapının oluşumunu sağlamaktadır. Bu bağlamda, bireyin biyolojik gelişiminin tamamlanmasında yalnızca fizyolojik unsurlar değil, aynı zamanda toplumsal ve ekonomik koşullar da belirleyici bir rol oynamaktadır (Gökçe, 1984: 4).

Bireyin yaşamı bebeklik, çocukluk, gençlik ve yaşlılık gibi evrelerden oluşmaktadır. Bu bağlamda gençlik, çocukluk ile yetişkinlik arasında bir köprü evresidir. Gençliğin bir geçiş aşaması olması, onu sosyolojik bağlam içinde ele almayı zorunlu kılmaktadır. Nitekim gençlik, sosyal ve tarihsel koşullardan bağımsız düşünülemez. Her dönemin kendine özgü gençlik nitelikleri bulunmakta olup bu nitelikler, içinde yaşanılan dönemin toplumsal ve kültürel dinamiklerine göre şekillenmektedir. Hegel'in "zeitgeist" (zamanın ruhu) kavramından hareketle, gençliğin içinde bulunduğu sosyal ve kültürel koşullara bağlı olarak farklı biçimlerde ortaya çıktığı söylenebilir. Gençlik olgusu, belirli ortak temalar barındırır da her toplumda ve aynı toplum içindeki farklı sosyal gruplarda değişkenlik gösterebilmektedir. Eğitim düzeyi, sosyal sınıf, cinsiyet ve yerleşim yeri gibi sosyolojik değişkenler, gençlik deneyimlerini farklılaştıran temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bu nedenle gençlik araştırmaları, ele alınan dönemin sosyolojik bağlamı çerçevesinde ve kültürel görecelik perspektifinden değerlendirilmelidir. Gençlik, yalnızca bireysel bir deneyim değil, aynı zamanda toplumun genel yapısını yansıtan bir olgudur. Dolayısıyla, gençlik üzerine yapılan çalışmalar, içinde bulunulan sosyal ve kültürel yapıyı anlamak açısından önemli bir veri kaynağı sunmaktadır (Bayhan, 2015: 356).

Genç birey ve bütünüyle gençlik, içinde doğup yetiştiği, eğitim aldığı toplumsal yapıyı hem koruyan hem de çağın gerekliliklerine uygun biçimde geliştirerek gelecek kuşaklara aktaran önemli bir sosyal potansiyel olarak değerlendirilmektedir. Toplum, bireylerin ölümsüzlüğe duyduğu özleme benzer biçimde, varlığını sürdürme arzusunu taşımakta ve bu sürekliliği genç nesiller aracılığıyla sağlamaktadır. Toplumun sağlıklı bireyleri için bu beklenti ortak bir amaç olup, kolektif bilincin bir yansımasıdır. Bu

bağlamda gençlik, toplumun içinde yaşadığı “şimdi” ile biyolojik olarak deneyimlenmesi mümkün olmayan “gelecek” arasındaki önemli köprü işlevini görmektedir. Gençlik dönemi, insan yaşamının biyolojik, psikolojik ve sosyolojik boyutlarını içeren kritik bir süreçtir. Bu dönemde bireyin bedensel, ruhsal ve sosyal gelişimi şekillenmekte ve kişiliği inşa edilmektedir. Ancak, gençliğin gelişimi biyolojik, psikolojik ve sosyolojik unsurların tümüyle eşzamanlı ve aynı yönde ilerlemediğinden, tek bir faktöre dayalı bir gençlik tanımı yapmak mümkün değildir (Berkay, 1985’ten aktaran Bayhan, 2007: 141). Modern toplumun bir ürünü olarak ortaya çıkan gençlik kavramı, yaş, cinsiyet, yaşanılan dönem ve mekân, etnik aidiyet, sosyo-ekonomik statü, çalışma hayatı ve medeni durum gibi değişkenlere bağlı olarak farklılaşmaktadır (Lüküslü vd., 2017: 12). Tarihsel süreç içinde gençlik, sosyal, ekonomik ve kültürel bağlamda değişim ve dönüşüme uğramış, böylece biyolojik ve statik bir kimlikten ziyade sosyal bir kategori olarak ele alınmaya başlanmıştır (Şahin, 2007: 157).

1.2. Tarihsel Süreçte Gençlik

Gençlik olgusunun doğru bir şekilde anlaşılabilmesi için, öncelikle tarihsel süreç içinde nasıl şekillendiğine bakmak gerekmektedir. Bu tür bir tarihsel perspektif, hem gençlik kavramının temel dinamiklerini anlamaya hem de zaman içinde geçirdiği dönüşümleri karşılaştırmalı olarak değerlendirmeye imkân tanımaktadır. Gençlik olgusuna dair ilk düşünceler, Antik Yunan filozoflarında görülmektedir. Nitekim Aristoteles, *Retorik* adlı eserinde gençlik döneminin temel özelliklerinden bahsetmiştir. Ona göre, yaklaşık on dört yaş erkek çocuklarda üreme bezlerinin gelişimi başlar, ses tonunda değişiklikler meydana gelir. Aristoteles, gençleri dünyayı iyimser bir bakış açısıyla değerlendiren, ancak deneyimsizlikleri nedeniyle hata yapmaya açık bireyler olarak tanımlamaktadır (Şemin, 1984: 13).

Aristoteles’in gençliğe dair değerlendirmeleri, günümüz gençlik kavramı ile belirli ölçüde benzerlik göstermektedir. Ona göre gençler, güçlü arzulara ve isteklerine sahiptir ve bu isteklerini hayata geçirme konusunda aceleci davranmaktadırlar. Bedensel ve cinsel dürtülerine kolayca yenik düşebilmektedirler. Bunun yanı sıra, kararsız, değişken ve kısa süreli heveslere kapılan bir yapıya sahiptirler. Gençler, ani öfke patlamalarına eğilimli olup, içgüdülerine hızlı bir şekilde tepki verebilmekte ve çoğu zaman tutkularının etkisi altında kalmaktadırlar. Engellenmeye karşı düşük tolerans göstermekte, sabırsız ve

tahammülsüz bir yapıya sahip olmaktadır. Ancak, kötülükleri tanımadıkları için iyimser, cömert ve yardımsever özellikler sergilemektedirler. Henüz aldatılmadıkları için insanlara kolay güvenmekte ve bağlanmaktadır. Ayrıca, yüksek ideallere sahip olup, sevgi ve nefret gibi duyguları aşırı uçlarda yaşamaktadırlar. Aristoteles, genç bireylerin çoğu zaman yanılgıya düştüğünü, bilgi konusunda kendilerini yeterli gördüklerini ve bu nedenle hata yaptıklarında ısrarcı davrandıklarını ifade etmektedir (Yörükoğlu, 1993: 20).

Gençlik dönemi, tarihsel süreçte uzun bir süre bağımsız bir yaş kategorisi olarak ele alınmamış ve üzerinde özel olarak durulması gereken bir evre olarak değerlendirilmemiştir. Örneğin, Orta Çağ'da gençler, ayrı bir yaş kategorisi olarak kabul edilmemiş; toplumsal rol ve yaşam tarzı açısından “küçük yetişkinler” olarak görülmüştür. Bu bağlamda, sıkı bir disipline tabi tutulmuş ve otoriter bir ortamda yaşamlarını sürdürmüşlerdir (Nair, 2018: 66). Çocukluk ve gençlik kavramlarının modern anlamda ele alınmasına kadar bu durum devam etmiş, genç bireyler yetişkinlerin bir uzantısı olarak değerlendirilmiştir. Eğitimin süresinin kısa olması ve erken yaşta çalışma hayatına katılım, gençlerden erken yaşta yetişkin gibi davranmalarını ve yetişkin rollerini üstlenmelerini zorunlu kılmıştır (Karabekiroğlu, 2014: 23).

Gençlik yaşının sınırları, toplumsal ve ekonomik koşullara bağlı olarak farklı dönemlerde değişiklik göstermiştir. Geleneksel toplumlarda üretimin tarıma ve dolayısıyla toprağa bağlı olması, yaş kategorilerinin de bu yapıya uygun olarak şekillenmesine neden olmuştur. Bu toplumlarda çağdaş anlamda yaş grupları bulunmadığı gibi mevcut yaş kategorilerinin anlam ve işlevleri de günümüzden farklıdır. Örneğin, geleneksel toplumlarda modern anlamda bir çocukluk dönemi söz konusu olmamış, çocuklar büyük ölçüde “*minyatür yetişkinler*” olarak görülmüştür. Geleneksel toplumlarda çocukluk dönemi, günümüzle kıyaslandığında oldukça kısa sürmüş ve ardından doğrudan yetişkinlik evresine geçiş gerçekleşmiştir. Ortalama yaşam süresinin kısa olması ve geleneksel üretim biçimlerinin kendine özgü çalışma düzeni, çocukluk ile yetişkinlik arasında bir geçiş evresi bulunmasını gereksiz kılmıştır. Çocukların üretici konuma geçmesiyle birlikte çocukluk dönemi sona ermiş ve bireyler doğrudan yetişkinliğe adım atmıştır (Lüküslü vd., 2017: 12).

Geleneksel toplumlarda çocukluktan gençliğe geçiş hızlı gerçekleşmiş, bireyler erken yaşlarda yetişkin rollerini üstlenmek zorunda kalmıştır. Çocuklara, büyükleri tarafından erken yaşlardan itibaren çeşitli sorumluluklar ve görevler verilmiş,

ebeveynlerin ve yetişkinlerin yaptığı işleri küçük yaşlarda öğrenmeleri beklenmiştir (Özkalp, 2008: 155). Bu toplumlarda aile yapısı, tüm bireylerin ortak çalışmasına dayalı olduğundan, gençler iş gücünün önemli bir parçası olarak kabul edilmiştir. Aile ekonomisine katkı sağlamak, gençlerin temel sorumlulukları arasında yer almış, böylece çocukluk ve gençlik dönemi arasındaki geçiş süresi oldukça kısalmıştır. Hem kız hem de erkek çocuklar erken yaşta çalışma hayatına katılarak üretime dahil olmuş ve toplumsal beklentileri karşılamak adına yetişkin rollerini üstlenmişlerdir (Gür vd., 2012: 16).

Günümüz anlamında gençlik kavramı, 19. yüzyılda belirginleşmeye başlamış ve bu süreçte gençlik, siyasi bir aktör olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Ulus-devletler, gençliği hem geleceğin iş gücünü ve toplumunu simgeleyen bir kategori olarak inşa etmiş hem de ulus inşası sürecinde gençleri aktif birer aktör olarak konumlandırmıştır (Lüküslü, 2009: 20). Modern anlamda gençlik kavramı, sanayileşme ve şehirleşme ile ortaya çıkmış ve toplumsal dönüşüm sürecinin bir ürünü haline gelmiştir (Şahin, 2007: 157). Sanayi devrimi ile üretim sistemleri köklü değişikliklere uğramış, yeni ekonomik yapıya uyum sağlamak için belirli önkoşullar ortaya çıkmıştır. Özellikle artan eğitim zorunluluğu, geleneksel toplumlara kıyasla çocukluk döneminin uzamasına neden olmuş, bu süreçte çocukluk ile yetişkinlik arasında yeni bir sosyal kategori olarak “gençlik” dönemi şekillenmeye başlamıştır. Üretim süreçlerinin giderek daha fazla nitelikli ve eğitilmiş iş gücüne ihtiyaç duyması, gençliğin bağımsız bir toplumsal kategori olarak oluşumunu hızlandırmış ve gençlik kavramını karmaşık bir olgu haline getirmiştir (Lüküslü vd., 2017: 12).

Sanayileşmenin ortaya çıkışı ve hızla gelişmesi, makineleşmenin artması ve kırsal bölgelerden koparak büyük şehirlere yönelen yetişkin işsiz nüfusun çoğalması, insan emeğine duyulan talebin azalmasına yol açmıştır. Bu durum, çocuk işçilerin işgücü piyasasında tehdit olarak görülmesine neden olmuş ve sendikaların çocuk emeğinin kullanımını sınırlayıcı düzenlemeler talep etmesine yol açmıştır. Bu bağlamda, çocuk işçiliğini engellemek amacıyla çeşitli yasal düzenlemeler hayata geçirilmiş, aynı süreçte eğitimin zorunlu hale getirilmesi, genç ve çocuk işçilerin sayısında belirgin bir düşüşe neden olmuştur. Bu dönüşüm, gençlerin toplum içindeki rollerini yeniden şekillendirmiş ve onlara yeni toplumsal konumlar kazandırmıştır. Bu rollerin en önemlilerinden biri öğrencilik olmuştur (Özkalp, 2008: 155-156).

Geleneksel toplumlarla kıyaslandığında, modern toplumlarda eğitim sistemleri daha planlı, düzenli ve kurumsal bir yapı kazanmıştır. Bu süreçte gençlere, toplumun geleceğine yönelik hedeflerine uygun bir eğitim verilmesi amaçlanmış ve eğitim, toplumsal gelişimin temel bir unsuru haline gelmiştir. Eğitimin yaygınlaşması ve çağın gereksinimlerine uyum sağlaması, gençliğin görünür bir toplumsal kategori olarak ortaya çıkmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bu nedenle gençlik ile eğitim arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır (Lüküslü, 2020: 338).

Sanayi Devrimi'nin hızlı ve köklü dönüşüm yaratan etkileri, gençlik olgusuna yeni bir ivme kazandırmış ve toplum nezdinde gençliğin önemini artırmıştır. Aydınlanma ile başlayan, sanayileşme ile devam eden gelişmeler, çocuk ölümlerinin azalmasına katkıda bulunmuş; salgın hastalıkların kontrol altına alınması, ortalama yaşam süresinin uzaması ve yaşam standartlarının iyileşmesi gibi faktörler, gençlik kavramının modern dünyada farklı bir perspektife kavuşmasını sağlamıştır. Şehirleşmeyle eğitimin yaygın ve kitlesel hale gelmesi ve kitle iletişim araçlarının etkisinin artması gibi gelişmeler gençliğin belirli yaş kriterlerine göre değerlendirilmesini gerektirmiştir. Bu gelişmeler, toplum içinde özgün bir gençlik kültürünün oluşmasına zemin hazırlamıştır. Böylece gençlik, bireyin yaşam döngüsünde yeni bir evre olarak önem kazanmış ve toplumsal açıdan değerli bir kategori haline gelmiştir (Şahin, 2007: 157-159).

1.3. Gençlik ve Sosyalleşme

İnsan, toplumsal bir varlık olarak doğar ve hayatını bir toplum içinde sürdürür. Dolayısıyla insanı toplumsal hayattan bağımsız düşünmek mümkün değildir. Sağlıklı ve anlamlı bir yaşam, bireyin içinde bulunduğu toplumla kurduğu etkileşim sayesinde gerçekleşir. Bireyin doğduğu toplumda uyumlu ve anlamlı bir yaşam sürdürebilmesi, toplumsallaşma süreci ile mümkün olur. Bu süreçte birey, yaşadığı toplumun değerlerini, normlarını, örf ve âdetlerini, kültürel kodlarını ve davranış kalıplarını öğrenir. Gençlik dönemi, toplumsallaşmanın en yoğun ve hızlı yaşandığı evrelerden biridir. Gençliğin toplumsallaşması, toplumun devamlılığı açısından kritik bir öneme sahiptir. Topluma yeni katılan bireylerin kuralları, değerleri öğrenmesi, içselleştirmesi ve bunları sonraki kuşaklara aktarması, toplumun sürdürülebilirliği açısından temel bir unsurdur. Bireylerin yerine getirdiği görev ve sorumluluklar ile toplum içindeki rollerinin anlaşılması

açısından da toplumsallaşma büyük bir önem taşır. Bu süreç, birey ve toplum arasındaki karşılıklı etkileşimi şekillendiren temel dinamiklerden biridir (Zencirkıran, 2017a: 18).

Fichter, toplumsallaşmayı “kişinin çevresindekilerle arasındaki etkileşim süreci” olarak tanımlamaktadır. Ona göre toplumsallaşma, bireyin sosyal davranış örüntülerini kabul etmesiyle şekillenen bir süreçtir (Fichter, 2011: 26). Toplumsallaşma, bireyin toplumun üyesi olma yolunda devam eden bir öğrenme sürecidir. Bu bağlamda toplumsallaşma, bireyin yaşamı boyunca içinde bulunduğu toplumun değerlerini, tutumlarını, davranış kalıplarını ve rollerini öğrenmesini içeren dinamik, kesintisiz bir süreci ifade eder (Zencirkıran, 2017b: 18). Aynı zamanda bu süreç, bireyin toplumun norm ve değerlerini içselleştirmesi ve kültürel yapıya uyum sağlaması açısından insan olma serüveninin temel taşlarından biridir (Bozkurt, 2014: 111). Toplumsallaşma, bireye benlik ve kimlik kazandırırken, toplumun bütünlüğünü ve sürekliliğini sağlamada da kritik bir rol oynar (Merter ve Talas, 2013: 162). Bu süreç, birey ile toplum arasındaki karşılıklı etkileşime dayanır. Birey, toplumun ona sunduğu değerleri ve bilgileri içselleştirirken, zamanla bu kazanımlara kendi deneyimlerini de ekleyerek toplumsallaşma sürecine aktif olarak katkıda bulunur (Bayhan, 2007: 139).

Gençlik, toplum açısından her zaman önemli bir değer taşımış ve bu önemini hiçbir dönemde kaybetmemiştir. Gençlik, toplumun en dinamik kesimini oluşturur ve toplumsal gelişim ile kalkınmanın temel itici gücü konumundadır. Gençler, toplumsallaşarak, kimliklerini, geleceklerini inşa etmeye çalışır. Toplum da devamlılığını ve geleceğini gençlik üzerinden temellendirir. Dolayısıyla biri olmadan diğerrinin varlığı ve toplumsal süreklilik mümkün görünmemektedir. Bu nedenle gençlik, yalnızca biyolojik faktörlerle tanımlanamaz. Gençlik yaşının belirlenmesinde biyolojik unsurlar kadar bireyin topluma katılımı, meslek edinme süreci, ekonomik değer üretimi, eğitim alması, dini ve kültürel faaliyetlere katılımı gibi sosyal faktörler de dikkate alınmalıdır. Gençlik toplumsal statü, rol ve ilişkiler bağlamında ele alındığında kuşatıcı ve bütüncül bir perspektife sahiptir (Baran, 2013: 14).

Toplumsallaşma, bireyin içinde yaşadığı kültüre katılma ve toplumsal hayata uyum sağlama sürecidir. Birey, doğuştan getirdiği biyolojik özelliklerinin yanı sıra, içinde bulunduğu toplumun sosyal ve kültürel değerlerini toplumsallaşma süreciyle edinir. Bu süreçte birey, toplumun maddi ve manevi değerlerini, normlarını, örf ve âdetlerini, davranış kalıplarını ve kültürel kodlarını öğrenir. Böylece toplumsal ve kültürel miras,

yeni kuşaklara aktarılır; toplumun uyumu, bütünlüğü ve sürekliliği sağlanmış olur (Bayhan, 2007: 140). Toplumsallaşma süreci, bireyin toplum içinde hayata ve toplumsal gerçekliğe hazırlanmasını da içerir. Bu bağlamda gençler, bir yandan yaşadıkları toplumun kendilerine aktardığı bilgi, değer ve normları içselleştirerek toplumla tam anlamıyla bütünleşirken, diğer yandan bu değerleri çağın koşullarına uygun bir şekilde koruyarak ve dönüştürerek toplumun geleceğini şekillendirme görevini üstlenir. Çünkü bugünün öğreneni ve alıcısı olan gençler, yarının öğretmeni ve aktarıcısı hâline gelmektedir. Toplumsallaşma sürecinde birey, toplumun dilini, gelenek ve göreneklerini, normlarını, inanç sistemini, yaşam tarzını, davranış kalıplarını ve değerlerini öğrenir ve bunlara uygun bir yaşam sürmeye çalışır. Gençler, bu öğrenme ve içselleştirme sürecinden geçerek hem topluma uyum sağlamayı kolaylaştırır hem de toplumun değerlerini koruyan ve aktaran bireyler hâline gelir. Böylece genç, yetişkinlik dönemine ve toplumsal rollerine daha donanımlı bir şekilde hazırlanır (Zencirkıran, 2017b: 87-110).

Toplumsallaşma, bireyin aile, okul ve arkadaş çevresi gibi çeşitli araçlarla gerçekleşen bir uyum ve tamamlanma sürecidir. Günümüzde, kitle iletişim araçları özellikle gençlerin toplumsallaşma süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bilişim teknolojilerinin, özellikle sosyal medya platformlarının kullanımı, gençlerin toplumsallaşmasına büyük katkı sağlamaktadır. Dijital çağ olarak tanımlanan çağımızda, bilişim teknolojileri ve internet merkezli yaşam, yeni toplumsallaşma araçları hâline gelmiştir. Bu durum cep telefonu, bilgisayar, tablet vb. dijital araçlarla sosyal medyada etkileşimde bulunan bir gençlik profilinin oluşmasına yol açmıştır (Merter ve Talas, 2013: 162-183).

Bir bireyin toplumsallaşması, yaşamı boyunca çeşitli araçlar yoluyla devam eder. Zaman ve koşullara bağlı olarak, bazı toplumsallaşma araçlarının etkisi azalırken, yeni araçlar sürece dâhil olabilir. Sosyo-kültürel bağlama ve çağın ruhuna uygun olarak ortaya çıkan yeni araçlarla, bireyler farklı toplumsallaşma deneyimleri yaşar. Bu nedenle, toplumsallaşmanın bazı dönemlerinde, davranış kalıpları ve değer hükümleri değişebilir veya zenginleşebilir. Bugün, toplumsallaşmanın klasik araçlarının (aile, okul, arkadaş çevresi vb.) yanı sıra internet, bilişim teknolojileri ve yeni medya araçları da gençlerin toplumsallaşmasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu durum, gençlerin toplum içinde etkileşim, iletişim, ilişki biçimleri, davranış tarzları, yaşam biçimleri ve hayata bakış açıları üzerinde önemli bir değişim oluşturmaktadır. Sonuç olarak, bireyler öğrendiklerini

ve deneyimlediklerini geleceğe aktarırken, aynı zamanda içinde bulundukları toplumun kültürüne, değerlerine ve yaşam biçimine de katkıda bulunmuş olurlar (Bozkurt, 2014: 111-135).

1.4. Gençlik ve Toplumsal Değişme

Değişim, belirli bir tarihsel süreç içinde doğada, toplumda ve bireyde gözlemlenen başkalaşma ve farklılaşmadır (Tolan, 1993: 276). Toplumsal değişim ise bir toplumun sosyal yapısı ve ilişkilerinde meydana gelen dönüşümleri ifade etmektedir. Toplumsal tarih boyunca sürekli bir değişim süreci içerisinde olmuşlardır, zira değişim, dinamik bir yapıya sahip olan toplumlar için kaçınılmaz bir olgudur. Her değişim ilerleme anlamına gelmese de olumlu ya da olumsuz bir dönüşüm içermektedir. Bu doğrultuda, hiçbir toplum tarihsel süreç içinde tamamen durağan kalmamış, ancak değişimin yönü, oranı ve hızı tüm toplumlar için aynı düzeyde gerçekleşmemiştir (Korkmaz, 2017: 33). Toplumsal değişimin oranı ve hızı; toplumdan topluma, kurumlardan bireylere kadar farklılık göstermektedir. Değişim olgusu, doğal olarak sosyal ve kültürel boyutlarıyla ele alınmayı gerektirmektedir. İnsanların temel gereksinimlerini karşılamak amacıyla oluşturdukları tüm maddi ve manevi birikimleri kapsayan kültür ile toplumsal yapı, birbirinden bağımsız değil, aksine birbiriyle iç içe geçmiş unsurlardır. Bu nedenle, toplumsal değişim denildiğinde hem sosyal yapıda hem de kültürel dokuda meydana gelen dönüşümler anlaşılmalıdır (Bayhan, 2007: 74).

Toplumsal değişimler, toplumun varlığını sürdürebilmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Toplumsal yapının herhangi bir unsurunda meydana gelen değişimler, bireyler arası ilişkileri, toplumsal yaşam biçimlerini ve sosyal düzeni çok boyutlu bir biçimde etkileyebilmektedir (Korkmaz, 2017: 35). Toplumsal ilişkiler ve etkileşimler, toplumun bütünlüğü içerisinde şekillenmektedir. Bu bağlamda, toplumsal değişim olgusu, karşılıklı etkileşim halinde olan, birbirini etkileyen ve birbirinden etkilenen sosyal unsurların oluşturduğu dinamik bir süreçtir (Tolan, 1993: 281).

Değişim, her toplum için temel bir olgudur ve tüm toplumlar zaman içinde değişime uğramaktadır. Toplumsal yapı, onu şekillendiren kurumlar ve insan ilişkileri doğrultusunda dönüşüm geçirmektedir. Bu kapsamlı değişim süreci, genç kuşakların duygu, düşünce, tutum, alışkanlık ve davranışlarında da değişikliklere yol açmaktadır (Güler, 1996: 110). Toplumsal değişim; doğal, kaçınılmaz, sürekli ve gereklidir (Erkan,

2010: 224). Belirli bir zaman diliminde toplumun değerleri, kültürü, normları, sosyal ilişkileri, statüleri, rolleri ve yaşam biçiminde meydana gelen karşılıklı farklılaşmalar toplumsal değişimin temel dinamiklerini oluşturmaktadır. Tarihsel süreç boyunca tüm toplumlar değişime maruz kalmıştır. Zamanın ruhuna bağlı olarak bu değişim az ya da çok sürekli devam etmiştir. Günümüzde bilişim çağı olarak adlandırılan dönemde, toplumsal değişimin hızı ve etkisi büyük ve derin olmuştur. Bu dönüşüm, doğal olarak toplumun tüm bireylerini etkilemektedir. Değişimin temel unsuru insandır ve toplumsal değişimin öznesi bireydir (Tolan, 1993: 276). Birey, toplumsal değişim sürecinde hem etkileyen hem de etkilenen bir aktör olarak toplum, kurumlar ve gruplarla karşılıklı bir etkileşim içindedir. Toplumsal değişim, içinde bulunduğu şartlara ve zamana göre farklı dinamikler doğrultusunda ilerlemektedir. Bu bağlamda, toplumun en dinamik ve değişime açık kesimini oluşturan gençlik, toplumsal değişimin başlatıcısı ve taşıyıcısı konumundadır. Genç bireyler hem değişim sürecini etkileyen hem de bu süreçten doğrudan etkilenen bir grup olarak toplumsal dönüşümün merkezinde yer almaktadır (Merter ve Talas, 2013: 245).

Toplumsal değişim, bir veya birden fazla toplumsal etkende gözlemlenen farklılaşma ya da başkalaşmaların, içinde yer aldığı toplumsal ilişkiler ağı içerisinde diğer toplumsal etkenleri de dönüşüme zorlamasıyla gerçekleşen diyalektik bir süreçtir. Bu dönüşüm, etkileşim halinde olduğu unsurların değişmesini sağlarken, aynı zamanda kendisi de bu süreçten etkilenmektedir (Tolan, 1993: 276). Toplumdaki bireyler arasındaki sürekli iletişim ve etkileşim, zaman içinde yeni değerlerin, kurumların, kuralların, anlamların, sembollerin ve ilişki biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Böylece, yeni rol ve davranış kalıpları, yaşam tarzları ve kültürel unsurlar toplumsal değişimi şekillendirmektedir (Merter ve Talas, 2013: 246).

Toplumsal yapı, sistematik bir bütünlük içerisinde işleyen bir yapı olup, kültürel ve fiziksel unsurlar birbirleriyle karşılıklı bir etkileşim içindedir. Bir unsurdaki değişim, diğer unsurlarda da değişimi tetiklemektedir. Toplumsal kurumlar, bireylerin ihtiyaçlarına yanıt vermek amacıyla ortaya çıkmış ve zaman içinde bilimsel ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda dönüşüm geçirmiştir. Bilimin ilerlemesi ve teknolojinin yoğun kullanımı, çağdaş toplumları birer bilgi toplumu hâline getirmiş ve bu süreç toplumsal kurumlarda önemli değişimlere yol açmıştır (Korkmaz, 2017: 34).

Toplumsal sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel yapılarında meydana gelen bu köklü değişimler, toplumun önemli bir kesimini oluşturan gençleri de doğrudan etkilemiştir. Bu dönüşüm süreci, dijital yaşam olarak adlandırılabilir yeni bir yaşam biçimi ve kültürün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dijitalleşme sürecine uyum sağlayan gençler; toplum içindeki statüleri, rolleri, davranış kalıpları ve meslek seçimleri gibi unsurlar açısından değişime uğramaktadır. Böylece toplumsal değişime uygun yeni bir gençlik kategorisi oluşmuştur (Özkalp, 2021: 315).

Gençlik, toplumsal değişimden en hızlı etkilenen, değişim sürecini hızlandıran ve bu dönüşümün en önemli taşıyıcılarından biri olan toplumsal bir kesimdir. Bu bağlamda gençler, toplumun geleceğini şekillendiren dinamik bir unsur olarak değerlendirilmelidir. Gençlik, kendisinden önceki çocukluk döneminden ve sonraki yetişkinlik döneminden farklı olarak, kendine özgü normlara, değer sistemlerine, davranış modellerine ve bakış açılarına sahiptir. Dolayısıyla, bir sosyal kategori olarak gençlik, değişimi hem yaşayan hem de toplumu dönüştüren bir potansiyele sahiptir (Burcu, 1997: 14).

İnsan, doğayı kontrol altına almak, ihtiyaçlarını karşılamak ve yaşam koşullarını iyileştirmek amacıyla teknolojiyi üretmiş ve geliştirmiştir. Teknoloji, içinde doğup geliştiği toplumdan bağımsız değildir. Aksine, toplumsal yapının en önemli belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Değişimin itici gücü olarak değerlendirilen teknoloji, bireyin doğayı denetlemesine olanak sağlamakla kalmayıp, insan ilişkilerini de doğrudan etkilemektedir (Merter ve Talas, 2013: 248).

Çağdaş dünyada meydana gelen önemli toplumsal değişimlerin büyük bir bölümü teknolojik gelişmelerle doğrudan ilişkilidir. Bilim ve teknoloji alanında gerçekleşen ilerlemeler çok yönlü sosyal değişimlere yol açabilmektedir. Günümüzde ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal dönüşümler, özellikle kitle iletişim araçlarının etkisi altında gerçekleşmektedir. Yalnızca iletişim teknolojileri ve internet alanındaki gelişmeler bile toplumsal yapının farklı boyutlarda değişebileceğini ve bu değişimlerin insan ilişkilerine ne derece yansiyebileceğini açıkça ortaya koymaktadır (Özkalp, 2021: 315-322).

Bu bağlamda, gençliğin hem yeniliğe hem de değişime açık bir toplumsal kesim olması, onu toplumsal değişim sürecinin merkezine yerleştirmektedir. Günümüz gençliği, yaşadığı tarihsel süreç ve koşullar çerçevesinde, teknolojinin yoğun biçimde kullanıldığı ve yaşam biçimlerinin bu doğrultuda şekillendiği bir dönemde bulunmaktadır. Moda, medya, ulaşım, eğitim, sanat, meslek ve tüketim alışkanlıkları gibi pek çok alanda

teknolojinin etkileri hissedilmekte; gençler, bu dijital yaşam biçimi içerisinde toplumsallaşmakta ve kimliklerini bu bağlamda inşa etmektedir. Bu dönüşüm süreci, sadece bireyler üzerinde değil, kurumların yapısı ve grupların ilişki biçimleri üzerinde de etkili olmaktadır. Toplumsal değişimin her boyutu, bireyler, gruplar ve kurumlar arasında karşılıklı etkileşimlere neden olmaktadır. Gençliğin bu özgün durumu, toplumsal bir süreç olarak devam etmekte ve kendisinden sonraki kuşaklara da aktarılmaktadır. Dolayısıyla gençlik, yalnızca değişimden etkilenen bir kesim değil, aynı zamanda toplumsal dönüşüm süreçlerine aktif katkı sağlayan dinamik bir aktördür (Merter ve Talas, 2013: 246-257).

1.4.1. Gençlik Döneminin Genel Özellikleri

Gençlik, çocukluktan yetişkinliğe geçiş sürecinde bir köprü işlevi gören ve çok boyutlu dinamikleri içeren karmaşık bir dönemdir. Bu süreç, birbiriyle bağlantılı olan biyolojik, sosyal ve psikolojik gelişimlerdir. Gençlik döneminde bedensel, duyuşsal ve bilişsel açıdan önemli değişimler yaşanmakta ve bu süreç, birey için çeşitli zorlukları beraberinde getirmektedir (Düzgüner, 2015: 110). Gençlik döneminde biyolojik, sosyal ve psikolojik süreçlerin en belirgin özelliği, baskın, hızlı, ani ve karmaşık bir yapıya sahip olmalarıdır. Biyolojik, sosyal ve psikolojik süreçler birbirinden bağımsız değildir; aksine, aralarında güçlü bir etkileşim söz konusudur. Biyolojik değişimler, bireyin sosyal ilişkilerini ve psikolojik durumunu doğrudan etkileyebildiği gibi, sosyal çevredeki değişimler de bireyin psikolojik ve biyolojik gelişimine yön verebilmektedir. Bu nedenle gençlik dönemindeki gelişim süreçleri, bir bütün olarak ele alınmalı ve birbirinden ayrı değerlendirilmemelidir. Ayrıca gençliğin bu üç boyutlu gelişim süreci, toplumsal ve kültürel bağlamlardan bağımsız düşünülemez. Toplumdan topluma farklılık gösterebilen bu süreç, kültürel normlar ve değerler çerçevesinde şekillenmekte ve bireyin içinde bulunduğu sosyal yapı tarafından belirli ölçüde yönlendirilmektedir (Burcu, 1997: 15).

1.4.1.1. Biyolojik Özellikler

Gençlik döneminde ilk gözlemlenen değişimler biyolojik farklılaşma ve gelişim sürecidir. Bu dönemde bireyin fiziksel nitelikleri belirgin şekilde dönüşüme uğramaktadır. Biyolojik değişim hem niceliksel hem de niteliksel farklılaşmaları içermekte olup büyüme ve gelişmenin bir arada gerçekleştiği bir dönemdir (Baymur, 2000: 51). Bu bağlamda, gençlik dönemindeki temel biyolojik değişimlerden biri,

bedende hızlı ve belirgin bir büyüme ve gelişimin yaşanmasıdır (Köknel, 2001: 168). Bu süreçte fiziksel olarak boy ve kilo artışı gözlemlenirken, bedensel güçlenme, hormon seviyelerinde hızlı değişimler, kas ve kemik yapısında büyüme gibi fizyolojik değişimler de meydana gelmektedir (Nair, 2018: 58).

Gençlik döneminin önemli biyolojik niteliklerinden biri de cinsel gelişimdir. Cinselliğin gelişimi, kız ve erkek bireylerde farklılık göstermekle birlikte, bu dönem için temel ve ayırt edici bir unsur olarak kabul edilmektedir. Cinsel gelişim, her iki cinsiyet için ortak biyolojik değişimlerden biri olup, gençlik döneminin başlangıcının genellikle cinsel olgunlaşma süreci ile paralellik göstermektedir (Kulaksızoğlu, 2007: 41). Bu süreçte bireyler, cinsiyetlerine özgü rol ayrımlarının farkına varmakta ve toplumsal cinsiyet rollerini benimsemeye başlamaktadırlar (Nair, 2018: 58).

1.4.1.2.Sosyal Özellikler

Gençlik dönemi, bireyin toplumsallaşma sürecinin devam ettiği ve bu süreçte önemli sosyal değişimlerin yaşandığı bir evredir. Genel anlamda, topluma kabul edilme ve uyum sağlama sürecini kapsayan bu dönem, aynı zamanda kişilik ve kimlik gelişiminin belirginleştiği bir süreci içermektedir. Çocukluk döneminin geride bırakılmasıyla birlikte, gençlik evresinde köklü ve çeşitli değişimler yaşanmakta; birey, hem içinde bulunduğu toplumun değerlerini içselleştirme çabası içine girmekte hem de bir meslek edinme, iş sahibi olma, sosyal çevreye intibak, evlilik vb. yeni sosyal sorumluluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu süreçte, bireyin sosyal alanı genişlemekte ve aile merkezli dar çevreden uzaklaşarak daha geniş ve farklı sosyal alanlarla etkileşime girmesi söz konusu olmaktadır. Gençlik dönemi, bir tür yetişkinlik rollerine hazırlık aşamasıdır (Burcu, 1997: 13).

Bu dönemde gözlemlenen en önemli sosyal değişimlerden biri, bireyin çocukluk evresine kıyasla daha bağımsız hale gelmesi ve artan sorumluluk bilincidir. Gençlik sürecinde birey, aileden bağımsızlaşma eğilimi göstererek iş hayatına atılma, yeni sosyal gruplara katılma ve bu gruplara uyum sağlama gibi çeşitli deneyimler edinmektedir. Bu bağlamda, bireyin aile üzerindeki bağımlılığı azalmakta, aile denetimi ve kontrolü zayıflamakta, buna karşılık birey yeni ve daha fazla sorumluluk üstlenmektedir. Yeni sosyal çevrelere ve yaşam alanlarına uyum sağlayan genç birey, sosyal, kültürel, ekonomik ve dini alanlarda yeni etkileşim biçimleri geliştirmekte ve bu süreçten

etkilenmektedir. Bu dönemde gençler, sosyal beceriler kazanarak yeni ilişkiler kurmakta ve daha geniş bir sosyal çevre edinme imkânına sahip olmaktadır (Nair, 2018: 62). Tüm bu değişimler, bireyin toplum içerisindeki yeni ilişkilerini şekillendirmekte ve toplumsal rol ile statüsünü yeniden tanımlamasına olanak tanımaktadır.

1.4.1.3.Psikolojik Özellikler

Gençlik döneminin önemli niteliklerinden birisi, bireyin psikolojik açıdan yaşadığı değişimlerdir. Bu dönem, çocukluk evresine kıyasla oldukça farklı dinamiklere sahiptir. Gençler, ani ve hızlı duygusal değişimler yaşayarak korku, heyecan, sevinç, mutluluk, hüznün, özgüven, iyimserlik, çekingenlik ve kaygı gibi çeşitli duygular arasında gidip gelebilirler. Bu dönemde duygusal unsurlar ön planda olup, bireyler zaman zaman uç noktalarda (ifrat ve tefrit) tepkiler sergileyebilirler. Hayal gücünün yüksek olduğu bu süreçte, gençler kısa süreli ve yüzeysel ilişkilere yönelebilir ve olayları daha çok duygusal bir perspektiften değerlendirme eğilimi gösterebilirler. Dönemin doğasına bağlı olarak, gençler zaman zaman değersizlik ve yetersizlik hissi yaşayabilirken, bazen de tam tersi bir özgüven ve güç algısına sahip olabilirler. Yalnızlık, huzursuzluk, tedirginlik ve ilgisizlik gibi duygusal durumlar sıkça gözlemlenebilirken, çevrelerine karşı tepkisel, kırıncı ve saldırgan tutumlar geliştirebilirler. Bunun yanı sıra, gençlerde kararsızlık, güvensizlik, uyumsuzluk ve duygusal dengesizlik belirgin olabilir. Çalışmaya karşı isteksizlik, hayalperestlik ve mahcubiyet gibi eğilimler görülebilirken, aynı zamanda yoğun bir enerji ve coşku hali de bu dönemin karakteristik özelliklerindendir. Ancak, tüm bu değişimler olağan gelişimsel süreçlerin bir parçası olup, anormal ya da patolojik olarak değerlendirilmemelidir (Köknel, 2001: 168-172).

Gençlik döneminde yaşanan psikolojik dalgalanmalar, bazı durumlarda bireyin sosyal ve akademik yaşamında zorluklara yol açabilir. Bu sürecin sağlıklı bir şekilde yönetilebilmesi için bireyin ailesinden ve çevresinden destek önemlidir. Aile desteği, bu dönemde anlamlı ve etkili bir rol oynamaktadır. Ebeveynlerin genç bireyleri yakından tanınması ve her bireyin gelişim sürecinin farklı olabileceğini göz önünde bulundurarak bireysel yaklaşımlar geliştirmesi gerekmektedir. Gençlerin ihtiyaç duydukları desteği alabilmeleri için ebeveynlerin bu süreç hakkında bilinçli olmaları büyük önem taşımaktadır. Gençlik dönemini sağlıklı bir biçimde atlatan bireyler özgüveni yüksek, başarılı ve mutlu birer yetişkin olarak toplumsal rollerini sürdürebilirler.

1.4.2.Üniversite Gençliği

Toplumu oluşturan temel kurumlardan biri olan eğitim, toplumun ihtiyaçlarına ve özelliklerine göre şekillenen, o topluma özgü bir yapı arz eden önemli bir kurumsal sistemdir. Eğitim, bireylerin toplumsallaşmasını sağlama, toplumun değerlerini, kültürünü, davranış biçimlerini ve yaşam tarzını aktarma işlevine sahiptir. Aynı zamanda bireye, yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan maddi-manevi bilgi ve becerileri kazandırarak, toplumun sürekliliğini hedeflemektedir. Bu bağlamda, üniversiteler temel işlevleri yerine getiren ve çağdaş dünyada büyük bir öneme sahip olan kurumlardandır (Kurttaş, 2017: 66-67).

Orta Çağ Latince'sinde *universitas* terimi, belirli bir konu etrafında birleşen herhangi bir topluluk ya da kurumu ifade etmek için kullanılmıştır. Günümüzdeki üniversite kavramının temeli, *universitas magistrorum et scholarium* ifadesine dayanmaktadır. Bu terim, “öğrenciler ve öğretmenler topluluğu” anlamına gelmekte olup, modern üniversite kurumlarının temelini oluşturmuştur. Osmanlı döneminde ise üniversite kavramı *dârülfünun* sözcüğü ile karşılanmıştır. Türkçeleştirme çabaları sırasında, *university* sözcüğünün yanlış bir etimolojik kökenle (*universe* ‘evren’ + *city* ‘kent’) ele alınmasıyla “evrenkent” terimi önerilmiş, ancak yaygın bir kullanım kazanmamıştır. Ayrıca, bazı sözlüklerde Latince *universitas* ile benzer biçimde “birlik” anlamına gelen “birdem” sözcüğünün de üniversite karşılığı olarak yer aldığı görülmektedir (Wikipedia, 26.10.2020).

Orta Çağ'ın sonlarında dini ve ticari temellere dayalı olarak ortaya çıkan üniversiteler, Aydınlanma düşüncesi ve Sanayi Devrimi ile köklü bir dönüşüm geçirerek toplumun değişen ihtiyaçlarına uyum sağlamıştır. Bu süreçte üniversiteler, dönemin hâkim bilim anlayışı olan pozitif bilim çerçevesinde yeniden şekillenmiş ve modernizmin gerektirdiği niteliklere sahip bireyler yetiştirmeyi amaçlayan kurumlar hâline gelmiştir (Kurttaş, 2017: 67). Günümüzde üniversiteler, bilimsel bilginin üretildiği, bir araya getirildiği, yayıldığı ve tartışıldığı akademik kurumlar olarak öne çıkmaktadır. Aynı zamanda genç bireyleri bilgi ve kültürle donatarak topluma entegre eden, teorik ve uygulamalı eğitim sağlayan, teknik altyapıya sahip kurumlar olarak işlev görmektedir (Korkmaz, 2005: 98).

Üniversiteler, toplumun ihtiyaçlarına yönelik bilgi üretimi gerçekleştirirken, bireyleri çağın gereksinimlerine uygun şekilde yetiştirme sorumluluğunu da

üstlenmektedir. Toplumun yapısına ve gereksinimlerine uygun akademik yapılanmalar oluşturan üniversiteler, tarihsel süreç boyunca dinamik bir gelişim göstermiş ve değişen koşullara uyum sağlamıştır. Üniversiteler, nitelikli insan gücü yetiştirmenin yanı sıra bilimsel bilgi ve teknoloji üretimi, toplumsal değişim ve ilerlemeye katkı sağlama gibi işlevleriyle kritik bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda, toplumun gelişimine yön veren üniversiteler hem akademik hem de pratik bilgi üreterek bireylerin ve kurumların ihtiyaçlarına yanıt vermekte, bilim ve teknoloji alanında yeniliklerin öncüsü olmaktadır (Kurttaş, 2017: 68).

Toplumsallaşma sürecinin bir evresini oluşturan üniversiteler, gençlerin yetişkinliğe adım atmadan önce etkilendikleri önemli ve son aşaması olduğu söylenebilir. Gençlerin tutum, davranış, kültür ve yaşam tarzları ile ilgili toplumsal kodların edindiği merkezlerdir. Üniversiteler mesleki, sosyal, kültürel, ekonomik gibi bir bireyin kişiliğinin ve yaşamının şekillendiği, önemli ölçüde geriye kalan hayatının yol haritasının belirlendiği birimlerdir. Üniversiteler, kişiliğin, kimliğin oluşmasında önemli rolü olan, duygusal, zihinsel, fiziksel değişimlerin yaşandığı sürecin ortamını oluşturan, günlük, teknik, bilimsel bilginin üretildiği ve edinildiği, yeni fikirlerin ortaya çıktığı ve tartışıldığı, akranlarına oranla görece daha fazla özgürlüğün yaşandığı kozmopolit yapılardır (Korkmaz, 2005: 98-99).

Üniversite gençliği, genel olarak 18-24 yaş aralığında bulunan ve resmi eğitim-öğretimin son aşamasında öğrenim gören bireylerden oluşan bir gruptur. Toplumun geleceğini şekillendiren bu kesim, eğitim, meslek ve statü açısından önemli bir konuma sahiptir. Üniversite eğitimi almayan akranlarına kıyasla, sosyo-kültürel ve akademik açıdan daha donanımlı bir profil sergileyen üniversite gençliği, aynı zamanda teknolojiye hâkim, sosyal medya kullanımında etkin ve toplumsal dinamizmin önemli bir unsurudur (Bayhan, 2003: 11). Üniversite gençliğinin ayırt edici özelliği, aldığı akademik eğitim ve daha geniş bir toplumsallaşma sürecinden geçerek toplumun geleceğini şekillendirecek lider kuşakların temelini oluşturmasıdır (Özer, 2013: 104). Gençlik, çocukluk ile yetişkinlik arasında köprü işlevi gören dinamik bir dönem olup, en fazla değişim ve dönüşümün yaşandığı evrelerden biridir. Üniversite gençliği ise bu sürecin son aşamasında yer alarak mesleki ve kişisel gelişim açısından önemli bir hazırlık sürecinden geçmektedir. İş, kariyer ve sosyal yaşam açısından gelecek planlarını şekillendiren bu

kesim, sorgulayıcı, araştırmacı ve yenilikçi özellikleriyle topluma yön verme potansiyeline sahiptir (Kır, 2007: 316).

Günümüzde üniversiteler, geleneksel işlevlerinin ötesinde, çağın gerekliliklerine uyum sağlayan, toplumsal ve ekonomik dönüşümü destekleyen kurumlardır. Yalnızca bilimsel araştırmalar yürüten, mesleki yeterlilik kazandıran ve nitelikli insan gücü yetiştiren yapılar olmanın ötesinde, küreselleşen dünyada yenilikleri izleyen, bireyleri bu değişime hazırlayan ve topluma çok yönlü katkıda bulunan kurumlar olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede üniversite gençliği, akademik kurumlarla, bulundukları kentlerle, sosyal çevreleriyle ve bölgesel kültürel zenginliklerle etkileşim halindedir. Bu etkileşim, üniversite gençliğinin kendine özgü bir kültür oluşturmaya neden olmakta ve bireylerin algı, tutum, davranış, değer ve inançlarında dönüşümler meydana getirmektedir (Alptekin, 2012: 98).

Bilgi çağının etkisiyle, üniversiteler pozitif bilim anlayışını sürdürerek esnek, dijital ve modüler bir eğitim modeli benimsemiştir. Bilimsel ve teknolojik gelişmeler, iletişim alanındaki ilerlemelerle birlikte üniversitelerin sosyo-ekonomik ve politik yapılara duyarlı hale gelmesini sağlamış, bu da eğitim sistemlerini dönüştürmüştür. Bu kapsamda, üniversite eğitimi alan bireyler yalnızca akademik bilgi edinmekle kalmayıp mesleki rollerini, toplumsal statülerini ve gelecekteki toplumsal konumlarını da belirlemektedir. Aynı zamanda bireylerin kültürel yapısı, davranışları ve yaşam biçimleri de bu eğitim sürecinden etkilenmektedir (Burcu, 1997: 13-19).

Genç bireyler, ait oldukları yaş grubu, sosyal çevre ve benimsedikleri değerler çerçevesinde belirli bir alt kültür oluşturmaktadır. Üniversite ortamında sunulan eğitim, kültürel etkileşim, sosyal gruplarla kurulan ilişkiler ve katılınan etkinlikler, üniversite gençliğini toplumun geri kalanından farklı kılan bir alt kültür yapısını ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, bireylerin sosyalizasyon sürecini şekillendirmekte, farklı bir bakış açısı kazanmalarına ve özgün yaşam biçimleri geliştirmelerine neden olmaktadır. Bu özellikleriyle üniversite gençliği, toplumun geleceğini şekillendiren, kritik roller üstlenen ve toplumsal dönüşüme öncülük eden bir konumda yer almaktadır (Gökçe, 1984: 22-25).

1.5.Kimlik Kuramları ve Kimlik Oluşumu

1.5.1.Kimliğin Kavramının Tanımlanması

Toplum içerisinde bireyler, sosyal ilişkiler kurarak iletişimde bulunur, etkileşim geliştirir ve ortak bir yaşam biçimi inşa ederler. Bu süreçte toplumlar maddi-manevi değerler üreterek kendilerine özgü kültürel yapılar oluştururlar. Toplumsal yaşamın dinamikleri, bireylerin tutum ve davranışlarını, örf ve âdetlerini, değer yargılarını şekillendirir. Bu etkileşim sadece bireyin içinde bulunduğu sosyal çevreyle sınırlı kalmayıp farklı toplumlarla olan ilişkilerinde de devam eder. Bu süreçte de bir kimlik edinir.

Kimlik, bireyin ve toplumun karşılıklı etkileşimleri sonucu ortaya çıkan sosyokültürel bir olgudur. Toplumsal yapının, tarihsel süreçlerin ve içinde bulunulan dönemin koşullarının bir ürünü olarak şekillenir. Kimlik, bireyin kendisini ve içinde bulunduğu grubu tanımlamasına ve diğer bireyler ya da gruplar arasında konumlandırmasına olanak tanır (Bilgin, 2007: 11). Bu bağlamda kimlik, bireyin sosyal çevresiyle kurduğu ilişkiler sonucunda oluşan ve zaman içinde değişime uğrayabilen dinamik bir olgudur. Aynı zamanda, bireylerin hem ortak değerleri paylaşmasını hem de farklı yönlerini vurgulamasını sağlayan çok katmanlı bir yapıya sahiptir (Güvenç, 2003: 3-4).

Bireyin kimliği, yalnızca kendi algısıyla değil, aynı zamanda çevresindeki bireylerin onu nasıl gördüğüyle de şekillenir (Vatandaş, 2004: 16). Kimlik, bireyin toplum içinde kendisini fark etme, kendisiyle ilgili bilinç geliştirme ve kendisini tanıtmaya ihtiyacının bir sonucudur (Tatar, 2011: 77). Bu bağlamda kimlik edinme süreci, bireyin kendine verdiği değer, diğerlerinden farklı olma arzusu, ait olma gereksinimi, yeterlilik ve kontrol duygusu gibi çeşitli psikososyal ihtiyaçlarla ilişkilidir. Kimlik, bireyin sosyal çevresiyle etkileşimi sonucunda şekillenen bireysel ve toplumsal boyutları olan bir olgudur. İnsanlar, içinde bulundukları toplumun kültürel, tarihsel ve sosyal yapılarıyla bütünleşerek kendi kimliklerini oluştururlar. Bu süreç, bireyin kendini tanımlamasını ve toplumsal sistem içinde bir yer edinmesini sağlar (Hortaçsu, 2007: 16-17).

Kimlik, bireyin kendine özgü ve biricik oluşunu ifade eden dinamik bir yapıdır. Kimlik hem toplumsal ortak paydalarla şekillenen hem de bireyin kendine has yönlerini barındıran özgün bir olgudur. Toplum içerisinde birey, normlar, değerler, statü ve roller

aracılığıyla anlam kazanırken, aynı zamanda bu ortak yapı içinde bireysel farklılıklarını da korur. Kimlik, bu bağlamda, bireylerin toplumsal uyum içinde var olmalarını sağlayan bir denge unsurudur (Maalouf, 2012: 16). Toplumsallaşma sürecinin bir ürünü olan kimlik, bireyle dünya arasında bir köprü işlevi görür (Demir, 2018: 192). Birey, olayları ve yaşamı kimliği aracılığıyla algılar ve yorumlar (Bilgin, 2007: 19). Kimlik, sadece bireysel bir aidiyet meselesi değil, aynı zamanda psikolojik, tarihsel, antropolojik ve sosyolojik boyutları olan çok katmanlı bir yapıdır.

İnsanın temel gereksinimlerinden biri olan aidiyet ihtiyacı, bireyin toplumsal yaşam içindeki konumlanışını belirler. İnsan, kendine benzeyen bireylerle bir arada olma isteği doğrultusunda gruplar oluşturur ve bu süreç birlikteliği, bağlanmayı ve bütünleşmeyi teşvik eder. Bu durum, bireyin kendisini nasıl gördüğü ve toplum içinde nerede konumlandığıyla doğrudan ilişkilidir. Kimlik, bireyin ilişkilerinde sürekliliği, tutarlılığı sağlamaktadır. Aynı zamanda ortak değer ve anlayışları paylaşan bireyleri bir arada tutan bir bağlayıcı unsur işlevi görmektedir (Karaduman, 2010: 2287). Kimlik, insan açısından fenomenolojik ve ontolojik bir meseledir. Kimlik varoluş ile doğrudan ilişkili ve yalnızca insana özgüdür. Bu nedenle kimlik, bireyin farklılığını ve benzersizliğini vurgulayan, onu diğerlerinden ayırt eden temel bir unsurdur (Aydın, 2010: 21).

Kimlik, bireyin toplumsal ilişkiler ağı içerisinde şekillenen ve anlam kazanan bir olgudur. Her ne kadar bireysel bir temele dayansa da kimlik yalnızca *ben* ile sınırlı kalmaz; *biz* ve *öteki* ile etkileşim hâlinde varlık bulur. *Ben*, kimliğin özgün ve bireysel yönüne işaret ederken; *biz*, bireyin içinde bulunduğu grup, paylaşılan ortak değerler ve ilişkiler ağı ile anlam kazanır. Öte yandan, “öteki”, bireyin kendisinden farklı olan, kültürel, sosyal ya da ideolojik ayrışma yaşadığı kesimi ifade eder. Bu üçlü yapı, bireyin kimlik inşasında hem aidiyetin hem de farklılığın belirleyici unsurlar olduğunu göstermektedir. Birey bir kimlik edindiğinde, toplum içindeki konumunu, insanlarla ve dünyayla kurduğu ilişkiyi belirler. Bu açıdan kimlik, birey ile toplum arasındaki sosyal bağları tanımlayan bir yapı olarak değerlendirilmektedir. Bireyin toplumsallaşma süreciyle kazandığı kimlik, aynı zamanda birey ve toplum arasındaki karşılıklı bağımlılığı yansıtmaktadır (Karakaş, 2015: 93). Kimlik, yalnızca bireysel bir aidiyet meselesi değil, aynı zamanda toplumsal kabul ve güvenlik ihtiyacının da bir sonucudur. Birey, temel gereksinimlerini karşılamak, güvenliğini sağlamak ve toplum tarafından kabul görmek

için içinde bulunduğu toplumun kültürel değerlerine, normlarına ve davranış kalıplarına uyum sağlamak durumundadır (İnaç, 2005: 15). Kimlik, çok katmanlı ve dinamik bir yapıya sahiptir. Bireyler, farklı sosyal bağlamlarda farklı kimliklere sahip olabilirler. Örneğin, birey aynı anda hem muhafazakâr-ulusalcı hem de kadın ya da erkek hem Alman hem de Asyalı olarak kendini tanımlayabilir. Bu durum, bireyin hem aidiyetlerinden hem de farklılıklarından kaynaklanan çok boyutlu bir kimlik yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla kimlik, bireyin toplumla paylaştığı ortak noktaları ve diğer insanlarla arasındaki farklılıkları içeren bir yapıya sahiptir (Karaduman, 2010: 2287).

Bireyin kimliği, bütüncül bir yapıya sahip olup, onun toplum içindeki rolünü ve statüsünü belirleyen temel unsurlardan biridir. Kimlik, bireyin ait olduğu veya olmadığı maddi ve manevi dünyayı görünür kılar (Taylor, 2005: 153). Aynı zamanda, ben/biz ve öteki ayrımı üzerine inşa edildiğinden, bireyin özgün geçmişine ve eşsiz varlığına referans olur (İmançer, 2003: 234). Kimlik, bireyin kökenini, referans noktalarını, ilgi alanlarını, ihtiyaçlarını, inançlarını ve zevklerini bir araya getiren ve bütüncül bir yapı sunan en temel kaynağıdır (Kayan, 2007: 9). Birey, kimliği aracılığıyla dünyayla, zamanla ve toplumdaki diğer bireylerle olan ilişkilerini belirler, düzenler ve yorumlar. Kimlik hem nesnel hem de öznel unsurlar çerçevesinde toplumsal koşullara, zaman ve mekâna bağlı olarak şekillenir. Dinamik ve değişime açık bir süreç içinde oluşan kimlik, sabit, genetik olarak aktarılan ya da kalıplaşmış bir yapı değildir. Aksine, dış etkilere duyarlı, sürekli inşa edilen ve dönüşüme açık bir nitelik taşımaktadır. Bu yönüyle kimlik, sosyal hayat içinde sürekli olarak yeniden şekillenen bir olgudur (Aydın, 2010: 10). Dolayısıyla, durağan bir yapı arz etmemekte, yaşanan zaman ve failin etkileşimi doğrultusunda değişen ve yeniden üretilen bir gerçeklik olarak varlık kazanmaktadır.

1.5.2. Kimliğin Nitelikleri

Kimlik, çok boyutlu ve dinamik bir yapıya sahiptir. İnsan doğasına özgü olup, bireyi tanımlayan temel unsurlardan biridir. Sosyolojik bir olgu olarak kimliğin özelliklerinin ayrıntılı, açık bir şekilde ele alınması, onun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Zira kimliğin çeşitli yönlerini incelemek, aynı zamanda işlevlerini ortaya koymak anlamına gelir. Bu doğrultuda, kimliğin birey ve toplum hayatındaki önemi daha net bir şekilde anlaşılabilir. Uyumlu bir bütün oluşturan kimlik, küçük ve büyük ölçekli unsurların

anlamalı bir şekilde bir araya gelmesiyle meydana gelir. Her bir bileşeni, kimliğin farklı bir yönünü açıklamakta ve ona anlam kazandırmaktadır.

Kimlik, *toplumsal* ve *kültürel* bir olgudur. Günlük etkileşimler ve yaşantılar neticesinde şekillenir ve toplumdan bağımsız olarak ele alınamaz. Çünkü kimlik, bireyin toplumsal yaşam içinde gerçekleştirdiği eylemler sonucu ortaya çıkar; dolayısıyla toplumun bir ürünü olup, ondan soyutlanmış bir yapı değildir. Birey, içinde doğduğu, büyüdüğü ve yaşamını sürdürdüğü toplumla sürekli bir etkileşim içerisinde. Toplumsal yapı, bireyin düşünce dünyasını, yaşam biçimini ve kimliğini belirleyici bir rol oynar. Bireyin yaşadığı toplumun maddi ve manevi unsurlarını benimsemesi ve içselleştirmesi, kimliğin toplumsal niteliğini vurgulamaktadır (Aydın, 1998: 14). İçinde bulunulan toplumun özelliklerini yansıttığı için, kimlik unsurları gelenek, görenek, örf, adet, inanç, kültür ve değerler doğrultusunda şekillenir. Her toplum, kendine özgü kimlik tanımlamalarına, bileşenlerine ve niteliklerine sahiptir. Bu durum, kimliğin kültürel karakterinden kaynaklanmakta olup, bireyin kimlik algısının yaşadığı toplumun norm ve değerleriyle doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir.

Birey, *özgün* ve *biricik* niteliklere sahip olmakla birlikte, içinde yaşadığı toplum tarafından şekillendirilen bir varlıktır. Sosyal çevresi tarafından belirlenen kurallar ve değerler çerçevesinde hareket etmesi beklenir. Birey, toplumun maddi ve manevi unsurlarıyla iç içe bir yaşam sürerken, kişisel özellikleri doğrultusunda bir kimlik ve kişilik geliştirir. Kimliği oluşturan unsurlar, bireyin toplumsal çevresinde kurduğu ilişkiler ve etkileşimler yoluyla şekillenir. Bu nedenle kimlik, bireyden bağımsız bir olgu olmadığı gibi, topluma ve toplumsal unsurlara da sıkı sıkıya bağlıdır. “Kim olduğumuz” ve “kimlerden olduğumuz” sorularının yanıtı, bireyin ait olduğu sosyal ortamı ve toplumsal bağlamı işaret etmektedir (Hortaçsu, 2007: 63).

Tüm kimlikler, toplumsal ilişkiler ağı içinde oluşur. Sosyal ortamın var olmadığı bir durumda kimlikten söz etmek mümkün değildir. Bu bağlamda, kimlik bireyin tek başına oluşturduğu bir yapıdan ziyade, toplumsal etkileşimler ve ötekilerle kurulan ilişkiler sonucu şekillenen bir olgudur. Dolayısıyla kimlik hem insanî bir nitelik taşımakta hem de belirli bir çevrenin ve kültürel bağlamın ürünü olarak varlık kazanmaktadır. Birey, içinde yaşadığı topluma uyum sağlama, toplumsal yaşama katılım ve sağlıklı bir kimlik inşası için gerekli olan tüm donanımı, toplumsallaşma süreci içinde edinir. Kişilik de kimlik gibi toplumsallaşma sürecinin bir ürünü olup, bireyin kimliği toplumun ve kültürel

unsurların etkisi altında şekillenir. Bu doğrultuda kimlik hem toplumsal hem de kültürel unsurlardan bağımsız düşünölemeyecek bir yapıya sahiptir (Morley ve Robins, 2011: 74).

Kimliğin temel niteliklerinden biri de *tarihselliği*dir. Bir toplum, üyelerinin sahip olduğu ortak kimlik çatısı altında şekillenir ve bu kimliğin en önemli unsurlarından biri, ortak bir tarihe sahip olmalarıdır. Toplumu bir arada tutan en güçlü bağ, ortak geçmişleridir. Toplum, mekân ve zamanla süreklilik kazanır; mekân, üyeler için ortak bir vatana işaret ederken, zaman geçmiş, bugünü ve geleceği kapsar. Bireylerin ve grupların uyumu, düzeni ve sürekliliği, belirli bir mekân ve zaman içinde gelişerek toplum olgusunu oluşturur. Bu toplumsallaşma süreci aynı zamanda ortak bir tarih ve kimliğin inşasını da beraberinde getirir. Bu durum, toplumun tarihsel niteliğini ortaya koymaktadır (Özyurt, 2007: 11).

Geçmiş, bugün ve gelecek ile sıkı sıkıya bağlantılı olan kimlik, bu yönüyle ile tarihsel bir nitelik taşır. Aynı zamanda kimlik, değişken ve sürekliliği olan bir yapıdadır; bu durum, onun tarihselliğini ve toplumsallığını ortaya koymaktadır (Fidan, 2011: 87). Her bireyin kişisel bir hafızası olduğu gibi, toplumların da ortak bir toplumsal hafızası ve geçmişi bulunmaktadır. Bireyler, toplum içinde birlikte yaşar, üretir ve tüketir. Yaşadıkları, ürettikleri ve tükettikleri unsurlar aracılığıyla ekonomi, sanat, siyaset ve bilim gibi alanlarda ortak düşünceler, değerler, anlayışlar ve yaşam biçimleri oluştururlar. Toplumsallaşma süreciyle birlikte ortak değerler etrafında birleşen bireyler, topluma uyum sağlamakta, farklı roller üstlenmekte ve belirli statüler kazanmaktadır. Geçmişleriyle bağ kurarak birlikte yaşayan, bugün ortak ilişkiler geliştiren ve geleceği birlikte inşa eden bireyler, tüm bu süreçler aracılığıyla kimliklerini şekillendirir. Kimlik, yalnızca geçmiş ve kültürel olarak benzerlik gösteren unsurları değil, aynı zamanda tarihsel süreç içinde farklılık gösteren ve *öteki* olarak tanımlanan unsurlarla kurulan ilişkileri de içermektedir. Tarih, birey ve toplumun kendilerini tanımlarken başvurdukları temel referans kaynaklarından biridir. Bireyin ve toplumun nereden geldiğini, nasıl bir hafızaya sahip olduğunu ve gelecek tasavvurlarını belirleyen unsur tarihtir. Bu nedenle kimliğin tarihsel yönünü göz ardı etmek mümkün değildir. Kimlik, dinamik bir yapıya sahip olduğundan, tarihsel süreç içinde değişen koşullara bağlı olarak güncellenmekte ve yeniden inşa edilmektedir. Birey ve toplumun kimlik oluşumunda yaşanan her olayın kaydını tutan ve bu sürece tanıklık eden en önemli unsur ise tarihtir (Özyurt, 2007: 12). Kimliğin hem verilen hem de kazanılan iki yönü bulunmaktadır. Sosyal ve tarihsel süreç

içerisinde yeniden şekillenen, değerlendirilen ve değişime uğrayan bu yönü, kimliğin tarihselliğine işaret etmektedir (İnaç, 2005: 15). Toplumlar zamanla kalabalıklaştıkça ve karmaşıklıklaştıkça çeşitlenir; tarihsel sürecin ve toplumsal dönüşümlerin etkisiyle kimlik de sürekli olarak yeniden şekillenmektedir (Karaduman, 2010: 2287).

Kimliğin temel niteliklerinden biri, bireyin varoluşsal ve toplumsal bir *ihtiyaç*tan kaynaklanarak kimlik edinmesidir. İnsan, toplumsal bir varlık olarak kendisini belirli bir bağlam içinde konumlandırma gereksinimi duyar. Bu süreçte, birey kimi zaman bir grubun üyesi, kimi zaman ise bir başka grubun karşıtı olarak kendini tanımlar. İnsan, toplumsal ilişkiler kurarken bir gruba aidiyet hissederken, aynı zamanda ötekilere karşı da bir konum belirler. Dolayısıyla kimlik, bireyin hem bireysel özgünlüğünü vurgulaması hem de toplumsal aidiyet duygusunu pekiştirmesi açısından önemli bir işleve sahiptir. Birey, yaşadığı toplumda kendini tanımlamak, toplumsal statü edinmek, çeşitli roller üstlenmek ve toplumsal yaşamın bir parçası olmak için kimliğe ihtiyaç duyar. Bu bağlamda kimlik, bireyin kendisini ve başkalarını anlamlandırmasını sağlayan temel bir olgudur (Aydın, 2010: 10-15).

Kimlik, bireyin kendini tanımlama, benzerlik ve farklılık unsurları üzerinden anlamlandırma sürecine katkı sunar. Hem bireysel hem de toplumsal düzeyde etkileşimi mümkün kılan kimlik, bireyin kim olduğunu, neyi temsil ettiğini ve hangi değerlere sahip olduğunu açıklar. Aynı zamanda bireyin beklentilerini, düşüncelerini, duygularını ve inançlarını ifade etmesine olanak tanır (Vatandaş, 2004: 20). Kimlik edinme süreci, bireyin başkalarının gözünde fark edilme, kabul görme ve değer atfedilme ihtiyacına dayanmaktadır. İnsan, sosyal bir varlık olarak bir gruba ait olma, topluluk içinde kabul edilme ve belirli bir statü edinme gereksinimi duyar. Bu gereksinim, bireyin toplumsal bağlarını güçlendirmesi ve sosyal çevresiyle bütünleşmesi açısından kritik bir öneme sahiptir. Kimlik, bireyin hem kendisine hem de başkalarına yönelik değer atfettiği bir çerçeve sunar. Başkaları tarafından takdir edilme, olumlu bir imaj oluşturma ve toplumda kabul görme gibi faktörler, bireyin kimlik ihtiyacını şekillendiren unsurlar arasındadır. Aynı zamanda birey, kendisi ve sosyal çevresi üzerinde belirli bir denetim, otorite ve özerklik sahibi olma gereksinimi hissederek. Bu durum, bireyin kimlik oluşumunda özgürlük, bireysellik ve bağımsızlık arayışını ön plana çıkarmaktadır. Birey, yalnızca ait olma gereksinimiyle değil, aynı zamanda kendisini eşsiz, vazgeçilmez ve değerli bir birey olarak görme arzusuyla da kimlik oluşturur. Kendisini bireysel anlamda farklı ve kıymetli

bir varlık olarak konumlandırma çabası, kimlik edinme sürecinin temel motivasyonlarından biridir. Kimlik, bireyin yalnızca kendisini tanımlamasına yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal düzlemde bireyin diğerleriyle olan ilişkisini de şekillendirerek onun toplum içindeki konumunu belirler (Bilgin, 2007: 25-26).

Kimliğin temel niteliklerinden biri, bir *inşa ürünü* olmasıdır. Kimlik, birçok farklı unsurun bir araya gelmesiyle oluşur ve bu unsurlar zaman içinde değişim gösterir. Dolayısıyla kimlik, statik bir yapı olmaktan ziyade, bireyin yaşamı boyunca sürekli olarak yeniden şekillenen ve inşa edilen bir olgudur (Maalouf, 2012: 25). Kimlik, bireyin içinde bulunduğu sosyal çevre, dış etkiler, algılar ve başkalarının birey hakkında oluşturduğu yargılar doğrultusunda değişim gösterir. Bu nedenle durağan veya pasif bir yapıya sahip değildir; aksine, dinamik bir karaktere sahiptir ve sürekli bir dönüşüm içerisindedir (Aydın, 2010: 11).

Kimlik, toplumsal ilişkiler içerisinde karşılıklı etkileşimler sonucunda şekillendiği için aynı zamanda bir inşa ve icat ürünüdür. Her birey doğuştan belirli kimlik unsurlarına sahip olsa da kimlik aynı zamanda bireyin yaşamı boyunca kazandığı ve inşa ettiği özellikleri de içerir. Bu süreç, kimliğin yalnızca verili bir nitelik taşımadığına, aksine bireyin deneyimleri, etkileşimleri ve seçimleri doğrultusunda şekillenen bir yapı olduğuna işaret etmektedir (Bilgin, 2007: 35). Kimliğin inşa süreci, tarih, coğrafya, üretim ilişkileri, inanç sistemleri, bireysel özellikler gibi birçok faktörden etkilenir. Bu unsurlar, zaman ve mekâna bağlı olarak değişkenlik gösterdiğinden, kimliklerin tanımlanması da toplumsal koşullara göre farklılaşmaktadır (Tatar, 2011: 78).

Kimlik oluşumu karmaşık ve zaman gerektiren bir süreçtir. Aynı zamanda statik değil, inşaya dayalı ve değişken bir yapıdadır (Karaduman, 2010: 2288). Bu nedenle tüm kimlik türleri belirli tarihsel, psiko-sosyal, kültürel, siyasi ve ideolojik süreçlerin etkisiyle inşa edilmiş yapılardır. Dolayısıyla, kendiliğinden var olan, hazır kimliklerden söz etmek mümkün değildir. Kimlik, yaşam boyu süren bir süreç içinde sürekli olarak yeniden kurulan ve değişime açık bir yapıdır (Kaya, 2007: 197-198). Bireyin geçmişte kim olduğu, bugün ve gelecekte nasıl bir kimlik geliştireceği durağan, değişmeyen veya kalıplaşmış bir yapı değildir. Aksine, kimlik zaman içinde tutarlı, düzenli ve uyumlu bir şekilde dönüşerek bireyin yaşamına ve çevresel koşullara uyum sağlar. Bu yönüyle kimlik, durağan bir yapı değil, sürekli yenilenen ve farklılaşan bir olgudur (Tatar, 2008: 192).

Kimliğin önemli niteliklerinden biri, statik ve kalıplaşmış bir yapıya sahip olmaması, *dinamik* olmasıdır. Aksine, kimlik son derece aktif, esnek ve değişkendir. Kimlikler, sabit ve değişmez şablonlar ya da etiketler değildir; aksine, zaman, mekân, toplumsal koşullar, bireylerin öznel bakış açıları, yorumlamaları ve içinde bulundukları durumlarla şekillenir (Bilgin, 2007: 302). Toplumsal yapı, kurumlar ve sosyal ilişkiler zamanın etkisine açıktır ve tarihsel süreç içerisinde kaçınılmaz olarak değişir. Bu değişimler kimliği de doğrudan etkileyerek onun dönüşümüne yol açar. Kimlik, bireyin üzerine giydiği bir kıyafet gibidir; derisi veya teni değildir. Dolayısıyla, toplumsal koşullar değiştikçe kimlik de bu koşullara uyum sağlayarak yeniden şekillenir. Kimlik olgusu tarihsel ve toplumsal bağlamdan soyutlanmış bir yapı değildir. Toplumlar karmaşılaştıkça, bireyler arasındaki ilişkiler değiştikçe kimlikler de dönüşüme uğrar. Nitekim kimlik, geleneksel toplumlarda *biz* duygusunun ve toplumsal normların baskın olduğu bir yapı sergilerken, modern toplumlarda bireyselleşmenin ve akılcılığın etkisiyle şekillenmiştir. Post-modern dönemde ise kimlik daha esnek, parçalanmış, akışkan, kırılgan, değişken ve çok katmanlı bir yapıya bürünmüştür (Karaduman, 2010: 2287).

Kimlik, değişken bir yapıya sahip olmakla birlikte, aynı zamanda bir sürekliliğe de sahiptir. Bu sürekliliğin temel kaynağı, kimliğin faili olan insanın kendisidir. İnsanın bedeni, düşünceleri, duyguları, istekleri ve hayalleri sabit kalmaz; sürekli değişim içindedir. Bu değişim, bireyin kimliğine de yansır. İnsan, düşünen, irade sahibi, seçim yapan, bazen vazgeçen ve taraf tutan bir varlık olarak, değişime ve yeniliğe her zaman açıktır. İnsanın bu dinamik yapısı, kimliğin de devingen bir özellik kazanmasına neden olur. Sabit kalan yönleri olmakla birlikte, bireyin değişen ve farklılaşan yönleri de kimliğinin şekillenmesinde belirleyici bir rol oynar (Ergun, 2016: 20). Kimlik, bitmeyen bir süreci ifade eder; bu süreç yenilenme ve dönüşümle ilerler. Kimlik, bireysel deneyimler, kişisel değerlendirmeler ve toplumsal süreçlerle şekillenen bileşenlerden oluşur. Bireyin kimliği, aile, çevre ve içinde bulunduğu ortamla birlikte gelişir, olgunlaşır ve tutarlı, uyumlu bir yapıya bürünür. Ancak birey yaşadığı hayat ve karşılaştığı olaylar doğrultusunda değişimlerden ve yeniliklerden etkilenir. Özellikle derin, sarsıcı ve etkileyici bireysel ve toplumsal olaylar kimliğin dönüşüm sürecini hızlandırır. Kimlik bu süreçte az ya da çok değişime uğrayarak varlığını sürdürür (Karakaş, 2015: 78).

Kimlik, bireysel ve toplumsal bir olgudur. Bireyin kişisel özellikleri ve deneyimleri kadar, toplumsal etkiler ve çevresel koşullar da kimliğin oluşumunda belirleyici bir rol

oynar. İnsan, yalnızca kendi anlam dünyasında var olan bir varlık değildir; başkalarıyla kurduğu ilişkiler ve etkileşimler aracılığıyla kimliğini şekillendirir. Bu bağlamda birey, toplumsal dinamiklerin bir parçası olarak hem zorunlu hem de gönüllü ilişkiler kurar. Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişimi, dijitalleşme, ulaşım ve finans gibi alanlardaki yenilikler, bireyler arasındaki etkileşimi hızlandırmış ve çeşitlendirmiştir. İnsanlar daha kolay, hızlı ve erişilebilir iletişim olanaklarına sahip olmuşlardır. Bu gelişmeler kimliklerin daha dinamik ve değişken hale gelmesine neden olmuştur (Tatar, 2011: 83). Toplumsal yaşam içinde bireyin üstlendiği roller ve sahip olduğu statüler zamanla değişebilir ve farklılaşabilir. Bu durum, kimliğin sürekli yenilenme ve dönüşüm potansiyeline sahip olduğunu gösterir. Kimlik, bireyin toplum içerisindeki rol ve statüsüne bağlı olarak sürekli değişen bir süreçtir (Giddens ve Sutton, 2014: 366).

Kimliğin temel niteliklerinden biri de *ben* ve *öteki* kavramlarının zorunlu birlikteliğidir. İnsan, belirli bir toplumda doğar ve o toplumun kültürü içinde büyür. Birey, içinde yaşadığı toplumun değerlerini, normlarını ve inanç sistemlerini özümseyerek, kimliğini bu çerçevede inşa eder. Toplumsal kültürün içselleştirilmesi, bireyin toplumla özdeşleşmesini sağlar. Bu süreç, aynı kültürel yapıyı paylaşan bireyler arasında ortak değerler, geçmiş, inançlar ve gelecek tasavvuru çerçevesinde bir *biz* duygusunun gelişmesine yol açar. Aynı zamanda, bireylerin ortak kimlik algıları, onları diğer gruplardan ayıran belirleyici bir unsur haline gelir. Kimlik, benzerlik kurma ve aidiyet hissetme süreci kadar, farklılaşma ve ayrılmayı da içerir. Birey, kimliğini oluştururken içinde bulunduğu toplumun ortak değerlerini içselleştirirken, aynı zamanda kendisini ötekilerden ayırarak bir kimlik bilinci geliştirir. Ötekilerin reddedilmesi veya dışlanması, kimliğin inşasında önemli bir mekanizma olarak ortaya çıkmaktadır (Bilgin, 2007: 306).

Kimlik, bireyin ve toplulukların hem benzeme hem de farklılaşma süreçlerini kapsar. Bir yandan birey, ait olduğu topluluğu içselleştirirken, diğer yandan farklı toplulukları dışsallaştırır. Bu süreç, bireyin kendi grubuna olan aidiyetini pekiştirirken, aynı zamanda diğer grupları ötekileştirme, dışlama ve bazen de karşıtlık oluşturma eğiliminde olmasına neden olabilir. Topluluklar ve gruplar, kendilerini özgün ve farklı kılabilecek unsurlar belirlemeye çalışarak, kimliklerini inşa ederler. Bu çaba, bireylerin ve toplumların benzerlik ve farklılıklarını ortaya koyarak, özgünlük ve kimlik bilincini geliştirmelerine katkı sağlar (Karakaş, 2015: 94).

Bireyler ve toplumlar kendilerini tanımlarken, benzerlikler üzerinden bir kimlik kategorisi oluştururlar. Ancak bu süreç yalnızca benzerlikleri içermekle kalmaz, aynı zamanda farklılıkları da tanımlar. Kendi kimliğini inşa eden birey ya da toplum, aynı zamanda kendisinden farklı olanları da belirleyerek, farklı değerler etrafında birleşen bir *öteki* oluşturur (İnaç, 2005: 16). Böylece kimlik, yalnızca içsel bir oluşum değil, aynı zamanda karşıtlıklar üzerinden tanımlanan dinamik bir süreçtir. Kimlik, kendisini *öteki* üzerinden anlamlandırarak bir konum belirler. Ben/biz kimliği inşa edilirken, *öteki* de bu sürecin ayrılmaz bir parçası olarak konumlandırılır. Dolayısıyla kimliğin varlığı, *ötekinin* varlığı ile doğrudan ilişkilidir. *Öteki* olmadan *ben/biz* var olamaz. Bu bağlamda kimlik, bireyin ve toplumun kendini nasıl tanımladığını, nerede durduğunu ve hangi değerlere sahip olduğunu belirlemesine olanak tanır (Bilgin, 2007: 165). Kimliğin sınırlarının belirlenmesi, biz ve *öteki* ayrımının görünür kılınması ile mümkündür. *Ötekinin* varlığı, kimliğin görünürlüğünü de artırır. *Öteki* ne kadar belirgin hale gelirse, biz de o kadar tanımlanabilir bir hale gelir. *Öteki*, *ben/biz* olmayanı ifade eder. Örneğin, Türk olmak ya da Müslüman olmak, geri kalan kimliklerden farklı olmayı da beraberinde getirir (Ergun, 2000: 19).

Bir topluluğa ait olan ortak bileşenler, bireyin kimliğini tanımlarken, bu bileşenlerin dışında kalan unsurlar ise *ötekini* belirler. Bu bağlamda biz ve *öteki* ayrımı, kimlik inşasının temel unsurlarından biridir. Bireyin ait olduğu toplum ile kendini değerli hissetmesi, olumlu nitelikleri biz grubuna atfetmesi, buna karşın olumsuz ve eksik niteliklerin *ötekine* yüklenmesi kimlik inşasında yaygın bir mekanizmadır. *Ötekini* var eden, biz kimliğinin kendisidir. Dolayısıyla kimlik yalnızca bir inşa süreci değil, aynı zamanda bir icat sürecidir. Çelişkili gibi görünse de biz ve *öteki* hem birlikte hem de çatışma içinde var olurlar (Özyurt, 2005: 184). Kimlik açısından *ötekinin* varlığı son derece önemlidir. *Öteki* olmadan kimlikten bahsetmek mümkün değildir. Biz ve *öteki* ayrımı, özgün nitelikleri, kültürel aidiyetleri ve toplumsal sınırları belirginleştirir. *Öteki*, bizim kim olduğumuzu ya da kim olmadığımızı ortaya koyar. *Öteki* ile olan karşıtlıklarımız, sosyal sınırlarımızı belirgin hale getirir (Morley ve Robins 2011: 74). Birey, kendisini ancak başkalarının aynasında fark edebilir ve bu sayede aidiyet bilinci kazanır. Bu nedenle kimlik, birey ve toplum açısından oldukça işlevsel bir kavramdır. Kimlik, sosyal iletişim ve etkileşim süreçlerinin bir sonucudur. Dolayısıyla bireyler ve toplumlar arasındaki farklılıkları ifade eder. Bu bağlamda kimlikler, benzerlikler kadar

farklılıklar üzerinden tanımlanır. Kimlik üyeleri, birbirlerine benzemekten çok, ötekilere olan farklılıkları açısından benzeşmektedir (Erdenir, 2010: 30).

Kimlik, *öznel* ve *nesnel* iki farklı bileşenden oluşur. Bu iki özellik arasında herhangi birinin diğerine üstün olduğu söylenemez; bunun yerine bu denge zaman ve koşullara bağlı olarak değişir. Kimliğin nesnel yönü, bireyin pasif bir rol oynadığı, tercihte bulunma şansının olmadığı bir durumu ifade eder. Birey dünyaya geldiğinde, kendisini içinde bulunduğu toplumsal yapının, kültürün ve değerlerin şekillendirdiği bir kimlik ile karşılaşır. Bu noktada kimlik, toplumsal bir ürün olarak bireye sunulur ve toplumu tarafından üretilmiş, biçimlendirilmiş bir yapının sonucudur. Kimlik bu şekilde, bireyden önce var olan ve zorunlu olarak kabul edilen bir kavramdır. Nesnel kimliğe örnek olarak, bireyin ailesi, milleti, cinsiyeti gibi toplumsal faktörler gösterilebilir (Tatar, 2011: 78).

Öznel kimlik ise, bireyin kişisel tercihlerinin ve özgür iradesinin sonucu olarak ortaya çıkar. Bu kimlik, bireyin içsel algıları ve değerlendirmeleri doğrultusunda şekillenir; yani bireysel çaba ve seçimin ürünüdür. Meslek seçimi, anne-baba olma gibi bireysel tercihler öznel kimliğin örnekleridir. Ancak öznel ve nesnel kimlikler birbirinden tamamen bağımsız değildir. Bu iki kavram, iç içe geçmiş bir yapıyı oluşturur ve birbirini sınırlayıcı bir şekilde etkileşim içindedir. Örneğin, bireyin öznel tercihleri, nesnel niteliklerle sınırlı olabilir. Bu durum, birey-toplum, birey-kolektif ilişkilerinin bir yansımasıdır. Nesnel kimlik, öznel kimliği kapsasa da her iki unsur karşılıklı etkileşim halinde birbirini dönüştürme potansiyeline sahiptir. Kimlik, her iki bileşenin dinamik etkileşiminden doğar ve bu nedenle sabit değil, sürekli değişken bir olgudur (Altunoğlu, 2022: 109).

Kimlik, doğuştan verili olan nitelikler ile bireyin özgür iradesiyle oluşturduğu özelliklerin birleşimiyle şekillenir. Kimliğin öznel boyutu, bireyin tercihleri ve özgür iradesi doğrultusunda değişim potansiyeli taşır. Öznel kimlik, bireyin kişisel algıları ve seçimleri doğrultusunda sürekli gelişir ve bu süreçte daha aktif ve dinamik bir rol oynar. Diğer yandan, nesnel kimlik, bireyin içerisinde doğup büyüdüğü toplumsal yapıdan ve kültürden gelen özellikleri ifade eder. Bu özellikler, daha sabit, değişmesi daha yavaş ve yoğunluğu daha az olan özelliklerdir. Ancak nesnel kimlik, öznel kimliği kuşatarak, aralarındaki etkileşim sayesinde her iki kimlik türü birbirini dönüştürme ve etkileme potansiyeline sahiptir (Fidan, 2011: 88). Öznel kimlik, bireyin yaşamı boyunca yaptığı seçimlerle şekillenirken, nesnel kimlik toplumun şekillendirdiği, bireyden önce var olan

bir yapı olarak varlığını sürdürür. Bu ikili ilişki, kimliğin daha derin ve karmaşık bir yapıya sahip olmasını sağlar. Kimlik, bu etkileşimin sonucunda hem öznel hem de nesnel boyutların harmanlanmış bir sonucu olarak karşımıza çıkar. Birey hem özgür iradesini kullanarak kimliğini inşa eder, hem de toplumsal yapının etkisi altında şekillenir. Bu, kimliğin öznel ve nesnel yönlerinin dinamik bir bütün oluşturmaya olanak tanır (Altunoğlu, 2022: 109).

Kimlik, *çoğul* bir özelliğe de sahiptir. İnsan, birçok farklı aidiyet ilişkisine sahip olabilir ve bu aidiyetler, birden fazla kimlik kategorisinin ortaya çıkmasına yol açar. Bir birey, meslek, inanç, etnik köken, aile, kültür gibi birçok farklı gruba aidiyet hissedebilir. Bu durum, kimliğin çok katmanlı yapısını ortaya koyar ve her bireyin birden fazla kimliğe sahip olabildiğini sağlar. İnsanların sahip oldukları farklı aidiyetler, kimliklerinin çeşitlenmesini sağlar. Kimliğin çoğulcu yapısı, insanın çok yönlü, dinamik ve toplumsal bir varlık olmasıyla doğrudan ilişkilidir (Maalouf, 2012: 16; İnaç, 2015: 18-19). Kimlik, tarihselliği, sürekliliği ve dinamik oluşuyla değişken bir yapıdadır. Her birey, kendisini birçok farklı toplumsal yapıyla ilişkilendirerek birden fazla kimlik oluşturur. Bu kimlikler, birbiriyle çatışan ya da birbirini tamamlayan özellikler taşıyabilir. İnsan doğasının karmaşık yapısı, çok sayıda kimlik oluşturma potansiyelini doğurur.

İnsan, toplumda birden çok kimliğe sahip olmasının bir sonucu olarak, ailesi, milleti, sınıfı, inançları gibi birçok aidiyetin etkisi altında şekillenir. Bu aidiyetler, bireysel ve toplumsal kimliklerin oluşmasına katkı sağlar ve bireyin benzerlik ve farklılıklarını belirler. İnsan, sahip olduğu aidiyetler ve tercihler aracılığıyla hem bireysel hem de kolektif kimliğini oluşturur. Bu çoklu kimlikler, sosyal etkileşim süreçlerinin bir gereği olarak ortaya çıkar; çünkü insan, farklı toplumsal bağlamlarda birden fazla rol ve statü üstlenir. Bu rol ve statüler, kimliği farklı şekillerde tanımlar ve bireyi farklı sosyal kategorilere yerleştirir (Maalouf, 2012: 16-18).

Toplumsallaşma süreci, bireyler arasında ortak bir kültürün inşa edilmesine zemin hazırlar. İnsanlar, toplumsal bağlamda kimliklerini kültür etrafında oluştururlar ve bu kültür, toplumsal birlikteliği sağlamak için birleştirici bir işlev görür. Bu bağlamda kimlik, kültürden ayrı düşünülemez; kültür, kimliği besler ve şekillendirir. Ancak toplum büyüdükçe ve sınırları genişledikçe, kimliği oluşturan unsurlar çeşitlenir, farklılaşır ve kimlikler çoğul bir hal alır. Bu durum, toplumsal yapının büyümesi ve sosyal sınırların genişlemesiyle birlikte kimliklerin daha karmaşık ve dinamik bir yapıya bürünmesine

neden olur. Toplumlar büyüdükçe ve dinamik hale geldikçe, bireylerin kimlikleri de dönüşüme uğrar. Toplumsal yapıdaki gelişmeler, bireyin kendisini tanımlama ve toplum içindeki yerini belirleme biçimini değiştirir. Özellikle bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, toplumsal yapıyı büyük ölçüde etkileyerek kimliklerin sınırlarını ve içeriğini değiştirmiştir. Bu değişiklikler, toplumların sınırlarını genişletmiş ve bu da bireylerin kimliklerini daha çok katmanlı ve çoğul hale getirmiştir. Toplumsal etkileşimlerin ve ilişkilerin karmaşıklaşması, bireylerin hem içsel hem de dışsal kimlik değerlendirmelerini değiştirir ve bu da çoğul kimliklerin artmasına yol açar (Aydın, 2010: 18).

1.5.3.Kimlik Türleri

1.5.3.1.Bireysel Kimlik

Bireysel kimlik, bireyin kendine dair bilinci olup, kendisini nasıl tanımladığı, algıladığı ve özgün niteliklerinin farkında olmasıyla ilişkilidir. Bireysel kimlik, bireyin sahip olduğu kişisel özellikleri, bireye özgü niteliklerin tamamını ve bireyin kendisini nasıl gördüğünü içermektedir. Duygular, beklentiler, hayaller ve bireyin sahip olduğu potansiyel, bireysel kimliği biçimlendiren unsurlar arasında yer almaktadır (Demir, 2018: 195).

Bireysel kimlik, bireyin toplum içinde diğer bireylerden ayrılmasını sağlayan deneyimlerin, duyguların, ilgi alanlarının ve ihtiyaçların bir yansımasıdır. Birey, toplum içinde yaşasa da her bireyin kendine özgü yönleri bulunmaktadır (Bilgin, 2007: 214). Bireysel kimlik, yaş, cinsiyet, fiziksel ve duygusal özellikler, zihinsel kapasite ve ahlaki değerler gibi kişisel bileşenlerin kimliğe yansımasını içermektedir (Ünal, 2007: 184). Bireyin, kendine özgü niteliklere sahip olmasına rağmen, kimliğini ve varlığını sürdürebilmek için başkalarıyla etkileşim kurma gerekliliği, bireysel kimliğin sosyal yönüne işaret etmektedir. Bireysel kimlik, bireyi diğerlerinden farklılaştırırken, aynı zamanda toplumsal etkileşimlerle şekillenen kişisel özelliklere vurgu yapmaktadır (Birkök, 1994: 73).

Bireyin varlığı tek başına anlam taşırken, kimliğini oluşturma ve toplum içinde varlığını sürdürebilme sürecinde diğer bireylerle ilişki kurması zorunludur. Bu bağlamda bireysel kimlik, bireyin aynı zamanda toplumsal bir varlık olduğunun göstergesidir. Bireysel kimlik, bireyin toplumsal çevresi ile etkileşimini belirlerken, bireyin sınırlarını da ortaya koymaktadır. Ayrıca, bireyin isim, fiziksel görünüş, kişisel geçmişi gibi onu

ayırt edici özellikleri de bireysel kimliğin bir parçasıdır. Bireysel kimlik, bireyin benzersiz kökenini anlamlandırmasını sağlayarak, özgünlük duygusunu pekiştirmektedir (Giddens ve Sutton, 2014: 266).

1.2.5.2.Sosyal Kimlik

Birey, doğduğu andan itibaren belirli bir sosyal çevrenin içinde yer alır ve bu çevre içerisinde büyüyerek toplumsallaşma sürecini deneyimler. Toplumsallaşma süreci, bireyin içinde bulunduğu toplumun kültürel değerleri, dili, sembolleri ve duygusal kodlarıyla etkileşime geçmesini sağlar. Bu süreç, bireyin kimlik ve kişilik gelişiminde belirleyici bir rol oynar. Sosyal kimlik, bireyin toplumsal ilişkiler bağlamında anlam kazandığı ve kendisini belirli bir sosyal kategori veya gruba ait hissettiği kimlik biçimidir (Birkök, 1994: 72-73).

Sosyal kimlik, bireysel değil, toplumsal bir olgudur. Toplum tarafından inşa edilen, biçimlendirilen ve yönlendirilen bir kimlik türü olarak bireyin sosyal yapıya entegrasyonunu sağlar. Bu süreç, bireyin toplumsal normlara uygun hale getirilmesini, belirli değerler çerçevesinde şekillendirilmesini ve bir gruba aidiyet geliştirmesini içerir (Demir, 2018: 195). Sosyal kimlik, bireyin toplumsal etkileşimleri ve iletişimi aracılığıyla ortaya çıkar ve kişinin kendisini belirli bir grubun üyesi olarak tanımlamasıyla anlam kazanır. Aynı zamanda, bir grubun ortak değerleri, normları ve kimlik algısının bireye yansımaları ifade eder (Bilgin, 2007: 16).

Sosyal kimlik, bireyin benlik algısında bir duygunun somutlaşması olarak değerlendirilebilir. Birey, ait olduğu grubun kendine özgü özelliklerini içselleştirerek, grup bilinci ve aidiyet duygusu geliştirir. Bu bağlamda sosyal kimlik, bireyin sosyal çevresiyle olan ilişkilerini, konumlanmasını ve aidiyet hissini şekillendiren önemli bir yapı taşıdır. Aynı zamanda, bireyin içinde bulunduğu sosyal çevrenin değerleri, anlam dünyası ve kültürel yapısının birey üzerindeki tezahürünü temsil eder (Bilgin, 1995a: 62-67).

1.5.3.3.Kolektif/Kültürel Kimlik

İnsanın hafızası ve kişisel geçmişi olduğu gibi, toplumların da kolektif bir hafızası ve geçmişi bulunmaktadır. Kültür, bu kolektif hafıza ve geçmiş bilinci çerçevesinde şekillenmektedir. Toplumsal hafıza ve tarihsel bilinç, kolektif kimliğin temelini oluşturarak toplumun ortak değerlerini belirlemede önemli bir rol oynar (Bilgin, 1995:

211). Bu bağlamda kolektif kimlik, ortak bir geçmişe ve hafızaya vurgu yaparak, toplumun maddi-manevi değerlerine, tarihsel süreçlerine ve ortak deneyimlerine atıfta bulunur. Kolektif kimlikler, içinde yaşanılan toplumun diğer üyeleriyle benzerlik esasına dayanır ve bireylerin toplumsal aidiyetlerini pekiştirir (Giddens ve Sutton, 2014: 266).

Kolektif kimlik, bir grup tarafından ortak etkileşim süreçleri içerisinde toplumsal ilişkiler yoluyla inşa edilen bir kimlik biçimidir (Mollaer, 2014: 82-83). Bu kimlik, belirli bir grubun kendisi hakkında sahip olduğu bilgi, bilinç ve duyguların yanı sıra, diğer gruplardan farklılığının bir sonucu olarak şekillenir. Kolektif kimlik açısından dil, düşünce, kültür, din, tarih, yaşam alanı ve maddi unsurlar belirleyici faktörlerdir (Bilgin, 1995b: 62). Kolektif kimlik, grubun devamlılığını sağlarken bireyin toplum içerisindeki aidiyet hissini ve özgünlük bilincini güçlendirir (Pamuk, 2014: 43). Bu kimliğin sınırları, belirli bir yaşam alanı, kültürel unsurlar ve toplumun tarihsel gelişimi ile şekillenir. Aynı zamanda kolektif kimlik, birey ve toplum arasındaki farklılaşmayı ve karşıtlığı da belirleyerek, biz ve öteki ayrımına vurgu yapar. Bu çerçevede, kolektif kimlik bir grubun kendisini diğer gruplardan ayıran unsurları ve bilinç düzeyini ifade eder (Bilgin, 2007: 13).

Kolektif kimlik, toplumsal hafıza ve tarihsel süreçlerden güç alarak varlığını sürdürür ve toplumsal düzenin inşasında önemli bir rol oynar. Bu süreçte, kolektif kimlik ne kadar etkili bir işlev görürse, toplumsal yapıda o ölçüde belirgin hale gelir (Demir, 2018: 199). Kimlik, toplumla doğrudan ilişkilidir; bireysel varoluştan bağımsız ve soyut bir kavram değildir. Kimlik, bireyin içinde doğduğu kültürel yapı içerisinde sosyalleşmesiyle şekillenir. Kültür ise kolektif bir karakter taşımakta olup, dil ve bilinçten başlayarak, ortak paydada buluşan bireyler tarafından oluşturulan değerler bütünü ile biçimlenir ve toplumsallaşma süreciyle kuşaktan kuşağa aktarılır. Kimlik ile kültür arasında diyalektik bir ilişki bulunmaktadır. Bu etkileşim sonucunda kolektif kimlikler oluşur. Kolektif kimlik, ortak bir geçmişi ve toplumsal hafızayı paylaşan, belirli bir yaşam alanında bir araya gelen ve dil, düşünce, inanç, toplumsal değerler gibi temel unsurlarda ortaklaşan grupların kimliğini ifade eder. Bu ortak unsurlar, kolektif kimliği diğer gruplardan ayıran ve özgünlüğünü belirleyen temel bileşenlerdir (Aydın, 2010: 18).

1.5.3.4.Milli Kimlik

Milli kimlik, bir toplumun, aynı vatan veya toprak parçası üzerinde, kendine özgü milli ve kültürel değerleriyle şekillenen, özünde milli bir karakteri yansıtan kimliklerdir. Bu kimlikler, toplumu bir arada tutan tarih, kültür, ideoloji ve milli unsurların yanı sıra gelenekler, görenekler, ortak geçmiş ve ortak gelecek ideali üzerine inşa edilir (Demir, 2018: 201-202). Milli kültür ise bir millete ait kültürel özellikler, tutumlar, davranış biçimleri, düşünce yapıları ve yaşam tarzlarının kendine özgü bir ilişki ve etkileşim bütünüdür. Kimlik tanımlanırken, toplumsal ve kültürel unsurlara dayalı (Türk, Müslüman, kentli, sosyolog, erkek, Elazığlı vb.) kimlik çerçeveleri referans alınır. Bireyler, kendilerini en fazla milli kimliklerine ait unsurlar, özellikle dil, etnik köken ve vatan gibi unsurlar üzerinden tanımlar (Aydın, 2010: 11-15).

Milli kimlik, bireylerin modern zamanlarda kökenini, biricikliğini, geçmişini, yurt ve aidiyet duygusunu hatırlatır ve bu bağlamda bu unsurları canlı tutar (Özyurt, 2005: 122). Bu süreç, bireylerin sosyo-psikolojik açıdan kendilerini anlamlandırmalarını sağlayarak yaşamdan doyum almalarına ve duygusal tatmin sağlamalarına katkı sunar. Her milletin üzerinde yaşadığı kara parçası (yurt/vatan), tarihsel ve kültürel bağlarıyla özel bir anlam taşır. Bu anlam, milli kimlikler aracılığıyla somutlaşır ve toplumu belirleyen önemli bir unsur haline gelir. Bir toplumda değerler, bireylerin yaşam tarzlarında, hayata bakış açıları, idealleri ve kültürel öğeleri aracılığıyla biçimlenir ve bu unsurlar, toplumun kendine özgü bir bütün olarak kimlikleri üzerinde etkili olur. Bu kimlikler, o topluma mensup bireyler için hem kişisel bir yansıma hem de toplumun genel bir temsili anlamına gelir. Örneğin, bu kimlikler, bireylere Türk, Rus veya Arap kimliğini kazandırır. Kimliğin farkında olmak ve bu kimlik bilincine sahip olmak ise milli kimliği tanımlar (Ergun, 2000: 13).

Milli kimlik, bir bireyin ait olduğu milletin özelliklerini, başka milletlerden farklarını ve mensubu olduğu kültürel, düşünsel ve yaşamsal öğeleri içerir. Bu kimliğin oluşumu hem içirme hem de dışlama süreçlerini barındırarak biz ve öteki arasındaki keskin ayrımları belirler. Böylece, bu ayrım net bir sınır çizerek kimlikleri tanımlar ve bu sınır, bireyleri hem kendi milletine hem de diğerlerinden ayırt edici bir kimlik kazandırır (Özyurt, 2007: 122).

1.5.3.5.Etnik Kimlik

Etnik kimlik, bireyin kendisine atfettiği ve diğerleri tarafından fark edilen toplumsal ya da grup kimliğini ifade eder (Demir, 2018: 200). Bu kimlik türü, bir toplumda temel değerler bakımından ayırt edici özellikleri vurgular (Türkdoğan, 1997: 11). Etnik kimlik, belirli bir toplumun mensuplarını diğer gruplardan ayıran, farklılaştıran, sınırlandıran ve belirleyici mensubiyet hissinin kimlikteki yansımasıdır (Demir, 2018: 200). Toplumun genelinde azınlıkta kalan gruplar, dil, inanç, düşünce, kültür ve yaşam tarzı gibi farklılıklar üzerinden kendilerine atfedilen kimlikleri tanımlar. Etnik kimliğin yükselişi, görünürlüğü ve talepleri genellikle azınlık gruplardan kaynaklanır. Bu talepler, toplumsal baskı, ötekileştirme, ekonomik ve sosyal eşitsizlikler, politik sorunlar, toplumsal adaletsizlik ve gelir dağılımındaki dengesizlik gibi faktörlere dayanmaktadır (Bilgin, 1995: 63-64).

Etnik kimlik, grubun üyelerinin kendilerini sahip oldukları ayırt edici nitelikler aracılığıyla algılamasına dayanır. Topluluklara ait temel unsurların diğer gruplardan farklı olması sonucu şekillenir. Dil, din, etnik köken, kültür gibi unsurlar, bu ayrımın etnik kimlik olarak belirginleşmesinde önemli rol oynar (Demir, 2018: 200-201). Etnik kimliğin temelinde, grupların kendilerini diğerlerinden farklı olarak hissettikleri bir farkındalık yer alır. Bu farklılık, dini inançlar, dil, etnik köken, kültür ve diğer benzer mensubiyet duyguları aracılığıyla şekillenir. Etnik köken, bir toplum içerisindeki grubun, toplumsal ve kültürel düzeyde gözlemlenebilen ayırt edici dil, düşünce, inanç, gelenek ve görenekler gibi davranış ve tutumların oluşturduğu uyumlu ve bütünsel bir yapıyı ifade eder (Bahar, 2008: 227).

1.5.4.Kimlik İnşasında Toplumsal Aracılar

1.5.4.1.Aile

Aile, neslin devamını sağlayan, üyelerine maddi ve duygusal açıdan güvenli bir ortam sunan, ekonomik, duygusal ve fiziksel destek sağlayan; kan, evlilik ya da sözleşmeye dayalı bir sosyal kurumdur (Bahar, 2008: 227). Toplumun prototipi olarak kabul edilen aile, toplumsal, kültürel, psikolojik, ekonomik ve hukuksal işlevlere sahip bir kurumdur (Tacoğlu, 2018: 267). Aile, neslin devamını sağlarken aynı zamanda bireylerine ekonomik ve duygusal destek sunar, onları güvende tutar, korur ve besler.

Bireylerin sevgi, saygı ve takdir edilme ihtiyaçlarını karşılar ve güvenli bir ortamda varlıklarını sürdürmelerini temin eder (Hallaç ve Öz, 2014: 149).

Bireysel ve sosyal yaşamın en etkili ve önemli kurumlarından biri olan aile, toplumsal yaşamın en küçük yapı taşıdır. Aile, ekonomi, eğitim, din, siyaset gibi toplumsal kurumlarla ve bu kurumlara bağlı olarak şekillenen davranış kalıpları, ilişki biçimleri ve etkileşimlerle ilgili deneyimlerin yaşandığı bir alandır. Bu bağlamda, toplumsal yaşamın düzeni, kararlılığı, dengesi ve sürekliliği için gerekli olan normlar, değerler ve kültür ilk olarak ailede öğrenilir ve tecrübe edilir (Çağan, 2013: 83).

Aile, sosyalleşme sürecinin ilk ve en etkin aşamasının yaşandığı toplumsal kurumdur (Bahar, 2008: 226). Aile, toplumsal hayatın her boyutunda yer alır ve toplumsal yaşam sürecinin birinci ve en önemli adımını oluşturur (Sayın, 2020: 33). İnsan, bir aile aracılığıyla var olur ve varlığını ilk olarak ailede sürdürür. Kişilik ve kimlik gelişimi, ailede başlar; birey burada toplumsallaşır, kültürü öğrenir, toplumsal normları ve değerleri içselleştirir. Ailenin bu işlevi, bireyin kişiliğinin oluşmasına ve kimliğinin kazanılmasına kaynaklık eder, bu da bireyin sonraki yaşamına temel oluşturur. Toplumu oluşturan en küçük örgütlenme biçimi olup, toplumsal yaşam için olduğu kadar bireysel yaşam için de vazgeçilmez bir unsurdur. Aile, toplumsal yapıyı inşa etmenin yanı sıra, bireyin yaşamı için gerekli olan pek çok işlevi yerine getiren dinamik bir kurumdur (Çağan, 2013: 84).

Aile, biyolojik, psikolojik, ekonomik, eğitimsel ve dini gibi birçok işlevi yerine getiren önemli bir kurumsal yapıdır. Bireylerin toplumsal yaşama hazırlık sürecini geçirdiği, hayatı ve hayata dair pek çok olguyu öğrendiği ilk ortamdır. Toplum içerisinde bireylerin oynayacağı rolleri deneyimledikleri ilk aşamadır. Üyelerine tutum ve davranışları, inançları, idealleri toplumsallaşma süreçleri aracılığıyla aktarır. Bu toplumsallaşma süreci, bireylerin kimliklerini şekillendiren temel mekanizmalardan biridir (Hallaç ve Öz, 2014: 149). Değerler, normlar, kültür ve bunların şekillendirdiği yaşam tarzları, bireyin kimliğine derin bir etki yapar.

Aile, çok boyutlu ve bütüncül bir işlevselliğe sahip olup, bireyi, toplumu ve yaşamı derinden etkiler. Bu nedenle ailenin, bireylerin kimlik gelişimini etkilemesi kaçınılmazdır. Kimlik, toplumsal yaşam tarafından şekillendirilen ve belirlenen bir olgu olduğundan, ailenin bu süreçteki rolü büyük önem taşımaktadır. İçinde doğup büyüyen

bireyler, ailelerinin etkisi altında şekillenir; dolayısıyla ailenin, bireylerin kimliklerini biçimlendirmede önemli bir rol oynamaktadır.

1.5.4.2.Eğitim

Eğitim, bireyi bedensel, zihinsel, ruhsal, sosyal ve ahlaki açılardan donanımlı hale getirmeyi, geliştirmeyi ve sahip olduğu potansiyeli açığa çıkarmayı amaçlayan yöntem ve tekniklerin davranışsal hale getirilmesidir (Sezal, 2012: 265). Eğitim, toplumun temel değer ve normlarını, kültürünü, mesleki bilgi ve becerilerini, toplumsal rollerini bireye aktarmayı amaçlayan önemli bir kurumdur. Ailede başlayan sosyalleşme süreci, eğitim ile devam eder. Eğitim kurumları, toplumda etkisi uzun vadeli ve derin olan bir süreci oluşturur (Bahar, 2008: 291). Eğitim yalnızca okullarla ve belli bir yaş grubu ile sınırlı bir kurum olmayıp, hayat boyu süren toplumsal bir olgudur. Bu bağlamda eğitim, sürekli bir eyleme ve alışkanlığa dönüşür ve öğrenmeyi öğrenmek boyutuna ulaşır (Bozkurt, 2014: 296).

Eğitim, toplumsallaşma aracılığıyla maddi ve manevi kültürden bilimsel, mesleki bilgi ve becerilere kadar birçok unsuru bireye kazandırarak onu hayata hazırlar. Aynı zamanda birey, yaşadığı toplumun değer ve normlarını içselleştirir, bu sayede toplumun ideallerine ve beklentilerine uygun tutum, davranış ve alışkanlıklar kazanır (Zencirkıran, 2017b: 191). Eğitim, bireyin kendisinden önceki kuşaktan kültürel birikimi devralıp, bunu geliştirecek şekilde sonraki kuşağa aktarmasını sağlar. Böylece eğitim, kültürel birikimin ve sürekliliğin aracısı haline gelir. Eğitim, araştırma, geliştirme, icatlar ve teknolojik ilerlemelerle toplumsal, kültürel ve ekonomik değişimlere etki eder. Ayrıca topluma yeni katılan bireylere, mevcut değerler ve toplumsal kuralların öğretilmesini ve içselleştirilmesini sağlar. Eğitim, toplumun gereksinim duyduğu değerleri, kuralları ve kültürü üreterek sosyal ve kültürel desteği ve bütünleşmeyi temin eder (Sağlam, 2018: 295-297).

Eğitimin işlevleri arasında, kültürel mirası kuşaktan kuşağa aktarmak, toplumun ihtiyaç duyduğu insan gücünü yetiştirmek, mesleki ve teknik bilgi ve beceriyi kazandırmak, yenilikçi değişim ve gelişim sağlamak, bilimi ilerletmek ve hızlı değişen dünyaya uyum sağlamak yer alır. Eğitimle birey, ilerideki mesleğini, toplumda oynayacağı rolleri ve statüsünü kazanır. Bu bağlamda eğitim, bireyin hem bireysel hem de toplumsal dünyasına etki eder. Eğitim, bireyin dili, düşüncesi, tutumları, davranışları,

kişiliği ve kimliğinin oluşmasında önemli bir rol oynar. Toplumsallaşma süreci aracılığıyla eğitim, bireyi hayata hazırlarken ona bir kişilik ve kimlik kazandırır. Birey, içinde yaşadığı toplumda edindiği niteliklerle, o toplumun şekillendirdiği bir varlık haline gelir. Bu süreç, aynı zamanda bireye bir kimlik kazandırır. Bu nedenle eğitim, kimliğin oluşumunda önemli bir etkiye sahiptir, özellikle çocukluk ve gençlik dönemlerinde bireye çok şey kazandırır (Tezcan, 2015: 175).

1.5.4.3.Din

Din, toplumsal gerçekliğe dayalı, toplumsal hayatı şekillendiren kutsal bir olgu olarak, işlevsel bir kurumdur. İnanç, düşünce ve tasavvur üzerine şekillenen dinler, dış dünyaya yönelik tutum, davranış, duygu ve tavır biçiminde somutlaşır. Din, toplumun yaşamını derinden etkilerken, toplumsal gerçekliğin belirgin izlerini taşır. Bireyin iç ve dış dünyasını inşa eden ve denetim altına alan din, toplumsal yaşama çeşitli açılardan etki eder ve topluma ait kültürel unsurların oluşumuna katkıda bulunur. Bu anlamda dinler ve inançlar, toplumsal gerçekliğin bir yansımasıdır (Sezal, 2012: 397-398).

Durkheim'e göre din, sosyal bütünleşmeyi sağlayan ve sosyal kontrol aracılığıyla bireyleri toplumsal yapıya entegre eden bir güçtür. Din, kolektif düşüncenin zirvesidir ve bireyleri ilk ve en katı biçimde bütünleştirir. Weber ise dinin, toplumsal bütünleşmenin yanı sıra toplumsal değişimin de bir aracı olduğunu savunur. Din, insanın varlığına anlam verir ve onun toplumsal değişim süreçlerine katkı sağlar (Bozkurt, 2014: 246-248).

Din, aynı zamanda bireylere yaşamın anlamını, huzuru ve toplumsal dayanışmayı sunarak, toplumsal kontrol işlevi görür. Dini kurumlar, sadece ibadet yerleri değil, aynı zamanda toplumsallaşmanın gerçekleştiği mekânlardır (Sayın, 2020: 204). Din, bireyi topluma bağlayan toplumsal bağların ifadesi olarak, bireyin dünyayı anlamlandırmasına yardımcı olur ve onun davranışlarını şekillendirir. Bu işlevler, kimlik oluşumu üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Kimlikler, toplumun benimsediği din ve inançlardan etkilenir ve bu inançlar yaşamsal pratiklerle desteklenir. Böylece din, bireyin yaşam biçimini şekillendirir ve toplumsal kimlik kazanımına katkıda bulunur (Demir, 2018: 202).

Kimlikler, dinin biçimlendirdiği inançlar, tutumlar, normlar ve değerlerden önemli ölçüde etkilenir. Din, bireyin yaşamına anlam katarak, sosyal, kültürel ve psikolojik düzeyde kendini gerçekleştirmesini sağlar. Ayrıca, bireyin toplumla bütünleşmesini ve

uyum sağlamasını kolaylaştırır. Toplumsal yaşamda kimlik ve din arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Din, toplumun değerlerinin üretilmesi ve benimsenmesinde önemli bir rol oynar. Bu sebeple din, kimliklerin inşa edilmesinde, biçimlendirilmesinde ve kazanılmasında belirleyici bir etkiye sahiptir (Coşkun, 2003: 6).

1.5.4.4. Medya

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte dijitalleşme, bireylerin yaşamlarını derinden etkilemeye başlamıştır. Teknolojinin evlere, iş yerlerine ve hatta cebimize kadar girmesi, medyanın toplumdaki rolünü her geçen gün daha önemli kılmaktadır (Baran, 2018: 295-297). Medya, geleneksel ve yeni medya olarak iki ana kategoride incelenebilir. Geleneksel medya, gazete, kitap, radyo, televizyon, sinema gibi eski iletişim araçlarından oluşurken, yeni medya, dijital teknolojilerin tamamını kapsayan bilgisayar, internet, cep telefonu ve tablet gibi araçlarla şekillenen bir yapıya sahiptir.

Medya, toplumsal hayatın hemen her alanında etkin bir rol oynamaktadır. İletişim, haberleşme, alışveriş, eğlence, reklam ve ticaret gibi pek çok alanda medya araçları kullanılır. Böylece medya toplumun önemli bir unsuru haline gelir. Medya, gündelik hayatın rutin bir parçası haline gelmiş ve bireylerin toplumsallaşma sürecinde önemli bir etken olmuştur. Özellikle erken yaşlardan itibaren bilgisayarlar, cep telefonları ve tabletler gibi dijital cihazlarla vakit geçiren bireyler, sanal ortamlarda etkileşim kurarak toplumsallaşmakta ve kimliklerini bu dijital süreçler aracılığıyla inşa etmektedir (İmançer, 2003: 249). Günümüzde medya, iletişim ve bilgisayar teknolojileri sayesinde devasa bir sektör haline gelmiştir. Medya artık sadece bir araç değil, yaşamımızın ayrılmaz bir parçası ve bireyin günlük yaşamında adeta bir uzantısı olmuştur. Özellikle sosyal medya, her yaş grubunun kullandığı ve yemek-içmek kadar doğal bir hale gelmiş bir iletişim biçimi haline gelmiştir.

Bilgisayar ve internet gibi iletişim teknolojileri, zaman ve mekân algısını dönüştürmüştür. Artık zaman her an, mekân ise her yer olmuştur. Bu dönüşüm, bireylerin alışkanlıklarını, tutumlarını, davranışlarını ve düşünce yapılarını etkileyerek yaşam tarzlarını köklü bir şekilde değiştirmiştir (Karahisar, 2013: 23). Sanal ortamda, zaman ve mekânın etkisini kaybettiği bir kültürel ortamda, geleneksel toplumların aksine, dijital ortamda şekillenen kültürel bir yapıya doğru evrilmiştir. Bu kültür, dijitalleşme sayesinde

bireyi merkeze alarak, görsel içerikler ve internet aracılığıyla ağlarla örülü bir yaşam biçimi ortaya çıkarmaktadır (İmançer, 2003: 249).

Günümüzde kimliklerin oluşumunu belirleyen geleneksel unsurların yanı sıra iletişim teknolojilerinin etkisiyle küreselleşen kültür ve dijitalleşen dünya, önemli bir etki alanı yaratmaktadır. Dijitalleşen yaşam tarzı toplumsal yaşamı etkilediği gibi bireylerin kimliklerini biçimlendirir, dönüştürür ve yeniden inşa eder. Kültür, dijitalleşme çerçevesinde evrilirken, kimlikler de bu yeni dijital yaşama uygun olarak şekillenmektedir. Bu dönüşüm, kimliklerin daha önce geleneksel toplum yapıları üzerinden inşa edilmesinden farklı bir biçim alır. Özellikle çocuklar, cep telefonları, tabletler ve bilgisayarlar gibi dijital araçları erken yaşlardan itibaren, çoğu zaman sınırsız ve kontrolsüz bir şekilde kullanmaya başlamaktadırlar. Bu araçlar, çocukların ve gençlerin dünyasına derinden nüfuz etmekte ve onların toplumsallaşma süreçlerini dijital ortamda şekillendirmektedir. Teknolojinin bu kadar iç içe geçmiş olduğu bir dünyada, dijital araçlar bireylerin yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. İnternetin gücüyle, alışverişten eğlenceye, iletişimden iş hayatına kadar toplumsal yaşamın her alanına etki etmektedir. Gençler, gelişen teknolojiye uyum sağlayarak en fazla dijital dünyayı kullanan kesimdir. Bu ortamda haberleşir, iletişim kurar, alışveriş yapar, arkadaşlıklar kurar ve hatta dijital ortamda tanıştıkları kişilerle evlenirler. Bu süreçte gençlik yıllarındaki toplumsallaşma bir bölümü dijital ortamda şekillenir ve bu, bireyin kimliğinin oluşumunda belirleyici bir faktör haline gelir. Teknolojik araçlar, gençlerin kimliklerini inşa etme süreçlerini önemli ölçüde etkilemekte ve dijital yaşam tarzı, onların kimliklerini sadece dışarıdan bir biçimle değil, içsel bir evrimle de şekillendirmektedir (Sezgin, 2012: 261).

1.6.Beden ve Toplum İlişkisi

1.6.1.Beden Kavramına Bakış

Beden, insanın toplumsal hayattaki varlığını ve görünürliğini yansıtan önemli bir unsurdur ve tarih boyunca hep araştırılmış ve merak edilmiştir. Kutsal metinlerde dahi bedene dair açıklamalar ve tasvirler bulunmaktadır İlk çağlardan itibaren felsefede ve diğer disiplinlerde bedene yönelik uğraşlar, insanlık tarihiyle paralel olarak devam etmiştir. Beden, toplumsal gerçekliğin küçük bir prototipi, mikro evreni olarak kabul edilebilir. Her dönemin kendine ait bir bedeni şekillendirdiği ve inşa ettiği görülmektedir.

Bedene dair tüm düşünceler, söylemler, semboller ve algılar, içinde bulunulan toplumun şartlarından, değerlerinden ve arzu ve isteklerinden kaynaklanır (Okumuş, 2015: 45; Bilgin, 2016: 221).

Beden, sadece biyolojik ya da fiziksel bir varlık olmanın ötesinde, toplumsal bir bedendir. Bir toplumu ve kültürü anlamada önemli bir göstergedir; içinde bulunduğu dönemin düşünsel, kültürel ve iktidar anlayışını yansıtan bir veridir. İnsanlık tarihi boyunca beden, dinlerin, kültürlerin, ideolojilerin ve sanatın ilgisini çekmiş, üzerinde düzenlemeler yapılmış ve denetlenmiştir. Bu süreçte bedene verilen anlam ve değer, toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik değişimlere bağlı olarak evrilmiştir (Tekin, 2016: 1169).

Bedenin toplumsal işlevi, insanın görünür olmasını ve toplumsal ilişkilerdeki rolünü yansıtır. Beden, bireyin toplum içinde varlık kazanmasının ve etkileşime girmesinin bir aracıdır. Toplumsal ilişkiler ve etkileşimler, bedenin toplumsal sahnede görünmesiyle şekillenir. Bu açıdan beden, toplumsal iletişimi sağlayan bir canlı dil ve etkileşim vasıtasıdır (Okumuş, 2015: 45). Beden, sadece biyolojik bir varlık olarak değil, aynı zamanda bir kimlik, kültür ve toplumsal normları yansıtan bir simge olarak önemli bir rol oynar.

İnsan bedeni sadece biyolojik bir canlı olmanın ötesinde, tarihsel, kültürel olarak biçimlendirilmiş bir varlıktır. Bedeni şekillendiren toplumsal ve kültürel unsurlar, onun toplumsal bir inşa olduğunun göstergesidir. Bedenin şekli ve yapısı, o dönemin ve kültürün somut bir örneğidir; yani, beden toplumun değer, norm ve kültürel algılarının yansımasıdır. Toplum bedeni doğrudan üretmez, ancak onu önemli ölçüde etkiler ve şekillendirir. Toplumsal koşullar, zamanın ve kültürün etkileriyle bedenin nasıl algılandığını ve nasıl varlık kazandığını belirler. Beden, toplumun yansımasıdır ve bireylerin kimliklerini, sosyal rollerini ve toplumsal değerleri nasıl içselleştirdiğini ortaya koyar. Toplum, bireylere, kuralları, değerleri ve normları aracılığıyla, fiziksel görünüm, temizlik, bakım, güzellik ve çirkinlik gibi kavramları tanımlar. Bu anlamda beden, toplumsal tecrübeler ve ait olunan kültür tarafından şekillendirilir. Bedensel nitelikler, toplumun kültürüne özgü olarak güzel, sağlıklı, bakımlı ve temiz gibi algılarla ilişkilendirilir (Kara, 2015: 23-24). Bu bedensel algılar, bireylerin beden tasavvurunu oluşturur ve bu tasavvurun sınırlarını belirler.

Beden, toplumsal ilişkilerin merkezidir. Toplumsal ilişkiler aynı zamanda bedensel ilişkilerdir. Beden, sosyal ilişkilerdeki değişimlerle de etkileşir ve bu değişimler bedende somutlaşır. Toplumsal değişimlerin pek çok unsuru etkileyici olmasına rağmen, beden bu değişimlerin en belirgin yansımasıdır. Beden, dinamik ve değişime açık bir varlıktır; değişimin zeminidir (Okumuş, 2015: 45). Ayrıca beden, sadece fiziksel bir varlık değil, aynı zamanda anlamlar taşıyan bir eylem sistemidir. İnsan bedeni, sahip olduğu bilinçle, nesneler dünyasından ayrılır. Bu bilinç sayesinde insan, bedeninin şeklini ve varlığını kendisi belirler (Esgin, 2011: 670). Beden, toplumsal etkileşimlerin, ilişkilerin ve toplum içinde var olmanın temel zeminidir.

Beden toplumsal bir inşa olduğu için kültür ve tarihsel dönemlere göre farklılık gösterir. Bu farklılık, düşünürlerin beden konusundaki bakış açılarına da yansımıştır. Bedene dair farklı yaklaşımlar, toplumların yapısıyla ve kültürel özellikleriyle paralellik gösterir (Bulgu, 1999: 76). Douglas, beden ile toplumu bir bütün olarak görür ve bedeni toplumun bir aynası olarak kabul eder. Ona göre beden, sosyal anlamların ve toplumsal sembollerin bir alıcısıdır; bedenin gösterdiği her şey, aslında toplumun yansımalarıdır. Bu nedenle beden yalnızca bireysel veya psikolojik bir varlık değil, aynı zamanda toplumsal ve kolektif bir kimlik taşıyan kültürel bir unsurdur. Mauss ise bedeni insanın ilk ve doğal aleti olarak değerlendirir. Ona göre fiziksel beden, toplum ve kültür tarafından şekillendirilir. Toplumlar, kültürel mirasları aracılığıyla beden kullanımına ilişkin bilgiler üretir ve bu bilgiler, bireyler tarafından ‘beden kullanma teknikleri’ olarak öğrenilir. Yaş, cinsiyet ve toplumsal roller çerçevesinde şekillenen bu beden teknikleri, bireylere kimlik kazandırır. Ponty, bedeni ‘sayesinde dünyanın var olduğu’ bir varlık olarak tanımlar. Beden, yalnızca fiziksel bir nesne değil, algının ve deneyimin temel kaynağıdır. Ona göre, bedenin diğer fiziki nesnelerden temel farkı, insanın bedeninden ayrılamayan bir öz olmasıdır. Dünyanın algılanması ve deneyimlenmesi, doğrudan beden aracılığıyla gerçekleşir. Baudrillard, bedenin tüketim kültürü içindeki konumunu ele alır ve tüketim kültürünün bedeni estetik bir nesneye dönüştürdüğünü savunur. Günümüzde tüketim, toplum içinde görünürlüğün, kabul edilmenin ve toplumla bütünleşmenin bir yolu olarak görülmektedir. Bu bağlamda beden, tüketim endüstrisinin etkisiyle şekillendirilir ve kontrol altına alınır. Sağlık, estetik, moda, reklam ve spor gibi alanların sunduğu normlar doğrultusunda beden, tüketim nesnesi haline gelir. Bordo ise bedeni kültürel bir plastik olarak değerlendirir ve bedenin değişim ve başkalaşımın sembolü olduğunu vurgular.

Shilling'e göre ise beden bir "tasarı"dır; modern teknolojiler sayesinde bedende istenilen değişimlerin yapılabilirdiği bir yapı olarak görülmektedir (Nazlı, 2005: 76-81). Bu bakış açıları, bedenin sadece biyolojik bir varlık değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir inşa olduğunu ortaya koymaktadır.

Bedenin toplumsal ve kültürel bir inşa olduğu düşüncesi, birçok düşünür tarafından farklı açılardan ele alınmıştır. Turner'a göre beden, hem içsel yapı ve düzenlemeleri barındıran bir çerçeve hem de dış dünyaya yönelik yorumlama ve temsiliyetlerin yüzeyidir. Bu bakış açısı, bedenin iç ve dış olmak üzere iki yönlü bir ayrımını ortaya koyar. Turner, modern toplumda bedeni yeniden üretim, düzenleme, temsiliyet ve sınırlama bağlamında incelemektedir. Frank ise bedenin ideolojilerle şekillendiğini ve bu ideolojilerin sabit kalmayıp beden pratikleri bağlamında dönüşüme uğradığını savunur. Ona göre beden üç alan içinde ele alınmalıdır. Birincisi söylemdir; bu, bedenin sınırlarını ve olasılıklarını belirleyen bilişsel bir harita olarak düşünülebilir. İkinci alan, söylemlerin düzenlendiği ve bedenlerin hareket halinde olduğu fiziki mekânlardır. Üçüncüsü ise fizyolojik olarak bedenin var olduğu bedenselliktir. Frank, bedene ilişkin geliştirdiği tipolojide dört temel bedensel tip belirlemiştir: disiplin edilmiş beden, yansıyan beden, baskılanan beden ve iletişimsel bedendir (Nazlı, 2005: 76-81).

1980'lere kadar sosyolojide bedenin yeterince ilgi görmediği görülmektedir. Bunun önemli nedenlerinden biri, modernleşme sürecinde düşünürlerin daha çok ekonomik ve toplumsal yapı ile ilgilenmeleridir (Canatan, 2015: 24). Modernleşme sürecinde toplumların temel dinamikleri ekonomi, siyaset, din ve kültür gibi büyük ölçekli konular etrafında şekillendiği için beden sosyolojinin ilgi alanının dışında kalmıştır. Sosyolojinin kurucu isimleri, içinde bulundukları dönemin makro düzeydeki toplumsal değişimleri ve yapıları üzerine yoğunlaşmışlardır. Birey, toplum yapı ve kurumlarının bir ürünü olarak görüldüğünden, bireyin kendisi ve bedeni ikinci planda kalmıştır (Tekin, 2016: 1157).

Ancak günümüzde beden, sosyal bilimlerin önemli bir çalışma alanı haline gelmiş ve toplumsal yapı ile bireyin bedeni arasındaki ilişki daha derinlemesine ele alınmaya başlanmıştır. Bedenin tarihsel süreç içerisindeki algılanış biçimleri, toplumsal değişimlere paralel olarak dönüşmekte ve her dönem kendine özgü bedensel normlar üretmektedir. Bu nedenle, beden olgusunu daha iyi anlamak için onun tarihsel süreç içerisindeki görünümüne ve algılanışına yakından bakmak gerekmektedir.

1.6.2.Bedenin Tarihsel Serüveni

1.6.2.1.Antikçağda Beden

Eski Yunan toplumunda beden algısı üzerine tam bir fikir birliği bulunmamakla birlikte, genel anlamda bedenin yüceltildiği görülmektedir. Çıplak insan bedeni, heykel ve resim gibi sanat dallarında sıklıkla işlenmiş, bedene atfedilen kutsallık özellikle M.Ö. 776- M.S. 394 yılları arasında düzenlenen Olimpiyat Oyunları ile somutlaşmıştır. Bu oyunlarda güçlü ve estetik olarak ideal kabul edilen erkek bedenleri ön planda tutulmuş, dolayısıyla Yunan kültürünün beden merkezli bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Ancak, bu durumun felsefi düşünceler için genellenmesi mümkün değildir, zira farklı felsefi akımlar bedenin önemine dair farklı görüşler ortaya koymuştur. Örneğin, hedonistler bedensel hazları ön planda tutarak bunları ruhsal veya zihinsel hazlardan üstün görürken, Epiküristler bedeni kötülemeden zihnin daha üstün olduğunu savunmuşlardır. Sokrates'e göre beden, ruhun hapisanesidir ve onun mükemmelliğine engel teşkil etmektedir. Benzer şekilde, Platon da bedeni ruhun hapisanesi olarak tanımlamakla birlikte, ona tamamen olumsuz bir anlam yüklememiştir. Ona göre beden hem iyiye hem de kötüye yönlendirebilecek bir araç niteliğindedir ve bu bağlamda ruhun beden karşısında daha üstün olduğunu ifade etmektedir. Aristoteles ise Platon'un beden ve ruh arasındaki düalist düşüncesine karşı çıkarak, ruhu yaşam ilkesi ve bedenin formu olarak tanımlamıştır. Aristoteles'e göre beden ve ruh birbirinden ayrı varlıklar değil, bir bütünün parçalarıdır. Bununla birlikte, o da ruhun bedene kıyasla üstün olduğu fikrini benimsemiş, ancak bedenin olumsuz bir nitelik taşıdığına dair bir görüş öne sürmemiştir. Aristoteles'in madde-form ilişkisi çerçevesinde geliştirdiği bu yaklaşım, onun beden ve ruh anlayışını Platon'dan farklı bir noktaya taşımaktadır (Şişman, 2018: 20-22).

Antik Yunan'da beden, güç ve cesaretin simgesi olarak görülmüş ve estetik ideallere yoğunlaşan bir anlayışla değerlendirilmiştir. Belirli ölçüleri karşılayan erkek bedenleri güzellik ve estetik beğenin bir sembolü hâline gelmiş, simetri ve oran gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir. İdeal erkek bedeni, altın oran ilkeleri çerçevesinde biçimlendirilmiş ve bu doğrultuda değerlendirilmiştir (Sennet, 2022: 21). Bu bağlamda, erkek bedeni aktif ve sıcak olarak kabul edilirken, kadın bedeni pasif ve soğuk olarak değerlendirilmiş ve ikinci plana atılmıştır. Atina toplumunda erkek bedeni yalnızca fiziksel bir varlık olarak değil, aynı zamanda vatandaşlık, üstünlük, onur ve gururun bir göstergesi olarak da

görülmüştür. Çıplaklık, uygarlığın, gelişmişliğin ve başarının bir sembolü olarak kabul edilmiştir (Tekin, 2016: 1159).

Antik Yunan'da bedene yönelik algılar, bireylerin toplumsal konumları ve mekânsal hareketlilikleri üzerinde de belirleyici olmuştur. Kadın ve erkek bedenleri arasındaki farklılıklar, sadece biyolojik değil, aynı zamanda toplumsal ve mekânsal ayrımlara da yol açmıştır. Kadın bedeni, erkek bedenine oranla daha soğuk olarak değerlendirilmiş ve bu nedenle toplumsal görünürlüğü kısıtlanmıştır. Erkek bedeni ise kamusal alanda sergilenebilirken, kadın bedeni aynı simgesel anlamı taşımamış, teşhir edilmemiştir. Bu durum, erkek bedeninin aktif, güçlü ve medeni bir varlık olarak değerlendirilmesine yol açmıştır. Kadınlar genellikle pasif ve zayıf olarak görülmüş, erkek bedeni ise uygarlığın, şehirleşmenin ve gelişmişliğin bir ifadesi olarak sembolleşmiştir (Martı, 2015: 234). Antik Çağ'da beden, özellikle erkek bedeni, estetik, güç ve cesaretin bir sembolü olarak yorumlanmıştır. Çıplak ve idealize edilmiş beden anlayışı, doğanın bir armağanı olduğu kadar medeniyetin bir başarısı olarak da değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, Antik Yunan kültüründe erkek bedeni olumlu, güçlü, üretken ve estetik bir anlam taşıyan bir unsur olarak konumlandırılmıştır (Tekin, 2016: 1159).

1.6.2.2.Orta çağda Beden

Orta Çağ'da Batı medeniyeti büyük ölçüde Hristiyanlık inancının etkisi altına girmiştir. Dinin belirleyici rolü, toplumun düşünsel ve ahlaki yapısını şekillendirmiştir. Bu dönemde beden ve ruh arasındaki ikilik devam etmiş; ruh, yüce ve erdemli bir varlık olarak görülürken, beden olumsuzluk ve kötülüğün kaynağı olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle, bedenin hazlarının kontrol altına alınması ve terbiye edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Orta Çağ düşünürleri, bedeni günahın ve kötülüğün yuvası olarak yorumlamış, bu doğrultuda bedeni baskı altına almayı ve cezalandırmayı dini bir gereklilik olarak görmüşlerdir. Bu bağlamda, çilecilik ve otokontrol anlayışı bireylerin kendilerini suçlu hissetmelerine ve bedenlerine zarar vermelerine yol açmıştır (Özkan, 2017: 137).

Bu dönemde, bedenin dünyevi zevklere yönelimi günah olarak kabul edilmiş, yemek yeme ve diğer bedensel hazlar en düşük seviyeye indirilerek kısıtlanmıştır. Beden, doğası gereği günahla ilişkilendirilmiş ve sürekli bir tahakküm altında tutulmuştur. Bu nedenle, bedensel varlık aşağılanmış ve cezalandırılmış, ruhun yüceliğine ulaşmanın bir

aracı olarak görülmüştür. Hristiyanlık öğretisi, bedeni ruhun karşıtı olarak konumlandırarak dünyeviliğin sembolü hâline getirmiştir. Bu çerçevede, bedenin kontrol edilmesi ve çeşitli yöntemlerle bastırılması gerektiği fikri yaygınlık kazanmıştır (Tekin, 2016: 1157). Orta Çağ Batı medeniyetinde beden, bir yük ve aşağılanması gereken bir unsur olarak düşünülmüş, bu nedenle doğal ihtiyaçları tatmin edilmemiştir. Çileci bir terbiye yöntemi olarak bedene acı çektirilmiş, böylece ruhun arınacağına inanılmıştır (Martı, 2015: 234-235).

Antik Çağ'da beden, özellikle erkek bedeni, estetik, güç ve cesaretin bir sembolü olarak yorumlanırken, Orta Çağ'da beden, günah ve dünyeviliğin kaynağı olarak görülerek baskı altına alınmış ve cezalandırılmıştır. Bu dönemlerde beden algısı, toplumsal yapılar ve dini inançlar çerçevesinde şekillenmiş ve bireylerin bedene yönelik tutumlarını belirleyici bir faktör olmuştur (Tekin, 2016: 1159).

1.6.2.3. Aydınlanma Çağında Beden

Rönesans, İtalya'da başlayarak insan bedenine yönelik bakış açısını köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu dönemde, ressamalar ve heykeltıraşlar insan güzelliğini ön plana çıkaran eserler üretmiş ve güzelliği seküler bir çerçevede ele almışlardır. Rönesans ile birlikte, bireylerin topluluk içinde nasıl davranacaklarını belirleyen kurallar geliştirilmiş, giyim kuşam ve görgü kuralları aracılığıyla bedenler disipline edilmiştir. Bu süreç, maddi düzeyde güzellik ve medeniyet anlayışını pekiştirmiştir. Rönesans'ta bedenler, iyi, güzel, bireysel ve özel olarak değerlendirilmiştir. Sanatta beden, ideal ve yüce olandan maddi ve dünyevi olana indirgenmiştir. Bu bağlamda, Rönesans ile güzel beden sekülerleşmiş ve uygarlaşmış bir değer kazanmıştır. Rönesans döneminde dikkate değer bir diğer husus, kadın bedeninin toplumsal görünürlüğünün artmasıdır. Önceki dönemlerde erkek bedeni ön plandayken, Rönesans ile kadın bedeni de sanatsal ve toplumsal bağlamda önem kazanmıştır (Şişman, 2018: 25-26). Bu dönemde beden, yalnızca güzelliğin değil, aynı zamanda sosyal statünün ve düzenin de bir göstergesi haline gelmiştir. Kadınlar, toplumsal konumlarını makyaj, kıyafetler ve süs eşyaları ile ortaya koymuşlardır. Özellikle yüksek statüye sahip kadınlar, kozmetik ürünler, özel kıyafetler, pahalı mücevherler ve saç boyaları kullanarak statülerini vurgulamışlardır (Eco, 2012: 301).

16.yüzyıl İtalya'sında tüm kadınlar kozmetik ürünleri kullanmaya başlamış, bedenlerinin güzel görünen kısımlarını makyaj, kıyafet ve takılarla daha da belirgin hale

getirmişlerdir. Kusurlu olarak görülen bölgeleri ise çeşitli yöntemlerle gizlemeye veya düzeltmeye çalışmışlardır. Kadınlar açık tenli bir görünüme ulaşmak için, erkekler ise daha koyu bir ten rengine sahip olabilmek için makyaj yapmışlardır. Kozmetik ürünlerinin kullanımı, sosyal sınıflar arasında farklılık göstermiş; kentli ve varlıklı kesimler daha yoğun ve kaliteli ürünler kullanırken, yoksul bireyler bu imkanlara daha sınırlı bir şekilde erişebilmiştir (Duby ve Perrot, 2005: 63-64).

1.6.2.3.1.Ruh- Beden İkiliği

Merak, insanın en temel duygularından biridir. İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren bireyler kendilerini, evreni ve dünyayı anlama çabası içinde olmuşlardır. Bu süreç, ruh-beden düalizmi ekseninde de ilerlemiş ve en belirgin ayrım, 17. yüzyılda Kartezyen düşüncenin hâkim olduğu dönemde ortaya çıkmıştır. Ruh-beden düalizmi, düşünce tarihinde farklı yaklaşımlarla ele alınmış ve çeşitli tartışmalara konu olmuştur. Bu düalizm; ruh-beden, akıl-beden ve bilinç-madde şeklinde çeşitlenmiştir.

Düalist yaklaşım özellikle Descartes ile belirginleşmiş ve Kartezyen düşünce onun adıyla anılmıştır. Kartezyen felsefe, ruh ve beden arasındaki ayrımı vurgulayarak, bu iki yapının birbirinden bağımsız olduğunu savunur. Ruh ve bedenin yakın ilişki içinde olmalarına rağmen birbirlerinin yerini tutamayacağı düşüncesine dayanır. Bu bağlamda, insan iki temel unsurdan oluşmaktadır: ruh ve beden. Kartezyen düşüncede ruha büyük bir önem atfedilirken, beden ikinci planda, geçici ve maddi bir varlık olarak değerlendirilmiştir. Kartezyen felsefenin kökleri Antik Yunan felsefesine dayanmaktadır. Bu anlayış, ilk olarak Sokrates, Platon ve Aristo'nun düşüncelerinde görülmektedir. Platon, ruhu merkeze alarak onu aktif, yönlendiren ve biçimlendiren bir unsur olarak görürken, bedeni pasif, şekil alan ve ruh ile irtibat halinde olan bir yapı olarak ele almıştır. Platon'a göre asıl varlık, yani cevher ruhtur. Benzer bir anlayış Aristo'da da mevcuttur. Ona göre beden ve ruh birbirini tamamlayan iki bileşendir. Ruh, bedene hem canlılık hem de şekil veren unsurdur. Ruh bedeni terk ettiğinde beden formunu kaybeder ve yok olur. Platon ve Aristo'ya göre asıl değerli ve anlamlı olan ruhtur. Beden, ruhla varlık kazanan ve onunla anlam bulan bir araçtır. Ruh, erdemin, iyinin, güzelin ve doğrunun kaynağı olarak kabul edilir (Bingöl, 2020: 12-13).

Orta Çağ'ın ruh-beden anlayışında bedensel ihtiyaçlar göz ardı edilmiş ve beden, günahın bir vasıtası olarak görülmüştür. Bu dönemde ruh ile beden arasında rekabet

ilişkisi kurulmuş, beden ruhu kirleten ve günaha sevk eden bir unsur olarak nitelendirilmiştir. Orta Çağ Hristiyan dünyasında beden, ruhun taşıyıcısı olarak maddi ve somut bir yapı olmakla birlikte, ruhla bağlantılı bir nesne olarak değerlendirilmiştir. Descartes ile bu eski düşünceden kesin bir kopuş yaşanmıştır. Descartes'e göre insan, ruh ve bedenle tanımlanır; ruh ve beden insanda bulunan iki temel öğedir. Descartes, ruh ve bedeni iki ayrı yapının bir arada çalışması ve birbirini etkilemesi olarak ele alır (Gökalp, 2004: 21). Descartes, insanın iki temel niteliğinden söz eder: düşünmek ve yer kaplamak. Düşünmek ve yer kaplamak, birbirine indirgenemeyen iki ayrı yapı olarak kabul edilir. Bu ayrım, varlık alanının temel niteliklerine dayanır; düşünmek ruhun, yer kaplamak ise bedeninin özelliğidir. “Ruh yer kaplamaz, beden de düşünmez” (Atıf, 2008: 7).

Bu ayrıma rağmen ruh ve beden arasında bir ilişki ve etkileşim bulunmaktadır. Ancak bu etkileşimin temel kaynağı ruhtur; ruh, bedeni anlamlı ve önemli kılan unsurdur. Bu nedenle düalist yaklaşımda biri diğerinin ötekisi konumundadır ve bu öteki bedendir. Beden, yalnızca ruhun taşıyıcısı olup, içini ruhun doldurduğu, anlamı ve değeri ruhtan gelen, geçici ve ölümlü bir varlıktır. Doğal olarak sonlu ve değeri ruha kıyasla daha azdır. Descartes, felsefî görüşlerini temellendirirken kuşku yöntemini kullanır. Ona göre, özne düşünen ve kuşku duyan varlıktır. Descartes'ın felsefesinde kesinliğe ulaşmada kuşku esastır ve akıl bir araç olarak kullanılmaktadır. Varlığa ve evrene dair sorulara cevap, akıl aracılığıyla bulunur. Descartes, öznenin varlığını akıl yoluyla keşfeder ve bu keşif sonucunda insanın kendini tanımlaması gerektiğini öne sürer. Bu bağlamda beden, öznenin varlığının bir parçasıdır. Descartes yaptığı bu ikili ayrımın aynı zamanda iki ayrı ve farklı işlevden de bahsetmektedir (Bingöl, 2020: 13-15). Descartes'e göre insan bedeni iki yapıdan meydana gelir. Birinci yapı, insanın fiziksel ihtiyaçlarını dile getiren ve fiziki olan bedendir; ikinci yapı ise ruh veya akıldır. İkinci yapı, düşünme işlevini yerine getirir (Cirhinlioğlu, 2003: 136).

1.6.2.4.Modern Çağda Beden/Akıl ve Beden

Kelime olarak “modern” terimi, Latince “modernus” kelimesinden türemiştir. “Modernus” ise Latince “hemen şimdi” anlamına gelen “modo” kelimesinden kaynaklanmaktadır. Kavramsal olarak “modern” yeni olanı ve geçmişten farklılaşan unsurları ifade etmektedir. Modernite, geleneksel olandan köklü bir dönüşüm sürecini temsil eden geniş kapsamlı bir olgudur (Önder Erol, 2016: 51). Modernlik, durağan bir

geçmiş ve geleneğe karşı yenilikçiliği ve çağdaşlaşmayı öne çıkaran dinamik bir süreci ifade etmektedir. Bilimsel, kültürel, endüstriyel ve siyasal olmak üzere dört temel devrim, modernlik düşüncesinin oluşumunda belirleyici olmuştur. Modernleşme süreci ise toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel dönüşümleri içeren çok boyutlu bir süreçtir (Kızılçelik, 2018b: 340).

Modernleşme, toplumsal yapının ekonomi, siyaset, eğitim, din ve aile gibi temel unsurlarında köklü değişimlere neden olan uzun soluklu ve kapsamlı bir dönüşümü ifade etmektedir. Bu süreç, endüstrileşme, ulus-devlet anlayışı, liberal düşünce, bireyselleşme, seküler dünya görüşü, şehirleşme ve bilimsel düşüncenin ön plana çıkmasını beraberinde getirmiştir. Modernlik hem doğal hem de kutsal olanın akıl karşısında şeffaflaştığı ve geleneksel kutsal dünyanın dönüşüme uğradığı bir düşünce ve yaşam alanıdır. Modernlik, kutsal dünya görüşünün yerine, akıl ve dünyevileşmeye dayalı yeni bir anlayışı getirmiştir. Bu bağlamda, insan merkezli bir özne ve teknikler tarafından yönlendirilen nesnel bir dünya arasında kesin bir ayrım ortaya koymuştur. Modernlik süreci, Tanrısal irade veya tarihsel belirlenim tarafından şekillendirilen bir dünya görüşü yerine, akılcılaşma ve öznelleştirme ikiliğini ön plana çıkarmaktadır. Bu iki unsur, birbirine zıt gibi görünse de Rönesans ve Reform hareketlerinde olduğu gibi modernliğin temel dayanaklarını oluşturmuş ve birbirini tamamlayıcı nitelikte gelişmiştir (Kızılçelik, 2018b: 340).

Descartes'in ortaya koyduğu Kartezyen düşünce ve özellikle mekanik dünya görüşü, modern bilimin temel felsefi arka planını oluşturmakla birlikte beden anlayışında da köklü bir dönüşümün başlangıcını temsil etmektedir. “Düşünüyorum, öyleyse varım” önermesi doğrultusunda zihin ve bilinç, bedenden tamamen bağımsız varlıklar olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede, “Ben bilincimden ibaretim, zihnimden ibaretim” anlayışı benimsenmiş ve beden, yalnızca bir makine olarak değerlendirilmiştir. Orta Çağ Hristiyan düşüncesinden kopuşu simgeleyen bu yaklaşım, bedenin ilahi olanla bağına kesmiş ve onu mekanik bir yapı olarak tanımlamıştır. Bu noktadan itibaren dini otoritenin yerini akılcı otorite almıştır (Şişman, 2018: 26).

Aydınlanma döneminden itibaren akıl, insanlığın ilerlemesinde tek rehber olarak kabul edilmiş ve bu durum bedenin, organik unsurlardan oluşan bir makineye indirgenmesine yol açmıştır. Aydınlanma ile bilimsel keşiflerin hız kazanması, bedeni ruhtan bağımsız bir mekanizma olarak değerlendirme eğilimini güçlendirmiştir. Zamanın

verimli kullanımı hedefi doğrultusunda beden, bir makine ile eşdeğer görülmeye başlanmıştır. Sanayi Devrimi'nin iş gücüne duyduğu ihtiyaç ve kentleşme süreci, mekanik işleyişe sahip bir beden anlayışını daha da pekiştirmiştir. Bu bağlamda, bedenin makine metaforu üzerinden yeniden tasavvur edilmesi, modernite ile belirgin bir hâl almıştır. Sonuç olarak, modernleşme süreci bedenin materyalleşmesini hızlandırmış ve bedeni tam anlamıyla maddi bir yapı olarak konumlandırmıştır (Özkan, 2017: 139).

Modernleşme süreci ile beden algısı ve bedenin dönüşümü arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Modernleşmenin temel unsurları arasında yer alan sekülerleşme, bireyselleşme ve rasyonelleşme, bedenin algılanışı ve dönüşümü ile doğrudan ilişkilidir. Bu süreçte geleneksel anlayıştan radikal bir kopuş gerçekleşmiş ve köklü bir dönüşüm yaşanmıştır. Modernleşme sürecinde akıl yüceltilmiş, kutsal olan her şey sorgulanabilir hâle gelmiş ve yaşam bütünüyle seküler bir perspektife oturtulmuştur. Geleneksel dönemden modern döneme geçiş bağlamında bedenin konumu değerlendirildiğinde, bedenin de diğer toplumsal unsurlar gibi kutsallıktan arındırıldığı görülmektedir. Artık beden verili bir yapı olmaktan çıkmış, bireyin tercihleri doğrultusunda şekillendirilebilecek bir niteliğe bürünmüştür. Modernleşme, insan bedenini kutsallıklardan arındırarak ona özerklik kazandırmış ve bireyin beden üzerindeki tasarruf alanını genişletmiştir. Modern düşünce sisteminde akıl, en geçerli ve kalıcı değer olarak konumlandırılmıştır. Dolayısıyla bedenin dönüşümü de bireyselleşme ve sekülerleşme süreçleriyle paralel olarak şekillenmiştir. Bu çerçevede, bireylerin bedenlerini değiştirdiği, yeniden inşa ettiği ve yeniden ürettiği modern beden anlayışı ortaya çıkmıştır (Şişman, 2018: 28-29).

1.6.3.Klasik Sosyolojide Beden

Kartezyen düşüncede ruh-beden ve akıl-beden ikiliği içinde, ruh ön planda tutulmuş ve bu durum bedenin ikincil bir konumda değerlendirilmesine neden olmuştur. Ruh, ölümsüz ve varlığını farklı bir boyutta sürdürebilir nitelikte kabul edilirken, beden maddi, geçici ve yok olmaya mahkûm bir unsur olarak görülmüştür. Bu çerçevede, bedene atfedilen biyolojik ve canlı özellikler, klasik sosyolojinin doğa-toplum ikiliği bağlamında değerlendirildiğinde, doğa alanına ait kabul edilmiştir. Klasik sosyologlar, toplumu temel analiz birimi olarak ele almış ve modernleşme sürecinin doğurduğu toplumsal yapı, değişim, sistem, işlevler, düzen ve kontrol gibi makro ölçekli olgulara odaklanmışlardır.

Bu nedenle, beden konusu sosyolojik incelemelerde uzun süre arka planda kalmıştır. Bununla birlikte, klasik sosyolojik perspektif bedeni tamamen yok saymamış, ancak ona sınırlı ve görünmez bir nitelik atfetmiştir. Bedenin varlığı kabul edilmekle birlikte, sosyolojik analizlerin merkezinde yer almamış ve ikincil bir unsur olarak ele alınmıştır (Nazlı, 2009: 61).

Klasik sosyoloji içerisinde Émile Durkheim, beden kavramına merkezi bir rol atfetmemekle birlikte, din ve toplum arasındaki ilişkiye dair görüşleri bağlamında dolaylı olarak bedene değinmiştir. Durkheim'in sosyolojik yaklaşımında toplumsallık temel bir unsur olup, insan doğası ve dine ilişkin değerlendirmeleri de bu bağlamda şekillenmiştir. Ona göre toplum, bireyin üzerinde bir gerçeklik olarak varlığını sürdürür ve bireyi şekillendiren, yönlendiren temel faktördür. Birey ve insan doğasına ilişkin tüm ilişkiler, toplum tarafından belirlenen ve biçimlendirilen unsurlar olarak ele alınmıştır (Turner, 2017: 20).

Durkheim'in sosyolojisinde, toplumsal olan, doğanın karşısında konumlanmakla birlikte, doğanın bir parçası olan bedenin toplumsal yapı için önemli bir kaynak teşkil ettiği görülmektedir. Bu bağlamda, Durkheim'in homo duplex kavramı, bedenin onun kuramındaki yerini açıklamak açısından büyük önem taşımaktadır. Homo duplex kavramı incelendiğinde, iki farklı beden anlayışı ile karşılaşılır. Bunlardan ilki, bireysel arzular ve içgüdülerin egemen olduğu, egoist ve bireysel beden; ikincisi ise toplumsal kategoriler ve duygular temelinde şekillenen bedendir. Birey, toplum içerisindeki olgunlaşma süreci boyunca, egoist bedenden uzaklaşarak toplumsal ve ahlaki niteliklerle donatılmış bir beden anlayışına yönelir. Bir başka deyişle, bireysel beden zamanla toplumsal bedene dönüşmektedir. Durkheim'in bedenle ilgili ele aldığı bir diğer önemli konu, beden üzerinde yürütülen temsiller ve sembolik işlemlerdir. Ona göre, toplumsal düzenin inşasında ve toplumsal grupların kendilerini tanımlama süreçlerinde beden, toplumsal sembolizmin temel unsurlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, Durkheim totemik toplumları inceleyerek, beden üzerindeki damgalanmış imgelerin en önemli temsil biçimlerinden biri olduğunu öne sürmektedir. Beden, kolektif bir yaşam içinde paylaşılan ortak bir unsur olarak, bu tür sembolik işaretler aracılığıyla belirli statüler kazanmakta ve toplumsal yapının içinde konumlandırılmaktadır. Dolayısıyla, beden Durkheim'in sosyolojik perspektifinde, toplumun sembolik düzeni içerisinde merkezi bir rol oynamaktadır (Nazlı, 2005: 74).

Bedenin insan yaşamındaki temel işlevine dair önemli katkılar sunan Marcel Mauss da Durkheimci bir perspektif benimsemektedir. Mauss'a göre, beden insanın kullandığı ilk ve en temel araçtır. Zaman zaman teknik bir nesne, kimi zaman ise bir teknik araç olarak işlev görmektedir; insanın doğrudan kontrol edebildiği ilk ve en önemli unsur olarak öne çıkmaktadır. Ona göre, yürüme, durma ve oturma gibi en basit bedensel hareketler dahi toplumsal süreçler tarafından şekillendirilmekte ve kültürel çerçevede anlam kazanmaktadır (Mauss, 2017: 18). Her ne kadar bu hareketler fiziksel eylemler olarak değerlendirilse de Mauss'a göre tamamen toplumsal ve kültürel süreçlerin ürünü olan edinilmiş davranışlardır (Turner, 2019: 11).

Durkheim gibi bedeni, dolaylı da olsa, toplumsal olgunun kaynağı olarak ele alan düşünürlerden biri de Georg Simmel'dir. Durkheim, toplumun sembolik düzeninin inşasında bedeni önemli bir mekân olarak değerlendirirken, özellikle bedenin dışsal yönlerini vurgulamaktadır. Buna karşın, Simmel, bedenin biyolojik özelliklerini toplumsal niteliklerle ilişkilendirerek bireylerin duygusal ve hissi etkileşimlerinin hangi formlar aracılığıyla sınırlandırıldığını analiz etmektedir. Bireyler, toplumsallaşma süreçleriyle duygularını, amaçlarını ve eğilimlerini bireysel özelliklerden toplumsal boyuta taşımaktadır. Durkheim ve Simmel'in yaklaşımları farklılıklar içerse de beden kavramı, her iki düşünürde de toplumsal yaşamın inşasında temel bir araç olarak ele alınmaktadır. Sosyal yaşamın kaynağı olan beden, toplumsal semboller ve etkileşim formları aracılığıyla biçimlenmekte ve bireylerin toplumsal yaşamla bütünleşmeinde belirleyici bir rol üstlenmektedir (Nazlı, 2005: 74-75).

Klasik sosyolojinin önemli düşünürlerinden biri olan Max Weber ise bedene doğrudan bir önem atfetmemekle birlikte, bedenin toplumsal ve kültürel süreçler içindeki rolünü dolaylı olarak ele almıştır. Weber, Protestan ahlakının bireylerin eylemlerini ve bedensel arzularını nasıl etkilediğini analiz ederek, çileci bir beden anlayışının nasıl şekillendiğini ortaya koymuştur. "Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu" adlı eserinde, kapitalizmin gelişiminde Protestan kültürünün belirleyici rolünü incelerken, bu kültürün beden üzerindeki yansımalarını da tartışmaya açmaktadır. Weber, özellikle Calvinist öğretisi ve bunun doğurduğu Püritenizmde, bireylerin dünyevi hazlardan nasıl kaçındığını ve bedensel arzularla nasıl mücadele ettiğini vurgulamaktadır. Bu mücadele, rasyonel dünya görüşü ile dinsel inançlar arasındaki gerilimden kaynaklanmaktadır. Protestanlık, çalışma, disiplin, düzen, tutumluluk ve sorumluluk gibi kavramları ön plana çıkararak,

dünyevi zevklerden ve sefahatten uzak durmayı teşvik eden bir yaşam felsefesi geliştirmiştir. Ayrıca, katı bir çilecilik anlayışı doğrultusunda eğlence, gösteriş amaçlı tüketim, yeme, içme, giyim, süslenme ve cinsellik gibi bedensel arzulara yönelik güçlü bir reddiye geliştirilmiştir (Weber, 2011: 35-37).

Püriten ahlak anlayışı, bedensel zevklere, eğlenceye, tüketime ve dünyevi arzulara karşı sert bir tavır takınmıştır. Bu bağlamda, bedensel hazlar ve arzular günah unsurları olarak değerlendirilmiştir. Püriten ahlak anlayışının temel ilkelerinden biri olan çalışkanlık, kapitalist toplumda bedenin denetim altında tutulmasını gerekli kılmıştır. Bu ilke, bedeni hem dinsel hem de ekonomik açıdan kontrol altına almayı amaçlamaktadır. Buna göre, çalışan beden, aynı zamanda kontrol edilen beden anlamına gelmektedir. Böylece, Protestan ahlakı çerçevesinde, Hristiyanlık ve kapitalizm, dini ve ekonomik anlayış temelinde rasyonel bir şekilde denetlenen bir beden algısını ortaya çıkarmıştır (Nazlı, 2005: 75).

Klasik sosyolojide bedenle ilgili düşünceleri önemli olan bir diğer düşünür Talcott Parsons'dır. Parsons, bedeni doğrudan analiz etmese de sosyal eylem bağlamında ele alarak değerlendirmiştir. Ona göre beden, sosyal sistemin ayrılmaz bir parçasıdır ve ayrı bir alan olarak incelenmemiştir. Parsons, sosyal sistem teorisinde toplumu, yaşayan bir organizmaya benzer bir yapı olarak ele almaktadır. Bedenin, hayatta kalabilmesi için kritik işlevleri yerine getiren organları (kalp, akciğer, karaciğer vb.) barındırması gibi, toplum da dengeli bir işleyişi sürdürebilmek için belirli kurallara ihtiyaç duymaktadır. Bu benzetme, beden ile toplum arasındaki yapısal paralelliği gözler önüne sermektedir (Kızılçelik, 2018b: 63).

Parsons, toplumun oluşumunu ve sürekliliğini eylem kuramı çerçevesinde açıklamaktadır. Ona göre, eylem kuramı dört temel sistem içermektedir: kültürel sistem, sosyal sistem, kişilik sistemi ve davranışsal organizma. Kültürel sistem, dinsel inançlar, diller ve ulusal değerler gibi, toplumsallaşma süreciyle benimsenen ve paylaşılan simgesel değerleri kapsamaktadır (Wallace ve Wolf, 2013: 55). Sosyal sistem, etkileşim içindeki iki ya da daha fazla aktör arasında gelişen ilişkiler üzerine kuruludur ve normlar ile değerlerde somutlaşmaktadır (Kızılçelik, 2018b: 65). Parsons'ın üzerinde durduğu kişilik sistemi, bireyin güdülerini, kişisel ihtiyaçlarını ve tavırlarını içermektedir. Dördüncü sistem olan davranışsal organizmada ise, bireyin biyolojik ve bedensel yönleri

ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, aktörün fiziksel çevresiyle olan ilişkisi, bireyin toplumsal yapıyla etkileşimini şekillendirmektedir (Wallace ve Wolf, 2013: 55).

Özetle, klasik sosyolojide beden kuramına doğrudan yer verilmemiştir. Beden sosyal teoride yer almamıştır. Sosyolojik zeminde müstakil bir alan olarak ele alınmamıştır. Klasik sosyolojide ihmal edilmiş, inceleme alanı dışında tutulmuştur. Buna rağmen bedenin klasik sosyolojide ele alınma tarzı daha sonraki beden kuramcıları için yol gösterici olmuştur.

1.6.4.Çağdaş Sosyolojide Beden

Yakın zamana kadar ilgisiz kalan beden konusu, son yıllarda sosyologların dikkatini çekmeye başlamıştır. Beden sosyolojisi ilgili çalışan çağdaş kuramcılar, bedeni çok boyutlu bir perspektifle ele almışlardır. Bedenin biyolojik bir varlık olmasının ötesinde, toplumsal ögeler tarafından biçimlendirildiği düşüncesinin kabul görmesi, beden sosyolojisine önemli katkılar sağlamıştır.

Beden, toplumsal hayatın çeşitli alanlarında giderek artan bir ilgi görmeye başlamıştır. Bu ilgi, bedene atfedilen anlamlar ve işlevsellikle yakından ilişkilidir. Gelişen kapitalizmin toplumsal yapılar üzerindeki etkileri, bedene yönelik ilgiyi artıran önemli faktörlerden biri olmuştur. Sanayi toplumlarından sanayi sonrası toplumlara geçiş sürecinde, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik dönüşümler gerçekleşmiş; bu değişimler bedenin toplumsal konumunu da etkilemiştir (Nazlı, 2005: 79-80).

Sanayi sonrası toplumlarda fiziksel emek yerine zihinsel emek ön plana çıkmış, enformasyonun ve hizmet sektörünün önemi artmıştır. Üretim kültürü yerini hız ve haz odaklı tüketim kültürüne bırakmıştır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, bilimsel bilginin artması, teknoloji ve tıp alanındaki gelişmeler bedenle ilgili yeni tartışmaları gündeme taşımıştır. Robotik kodlama, yapay zekâ, DNA araştırmaları, klonlama, kök hücre çalışmaları, organ nakli, yaşlı nüfusun toplumsal uyumu ve engelli bireylerin toplumla bütünleşmesi gibi konular, bedene yönelik akademik ilgiyi artıran başlıca unsurlardır (Canatan, 2015: 15-23).

1960'lerden sonra artan kadın hareketlerinin etkileri, akademik olarak feminist çalışmalara ağırlık verilmesi, cinsiyet ve cinselliğe yönelik yeni bakış açıları, eşcinsel yönelimler ve talepler, kürtaja ilişkin algı değişiklikleri ve kürtaj talepleri bedene olan ilgiyi artırmıştır. Virüsler ve salgın hastalıklar karşısında artan kaygılar, ilaç sektöründeki

gelişmeler, sağlıklı yaşama, sağlıklı yaşlanma vb. küresel meseleler, bedeni düşünürlerin ilgi odağı haline getirmiştir. Geleneksel toplumalarda insanın içsel zenginliği, iç dünyası, iç güzelliği ön plandayken, modern çağda bedenin dışsal görünümü ve kamusal alandaki temsili daha fazla önem kazanmıştır. Günümüzde var olmanın, saygı görmenin, kabul edilmenin ve fark edilmenin yolu, görsel anlamda varlık göstermeye bağlı hale gelmiştir (Okumuş, 2015: 45-67).

Giddens'a göre, yeme bozukluklarının artışı, toplumsal unsurların bireyler üzerindeki etkisinin artışıyla doğrudan ilişkilidir ve bedene olan ilginin yansımasıdır. Ona göre insanlar yalnızca biyolojik varlıklar değildir; beden hem bireysel hem de toplumsal anlamlar taşıyan bir unsurdur. Beden yalnızca bireye ait bir varlık olmaktan öte, toplumsal deneyimlerin, kültürel normların ve grup değerlerinin etkisi altında şekillenir (Giddens, 2012: 170). Giddens, bu yaklaşımla bedene toplumsal nitelik kazandırmış, bedeni sosyolojik bir bağlama oturarak biyolojik ve toplumsal yönüne vurgu yapmıştır.

Baudrillard, yeni beden anlayışının, ruh anlayışının yerine geçtiğini düşünür. Baudrillard'a göre, beden-ruh ayrımında, bedene verilen değer giderek artarken, ruha atfedilen değer önemini yitirmiştir. Bu değişim, bedene atfedilen anlam ve bedenin işlevleriyle doğrudan ilişkilidir. Bedenin dış görünümünün artmasıyla sağlık, diyet, gençlik, zarafet, spor, kozmetik, dengeli ve ideal beslenme gibi konular büyük önem kazanmış, beden bakımı ve sağlıklı yaşlanma algısı toplumsal açıdan yeniden tanımlanmıştır (Baudrillard, 2021: 166).

Baudrillard tüketim üzerinden göstergeye dönüşen bedenin, bitmeyen bir süreci ifade ettiğini belirtir. Baudrillard'a göre, gerçek ihtiyaçlar ile sahte ihtiyaçlar arasındaki fark ortadan kalkmıştır. Tüm gereksinimler sadece tüketim amacıyla var olmaktadır. Tüketim toplumunda, tüketim mallarını edinmenin ve sergilemenin toplumsal bir ayrıcalık sağladığına inanılır ya da inandırılır. Bu inanç, toplum ile temel bütünleşme biçimi halini alırken tüketim, özgürce yapılan bir etkinlik olmaktan çıkmaktadır. Böylece tüketime yatkın bedenler ayrıcalıklı bir konuma sahip olurken, tüketime yatkın olmayan bedenler dışlanmakta, görmezden gelinmekte ve sıradanlaşmaktadır (Kara, 2015: 29). Üretim toplumunun yerini tüketim toplumu alırken, beden tüketimin ve teşhirin nesnesi haline gelmiştir (Nazlı, 2009: 63-64).

Baudrillard, tüketim ve beden çözümlemesinde bedenin dişil olup olmadığı sorusuna hem evet hem de hayır yanıtını verir. Hayır, çünkü tüketim kültürünün hedef

kitlesi içinde erkek bedeni de bulunmaktadır. Evet, çünkü tüketim kültüründe bedenin estetik değişim değerine indirgenmesi sonucu beden daha dışıl hale gelmiştir. Bedenin bir tüketim nesnesine dönüşmesinde, ona yüklenen arzu ve seçkinlik unsurları kadın bedeni üzerinden anlam kazanmaktadır. Sağlıklı olma, estetik görünme, genç kalma, fit olma, güzel olma gibi bedene yönelik buyruklar, meşruiyetlerini moda, kozmetik ve tıp gibi alanlar üzerinden kurulan tüketim kültürü bağlamında kazanmaktadır. Böylece kadın ve erkek bedeni, tüketim kültüründe tükettikleri ölçüde anlam kazanmaktadır (Nazlı, 2009: 65).

Foucault, bedenin toplumsal yönüne vurgu yaparak onun sosyal olarak inşa edildiğini ifade etmektedir. Ona göre, beden biyolojik varoluşunun ötesinde, güç ve iktidar ilişkilerinin merkezinde yer almaktadır. Toplumsal çözümlemesinde bedeni, zevk, bilgi ve iktidar olmak üzere üç ana ekseninde değerlendirmektedir. Foucault'ya göre, beden toplumsal bir mücadele alanıdır; bilgi ve iktidar aracılığıyla bedenin yönetsel düzenlemeler çerçevesinde üretilmesi ve kontrol edilmesi söz konusudur (Nazlı, 2009: 63). Beden, iktidar ilişkilerinin bir ürünü olup, iktidar nesnesi olarak biçimlendirilmekte, denetlenmekte ve yeniden üretilmek için sahnelenmektedir (Turner, 2017: 36).

Foucault için cinselliğin icadı, modern toplumsal kurumların oluşumunda ve pekiştirilmesinde rol oynayan belirli bağımsız süreçlerin parçasıdır. Modern devletler ve modern kurumlar, nüfusların zaman ve mekân içinde titizlikle kontrol edilmesine bağlıdır. Bu kontrol, insan bedenine ilişkin bir anatomo-siyasetin, yani bedenin yeteneklerini düzenlemeyi ve optimize etmeyi amaçlayan gövde idare teknolojilerinin gelişmesiyle doğmuştur. Anatomo-siyaset, daha geniş bir biyo-iktidar alanının odağındadır. Foucault, modern çağda iktidar odaklarının tıptan psikolojiye pek çok mekanizmayı kullanarak insan bedenini kontrol altında tuttuklarını ifade etmektedir (Şişman, 2018: 45-46).

Foucault'a cinsel beden doğanın bir olgusu değildir; daha ziyade iktidar pratiklerinin etkisiyle üretilen özgül söylemlerin ürünüdür. Benzer şekilde disiplin, söylemleri ve kurumları aracılığıyla (okul, hapishane, kışla, hastane vb.) bedenlerin yönetilmesini sağlar. Temel hedefi bireyi normalleştirmek olan disiplin sayesinde, zihinler ve bedenler yeniden şekillendirilir ve uysal öznel oluşturulur. Sonuçta, bedenin yönetilmesi toplumun yönetilmesi anlamına gelir (Nazlı, 2005: 79). Foucault, bedeni iktidar ilişkilerinin merkezine koyarak analizler yapmış ve bedenin sosyal olarak inşa edildiği yönündeki düşüncenin oluşumuna katkıda yapmıştır. Pasifleştirilmiş, disipline

edilmiş beden anlayışıyla bedeni toplumun genel yapısına taşıyarak iktidar kavramını şekillendirir. Bedenin, bir dizi iktidar ağı tarafından kuşatıldığı tespiti, bedenin toplumsal olarak kurulduğunu düşündürmektedir. Bu bağlamda beden sosyolojisinin gelişimine öncülük etmiştir (Kara, 2015: 27). Foucault, bedenlerin nasıl, düzenlendiği, biçimlendirildiği ve tekrar tekrar nasıl oluşturulduğu üzerinde durarak, iktidarın bedenler üzerindeki etkisini vurgular. Modern kurumlar aracılığıyla disipline edilen bedenler, çeşitli mekanizmalarla kontrol altında tutulmaktadır. Bu durum, iktidarın beden aracılığıyla toplum üzerindeki varlığını daha da pekiştirdiği anlamına gelir.

Norbert Elias, Batı toplumlarının uygarlaşma sürecini ele alarak, bedenin bu süreç içerisindeki dönüşümüne odaklanmıştır. Ona göre beden tamamlanmamış bir biyolojik varlık ve devam eden toplumsal bir oluşumdur. Elias, uygarlaşma sürecinin bireylerin bedensel pratikleri üzerinde derin etkiler yarattığını ve bu sürecin başlangıcı ve sonu belli olmayan bir dönüşüm süreci olduğunu vurgulamaktadır. Beden, toplumsal etkileşimlerin ve sosyal olguların yoğun olarak yaşandığı ortamların bir parçasıdır. Elias'ın temel amacı, bireyler arası etkileşimlerin bedensel alışkanlıkları, beden tekniklerini ve dolayısıyla bedenin dış görünümünü nasıl şekillendirdiğini ortaya koymaktır. Ona göre, insanın kültürel nitelikleri doğal özellikleriyle iç içedir ve biyolojik olan ile toplumsal olan birbirinden bağımsız değildir (Nazlı, 2009: 62-63).

Elias, gündelik yaşamın toplumu ve bireyleri doğrudan ilgilendiren bir alan olması nedeniyle özel bir öneme sahip olduğunu belirtmektedir. İktidar ve ekonomi, yasalar, hastaneler, tımarhaneler, hapishaneler, polis, ordu ve okul gibi kurumsal yapılar aracılığıyla gündelik hayatın içinde işlerlik kazanır. Aynı şekilde, siyasal, kültürel, düşünsel, cinsel ve dinsel ideolojik oluşumlar da gündelik yaşam bağlamında şekillenmektedir (Çağan, 2003: 34). Bu çerçevede beden, yaşamın somut bir aracı olarak bu süreçlerden kaçınılmaz bir biçimde etkilenmektedir. Elias, uygarlaşma sürecini Avrupa toplumları temelinde ele alsa da ortaya koyduğu kavramsal çerçevenin evrensel nitelik taşıdığını ileri sürmektedir. Uygarlaşma sürecine ilişkin görüşlerini, görgü kuralları, yemek yeme biçimleri, oturma-kalkma tarzları ve selamlaşma gibi gündelik yaşam pratikleri üzerinden somutlaştırmaktadır. Bunun yanı sıra, iktidarın maddi yaşam ve tüketim alışkanlıklarını nasıl şekillendirdiğini sorgulamakta ve utanma, yüz kızarma gibi temel duygusal tepkilerin tarihsel süreç içerisindeki dönüşümünü incelemektedir (Öncü, 2000: 9).

Norbert Elias'a göre uygarlaşma süreci, toplumsal yaşamın değişen koşullarından doğrudan etkilenmektedir. İnsanlığın uygarlaşan toplumsal yapısı, bireylerin bedensel ve davranışsal alışkanlıklarını da dönüşüme uğratmaktadır. Bu bağlamda, Elias'ın uygarlaşma kavramı, modernitenin rasyonelleşme süreciyle ilişkilendirilmelidir. Ona göre rasyonelleşme, belirli bir toplumsal kontrol mekanizmasını da içermektedir. Bu kontrol, bireylerin bir arada yaşama zorunluluğunun bir sonucu olarak gelişmekte ve toplumsal ilişkiler içerisinde giderek daha da pekişmektedir. Toplumsal kontrol, bireyler üzerinde çeşitli yaptırımlarla kendini gösterirken, bireylerin bedenleri ve davranışları da bu kontrol mekanizmaları çerçevesinde şekillenmektedir. Elias, toplumsal yaşamın bireyler üzerinde güçlü bir baskı ve denetim mekanizması oluşturduğunu öne sürmektedir. Bu çerçevede, bireyler ya toplumun belirlediği ahlaki kurallara ve düzenlemelere uyum sağlamak ya da toplumsal yaşamın dışında kalma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır (Elias, 2021: 126-129).

Elias'a göre, nazik, terbiyeli ve belirli toplumsal normlara uyum sağlayan bireylerden oluşan toplumlar uygar toplumlar olarak nitelendirilmektedir. Uygarlaşma, bireylerin yaşadıkları dönemin değer yargılarıyla uyum içinde olması, bu değerleri içselleştirmesiyle mümkündür. Genel geçer rasyonel davranış modelleri, dönemin toplumsal ölçütlerine uygun beden dili kullanımı ve benzeri kurallar, bireylerin sosyalleşme sürecinde içselleştirdiği normlar arasında yer almaktadır. Elias'a göre bireyler, çocukluktan itibaren bedenlerini ve davranışlarını toplumun beklentilerine uygun şekilde düzenlemeye yönlendirilir. Eğer birey, içinde yaşadığı toplumun uygarlık normlarına uyum sağlamazsa, bu durum bireyin toplum dışına itilmesine ve anormal, hasta ya da suçlu olarak değerlendirilmesine yol açabilir. Bu bağlamda, uygar birey olma süreci, bireyin toplumsal beklentilere hem zihinsel hem de bedensel düzeyde uyum sağlamasıyla mümkündür (Elias, 2021: 137-141).

Beden sosyolojisine önemli katkılarda bulunan bir diğer isim ise Bryan S. Turner'dır. Turner, doğrudan beden ve toplum arasındaki ilişkiyi ele alarak, beden sosyolojisinin temel kavramlarını geliştirmiştir. Sosyoloji, tıp, hastalık, sağlık ve kültür alanlarıyla ilgilenen Turner, bu disiplinlerde bedeni merkezi bir unsur olarak değerlendirmiştir. Ona göre beden, insanın maddi ve somut varlığını temsil etmektedir (Turner, 2021: 33). Turner, bireylerin bedene sahip olma gerçeğinden hareketle, bedeni toplumsal bir varlık olarak ele almaktadır (Okumuş, 2015, s. 46). Turner'a göre gündelik

yaşam, bedenin üretimi ve yeniden üretimi süreci ile iç içedir; dolayısıyla gündelik yaşamın çözümlenebilmesi için bedenin analiz edilmesi gerekmektedir. Bedenin doğa ile kültürün kesişim noktasında konumlandığını savunan Turner, bu yaklaşımıyla bedenin biyolojik ve toplumsal niteliğini vurgulamaktadır (Nazlı, 2009: 63).

Turner, *Beden ve Toplum* adlı eserinde beden sosyolojisinin dört temel prensibi öne sürmektedir (Turner, 2021: 40-41).

Beden, doğa ve kültürün kesişim noktasında yer almaktadır.

Beden üzerinde kurulan otorite, grup cinselliğinde kendini göstermekte ve toplum, bireylerin özgür iradesine bırakılmayan bir sosyal yeniden üretim süreci oluşturmaktadır. Bu bağlamda beden sosyolojisi, siyasal sosyolojiyle ilişkili bir alan olarak değerlendirilebilir.

Beden, siyasi mücadelenin merkezinde yer almaktadır.

Beden sosyolojisi, sadece fiziksel sapmalarla değil, aynı zamanda iç bedende meydana gelen hastalıklarla da ilgilenmelidir.

Turner, iç beden ve dış beden ayrımını geliştirerek bedenin farklı yönlerini açıklamaktadır. İç beden, bireyin deneyimlerine, canlılığına ve bireyselliğine işaret ederken, dış beden, nesnel, kurumsallaşmış ve toplumsal normlarla şekillenen bir yapıyı temsil etmektedir (Nazlı, 2005: 81). İç beden, bireysel ve toplumsal alışkanlıkların etkisi altında şekillenirken, dış beden, ekonomik, politik, kültürel ve toplumsal süreçler çerçevesinde değerlendirilmelidir. Turner'ın bu ayrımı, öznel beden ile nesnel beden farkını ortaya koymaktadır. Öznel beden, bireyin canlılık ve hareket kaynağı olarak toplumsal ve bireysel dinamiklerle şekillenirken, nesnel beden, toplumsal hayatın bir parçası olarak ortak değer ve normlarla belirlenmektedir.

Turner'a göre beden, toplumsal gerçeklik içinde anlam kazanmaktadır. Toplum, bedenler üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Bedenle toplum arasında devamlı bir etkileşim ve yönetim ilişkisi söz konusudur. Bu bağlamda beden sosyolojisi, bedeni yönlendiren nesnel toplumsal kurallarla bu çerçevede oluşan öznel beden yönetimi arasındaki ilişkileri incelemektedir. Turner, bedenin yönetimi meselesini iktidar ilişkileri bağlamında inceleyerek, beden sosyolojisini siyasal bir perspektifle değerlendirmiştir. Bu bağlamda, Turner'ın beden sosyolojisine yönelik analizleri, Michel Foucault'nun iktidar ve denetim kavramlarından etkilenmiştir.

Beden sosyolojisi alanında önemli görüşler ileri süren bir diğer düşünür Pierre Bourdieu'dur. Bourdieu'ya göre toplum, yalnızca sınıfsal çıkarlar çerçevesinde analiz edilemeyecek kadar karmaşık bir yapıya sahiptir. Toplumu oluşturan gücün kaynağı sadece ekonomik sermaye ile sınırlı değildir; aksine, çeşitli özerkleşmiş ve farklılaşmış gücün unsurları toplumun yapılanmasında belirleyici rol oynamaktadır. Modern toplumlarda politika, özerk ve profesyonel bir alan olup yalnızca ekonomik ilişkilerin bir uzantısı olarak ele alınamaz. Bourdieu'nun çalışmalarının önemli bir bölümü, eğitim ve kültürel unsurların bireyin bedeni üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Ona göre, Marksist yaklaşımda vurgulanan ekonomik sermayenin yanı sıra toplumsal ve kültürel sermaye de toplumun işleyişinde kritik bir rol oynamaktadır (Wallace ve Wolf, 2013: 164-165).

Bourdieu'nun teorik sisteminde sermaye kavramı merkezi bir yer tutmaktadır. Sermaye, bireylerin toplumsal alanlardaki konumunu belirleyen temel unsurdur, çünkü “toplumsal hiyerarşide bireylerin konumlarını ve toplumsal ilişkiler alanındaki göreceli dağılımlarını belirleyen unsurdur” (Bourdieu, 2022: 58). Toplumsal sermaye, bireyin sahip olduğu ilişkiler ağını ifade eder ve bu ilişkilerin birey üzerindeki etkileri oldukça büyüktür. Bu sermaye, bireylerin gruplar içerisindeki konumunu, bağlantılarını ve bu ilişkilerin getirdiği sosyal yükümlülükleri belirler (Göker, 2016: 232). Bourdieu'ya göre, toplumsal sermaye, bireyin veya grubun içinde bulunduğu ağ yapısından elde ettiği kaynakların toplamıdır ve bireylerin sosyal ilişkilerini harekete geçirme kapasitelerini belirlemektedir.

Bourdieu'nun temel ilgi alanlarından biri de kültürel sermayedir. Ona göre, kültürel sermaye, toplumun kendini yeniden üretme mekanizmasının temel bileşenidir ve aktarımında en büyük rol eğitime aittir. Aile, kültürel sermayenin aktarımında temel aracı olarak görülmekte ve bireyler, aileleri aracılığıyla toplumun belirlediği değerleri benimsemektedir. Bourdieu'ya göre, kültürel sermaye, egemen sınıfların iktidarını sürdürmesine hizmet eden bir yapıdır ve bireylerin sosyalleşme süreci boyunca öğrenilip aktarılmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2023: 108).

Bourdieu'ya göre, iyi eğitim almış bireylerin daha zengin bir kültürel sermayeye sahip olma potansiyelleri yüksektir. Aynı şekilde, kültürel sermayesi daha fazla olan bireyler, bu birikimlerini daha nitelikli bir eğitim aracılığıyla sonraki kuşaklara aktarmakta ve bu sayede toplumsal sınıflar arasındaki eşitsizlikleri yeniden

üretmektedirler. Ayrıcalıklı toplumsal sınıflar, kültürel sermayelerini kuşaktan kuşağa aktarma konusunda avantaj sahibi olup, toplumsal gücün dengesiz dağılımının devamında etkin bir rol oynamaktadırlar. Bu durum, kültürel sermayeden yararlanabilme olanaklarının toplumun egemenlik ve gücünü elinde bulunduran kesimleri tarafından kontrol edilmesini sağlamaktadır (Wallaceve Wolf, 2013: 134).

Bourdieu'ya göre kültürel sermaye üç temel biçimde varlık göstermektedir: nesneleşmiş, kurumsallaşmış ve bedenselleşmiş biçimler. Kültürel sermayenin nesneleşmiş biçimi; kitaplar, sanat eserleri ve bilimsel çalışmalar gibi somut nesneler aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Kurumsallaşmış biçimi ise eğitim sistemleri ve devlet aygıtları üzerinden toplumsal hiyerarşiye katkı sağlayan kurumsal yapılarla ilişkilidir. Bedenselleşmiş kültürel sermaye ise bireylerin dil kullanımı, vücut dili ve sosyal etkileşim biçimleri gibi çocukluktan itibaren kazanılan alışkanlıkların bir yansımasıdır. Bireylerin toplumsal yaşamda sergiledikleri jestler, yürüyüş tarzları ve iletişim alışkanlıkları gibi unsurlar, bedenselleşmiş kültürel sermayenin bir parçası olarak toplumsal ayrışmanın temel bileşenleri arasında yer almaktadır. Bourdieu'ya göre, bu ayrıcalıklar, toplumsal hiyerarşiyi sürdürmede kritik bir rol oynamakta ve eğitim sistemi aracılığıyla nesilden nesile aktarılmaktadır (Göker, 2016, s. 233).

Bourdieu'ye göre kültürel sermayenin en belirgin yansımalarından biri bedenlerdir. Bedenler, ailelerinden ve onların ekonomik birikimlerinden miras kalan kültürel sermayeyi doğrudan taşımakta ve yansıtmaktadır. Bir bireyin ait olduğu sınıf, sosyo-ekonomik göstergeler ve aldığı eğitim gibi temel kültürel sermaye unsurları, bedenler aracılığıyla nesilden nesle aktarılmaktadır. Kültürel sermayenin birey tarafından taşınması, içselleştirilmesi ve yeniden üretilmesi ise habitus kavramı ile açıklanmaktadır (Bourdieu, 2022: 69).

Bourdieu'nun çalışmalarında merkezi bir konumda yer alan habitus kavramı, bedenle doğrudan ilişkilidir. Bourdieu (Bourdieu, 1997: 122) habitusu, birey tarafından edinilmiş ve bedende kalıcı eğilimler şeklinde somutlaşmış bir yapı olarak tanımlamaktadır. Smith'e (2007: 188) göre ise habitus, bireyin zihninde ve bedeninde taşıdığı, farklı toplumsal ortamlarda başvurabileceği eğilimler ve kaynaklar bütünüdür. Bu bağlamda habitus, bireyin varoluşunu şekillendiren ve toplumsal normların içselleştirilmesini sağlayan bir mekanizma olarak değerlendirilebilir. Aynı zamanda habitus, bireysel pratiklerin kolektif toplumsal yapı ile olan bağımlı da ortaya koymaktadır.

Bourdieu'ye göre habitus, toplumsallaşmış öznelliğin bir yansımasıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2023: 196).

Bu doğrultuda, toplumdaki iktidar ve güç ilişkilerinin bireyler ve bedenleri üzerindeki etkisi açıkça görülebilmektedir. Habitus, sınıfsal ve toplumsal koşullara bağlı olarak şekillenen ve dönüşebilen alışkanlıklar, yatkınlıklar ve beceriler bütünü olarak bireyin toplumsal hayattaki konumunu belirler. Bireylerin sahip oldukları kültürel sermaye, onların potansiyellerini, yeteneklerini, görünüşlerini ve davranışlarını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Bu çerçevede bedenler, habitusun etkisiyle kültürel sermayenin taşıyıcısı haline gelerek toplumsal yapı içinde belirleyici bir unsur haline gelmektedir (Bourdieu, 2022: 70).

Bourdieu, bedeni toplumsal sınıflama bağlamında, sosyal konum ve habitusun cisimleşmesiyle şekillenen beğeni çerçevesinde ele almakta ve toplumbilimsel bir çözümleme sunmaktadır. Ona göre beden, bireyin günlük yaşamında sınıf temelli nesnel koşulların bir yansıması olarak habitus ile ilişkilidir. Habitus, bireyi eyleme yönlendiren ve motive eden kurulu sosyal yapılar sistemidir. Beğeni ise bu yapıyla uyumlu şekilde işleyerek bireyin bedensel deneyimlerini psikolojik ve fizyolojik açıdan şekillendiren bir düzenleyici işlev görmektedir. Bourdieu'ya göre beden, sınıfsal beğenin somutlaşmış bir formudur. Bu bağlamda, erkek ve kadın bedenleri üzerindeki kültürel görünüm, toplumsal cinsiyetle doğrudan ilişkili olarak bedenin kullanımını belirlemektedir (Kara, 2015: 28).

1.7.Beden ve Benlik

Benlik, bireyin kendisini nasıl algıladığı, kim olduğunu nasıl tanımladığı ve başkalarıyla olan ilişkilerini nasıl yapılandığına dair bilişsel, duygusal ve sosyal bileşenleri içeren çok boyutlu bir kavramdır. Beden algısı ise bireyin kendi fiziksel görünümüne dair algıları, düşünceleri ve hisleriyle şekillenen psiko-sosyal bir yapıdır. Benlik ve beden algısı arasındaki ilişki, bireyin kimlik inşasında belirleyici bir rol oynamaktadır ve sosyal, kültürel ve bireysel faktörlerden etkilenerek dinamik bir yapı sergilemektedir. Özellikle genç yetişkinlik döneminde, bireyler benliklerini inşa ederken bedensel görünimleri, toplumsal beklentiler ve çevresel geri bildirimlerle etkileşim içinde bulunur. Bu bağlamda, üniversite gençliğinin beden algısının benlik algısı üzerindeki etkilerini anlamak, kimlik oluşumu sürecine dair önemli ipuçları sunmaktadır.

Bu bölümde, benlik ve beden algısı arasındaki bağlantı teorik çerçevede ele alınarak, bireyin benlik algısının beden algısı ile nasıl şekillendiği ve toplumsal dinamikler tarafından nasıl yönlendirildiği tartışılacaktır.

Benlik ve beden algısı arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu bağın temelinde, benlik ile beden arasındaki doğal ve kaçınılmaz etkileşim yer almaktadır. Beden, benliğin oluşumunda belirleyici bir unsurdur; bireyin benliği, bedensel deneyimler ve fiziksel varoluş aracılığıyla şekillenir. Her ne kadar benlik doğrudan bedene indirgenemese de onun varlığı bedenle bütünleşmiş bir biçimde ortaya çıkar. İnsan varlığı bedensel bir temele dayanmakla birlikte, soyut niteliklere de sahiptir ve benlik bu soyut unsurlardan biridir. Benlik kavramı doğrudan bedenle özdeşleştirilemez; ancak beden, benliğin en temel simgesi ve ilk belirleyicisidir. Benlik, beden aracılığıyla somutlaşırken, bilinç ve yaşam deneyimleri de beden yoluyla şekillenir. Bununla birlikte, beden yalnızca fiziksel bir yapıdan ibaret değildir; ruh ve bilinçle anlam kazanır. Bu nedenle benlik, bedenden bağımsız düşünülemez. Sonuç olarak, benliğin oluşumu ve beden algısı üzerindeki etkileri, bedenin nasıl şekillendiği ile doğrudan ilişkilidir (Bozkurt, 2024: 45-47). Benlik, sosyalleşme ile oluşur ve bu süreçte beden vasıtasıyla insan denen varlığa dönüşür. Dolayısıyla beden algısının nasıl inşa edildiğini anlamak için öncelikle benlik kavramını incelemek gerekmektedir.

Benlik, bireyi başkalarından ayırt eden ve ona özgü niteliklerin bütünüdür (Zencirkıran, 201a: 28). Bireyin kendisi hakkındaki temsillerinin toplamı olup, onu diğer bireylerle benzer ya da farklı kılan bireysel nitelikleri kapsar (Bilgin, 2013: 159). Bu kavram, bireyin kendisini nasıl algıladığı ile ilgilidir ve kişinin zihninde oluşturduğu kendilik imgesini ifade eder (Çetin, 2017: 80). Benlik, bireyin kendisini diğer insanlardan ve çevresindeki her şeyden ayrı ve benzersiz bir varlık olarak görmesi, bu farkındalığı anlamlandırması ve bunun bilincinde olmasıdır (Budak, 209: 127). Bu bağlamda benlik, bireyin öz farkındalığını ve kendisini kavrayış biçimini içeren bir yapıdır (Marshall, 1999: 64).

Benlik, doğuştan gelen bir unsur olmaktan ziyade, bireyin gelişim süreci içerisinde şekillenen bir olgudur. Her bireye özgü olmakla birlikte, toplumsal etkileşimler ve ilişkiler aracılığıyla ortaya çıkar. Bu yönüyle benlik, bireyin içinde bulunduğu toplumsal deneyimlerin ve süreçlerin bir ürünüdür (Ritzer, 2011: 221). Sosyal etkileşim yoluyla inşa edilen benlik, toplumsal yapıdan ve kültürel bağlamdan bağımsız düşünülemez (Çetin,

2017: 81; Kızılcelik, 2020: 146). Birey, toplumla kurduğu ilişkiler sonucunda benliğini biçimlendirir ve aldığı geri bildirimler doğrultusunda kendilik algısını sürekli olarak yeniden şekillendirir. Toplumun bireye yönelik tepkileri, bireyin davranışlarını yönlendiren temel unsurlardan biri hâline gelir (Zencirkıran, 2017b: 28).

Benlik kavramı üzerine en fazla yoğunlaşan düşünürlerden biri George Herbert Mead'dir. Mead'in benlik anlayışı, bu kavramı yalnızca psikoloji alanı ile sınırlamaması, onu bütüncül bir perspektifle ele alarak sosyolojik bir bağlama oturtması bakımından önem taşımaktadır (Kızılcelik, 2020: 146).

Mead'e göre benlik, daha kapsamlı bir yapının nesnel gerçekliğinin içselleştirilmesini ya da öznel yorumunu temsil eder. Benlik bireyin genelleştirilmiş diğerleri ya da içinde bulunduğu toplumun toplumsal alışkanlıklarını içselleştirmesiyle şekillenir (Poloma, 1996: 225). Mead, benliği iki boyutta ele alır. İlk boyut olan ben (I), bireyin zgn ve biricik yönünü ifade eder. Bireyi diğerlerinden ayıran nitelikler bu boyutta yer alır ve birey, bu yönüyle özerk bir özne konumundadır. İkinci boyut ise beni/bana (me) olup, benliğin toplumsal yönünü temsil eder (Zencirkıran, 2017a: 28).

Ben (I), bireyin ihtiyaçlarını ve isteklerini yansıtırken; beni/bana (me), bireyin içinde yaşadığı toplumu ve başkalarını temsil eder (Kızılcelik, 2020: 146). Bu bağlamda benlik, bireyin zgn yönü ile sosyal yönü arasındaki diyalektik bir etkileşimin sonucudur. Benlik zne olarak hareket ettiğinde ben (I), hareketin hedefi olduğunda ise beni/bana (me) olarak ortaya çıkar (Wallace ve Wolf, 2013: 276). Dolayısıyla Mead'e göre benlik, biyolojik ve psikolojik ben ile sosyolojik bananın bir birleşimidir (Poloma, 1996: 225).

Mead, benliği hem bir özne hem de bir nesne olarak ele alır. Buna göre benlik, bireyin düşünme ve eyleme kapasitesine sahip olduğu bireysel benlik (I) ile bireyin diğerleri için var olduğu ve kendisini nesne olarak fark ettiği sosyal benlik (me) olmak üzere iki yönlü bir yapıdadır. Bu iki boyut, birbirinden ayrı düşünülemez ve anlamlı bir bütün oluşturur (Mead, 2017: 195). Benliğin beni/bana kısmı bireyin dışsal yönünü ifade eder; yani toplumun bireye yönelik talepleri, normlar ve uyulması gereken kalıpları kapsar. Buna karşın ben (I), bireyin bu toplumsal talepleri değerlendirdiği, eleştirdiği ve içselleştirdiği öznel yönünü temsil eder (Karaarslan, 2019: 88). Bireysel benlik (I), bireyin davranışlarını yönlendirirken; sosyal benlik (me), bireyin genelleştirilmiş diğerleri ile olan ilişkisini ifade eder.

Mead, benliğin gelişiminin çocukluk döneminde, özellikle oyun aracılığıyla gerçekleştiğini savunmaktadır. Çocukların, toplumun değer ve normlarını öğrenme sürecinde oyunun kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Mead'e göre, benliğin gelişimi üç temel aşamada gerçekleşmektedir. İlk aşama taklit aşamasıdır. Bu dönemde çocuklar, belirli bir rolün bütünlüğünü kavramaksızın, çevrelerindeki bireylerin davranışlarını taklit ederler. Erken yaşlarda gerçekleşen bu süreçte çocuk, davranışların anlamını bilmeden, özellikle en yakın çevresinden gelen tepkilere dayalı olarak belirli hareketleri tekrar eder. Mead, bu aşamada gerçekleştirilen davranışları anlamsız taklit olarak nitelendirmektedir. Bunun nedeni, çocuğun henüz başkalarının bakış açısını alma ve onların rollerini kavrama yetisine sahip olmamasıdır (Wallace ve Wolf, 2013: 283).

İkinci aşama oyun aşamasıdır. Bu aşamada çocuklar, taklit sürecinden çıkarak, belirli rollerin anlamını kavramaya ve oyun yoluyla öğrenmeye başlarlar. Bu süreçte, bireysel farkındalık artmakta ve çocuk, belirli sosyal rolleri üstlenmeyi deneyimlemektedir. Toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenilmesi de bu aşamada gerçekleşmektedir. Örneğin, çocuklar evcilik oyunlarında anne ve baba rollerini üstlenirken, farklı oyunlarda doktor, polis gibi meslek gruplarını temsil eden roller seçebilirler. Bu aşamanın temel özelliği, çocukların rollerin gerektirdiği davranışları anlamaya çalışmaları ve bu rollerin toplumsal süreçlerle nasıl şekillendiğini fark etmeleridir. Üçüncü aşama ise kurallı oyun aşamasıdır. Bu dönemde çocuk, yakın çevresinin ötesine geçerek daha geniş ve karmaşık sosyal ilişkiler kurmaya başlar. Artık birden fazla rolü üstlenebilir ve rollerin gerektirdiği davranışları, toplumun beklentilerini öğrenir. Bu süreç, çocuğun benliğinin daha geniş bir toplumsal bağlam içerisinde şekillenmesini sağlar (Zencirkıran, 2017a: 32-33). Başlangıçta çocuk yalnızca kendi davranışlarının farkındadır ve diğer bireylerin rollerini anlamlandırmak zorunda değildir. Ancak ilerleyen süreçte, oyuna katılan diğer bireylerin rollerini de dikkate almak ve onların bakış açılarını anlamak durumundadır (Poloma, 1996: 225). Bu aşama, bireyin başkalarının perspektifinden bakabilme yetisini geliştirdiği ve toplumun kurallarını içselleştirmeye başladığı kritik bir dönemi temsil etmektedir. Son aşama olan kurallı oyun aşaması, bireyin genişleyen sosyal çevresi içinde farklı rollerin gerektirdiği davranışları ve toplumun beklentilerini öğrenmesini ve benimsemesini sağlar (Kızılçelik, 2020: 147). Böylece birey, yalnızca taklit etmekten öteye geçerek başkalarının gözünden bakabilme yetisi kazanır ve toplumun normlarını daha bilinçli bir şekilde içselleştirir.

Mead'e göre benlik, oluşum sürecinde önemli bir aşama da genelleştirilmiş başkasıdır. Genelleştirilmiş başkası, bireyin içinde yaşadığı toplumun bütününü temsil eder ve toplumsal yapının örgütlenmiş tavırlarını kapsar (Kızılçelik, 2020: 147). Birey, toplumun değerlerini, normlarını, inançlarını ve genel duygu-düşünce yapısını içselleştirerek, bu doğrultuda tutum ve davranışlarını şekillendirir. Mead'e göre birey bir eylemde bulunmadan önce, içinde bulunduğu toplumun değerlerini ve beklentilerini göz önünde bulundurur ve buna uygun şekilde hareket eder. Bu bağlamda, bireyin tutum ve davranışlarını belirleyen temel unsurlar, toplumun genel normatif yapısını yansıtan genelleştirilmiş başkası kavramı içerisinde anlam kazanır. Genelleştirilmiş başkası, bireyin toplumla bütünleşmesini sağlayan önemli bir mekanizma olup, benliğin gelişiminde merkezi bir rol oynar (Mead, 2017: 181).

İKİNCİ BÖLÜM

2.BULGULAR VE DEĞERLENDİRMELER

2.1.Araştırma Sahasının Özellikleri ve Katılımcı Profilleri

2.1.1.Araştırma Sahasının Özellikleri

Aksaray Üniversitesi 2006 yılında kurulmuştur. Aksaray Üniversitesi bünyesinde 13 Fakülte, (Dış Hekimliği Fakültesi, Eğitim Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İletişim Fakültesi, İslami İlimler Fakültesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Tıp Fakültesi, Turizm Fakültesi, Veteriner Fakültesi) 3 Enstitü, (Fen Bilimler Enstitüsü, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sosyal bilimler Enstitüsü)1 Eğitim ve Araştırma Hastanesi, 1 Yüksekokul, (Yabancı Diller Yüksek Okulu) 6 Meslek Yüksekokulu (Eski Meslek Yüksek Okulu, Güzelyurt Meslek Yüksek Okulu, Ortaköy Meslek Yüksek Okulu, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu) ve 21 Uygulama ve Araştırma Merkezi ile ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyinde 9890 kız öğrenci ve 8930 erkek öğrenci olmak üzere toplam 18820 öğrencisiyle eğitim ve öğretime devam etmektedir.

2.1.2.Katılımcıların Profilleri

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılarla yapılan mülakattan elde edilen verilerin analizi yapılmıştır. Bu bağlamda, mülakatlardan elde edilen veriler betimlenmiş ve kodlanmıştır. Kodlanan veriler, belirli temalar altında düzenlenmiş ve nihai olarak değerlendirilip yorumlanmıştır. Çalışmada yer alan katılımcıların kimlikleri, özel hayatın gizliliği ve etik ilkeler doğrultusunda gizli tutulmuştur. Katılımcıların adları doğrudan kullanılmamış; bunun yerine kodlama yöntemi tercih edilmiştir. Kadın katılımcılar “K”, erkek katılımcılar ise “E” kodlarıyla ifade edilmiştir. Katılımcılarla ilgili demografik bilgiler doğru verilmiştir.

Katılımcı profilleri şu şekildedir:

Tablo 1. Katılımcıların profil bilgileri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Bölüm
K1	19	Kadın	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
K2	20	Kadın	Gazetecilik
K3	22	Kadın	Biyotek. ve Moleküler Biyoloji
K4	21	Kadın	PDR
K5	25	Kadın	Sosyoloji
K6	23	Kadın	Sosyoloji
K7	26	Kadın	Türk Dili ve Edebiyatı
K8	21	Kadın	Gazetecilik
K9	20	Kadın	İngiliz Dili ve Edebiyatı
K10	22	Kadın	Matematik Öğretmenliği
K11	21	Kadın	Acil Yardım ve Afet Yönetimi
K12	23	Kadın	İngiliz Dili ve Edebiyatı
K13	22	Kadın	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği
K14	21	Kadın	Okul Öncesi Öğretmenliği
K15	20	Kadın	Turizm Rehberliği
K16	22	Kadın	PDR
K17	21	Kadın	PDR
K18	23	Kadın	Hemşirelik
K19	23	Kadın	Acil Yardım ve Afet Yönetimi
K20	22	Kadın	İslami İlimler
K21	21	Kadın	Türk Dili ve Edebiyatı
K22	19	Kadın	Özel Eğitim Öğretmenliği
K23	23	Kadın	İktisat
K24	22	Kadın	Hemşirelik
K25	20	Kadın	Sosyoloji
K26	22	Kadın	İngiliz Dili ve Edebiyatı
K27	19	Kadın	Okul Öncesi Öğretmenliği
K28	22	Kadın	Matematik Öğretmenliği
K29	21	Kadın	Türkçe Öğretmenliği
E1	21	Erkek	Gazetecilik
E2	21	Erkek	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
E3	23	Erkek	Elektrik-Elektronik Müh.
E4	21	Erkek	Siyaset Bilimi ve Kamu Yön.
E5	21	Erkek	Tarih Bölümü
E6	23	Erkek	Jeoloji Mühendisliği
E7	20	Erkek	Biyoloji

2.2.Bedenin Sosyal Konumu ve Kimlik

2.2.1.Ayna Beden: Ötekinin Bakışında Kendilik

Birey, sosyal çevresiyle sürekli etkileşim içinde olup, bu etkileşimler aracılığıyla edindiği izlenimleri değerlendirerek davranışlarını şekillendirir. Bu bağlamda birey, çevresindeki kişiler tarafından kendisine yönelik geliştirilen duygu ve düşünceleri yorumlar, analiz eder ve bunları tutum ve davranışlarına yansıtır. Sosyal yaşam, bireyin toplumdaki diğer bireylerle kurduğu ilişkiler aracılığıyla anlam kazanır ve değerli hâle gelir. Bu nedenle çevredeki kişilerin düşünceleri ve beklentileri, bireyin tutum ve davranışları üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Toplumsal dünyamızı oluşturan bireylere anlam ve değer atfetmemizin temelinde, onlarla kurduğumuz sürekli etkileşim ve ortak yaşam alanlarımız yer almaktadır.

Algılarımız, tutumlarımız ve davranışlarımız bu sosyal ilişkiler çerçevesinde şekillenir ve zamanla değişebilir. Bu etkileşim süreci öncelikle bireyin yakın çevresini (aile, arkadaş, sevgili vb.) kapsasa da zamanla medya ve kültürel kodlar aracılığıyla daha geniş toplumsal çerçevelere yayılır. Böylece birey, doğrudan ilişki kurmadığı ancak dolaylı olarak etkileşimde bulunduğu geniş toplum kesimlerinin değer ve beklentileri doğrultusunda da yönlendirilebilir. Sonuç olarak, bireyin benlik algısının inşasında “başkası” kavramı hem yakın çevreyi hem de ait olunan daha geniş toplumsal yapıyı ve bu yapıya özgü değer ve normları içeren temel bir unsur hâline gelmektedir. Bu çerçevede beden, yalnızca bireyin kendisini ifade ettiği fiziksel bir alan değil, aynı zamanda başkalarının bakışında şekillenen ve sosyal aynada sürekli yeniden inşa edilen bir temsil aracına dönüşür.

Mead’in benlik kuramına göre (2017: 165-200) bireyin kimlik ve benlik algısı toplumsal ilişkiler aracılığıyla şekillenmekte olup, doğuştan gelen bir özellikten ziyade sosyal etkileşim süreçleri sonucunda inşa edilmektedir. Bu bağlamda, bireyin benlik ve beden algısının oluşumunda, “genelleştirilmiş başkası” olarak adlandırılan geniş sosyal çevrenin kritik bir rol oynadığı söylenebilir. Sosyal çevre, bireyin kendisine yönelik algısını biçimlendiren geri bildirimler sunarak, benlik gelişim sürecine doğrudan katkıda bulunmaktadır. Bu süreçte birey, yalnızca kendi içsel değerlendirmelerine dayanarak değil, aynı zamanda etkileşimde bulunduğu diğer bireylerin kendisi hakkındaki duygu ve düşüncelerini göz önünde bulundurarak tutum ve davranışlarını şekillendirir. Söz konusu

etkileşim süreci, bireyin beden algısını da doğrudan etkilemektedir. Birey, bedenini sosyal çevresinden aldığı geri bildirimlere göre inşa eder ve sunar. Bu durum, Cooley'nin “ayna benlik” (looking-glass self) kavramıyla da örtüşmektedir. Ayna benlik, bireyin diğer insanların kendisi hakkındaki algılarını gözlemleyerek, bu algılara dayanarak benliğini şekillendirdiği süreci ifade eder. Beden algısının oluşumunda ise birey, “genelleştirilmiş başkası” olarak değerlendirilen aile, sevgili, arkadaş ve diğer sosyal aktörlerin kendisi hakkında geliştirdiği izlenimleri dikkate alarak, bedenini nasıl sunduğunu ve nasıl denetlediğini belirlemektedir. Bu süreç, bireyin toplumsal çevresine uyum sağlama ve kabul görme çabasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir (Berberoğlu, 2012: 59-71).

Cooley'in ayna benlik teorisi, bireyin “genelleştirilmiş başkası”nı bir ayna olarak görmesi ve çevresinden aldığı tepkilere göre benlik algısını inşa etmesi sürecini açıklar. Bu bağlamda birey, genelleştirilmiş başkasının aynasından kendisini gözden geçirir, değerlendirir ve gerekli gördüğünde benliğini yeniden yapılandırır (Zencirkıran, 2017a: 34). Cooley'e göre birey, toplumsal çevresinden gelen izlenimlere dayanarak kendisini değerlendirir, bu değerlendirmelere göre davranışlarını sürdürür ya da yeniden şekillendirir.

Bu süreç, yalnızca benlik algısı ile sınırlı kalmaz; bireyin beden algısı ve bedensel sunumu da toplumsal etkileşimlerden etkilenir. Toplumla kurulan ilişkiler bireyin benlik algısını şekillendirdiği gibi, bu benlik algısı da beden aracılığıyla somutlaşır ve bireyin toplumsal varoluşunu belirgin hale getirir. Dolayısıyla benlik ve beden arasında karşılıklı etkileşime dayalı diyalektik bir ilişki bulunmaktadır. Birey, toplumsal çevresinden edindiği izlenimlere göre bedenini düzenler, biçimlendirir ve sunar. Bu bağlamda, genelleştirilmiş başkası, bireyin beden algısını oluşturmada ve bedenini inşa etmesinde bir ayna işlevi görmektedir. (Ritzer, 2011: 225).

Birey, toplumsal etkileşimler aracılığıyla hem kendi öznel duygu ve düşüncelerine hem de genelleştirilmiş başkasının değerlendirmelerine başvurarak benliğini inşa eder. Bu süreç, bireyin öznel *ben* (I) algısıyla, başkalarının kendisini nesne olarak değerlendirdiği *bana* (me) algısı arasındaki diyalektik ilişki sonucunda şekillenir. Birey, toplumsal süzgeçten geçirerek oluşturduğu bu sentez sayesinde bütüncül ve anlamlı bir benlik bilincine sahip olur. Sonuç itibarıyla benlik, bireysel olan ile toplumsal olanın etkileşiminin bir ürünü olarak ortaya çıkar (Zencirkıran, 2017a: 34-35).

Bu süreçte birey, kendine ait bireysel nitelikleri benlik oluşumuna taşıırken, aynı zamanda genelleştirilmiş başkasının bakış açılarını da dikkate alır. Özellikle güçlü duygusal bağlarla bağlı olduğu yakın çevresi, bu süreçte belirleyici bir role sahiptir. Çünkü bireyin zihinsel ve duygusal etkileşim içinde bulunduğu anlamlı ilişkiler ağı, benlik gelişiminin temel yapı taşlarından biridir. Yakın çevre, bireyin sosyal dünyasını inşa ettiği ve kimlik gelişimini sürdürdüğü en önemli etkileşim alanlarından biri olarak öne çıkmaktadır (Kızılcıkelik, 2020: 214-215).

Katılımcıların, benlik oluşumu ve bedeninin inşası arasında kurduğu ilişkiyi anlamaya yönelik verdiği yanıtlar, teorik çerçeve ile örtüşerek, bedensel farkındalık ve toplumsal etkileşimin nasıl iç içe geçtiğini gözler önüne sermektedir.

Örneğin, Katılımcı K17'nin verdiği yanıt, bireysel beden bakımının sadece özdeğerin bir ifadesi değil, aynı zamanda toplumdan alınan geri bildirimlerle şekillenen bir süreç olduğunu göstermektedir. Bu durum, yakın çevrenin birey üzerinde nasıl bir etki yarattığını ve bedeninin toplumsal bir referans noktası olarak nasıl işlediğini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda “Bedeninize özen gösterir misiniz? Bedeninize özen göstermenizde diğer insanların beğenisini kazanmanın etkisi var mıdır?” sorusuna Katılımcı K17 şu yanıtı vermiştir: *“Bedenime özen gösteririm. Ama bunu öncelikle kendim için yaparım. Çünkü herkesten önce kendime özen göstermemin, kendime değer vermemin göstergesidir bu. Mesela günlük bakım yapmak, üstüne başına dikkat etmek bu önce kendim için. Ama hayatımdaki ya da çevremdeki diğer insanların beni beğenmesini de önemsiyorum. Neticede bir toplumda yaşıyoruz. Onların düşünceleri, yorumları etkiliyor. Onların da beni beğenmesini, yaptıklarını güzel bulması önemsiyorum. Örneğin okula saçım başım, makyajımın güzel olduğu ve şık kıyafetlerimle gittiğim bir günde arkadaşlarımdan hemen dikkatini çekiyor. Hemen dile getiriyorlar. İyi konuşulduğunda insanın hoşuna gidiyor ister istemez. Bu durum beni keyiflendiriyor ve hep böyle özenli olmaya, dikkat etmeye sevk ediyor. Hep böyle beğenilmek için daha fazla istekli oluyorum.”*

Katılımcı K17'ye, bakım ve güzel giyim dışında bedenle alakalı başka bir çabasının olup olmadığı sorulduğunda şu şekilde yanıt vermiştir: *“Şöyle, çok sıkı olmasa da diyet yapıyorum, bireysel egzersizlerle birlikte düzenli ve uzun yürüyüşler yapıyorum. Bu bana yetiyor. Çünkü düzgün bir fiziğimin olduğunu düşünüyorum. Amaç bunu korumak, bakımlı bir vücutla ve güzel bir giyinmeyle bütünleştirmek. Dışarıya uyumlu ve*

güzel bir görünüm yansıtmak. Kardeşin, akrabanın, komşunun, arkadaşın, eşin, dostun yani hayatınızdaki insanların sizi beğenmesi sizi sevdiği, size değer verdiğini, sizi önemseddiğini gösterir. Siz de dış görünümünüze dikkat ederek de onlara karşılık vermiş olursunuz. Çünkü onlar da sizin hayatınızda ve o insanlarla bir bütünlük oluşturuyorsunuz.”

Katılımcı K17, bedenine tatmin, özdeğer algısının bir yansıması olarak özen gösterdiğini belirtmektedir. Bu, kendine değer verme ve özen gösterme pratiğinin içsel bir ihtiyaç olduğunu ifade ederken, diğer insanların beğenilerini de önemseddiğini ortaya koymaktadır. Birey, diğerlerinin düşünce ve yorumlarını dikkate alarak bedenine yönelik bakım ve şekillendirme çabalarını sürdürmekte; bu dışsal değerlendirmeleri kendi benliğini şekillendiren birer “ayna” olarak kullanmaktadır. Katılımcının, okul ortamında özenli bir görünümle bulunduğu arkadaşlarından gelen olumlu geri bildirimler, benlik saygısını artırıcı bir etki oluşturmaktadır. Bu, sosyal çevreden gelen beğeni ve onaylanma ihtiyacının bireyin benlik algısındaki önemli rolünü ortaya koymaktadır. Katılımcı K17, bedenine verdiği önemi diyet, egzersiz ve düzenli bakım ile desteklemektedir. Bu çabaları yalnızca bireysel tatmin için değil, sosyal çevresinin beğenisine hitap etmek amacıyla da gerçekleştirdiğini göstermektedir. Beden algısını, sosyal çevrenin beğeni ve değer yargılarına göre şekillendirdiği görülmektedir. K17’nin bedenine yönelik özeni, bireysel ve toplumsal bir etkileşim alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bedenine gösterdiği bakım ve çevresinden aldığı olumlu tepkiler, bireyin duygusal ihtiyaçlarını tatmin eden bir mekanizma görevi görmektedir. Bu durum, bireyin beden algısının sosyal çevresiyle karşılıklı etkileşim içinde nasıl biçimlendiğini somut bir şekilde gözler önüne sermektedir.

Benzer şekilde yaptığımız görüşmeler içerisinde diğer katılımcıların beden algılarının da başkalarının değerlendirmelerinden etkilendiği görülmektedir. Örneğin, “Bedeninize özen göstermenizde başkalarının telkinlerinden etkilendiniz mi?” sorusu yöneltilmiş ve Katılımcı E6 şu yanıtı vermiştir: *“Sınıfta aramızın iyi olduğu beş/altı arkadaşım var. Yediğimiz, içtiğimiz ayrı gitmez neredeyse. Onlar bir fitness salonuna kaydoldular. Beni de kaydetmek istediler ama hem tembellikten hem de bedenimin iyi olduğunu düşündüğümünden yazılmadım onlarla. Bir müddet sonra hem onların yaptığı çalışmanın işe yaradığını gördüm bizzat hem de onların daha dinç ve diri olursun, sıkı bir vücudun olur, iyi bir göbek, karın ve göğüs kasların ve şekilli ve güçlü kolların olur.*

Bu da seni daha çekici kılar ve daha fit bir vücudun olur dediler. İkna oldum ve kabul ettim. Bir süre normal çalıştım hoşuma gittiğini gördüm ve şimdi vücut çalışıyorum. Sporla oluşan yeni bedenimden memnunum.”

Görüldüğü üzere Katılımcı E6'nın fitnessa karar vermesi, öncelikle içinde bulunduğu yakın çevrenin telkin ve yönlendirmelerinin bir sonucu olarak şekillenmiştir. Katılımcı, başta mevcut beden yapısından memnun olsa da çevresindeki arkadaşlarının sporla elde ettikleri fiziksel değişimi gözlemlemiş ve onların telkinlerini dikkate alarak fitnessa başlamaya karar vermiştir. Bu durum, bireyin beden algısının, önem verdiği sosyal çevrenin etkisiyle yeniden şekillendiğini göstermektedir. Arkadaşlarının önerileri, toplumsal olarak belirli bir “ideal beden” standardını işaret etmektedir. Katılımcı E6, bu standartların diğerlerinin gözünde daha makbul olduğunu fark etmiş ve bu doğrultuda kendi bedenini yapılandırmaya başlamıştır. Normal olarak görülen beden hem arkadaş çevresinin hem de toplumun genel güzellik anlayışı karşısında yetersiz kalabileceği düşüncesi, bireyin bu algıyı benimsemesine neden olmuştur. Bu durum, bireyin benliğinin dışa yansıyan kısmı olan beden, toplumsal etkileşimler ve çevresel değerlendirmelerle nasıl biçimlendiğini açıkça ortaya koymaktadır. Katılımcının, çevresindeki bireylerin yorum ve telkinlerini dikkate alarak bedenine yönelik kararlar alması, “genelleştirilmiş başkası” kavramının birey üzerindeki etkisini somut bir şekilde göstermektedir. Katılımcı E6, arkadaş grubunun beden algısına yönelik olumlu değerlendirmelerini dikkate almış, bu geri bildirimleri bir “ayna” olarak kullanarak bedenine yön vermiştir. Bu bağlamda, bireyin bedenini yapılandırma süreci, sosyal çevrenin değer yargıları ve normları doğrultusunda şekillenmiştir.

Katılımcı E6'nın fitness'a başlaması ve bedenine özen göstermesi, bireyin toplumsal normlarla uyum sağlama ve çevresindeki bireylerle bağlarını güçlendirme çabasıyla ilişkilidir. “Genelleştirilmiş başkası” kavramı, (Mead, 2017: 181) bireyin beden algısı üzerinde güçlü bir etkiye sahip olup, bireyin benlik inşasında vazgeçilmez bir referans noktası oluşturmaktadır.

Katılımcılar özellikle genç yetişkinlik döneminde, sosyal çevreden alınan onay ve beğeni, bireyin benlik algısını önemli ölçüde etkileyebilmekte ve birey, bu doğrultuda fiziksel görünümüne yönelik çeşitli stratejiler geliştirebilmektedir. Dolayısıyla, bireyin fiziksel görünümüne gösterdiği özen yalnızca estetik bir kaygı değil, toplumsal kabul ve aidiyet arzusuyla da yakından ilişkilidir. Örneğin “Diğerlerine güzel görünmenin, onların

gözünde estetik bir görünüme sahip olmanın sizin için önemi nedir?’’ sorusuna Katılımcı K4 şu yanıtı vermiştir: *‘İlgi görmek. Açıkçası insanların ilgi göstermesi, Sevdiklerimin, arkadaşlarımla, günlük hayatta her gün karşılaştığım insanların ilgi göstermesi beni sevmesi, bana değer vermesi. Çünkü insanlar sevsin, ilgilensin, sohbet etsin, konuşsun istiyorum. Mesela yurttan kaldığım için akşamları arkadaşlarla bir araya geldiğimizde konu güzel görünmeye, güzel giyinme, vücudunun iyi görünmesine geliyor. Vücudu fit, elbisesi güzel, makyajı özenli arkadaşlardan örnek veriliyor. Üniversite ortamında böylesi arkadaşların nasıl ilgi ve dikkat çektiği konuşuluyor. Ben de benim hakkında güzel konuşulsun, dikkat edilsin, ilgi gösterilsin istiyorum.’* ‘‘Bunun için dış görünümünüze dikkat ediyor musunuz?’’ Katılımcı K4: *‘Evet, özen göstermeye çalışıyorum. Mesela sıkı bir diyet yapıyorum. Her gün mutlaka yürüyüş yapıyorum. Üniversitenin içinde öğrencilerin kullanımı için spor salonu hizmeti var. Oraya gidiyorum belirli bir program çerçevesinde. Ayrıca yürüyüş yapıyorum. Daha düzgün daha sıkı bir vücut için yapıyorum bunları.’* ‘‘Bunları yapmanız bir fark oluşturuyor mu, size bir katkısı oluyor mu?’’ Katılımcı 4: *‘Evet, önemli bir katkısı var. Karnım dümdüz mesela. Bacaklarım ve kollarım daha sıkı. Giydiğim her şeyin çok iyi oturduğunu çok yakıştığını söyleyebilirim. Bu da insanların beni övmesine, hayranlık duymasına sebep oluyor. Bu beni iyi hissettiriyor, sevildiğimi, değer verildiğini hissediyorum. Bunun için de bu formu korumak için daha fazla gayret ediyorum.’*

Katılımcı K4’ün yanıtlarından, bireyin dış görünüşüne verdiği önemin temel motivasyonlarından birinin sosyal kabul ve beğeni arayışı olduğu görülmektedir. Katılımcı K4, estetik bir görünüme sahip olmanın, çevresindeki insanlar tarafından ilgi görmek, beğenilmek ve değer verilmekle doğrudan ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda, fiziksel görünümüne yönelik çabalarının sosyal ilişkilerdeki statüsünü ve etkileşimini güçlendirdiği düşüncesi hakimdir. Katılımcı K4, özellikle üniversite ortamındaki sosyal dinamiklere vurgu yaparak, güzel giyinmenin, fit bir vücuda sahip olmanın ve özenli bir dış görünüş sergilemenin sosyal ilgi ve dikkat çekme açısından önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir. Buradan hareketle, bireyin bedensel imajı ile özdeğer algısı arasında güçlü bir ilişki kurduğu söylenebilir. Katılımcı K4’ün çevresinden aldığı olumlu geri bildirimler onun kendini daha iyi ve değerli hissetmesine katkıda bulunmakta, bu da dış görünüşünü koruma çabasını pekiştirmektedir. Ayrıca, katılımcının belirttiği diyet ve egzersiz alışkanlıkları, bedensel görünümünü iyileştirme ve

sürdürülebilir bir formda kalma amacına hizmet etmektedir. Düzenli fiziksel aktivite ve beslenme kontrolü, bireyin estetik kaygılarının yanı sıra, kendini iyi hissetme ve sosyal çevrede olumlu bir algı yaratma isteğiyle de ilişkilendirilmektedir. Buradan yola çıkarak, bireyin beden algısının hem içsel memnuniyet hem de dışsal kabul ile şekillenen çift yönlü bir dinamik olmaktadır. Bu ifadeler, çağdaş toplumda beden imajının bireylerin psiko-sosyal yaşamlarında oynadığı merkezi rolü ortaya koymaktadır.

“Diğerlerine güzel görünmenin, onların gözünde estetik bir görünüme sahip olmanın sizin için önemi nedir?” diye sorulmuş ve Katılımcı E6 bu soruyu şöyle yanıt a: *“Hem kendim için hem başkaları için önemli. Kendime baktığımda kendimi sevmem gerekiyor. E tabii böyle düşünen birini en başta kendisi iyi olmalı. Bu yüzden göze hoş gelen bir görünüm insanın karşı tarafa verdiği ilk mesaj olduğu için çok önemserim.”* Katılımcı E6’nın yanıtı incelendiğinde, bireyin fiziksel görünümüne verdiği önemin hem içsel hem de dışsal boyutları olduğu görülmektedir. Katılımcı, estetik bir görünüme sahip olmanın yalnızca başkalarının algısı açısından değil, aynı zamanda bireyin kendine yönelik tutumu açısından da kritik bir rol oynadığını belirtmektedir. Bu çerçevede, beden imajının bireyin özsaygısını ve psikolojik iyi oluşunu destekleyici bir unsur olduğu sonucu doğurmaktadır. Katılımcı, bireyin kendisini sevmesi ve olumlu bir benlik algısına sahip olması gerektiğini vurgularken, fiziksel görünümün bireyin kendisiyle kurduğu ilişki açısından da belirleyici olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda, bakım ve estetik kaygılar yalnızca toplumsal beğeni kazanma amacıyla değil, bireyin kendine duyduğu saygının ve özdeğer algısının bir yansımasıdır. Bununla birlikte, katılımcının fiziksel görünümü “karşı tarafa verilen ilk mesaj” olarak tanımlaması, beden imajının sosyal etkileşimlerdeki belirleyici rolüne işaret etmektedir. İnsanların ilk izlenimlerini büyük ölçüde fiziksel görünüm üzerinden oluşturdukları göz önüne alındığında, bireyin dış görünüşünü önemsemesi kendisi ve sosyal çevresi açısından anlam kazanmaktadır. Katılımcının ifadeleri, fiziksel görünümün bireyin hem içsel dünyası hem de sosyal ilişkileri açısından çok boyutlu bir işlev taşıdığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, bireyin estetik kaygıları, yalnızca dışsal bir onay arayışıyla değil, aynı zamanda kendini iyi hissetme ve olumlu bir benlik algısı oluşturma süreciyle de yakından ilişkilidir.

Bunun için bir çabasının olup olmadığını sorduğumuzda ise spor salonuna iki yıldır gittiğini ifade etmiştir. Bu konuda ise şunları söylemiştir. Katılımcı E6: *“Başta da dediğim gibi hem kendim için hem başkaları için dış görünüşüme daha fazla önem*

vermem gerektiğini düşündüğüm için spora başladım. Bir kilo sorunum yok daha iyi bir vücut için gidiyorum. Vücudum daha biçimli daha düzgün görünsün diye. Bu beni daha mutlu daha özgüvenli hale getiriyor.” “Başkaları için dediğiniz karşı cins mi?” Katılımcı E6: “Evet onlar da dâhil ama sadece onlar değil. Öncelikle toplumdaki herkes. Yani arkadaşınız, komşunuz olabileceği gibi alışverişte tanımadığınız insanlar da olabilir. Çünkü artık dış görünüş açısından iyi görünmek yaygın ve zorunlu bir şey. Dış görünüş çok önemli ve her yerde ön planda. Karşı cinsse gelirse evet onların beğenisi de önemli. Karşı cins tarafından beğenilmek, ilgi alanlarına girmek güzel olur. Bence karşı cins tarafından beğenilmek, önemsenmek herkesin hoşuna gider. Spora ilgim kendim ve genel olarak herkes içindi. Ama karşı cinsin daha fazla dikkatini çektiğini fark ettim. Bu da doğrusu beni memnun etti.”

Yanıtlardan anlaşıldığı üzere katılımcı E6’nın görüşleri, beden imajına yönelik çabalarının hem kişisel tatmin hem de sosyal kabul arayışına dayandığını göstermektedir. Katılımcı, spor salonuna gitme nedenini yalnızca fiziksel sağlığı koruma veya kilo verme amacıyla değil, daha biçimli ve estetik bir vücuda sahip olma isteğiyle ilişkilendirmektedir. Bu bağlamda, bireyin dış görünüşünü iyileştirme çabaları, estetik kaygılarla birlikte psikolojik ve sosyal tatmin unsurlarını da içermektedir. Katılımcının spor yapmanın kendisini daha mutlu ve özgüvenli hissettirdiğini vurgulaması, beden algısının bireyin psikolojisi üzerindeki olumlu etkisini ortaya koymaktadır. Özellikle bedensel imajın bireyin özgüven düzeyi ile güçlü bir bağ içinde olduğu düşünüldüğünde, katılımcının fiziksel görünümünü iyileştirme çabalarının dışsal değişimle birlikte içsel bir güçlenme süreci olduğu söylenebilir. Katılımcı, fiziksel görünümün yalnızca kendisi için değil, toplumun genel algısı çerçevesinde de önemli olduğunu belirtmekte ve bu durumu günümüz toplumunda yaygın ve neredeyse zorunlu bir norm olarak tanımlamaktadır. Ayrıca, karşı cinsin ilgisini çekme motivasyonu, katılımcının sosyal dinamikler içerisindeki konumunu nasıl algıladığını göstermesi açısından dikkate değerdir. Katılımcı, fiziksel görünümüne yönelik çabalarının yalnızca karşı cinsin ilgisini çekmeye yönelik olmadığını, fakat bu durumun fark edildiğinde kendisini memnun ettiğini ifade etmektedir. Bu noktada, fiziksel çekiciliğin toplumsal kabul ve romantik ilişkilerdeki rolü vurgulanmakta, bireyin bedensel estetik ile sosyal etkileşimleri arasındaki bağlantıyı bilinçli bir şekilde değerlendirdiği görülmektedir. Katılımcı E6, fiziksel görünümün bireylerin psikolojik, sosyal ve kültürel yaşamlarında çok boyutlu bir anlam taşıdığını

ortaya koymaktadır. Özellikle modern toplumlarda, estetik kaygılar bireyin özsaygısını, sosyal statüsünü ve romantik ilişkilerdeki konumunu etkileyen önemli faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

Katılımcıların görüşleri, benlik oluşumu ve beden inşası arasında kurduğu ilişkide bireysel tercihler kadar toplumsal etkinin ne ölçüde önemli olduğunu göstermektedir. Katılımcı K3'ün verdiği yanıt, bireysel beden algısının bireyin başta hayatında birincil derecede önemli yakın çevresinin ve sonrasında diğer sosyal çevresinin düşüncelerini, onay ve beğenilerini nasıl dikkate aldığını göstermektedir. Bu durum, beden toplumsal bir referans noktası olarak alındığını ve genelleştirilmiş başkasının bireyi nasıl ve ne ölçüde etkilediğini göstermesi bakımından önemlidir.

Bu bağlamda “Diğerlerine güzel görünmenin, onların gözünde estetik bir görünüme sahip olmanın sizin için önemi nedir?” sorusu katılımcı K3 tarafından şöyle yanıtlanmıştır: *“Başkalarına da güzel görünmek beni mutlu eder. Herkesin takdiri beni memnun eder. Özellikle ailem, değer verdiklerim. Bence bu herkesi mutlu eder.”* “Diğerlerine güzel görünmek, onların gözünde estetik bir görünüme sahip olmak için bir çabanız oldu mu?” Katılımcı K3: *“Evet, yaklaşık üç yıldır diyetisyen kontrolünde beslenmeme dikkat edip spora gidiyorum kilo almak için. İlk başta çok zayıftım şimdi daha iyi görünüyorum. Şimdilik yeterli gibi. Belki biraz daha almam gerekse de şu an vücudumu güzel görüyorum.”* “Bu çabanız için yani kilo almak için çevrenizden kimsenin telkini/teşviki oldu mu?” Katılımcı K3: *“Tam olarak şöyle oldu. Oldukça zayıftım. Ben de farkındaydım ama bu beni çok rahatsız etmiyordu. Ailem ve sosyal çevremden çok zayıfsın daha çok yemelisin sözlerini işitiyordum sıklıkla. Fakat beni asıl harekete geçiren erkek arkadaşım oldu. Beni her halimle çok sevdiğini beğendiğini ancak biraz kilo almanın beni daha fit, daha sağlıklı yapacağını hatta kıyafetlerimin daha iyi uyacağını, kıyafetlerimin daha çok yakışacağını söylüyordu. Tabi ben bunu daha güzel daha çekici olarak yorumladım. Ama kırılmadım çünkü ben de ona güzel ve çekici görünmek isterim. Kim istemez ki?”*

Katılımcı K3'ün ifadelerinden, bireyin dış görünümüne yönelik çabalarının hem kişisel memnuniyet hem de çevresel geri bildirimler doğrultusunda şekillendiği görülmektedir. Katılımcı, başkalarına güzel görünmenin kendisini mutlu ettiğini ve özellikle ailesi ile değer verdiği kişilerin takdirinin kendisi için önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu durum, bireyin fiziksel görünümüne yönelik algısının yalnızca kendi

öznel değerlendirmelerine değil, aynı zamanda sosyal çevresinin görüşlerine de bağlı olduğunu göstermektedir. Katılımcı K3'ün üç yıldır diyetisyen kontrolünde kilo almak amacıyla beslenme düzenine dikkat etmesi ve spor yapması, bireyin bedensel görünümüyle ilgili bilinçli bir değişim sürecine girdiğini göstermektedir. Ancak bu değişim sürecinin yalnızca bireysel bir karar olmadığı, ailesi, sosyal çevresi ve özellikle karşı cinsle ilişkisi bağlamında şekillendiği anlaşılmaktadır. Katılımcı K3, başlangıçta zayıf olmasının kendisini rahatsız etmediğini, ancak çevresinden gelen “daha fazla yemelisin” yönündeki telkinlerin ve özellikle erkek arkadaşının teşviklerinin bu süreci başlatmada belirleyici bir rol oynadığını ifade etmektedir. Erkek arkadaşının kilo almanın kendisini “daha fit, daha sağlıklı ve kıyafetler açısından daha uyumlu” yapacağı yönündeki ifadeleri, bireyin beden algısının sadece bireysel değil, sosyal ve romantik ilişkiler çerçevesinde de anlam kazandığını ortaya koymaktadır. Katılımcı K3'ün bu yorumu “daha güzel ve çekici” olmak şeklinde içselleştirmesi, bireyin fiziksel görünümüne dair algısının, toplumsal ve romantik ilişkiler içinde nasıl şekillendiğini göstermesi açısından önemlidir.

Katılımcı K3, erkek arkadaşının yorumlarını kırıcı bulmak yerine olumlu bir motivasyon kaynağı olarak değerlendirmesi, bireyin romantik ilişkiler bağlamında beden algısını nasıl yönlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu noktada, bireyin fiziksel görünümüne yönelik çabalarının sadece kişisel tatmin değil, aynı zamanda romantik ilişkilerdeki çekicilik ve kabul algısıyla da yakından bağlantılı olduğu söylenebilir. Katılımcı K3'ün deneyimi, fiziksel görünümün bireyin benlik algısı, sosyal çevresi ve romantik ilişkileri ile nasıl iç içe geçtiğini göstermektedir. Bireyin beden algısı, yalnızca kendi içsel değerlendirmeleriyle değil, ailesi, arkadaşları ve romantik partnerinin görüşleri doğrultusunda şekillenmekte ve bireyin bu doğrultuda belirli değişim süreçlerine yöneldiği görülmektedir.

“Yeni görünümüz ile ilgili insanların tepkileri ne oldu?” sorusuna tebessüm ederek: Katılımcı K3: *“Erkek arkadaşım ve ailem başta olmak üzere herkes çok beğendi. Çok yakışmış çok güzel olmuşsun dediler. Kilonun, güzelliğimi daha da ortaya çıkardığını, bu şekilde yüzüme, cildime renk geldiğini söylediler. Kıyafetlerimin üstüme tam olduğunu, giydiklerimin çok yakıştığını dile getirdiler. Böyle söylemeleri çok hoşuma gitti. Onların beğenisi benim için önemli.”*

Katılımcı K3'ün ifadeleri, bireyin beden algısının ve dış görünümüne yönelik algısal değişiminin sosyal çevrenin geri bildirimleriyle nasıl pekiştirildiğini göstermektedir. Katılımcı, fiziksel değişiminin ardından aldığı olumlu geri bildirimlerin kendisini memnun ettiğini ve sosyal çevresinin beğenisinin onun için önemli bir unsur olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcının yeni görünümüne yönelik aldığı yorumlar, fiziksel değişimin yalnızca kilo artışıyla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda yüz ifadesi, cilt tonu ve genel estetik algı üzerinde de etkili olduğunu göstermektedir. Bu noktada, bireyin fiziksel görünümüne yönelik yapılan olumlu yorumların yalnızca bir bedensel değişimi değil, genel bir “iyileşme” ve “güzellik” unsuru olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Kıyafetlerin vücuda daha uygun olması, bireyin estetik algısını güçlendirirken aynı zamanda sosyal onay mekanizmaları içinde önemli bir yer tutmaktadır. Katılımcının aldığı geri bildirimlerin kendisi üzerinde yarattığı memnuniyet, bireyin benlik algısının sosyal etkileşimlerle nasıl şekillendiğini ve bu etkileşimlerin bireyin özsaygısını nasıl pekiştirdiğini ortaya koymaktadır. Fiziksel değişimin bireyin kendine yönelik algısını güçlendirmekle kalmayıp, sosyal çevresinin takdirini kazanma yoluyla da psikolojik tatmin sağladığı görülmektedir.

“Diğerlerinin dış görünüşünüzü beğenmesini önemsiyor musunuz?” Katılımcı E5: *“Evet. Tam da öyle. Bu yüzden de bedenime daha iyi bakmaya başladım. Üniversitede tanıştığım bir kız arkadaşım var iki yıldır çıkıyoruz. Normalde üstüme başıma dikkat eden biriyim. Kız arkadaşım da nasıl desem oldukça süslü. Benden daha fazla üstüne başına dikkat ettiği kesin. Beni giyimimle tarzımla beğendiğini düşünüyordum. Ama bir gün laf arasında metroseksüel erkekleri çok takdir ediyorum keşke sen de onlar gibi olsan dedi.”*

“Kız arkadaşınızın dış görünüşünüzü beğenmesi önemli midir? Fiziksel olarak onun beğenisini kazanmayı önemsiyor musunuz?” Katılımcı E5: *“Onun her şekilde beni beğenmesi hoşuma gider. Bence bu her erkeğin hoşuna gider. Evet, üstüme başıma dikkat ediyordum ama metroseksüel erkekler gibi olmamı istemesi ile benden daha fazlasını; daha bakımlı, özenli olmamı istediğini anladım. Sporla uğraşan bir arkadaşıma danıştım. Öncelikle olarak spor yapmam gerektiğini vücudumun fit olması gerektiğini ifade etti. Hatta medyada ön plana çıkan ve metroseksüel olarak değerlendirilen erkekleri örnek gösterdi. O günden sonra yürüyüş yapmaya, yediklerime dikkat etmeye ve üniversitenin içindeki yüzme havuzuna gitmeye başladım. Aynı zamanda düzenli olarak cilt bakımı hatta manikür-pedikür yaptırmaya başladım. Yüzüme, ellerime çeşitli kremler, kozmetik*

ürünler kullandım. Mesela her gün düzenli olarak yüz tıraşı oluyordum. Bir zaman sonra kız arkadaşımın daha çok ilgi gösterdiğini fark ettim. Yaptığım şeyleri de takdir diyordu. Sadece kız arkadaşım değil sınıftaki diğer kız ve erkek arkadaşlarımda bendeki değişimi fark ettiler. Hatta bazı erkek arkadaşlarım bunu nasıl yaptığımı bile sordular.’’

“Bu değerlendirmeler karşısında neler hissettiniz?” Katılımcı E5: “*Amacım kız arkadaşıma kendimi beğendirmek, onun ilgisini çekmekti. Biraz uğraştıktan sonra bunu fazlasıyla başardım. Kız arkadaşımın bugün çok şıksın veya çok yakışıklısın, ya da harika görünüyorsun vb. iltifatlar yağdırıp beni ve çabamı övmesi hoşuma gitti. Aynı zamanda bendeki değişimi özellikle sınıftaki diğer kız ve erkek arkadaşlarımla ilgisinde de gördüm. Bu beni iyi hissettirdi hatta gururlandırdı. Bunun yanında vücudum artık daha diri daha canlı daha sıkı ve düzgündü. İyi ve sağlıklı bir fiziksel görünüme sahip oldum. Ayrıca kullandığım kozmetik ürünler, yaptırdığım cilt bakımı vs. daha temiz, bakımlı, daha özenli hissettirdi.’’*

Görüldüğü üzere katılımcı E5’in ifadeleri, bireyin beden algısını ve dış görünümüne yönelik tutumlarını sosyal çevrenin beklentileri doğrultusunda nasıl dönüştürdüğünü göstermektedir. Özellikle kız arkadaşının görüşleri, bireyin estetik algısını şekillendiren önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Katılımcı, halihazırda giyimine özen gösteren biri olduğunu belirtmekle birlikte, kız arkadaşının “metroseksüel erkekleri takdir ettiğini” ifade etmesi üzerine bakım alışkanlıklarını artırma ve fiziksel görünümüne daha fazla özen gösterme gerekliliği hissetmiştir. Bu durum, bireyin dış görünümüne yönelik çabalarının yalnızca bireysel tatminle değil, aynı zamanda karşı cinsle ilişkiler bağlamında sosyal kabul görme ve partnerinin beğenisini kazanma isteğiyle de ilişkili olduğunu göstermektedir. Spor yapma, yüzme, cilt bakımı ve kişisel bakım rutinlerine yönelme gibi eylemler, fiziksel görünümün yalnızca kıyafet seçimiyle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda bedensel form ve genel bakım uygulamalarını da kapsadığını ortaya koymaktadır. Medyada öne çıkan ve “metroseksüel” olarak tanımlanan erkek figürlerinin katılımcıya örnek olarak sunulması, beden algısının günümüz popüler kültüründeki estetik normlarla nasıl şekillendiğine dair önemli bir göstergedir.

Katılımcı E5’in bu değişim süreci sonucunda kız arkadaşının kendisine daha fazla ilgi gösterdiğini fark etmesi ve çevresindeki diğer bireylerin de olumlu geri bildirimlerde bulunması, dış görünüşe yönelik çabaların sosyal onay mekanizmalarıyla pekiştirildiğini göstermektedir. Aynı zamanda, diğer erkek arkadaşlarının da bu değişimi fark ederek nasıl

gerçekleştirdiğini sorması, fiziksel bakım ve estetik kaygıların artık yalnızca kadınlara özgü bir olgu olmaktan çıkıp erkekler arasında da yaygınlaşan bir norm haline geldiğini göstermektedir. Bu durum bireyin beden algısının toplumsal normlar, popüler kültür ve romantik ilişkiler çerçevesinde nasıl yönlendirildiğini göstermektedir. Estetik kaygıların, fiziksel bakım pratiklerinin bireysel tercihlerle birlikte, sosyal, kültürel kodlarla şekillenen bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcı E5'in ifadeleri, bireyin dış görünümüne yönelik çabalarının yalnızca başkalarının beğenisini kazanmakla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda bireyin kendisine yönelik algısını da dönüştürdüğünü göstermektedir. Başlangıçta kız arkadaşının beğenisini kazanmak amacıyla estetik ve bakım rutinlerine yönelen katılımcı, süreç içerisinde hem sosyal çevresinin olumlu geri bildirimleriyle hem de fiziksel değişimin kendisinde yarattığı olumlu duygularla bu yeni alışkanlıkları içselleştirmiştir. Kız arkadaşının iltifatlarının, katılımcının çabasının karşılığını aldığı hissini güçlendirdiği ve onun motivasyonunu artırdığı anlaşılmaktadır. Bunun yanında, sınıf arkadaşlarının da değişimi fark edip ilgi göstermesi, sosyal çevrede takdir edilmenin bireyin benlik algısını nasıl olumlu yönde etkilediğine işaret etmektedir. Bu bağlamda, fiziksel görünüm yalnızca bireyin kişisel tatmini açısından değil, sosyal onay ve statü edinme açısından da önemli bir unsurdur.

Katılımcı E5'in fiziksel görünümündeki değişimi yalnızca sosyal geri bildirimlerle değil, kendi bedeni üzerindeki gözlemleriyle de değerlendirmesi dikkate değerdir. Daha diri, sıkı ve sağlıklı bir bedene sahip olmanın kendisini iyi hissettirdiğini vurgulaması, dış görünümdeki iyileşmenin yalnızca sosyal bir kazanım değil, aynı zamanda bireyin fiziksel ve psikolojik iyi oluşunu da destekleyen bir süreç olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, cilt bakımı ve kozmetik ürünlerin bireye “daha temiz, bakımlı ve özenli” hissettirdiği ifadesi, bireyin özbakım pratiklerinin yalnızca dışsal bir imaj yaratma amacı taşımadığını, aynı zamanda kişisel hijyen ve bakım bilinci açısından da tatmin edici bir deneyim sunduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcı E5'in deneyimi, bireyin dış görünümüne yönelik değişimlerinin zaman içinde hem sosyal hem de bireysel kazanımlara dönüştüğünü göstermektedir. Başlangıçta romantik partnerinin beğenisini kazanma amacıyla başlayan bu süreç, sosyal çevreden gelen olumlu geri bildirimlerle pekişmiş ve bireyin kendine yönelik algısında olumlu bir dönüşüm oluşturmuştur.

2.2.2.Performatif Beden: Bedenin Dramaturjik Sunumu

Toplum içinde bireyin bedenini sergileme biçimi ve bu süreçte gerçekleştirilen performanslar, benlik inşası, korunması ve sürdürülmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Benlik, toplumsal etkileşimler yoluyla elde edilen izlenimlerin ve geri bildirimlerin bir sonucu olarak şekillenir; dolayısıyla bireyin bedensel görünürlüğü, benlik algısının toplumsal yansımalarından biridir. İnsanlar, çeşitli nedenlerle başkaları tarafından beğenilmek, takdir edilmek ve ilgi görmek ister. Bu nedenle, diğer bireylerin kendilerini nasıl değerlendirdiğini önemserler ve bu algılar, gündelik yaşamdaki davranışlarına doğrudan yansır. İnsanlar, başkaları üzerinde bırakacakları izlenimleri yapılandırmak ve bozulan imajlarını düzeltmek ya da bu izlenimleri yönlendirmek amacıyla çeşitli izlenim yönetimi stratejilerine başvururlar. Bu süreç, diğer bireylerin onayını kazanma, toplumsal ilişkileri sürdürebilme ve kişisel hedeflere ulaşma açısından kritik bir işlev görür. Başkalarının gözünde belirli bir imaj oluşturma çabası, bireyin sosyal varlığını güvence altına almasına, kendisini daha güvende hissetmesine ve toplumsal ilişkilerini güçlendirmesine olanak tanır. Bu tür davranışlar, literatürde benlik sunumu ya da kendini belirtme kavramlarıyla açıklanmaktadır.

Benlik sunumu, bireyin kendisiyle ilgili oluşturulan izlenimleri yönetme ve kontrol etme sürecini ifade eder. Toplumsal ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesinde merkezi bir role sahiptir (Yılmaz ve Yılmaz, 2017a: 215). Aynı zamanda, benlik sunumu bireyin kendisini dış dünyaya nasıl sunduğunun davranışsal boyutunu içermekte olup, bireyin kendi imajını oluşturma sürecine gönderme yapmaktadır. Bu bağlamda, imaj, bireyin kendisini olmak istediği şekilde yansıtmaya ve sunma biçimi olarak değerlendirilebilir (Özsel, 2018: 191). Böylece benlik sunumu, bireyin toplumsal eylemlerini yönlendiren temel unsurlardan biri haline gelir (Wallace ve Wolf, 2013: 277).

Goffman, toplumsal yapının soyut ve geniş ölçekli analizlerinden ziyade birliktelik ve yüz yüze etkileşim süreçleriyle ilgilenmiştir. Ona göre sosyal etkileşim, iki bireyin fiziksel olarak bir arada bulunduğu durumlarda, karşılıklı olarak birbirlerinin hareketlerini etkilediği süreçtir (Poloma, 1996: 203). Goffman'ın temel argümanlarından biri, kişinin etkileşim halinde olduğu diğer kişilerin kendisi hakkındaki izlenimlerini yönlendirme çabasıdır. Bu bağlamda, sosyal aktörlerin kendilerini ve faaliyetlerini başkalarına nasıl sundukları, başkalarının kendileri hakkında oluşturduğu izlenimleri

nasıl yönlendirdikleri, denetledikleri Goffman'ın temel ilgi alanları arasında yer almaktadır (Goffman, 2009: 35).

Goffman, benlik sunumunun gündelik yaşamda nasıl tezahür ettiğini açıklamak amacıyla toplumsal hayatı bir tiyatro sahnesine benzetmiş ve sosyal ilişkilerin arka planda kalan, genellikle göz ardı edilen yönlerini görünür kılmayı amaçlamıştır. Benliğin inşası ve sunumu konusundaki analizlerinde dramaturjik çerçeveyi kullanarak, bireylerin toplumsal yaşam içinde sürekli bir oyun sergilediklerini ileri sürmüştür. Ona göre hayat, herkesin bir oyunun içinde bulunduğu ve her bireyin bir oyuncu gibi rol aldığı bir tiyatro sahnesidir (Kızılcılık, 2020: 214-215). Bu bağlamda, toplumsal alanın bir tiyatro sahnesi olarak kavramsallaştırılması, bireylerin sergilediği eylemlerin performans, bu performans sırasında sergilenen belirli eylem kalıplarının ise rol olarak adlandırılmasına olanak tanımaktadır. Goffman'a göre bireyler, sosyal etkileşimler sırasında sürekli olarak belirli roller üstlenir ve başkalarının beklentilerine uygun şekilde davranışlarını biçimlendirirler. Toplumsal yaşam, bireylerin görünürlüklerini yönetme, izlenimlerini denetleme ve benliklerini sunma süreçleri üzerinden şekillenmektedir (Poloma, 1996: 204).

Goffman, bireyin toplumsal yaşamda sergilediği performansları vitrin (sahne önü) ve arka bölge (sahne arkası) kavramları çerçevesinde ele almıştır. Vitrin, bireyin belirli bir performansı sergilediği, başkaları tarafından gözlemlendiği ve değerlendirildiği alandır. Bu bağlamda vitrin bölgesi, resmiyetin, dikkatin, öz disiplinin ve kontrolün ön planda olduğu bir alan olarak tanımlanabilir. Arka bölge ise bireyin performansını hazırladığı, toplumsal beklentilerden görece bağımsız olduğu ve daha rahat, doğal bir şekilde davrandığı alandır. Burada birey, sosyal normlara tam olarak uymak zorunda olmadığı için serbestçe hareket edebilir ve vitrin bölgesinde sergilediğinden farklı bir davranış biçimi benimsemektedir (Goffman, 2009: 35-37).

Vitrin ve arka bölge arasındaki fark, toplumsal yaşamın birçok alanında gözlemlenebilir. Örneğin, bir öğretmen sınıfta ders anlatırken (vitrinde) disiplinli, ciddi, özenli bir üslup ve görünüm sergilerken, öğretmenler odasında (arka bölgede) daha rahat bir tavır takınabilir, resmi görünümünden uzaklaşarak daha kişisel ve gündelik bir iletişim biçimi benimseyebilir (Goffman, 2009: 36). Goffman'a göre, bireyler toplum içinde benzer stratejileri benimseyerek, seyircinin beklentilerine uygun bir performans sergilerken, sahne arkasında daha doğal ve rahat bir kişilik ortaya koymaktadır (Kızılcılık, 2020: 218).

Bireyin toplum sahnesinde gerçekleştirdiği performanslar, roller aracılığıyla şekillenir. Goffman’a göre, zaman içinde bu roller bireyin gerçek benliği haline gelebilir ve birey, toplumsal beklentilere uygun olarak kendisini idealleştirilmiş bir biçimde sunmaya çalışır. Bu noktada, kişisel vitrin, bireyin toplumsal ortamda sergilediği performansın fiziksel ve bedensel yönlerini kapsar. Yaş, boy, görünüş gibi bedensel özellikler, bireyin toplumsal etkileşimlerde oluşturduğu izlenimin önemli bir parçasıdır (Goffman, 2009: 38-39). Dolayısıyla birey, vitrin bölgesinde sergilediği performansın bir parçası olarak, dış görünüşünü de bulunduğu sosyal bağlama uygun şekilde düzenlemeye çalışır. Böylelikle, toplumsal normlara uyum sağlamak ve başkaları üzerinde olumlu bir izlenim bırakmak amacıyla bedenini ve davranışlarını bilinçli bir biçimde şekillendirir (Çetin, 2017: 94).

Birey, toplumsal sahnede sosyal ilişkilerde bulunurken, dramaturjik süreç içerisinde hem benliğini koruyarak güvence altına almakta hem de toplumun beklentilerini dikkate alarak kendisi hakkında belirli bir izlenim oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu süreçte, birey sosyal ilişkilerini düzenler, yönlendirir ve denetler. Tüm bu eylemler, somut görünürlüğünü sağlayan kişisel vitrini, yani bedeni aracılığıyla gerçekleşir. Goffman’ın dramaturjik yaklaşımına göre, bir tiyatro oyuncusu sahneye çıkmadan önce rolüne uygun makyaj yapar, kostüm giyer ve sahneye öyle çıkarsa, toplumsal hayatta birey de benliğini sunmak, belirli bir izlenim oluşturmak, sosyal beklentileri yanıtlamak ve onlara uyum sağlamak amacıyla vitrin bölgesinde bedenini geçerli standartlara uygun hale getirmeye gayret eder. Bu doğrultuda birey; kilo verebilir, estetik operasyonlar geçirebilir, yüzünü gerdirebilir ya da farklı beden müdahalelerinde bulunabilir (Kızılçelik, 2020: 223).

Vitrin bölgesinde birey, kendisinden beklenen rolü sergileyerek seyirci konumundaki topluma, onların görmek istedikleri şekilde görünmeye çalışır. Günümüz toplumunda, alışveriş merkezleri, sokaklar, okullar, iş yerleri gibi yüz yüze karşılaşmaların yoğun olduğu sosyal alanlarda bireyler, bedensel görünümelerini toplum tarafından kabul edilebilir kılmak amacıyla şekillendirme çabasına girerler. Bu çaba, bireyin sosyal kabul görmesini sağlarken, aynı zamanda benliğini güvence altına almasına da katkıda bulunur. Birey, güzellik algısının belirlediği standartlar doğrultusunda bedenini tekrar tekrar inşa ederek, kendisini daha çekici, alımlı ve toplum tarafından onaylanabilir hale getirmeye çalışır (Özsel, 2018: 191).

Katılımcıların, benlik oluşumu ve beden inşası arasında kurduğu ilişkiyi anlamaya yönelik verdiği yanıtlar, beden dramaturjik sunumuyla birey tarafından sosyal çevresini etkilemek, onların duygu ve düşüncelerini yönetmek için gündelik hayatta beden inşası üzerinden hangi stratejileri kullandığını göstermektedir. Bununla beraber sosyal çevresinden aldığı geri bildirimlerin benlik oluşumunu, bedeni yeniden inşa çabalarında ne kadar etkili olduğunu da ortaya koymaktadır. Katılımcılarla gerçekleştirilen mülakatlar, üniversite öğrencisi gençlerin toplumsal yaşamda sergiledikleri etkileşimleri dramaturjik bir çerçevede kurguladıklarını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda bireylerin, toplumun normatif beklentilerinin farkında olarak kendilerine uygun bir sosyal performans geliştirdikleri ve böylece toplumsal sahnede belirli bir izlenim yaratmaya çalıştıkları gözlemlenmektedir. Gençler, sosyal ilişkilerini bu performans doğrultusunda düzenlemekte; toplumsal normlara uyum sağlama çabası içinde, kabul görme ve onaylanma yönelimli bir etkileşim stratejisi benimsemektedir. Özellikle beden toplumsal temsili ve günümüz sosyokültürel bağlamındaki görünürlüğü, bu sürecin merkezinde yer almakta; beden, bireyin toplumsal kimliğini inşa etme ve sürdürme pratiğinde işlevsel bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu durum, bireyin toplumsal görünürlüğünü nasıl artırdığına, beden aracılığıyla sosyal ilişkilerini nasıl kurduğu, yapılandığı ve devam ettirdiğine dair önemli ipuçları sunmaktadır.

“Sosyal ilişkilerde fiziksel görünümün önemli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna katılımcı E2 şu şekilde yanıt vermiştir: *“Hem de çok. İnsanlar dış görünüşe bakarak da karar verebiliyorlar. Aldıkları ilk izlenim dış görünüşünüzden kaynaklanabilir. Malum gösteri çağı. Herkes görünüme ve gördüğüne dikkat ediyor. Mesela bir iş görüşmesinde giyiminize, saçınıza, başınıza dikkat etmeniz gerekiyor. Çünkü bu işi almak istiyorsanız sizden bekleneni vermeniz gerekiyor. Sizden beklenen de önce bu. Dış görünüşünüzde sıkıntı yoksa gerisi gelir. Aslında tüm dünyada geçerli olan bu. Her alanda dış görünüş önem kazanıyor.”* “Siz de dış görünüşünüze dikkat ediyor musunuz?” Katılımcı E2: *“Dikkat ediyorum. Hangi ortama gidecek olursam olayım giydiklerime, saçıma, başıma özen gösteririm. Bu ister okul ister, ister alışveriş ister sinema ister spor yapma olsun. Her ortama ne gerekiyorsa onu giyer ona göre hazırlanır giderim. Hayatımda, sosyal ilişkilerimde görüntümle olumlu mesaj vermeye çalışıyorum. Mesela sosyal medyada fotoğraf paylaşıırken çok dikkat ediyorum. Günlük, evde giydiğim*

sıradan kıyafetlerle ya da dağınık, taranmamış bir saçla fotoğraf çekip paylaşmam. Paylaştığım tüm fotoğraflarım son derece özenli fotoğraflardır.’’

Katılımcı E2'nin ifadeleri, dış görünüşün bireyler arası etkileşimde önemli bir unsur olduğu yönündeki genel kabulü yansıtmaktadır. İlk izlenimlerin, bireyin fiziksel görünümüne dayalı olarak şekillendiği düşüncesi bilhassa modern toplumlarda, bireylerin dış görünüşüne verdiği önemin artışı, gösteri çağı olarak adlandırılan dönemin bir yansıması olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, bireylerin iş görüşmeleri gibi resmi ortamlarda kendilerinden beklenen görsel standartlara uygun bir şekilde hareket etmeye yönlendirildikleri görülmektedir. Katılımcının günlük yaşamındaki tercihlerine ilişkin ifadeleri, bireylerin sosyal ortamlara uyum sağlamak amacıyla dış görünümüne özen gösterdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle kıyafet seçiminin ve kişisel bakımın sosyal ortamlara göre şekillendiği, bireylerin kendilerini ifade etme biçimi olarak dış görünüşü bilinçli bir şekilde kullandıkları anlaşılmaktadır. Bu durum, bireyin kimlik inşasında ve sosyal statüsünün belirlenmesinde dış görünüşün etkili olduğunu göstermektedir.

Sosyal medya kullanımına ilişkin değerlendirmeler, dijital platformlarda sunulan benlik algısının fiziksel görünümle doğrudan ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Katılımcı E2'nin paylaştığı görsellerin özenli olması gerektiğine dair vurgusu, dijital dünyada bireylerin imaj yönetimine büyük önem verdiğini göstermektedir. Sosyal medyada oluşturulan sanal kimliklerin, bireylerin gerçek hayattaki sosyal konumlarını ve algılanma biçimlerini etkilediği düşünüldüğünde, bu durum günümüz toplumlarında estetik kaygıların ve dış görünüş odaklı değerlendirmenin ne denli yaygın olduğunu gözler önüne sermektedir. Katılımcı E2'nin ifadeleri, dış görünüşün bireylerin sosyal yaşamında ve toplumsal kabul görme süreçlerinde belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir. Bireylerin farklı sosyal bağlamlarda dış görünüşlerine verdikleri önem, toplumsal normlar ve beklentiler çerçevesinde şekillenmektedir. Bu doğrultuda, bireylerin kendilerini kabul ettirme ve olumlu bir izlenim bırakma çabalarının, fiziksel görünümle doğrudan ilişkilidir.

Yine benzer bir şekilde ‘‘Sosyal ilişkilerde fiziksel görünümün önemli olduğunu düşünüyor musunuz?’’ sorusunu Katılımcı E4 şöyle yanıtlamıştır: ‘‘*Bence artı puan sağlar. Dış görünüşüne özen gösteren daha çok ön planda daha ilgi çekici. Sanki sosyal ilişkiler nasıl desem dış görünüşüne önem verenlerin etrafında dönüyor. Dış görünüşüne özen gösterenler daha ön planda, daha popüler. Oturdıkları yerde bile dikkat çekerler.*

Onlar da bundan gayet memnunar.” “İyi bir görünüm için neler yapıyorsunuz?” sorusuna karşılık Katılımcı E4: “Yaşıma rağmen göbek problemim vardı. Ben de hiç memnun değildim. Oldukça kötü bir görüntüydü. Hiç güzel durmamasının yanında giydikleriniz de üstünüze oturmuyor. Zaten o öylesi bir göbekte istediklerinizi de giyemiyorsunuz. Oysa ben dışarıya bu genç yaşta kötü bir görüntü vermek istemiyordum. Bunun için bir spor salonuna yazıldım ve diyet programı takip ettim. Bir süre sonra istediğim vücuda kavuştum. Ama bırakmadım bu sefer vücut geliştirmeye başladım. Şimdi oldukça memnunum. İstediğim fit vücuda sahibim. İstediğim kıyafetleri giyiyorum. Giydiklerim çok iyi oturuyor ve iyi bir dış görünüş sayesinde insanlar üzerinde daha iyi bir etki bıraktığımı düşünüyorum.”

Görüldüğü üzere katılımcı K4’ün ifadeleri, bireylerin sosyal ilişkilerde dış görünüşün rolüne dair algılarını ve bu doğrultuda sergiledikleri davranışları ortaya koymaktadır. Katılımcı E4’ün ifadeleri, fiziksel görünümün toplumsal etkileşimlerde belirleyici bir faktör olarak görüldüğünü yansıtmaktadır. Kendi deneyimlerinden yola çıkarak, dış görünüşe verilen önemin sosyal statü ve popülerlik ile doğrudan ilişkilendirildiğini ifade etmektedir. Bu görüş, bireylerin fiziksel görünümü bir avantaj olarak değerlendirdiğini ve bu avantajı artırmak için çeşitli yöntemlere başvurduğunu göstermektedir.

Katılımcı K4 ayrıca fiziksel görünümün bireyin kendilik algısı ve psikolojik durumu üzerinde olumlu etkisini vurgulamaktadır. Kendi beden algısından memnun olmadığı bir dönemde, bu durumu değiştirmek için spor ve diyet gibi yöntemlere başvurduğunu belirtmektedir. Bu süreç sonunda elde ettiği fit görünüm sayesinde yalnızca fiziksel olarak değil, psikolojik açıdan da tatmin edici bir sonuca ulaştığını dile getirmektedir. Bu durum, bireylerin fiziksel görünüm üzerindeki kontrolünün, özgüven ve toplumsal kabul görme arzusu ile iç içe geçtiğini göstermektedir.

Bu bağlamda, katılımcının görüşleri beden algısı, toplumsal kabul ve fiziksel sermaye kavramlarıyla ilişkilendirilebilir. Bireylerin dış görünüşleri aracılığıyla sosyal avantajlar elde etme sürecini açıklamaktadır. Fiziksel çekiciliğin toplumsal ilişkilerde avantaj sağladığı algısı, bireyleri bedenleri üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmaya yönlendirebilmektedir. Katılımcı E4’ün ifadeleri, fiziksel görünümün bireysel ve toplumsal düzeyde nasıl anlamlandırıldığını göstermektedir. Bu durum, modern toplumlarda bedenin bir kimlik ve statü göstergesi olarak nasıl konumlandırıldığını ortaya

koymakta, bireylerin dış görünüşlerine verdikleri önemin sosyal dinamiklerle nasıl şekillendiğini gözler önüne sermektedir.

Benzer bir biçimde “Sosyal ilişkilerde dış fiziksel görünümün önemli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusunu katılımcı K19 şöyle yanıtlamıştır: *“Dış görünüşe göre arkadaşlık çevresi oluşuyor. Daha şık ve güzel görünenler avantaj sağlıyor. Sosyal ilişkilerde belirgin bir dış görünüş etkisi var.”* “Dış görünüşün karşı cinsle iletişim/ilişkilerin başlatılmasında ve/ya sürdürülmesinde rolü var mıdır?” Katılım K19: *“Olmaz olur mu, hele ki üniversite ortamında. Beğenilmek her insanın doğasında var. Hele ki genç yaşınızda ve üniversite ortamında gençler, karşı cinsle birbirini etkilemek için çaba gösterirler. İlişkilerin başlamasında hatta ilerleyerek evliliğe kadar varmasında ilk izlenim, dış görünüş oldukça belirleyici olmaktadır.”*

Katılımcı K19’un yanıtları, sosyal ilişkilerde ve karşı cinsle etkileşimde dış görünüşün belirleyici bir faktör olduğuna dair yaygın bir algıyı yansıtmaktadır. Katılımcı K19, bireylerin fiziksel görünümüne bağlı olarak farklı sosyal çevrelere dahil olabileceğini ve estetik açıdan daha çekici veya şık olarak algılanan bireylerin sosyal ilişkilerde avantaj elde ettiğini ifade etmektedir. Bu durum, toplumsal normların ve bireysel algıların sosyal ilişkileri önemli ölçüde şekillendirdiğini göstermektedir. Karşı cinsle etkileşim bağlamında değerlendirildiğinde, katılımcı dış görünüşün özellikle üniversite ortamında bireylerin romantik ilişkileri başlatma ve sürdürme süreçlerinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Bu bağlamda, fiziksel çekiciliğin bireylerin ilk izlenimleri üzerindeki etkisi vurgulanmaktadır. Bireylerin dış görünüşe verdikleri önem, estetik çekiciliğin karşı cinsle ilişkiler sürecinde belirleyici bir faktör olmasıyla açıklanabilir. Ayrıca, Goffman’ın “izlenim yönetimi” kuramı çerçevesinde, bireylerin karşı cins üzerinde olumlu bir etki bırakmak için fiziksel görünümüne yatırım yapmaları, toplumsal etkileşimin bir parçası olarak değerlendirilebilir. Katılımcı K19’un ifadeleri, fiziksel görünümün bireylerin sosyal çevrelerini ve romantik ilişkilerini nasıl etkileyebileceğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Toplumsal yapılar içinde fiziksel çekiciliğin bireylere sağladığı avantajlar ve bunun sosyal ilişkiler üzerindeki yansımaları, kültürel ve bireysel faktörlerle şekillenmektedir. Bu durum, modern toplumlarda dış görünüşün sadece bireysel bir özellik olmaktan çıkıp, sosyal sermaye niteliği taşıyan bir unsur haline geldiğini göstermektedir.

“Üniversiteli gençler karşı cinsten iyi bir izlenim bırakmak için bedenlerine özen gösteriyorlar mı?” Katılımcı K19: *“Evet gösteriyorlar. Her şeyden önce henüz genç olsalar da kilo almamaya, kilo varsa vermeye çalışırlar. Bunun yanında kişisel bakımlarına, makyajlarına, giyimlerine çok özen göstermektedirler. Her gün yıkanmış, özenle taranmış saçlar, özenli bir cilt bakımı, parlak bir makyaj, güzel bir şekilde oluşturulmuş uyumlu kombinler giymektedirler. Yurtta, fakültede, yemekhanede ya da dışarıda böyle bir görüntüleri var. Böylece karşı cinsi etkilemeye ve onların ilgisini çekmeye çalışırlar. E tabi normal bu. Sonuçta sevmek, sevilme devresi. Bu tür duyguların en yoğun yaşandığı dönem.”*

Görüldüğü üzere bu yanıt, üniversite öğrencilerinin karşı cins üzerinde olumlu bir izlenim bırakma çabalarını beden algısı ve kişisel bakım pratikleri üzerinden değerlendirmektedir. Genç bireylerin fiziksel görünümüne yönelik gösterdikleri özenin, toplumsal ve bireysel faktörlerle şekillendiği görülmektedir. Üniversite çağındaki bireylerin kilo kontrolü, kişisel bakım ve giyim tarzına verdikleri önem, bireysel kimlik inşası ve toplumsal kabul bağlamında ele alınabilir. Ergenlikten yetişkinliğe geçiş sürecinde olan gençler, benlik algılarını oluştururken, dış görünüşlerini sosyal etkileşimlerinde önemli bir araç olarak kullanmaktadırlar. Beden algısının bireyin özgüveni üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda, üniversite öğrencilerinin bu konudaki hassasiyetleri, bireyin kendini kabul ettirme ve sosyal çevresiyle uyum sağlama çabası olarak yorumlanabilir. Bunun yanı sıra, karşı cinsi etkileme motivasyonu, bireylerin romantik ilişkilere duydukları ilginin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Üniversite dönemi, duygusal gelişim açısından kritik bir dönemdir. Bu dönemde sevmek, sevilme ve aidiyet hisleri daha yoğun yaşanmaktadır. Bu bağlamda, fiziksel görünüme gösterilen özen yalnızca estetik kaygılardan değil, bireyin karşı cins ile etkileşim kurma ve romantik ilişkiler geliştirme isteğinden de kaynaklanmaktadır. Ancak, bu tür bir genellemenin tüm bireyler için geçerli olmayabileceğini de belirtmek gerekir. Kişisel bakım ve giyim tarzına verilen önem, bireysel tercihler, kültürel normlar ve psikolojik faktörlerle farklılık gösterebilir. Dolayısıyla, gençlerin fiziksel görünümüne verdikleri önemin yalnızca karşı cinsi etkileme amacıyla sınırlı olmadığı, aynı zamanda bireyin kendini iyi hissetme ve toplum içinde kabul görme çabasının bir parçası olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır.

“Sizin de bununla ilgili bir çabanız oldu mu? Katılımcı K19: ‘*Nasıl desem, ben dikkat ediyorum, özenmeye çalışıyorum. Günlük cilt, vücut bakımı, saçıma her gün yeni bir şekil verme, zaman zaman kuaföre gitme, her gün daha farklı ve daha güzel giyinme çabası elbette var. Mesela takıları çok severim. Her gün çeşit çeşit takıları kullanırım. Özellikle piercing, yüzük, halhal. Benim de bu açıdan özenli olduğum, dikkat ettiğim söylenebilir. Ama tabi ilk başta kendim için. Karşı cinse gelirsek bu durumdan kadın erkek herkesin etkilendiğini düşünüyorum. Hele bu yaşta ilgi, alaka duyulması insanın hoşuna gidiyor. O yüzden ister istemez özenli, bakımlı olmaya gayret ediyorsunuz.*’

Katılımcı K19’un bu yanıtı, bireyin kişisel bakım ve giyim tarzına yönelik özeni hem kendini iyi hissetme hem de sosyal etkileşim bağlamında değerlendirdiğini göstermektedir. Kişinin dış görünüşüne dikkat etmesi, yalnızca karşı cinsin ilgisini çekme amacıyla değil, aynı zamanda bireysel memnuniyet ve kendini ifade etme biçimi olarak da ele alınmaktadır. Bireyin günlük bakım rutinleri, estetik tercihler ve aksesuar kullanımı konusundaki vurguları, kimlik inşası sürecinin bir parçası olarak değerlendirilebilir. Özellikle genç yetişkinlik döneminde bireyler, kişisel tarzlarını oluştururken farklı unsurları deneyimlemekte ve kendilerini en iyi şekilde ifade edebilecekleri görünümüler üzerinde çeşitli değişiklikler yapmaktadırlar. Takılar, saç stili ve kıyafet seçimi gibi unsurlar, bireyin kendini dış dünyaya nasıl sunmak istediğinin göstergeleridir. Bunun yanı sıra, bireyin bu çabalarının başta kendisi için olduğunu vurgulaması, dış görünüşe verilen önemin yalnızca toplumsal beklentilerle sınırlı olmadığına işaret etmektedir. Özbakım ve kişisel stilin bireyin kendine duyduğu saygı ve özgüven ile doğrudan ilişkilidir. Ancak, karşı cins ve genel olarak çevredeki bireylerin bu duruma verdiği tepkinin de önemli olduğu belirtilmektedir. Özellikle gençlik döneminde beğenilme, ilgi görme ve sosyal kabul görme arzusu, bireyin davranışlarını ve estetik tercihlerini etkileyen önemli faktörler arasındadır. Bireyin kişisel bakımına ve dış görünüşüne gösterdiği özen hem içsel motivasyonlardan hem de sosyal dinamiklerden beslenen çok boyutlu bir olgudur. Bu durum, bireyin kendini iyi hissetme çabasının yanı sıra, toplumsal etkileşimlerde olumlu bir izlenim bırakma isteğiyle de şekillenmektedir. Dolayısıyla, kişisel bakım ve estetik tercihler bireysel bir ifade biçimi olmasının ötesinde, sosyal kimlik ve toplumsal kabul süreçleriyle de yakından ilişkilidir.

Katılımcıların, dramaturjik süreçte kişisel vitrinlerinin fiziksel görünüme tekabül eden bedenlerini en iyi intibayı, etkiyi bırakacak tarzda sahneledikleri görülmektedir. Bu

bağlamda “Sosyal çevrenize/diğerlerine çekici, dikkate değer, cezbedici bir vücut için bir çabanız oldu mu?” sorusuna katılımcı K28’in verdiği yanıt buna iyi bir emsal teşkil etmektedir. Katılımcı K28: *“Uzun boyluyum ve düzgün bir fiziğim var. İyi bir vücudum olduğunu düşünüyorum. Yine de daha güzel daha estetik görünmek daha iyi bir vücuda sahip olmak için uğraştığımı söyleyebilirim. Bu çabam dövme ile ilgili. Dövme yaptırmayı çok seviyorum. Gördüğünüz gibi vücudumun çeşitli bölgelerinde dövmem var. Vücudumda güzel duruyor bence. Hem dünya ve ülkemizde de çok yaygın. Özellikle elitler, ünlüler ve gençler arasında çok popüler.”*

“Vücudunuza yaptırdığınız dövmenin sizin için anlamı/önemi nedir?” Katılımcı K28: *“Bana ait olanı, bedenimi istediğim gibi süslemek hoşuma gidiyor. Bedenime de yüzüme yaptığım gibi makyaj yapıyorum sanki. Kendime, vücuduma değer verdiğimi hissettiriyor. Dikkat çekici. İnsanlar meraklı meraklı bakıyor. Kesinlikle insanların ilgisini çektiğini söyleyebilirim, özellikle de gençlerin. Çoğu arkadaşım ilgileniyor. Dövme yaptırmakla ilgili sorular soruyorlar. Benim de dövmeyle kendime olan güvenim, saygım artıyor. İyi, kıymetli, benzersiz hissettiriyor. Beni güzel gösteriyor. Böyle daha estetik bir vücuda sahip olduğumu görüyorum. Güzelleştigimi, farklılaştığımı, düşünüyorum. Yaptırdığım irili ufaklı her dövmeyle özenerek seçiyorum, rastgele seçmiyorum. Hepsinin benim için bir anlamı var. Kafamdaki beni yansıtıyorum böylece. Dövme; stilimi, ideallerimi, yaşam tarzımı aksettiriyor.”*

Bu yanıtlar, bireylerin fiziksel görünümelerini ve bedenlerini, sosyal etkileşimlerde önemli bir temsil aracı olarak kurguladıklarını göstermektedir. Dramaturjik perspektiften bakıldığında, bireylerin kendi bedenlerini bir sahne unsuru gibi ele aldıkları ve toplumsal ortamda en iyi izlenimi bırakacak şekilde sergilemeye çalıştıkları söylenebilir. Katılımcı K28’in dövme ile kurduğu ilişki, bu süreçte estetik tercihler ve kimlik inşası bağlamında değerlendirilebilir. Bireyin fiziksel görünümüne yönelik çabası, yalnızca biyolojik veya genetik özelliklerin korunmasıyla sınırlı kalmayıp, sanatsal ve kültürel unsurları da içeren bir sürece dönüşmektedir. Dövme yaptırmak, bireyin bedenini bir tuval gibi görerek, ona anlam yüklemesi ve estetik bir biçim kazandırması olarak değerlendirilebilir. Katılımcı K28’in dövme yaptırmayı “makyaj yapmak” ile benzetmesi, bedenin kişisel ifadeyi yansıtan bir araç olduğu fikrini desteklemektedir.

Bireyin dövme ile kurduğu ilişki, estetik kaygının ötesine geçerek, kimlik temsili ve bireysel anlam inşasıyla da bağlantılıdır. Katılımcı K28’in, dövmelerinin rastgele

seçilmediğini, her birinin anlam taşıdığını vurgulaması, bedenın sadece fiziksel bir varlık olmanın ötesinde, bireyin iç dünyasını dışa vurma biçimi olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, dövme sadece süsleme aracı değil, bireyin kendini nasıl gördüğünü ve nasıl görünmek istediğini belirleyen bir kimlik göstergesidir. Ayrıca, dövmenin bireyin özgüveni ve toplumsal kabul üzerindeki etkisi de dikkat çekicidir. Katılımcı K28'in, dövmelerinin dikkat çektiğini, çevresindeki insanların merakını uyandırdığını ve özellikle gençler arasında ilgi gördüğünü belirtmesi, bedenin toplumsal etkileşimlerde bir iletişim aracı olarak işlev gördüğünü göstermektedir. Dövme, bireyin kendi bedenine duyduğu saygıyı artıran, onu daha değerli ve farklı hissettiren bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda dövme, bireyin fiziksel görünümünü şekillendirme sürecinin bir parçası olarak ele alınabilir. Dövme pratiği, estetik kaygının yanı sıra, bireysel ifade, kimlik inşası ve toplumsal aidiyet gibi çok boyutlu anlamlar içermektedir. Böylece, bireylerin bedenlerini bir vitrin gibi kullanarak kendilerini sahnelemeleri hem kişisel hem de toplumsal dinamiklerle şekillenen bir süreç olarak değerlendirilebilir.

2.2.3.Damgalanmış Beden: Toplumsal Etiketleme Süreci

İnsan, doğası gereği bir toplum içinde yaşar ve hayata dair pek çok unsuru sosyalleşme sürecinde içinde bulunduğu toplumdan öğrenir. Bu bağlamda toplum, bireyin yaşamı üzerinde hem büyük bir öneme hem de derin bir anlama sahiptir. Birey için toplum, yalnızca bir çevreden ibaret olmayıp aynı zamanda kabul görmek, dışlanmamak, onaylanmak ve damgalanmamak gibi unsurlar nedeniyle hayati bir bağlılık alanı oluşturur. Neticede birey, kendi başına bir değere sahip olsa da anlamlı ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmek için diğer insanlarla ilişki kurmaya ve topluma bütünleşmeye ihtiyaç duyar. Topluma ait hissetmek, sosyal bağlar geliştirmek, ortak duygu ve değerleri paylaşmak bireyin psikolojik ve sosyolojik bütünlüğü açısından gereklidir.

Bu bağlamda, bireyin beden algısının oluşumunda sosyal çevrenin etkisi büyük bir rol oynamaktadır. Toplum tarafından belirlenen güzellik standartları ve ideal beden ölçüleri, bireyler üzerinde belirli normlara uyma baskısı yaratır. Bu standartlara uymayan bireyler, toplum tarafından *normal dışı* olarak kabul edilmekte ve damgalanma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Goffman, damgalanan bireylerin toplum içinde nasıl algılandıklarını, benliklerini koruma adına geliştirdikleri stratejileri ve bu süreçte izlenim yönetimi yoluyla nasıl reaksiyonlar verdiklerini ele alır. Konu bağlamında, bireylerin

fiziksel görünimleri nedeniyle *kilolu, sıksa, uyumsuz, çelimsiz* gibi sıfatlarla damgalanma süreçleri ve bu damgalamalardan kaçınmak için başvurdukları yöntemler önem kazanmaktadır.

Bu nedenle üniversite gençliği, bedenlerini şekillendirirken toplumun kendilerinden beklediği standartlara uyma çabası içindedir. Aksi takdirde yazılı olmayan toplumsal normların yaptırımlarıyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu yaptırımlar bazen doğrudan bir söz ya da hareketle, bazen ise bakışlar, jestler, mimikler ve duruşlarla bireyin cezalandırılması, yani damgalanması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Örneğin, bakımsız veya kilolu bir birey, yalnızca dış görünümü nedeniyle çevresi tarafından olumsuz etiketlenebilmektedir. Dolayısıyla, bedenle ilgili algılar bireyin kendisini nasıl inşa edeceği konusunda belirleyici bir faktör haline gelmektedir. Bu noktada, Goffman'ın damgalama teorisi çerçevesinde bireylerin bu algıları nasıl yönettiklerini ve damgalanmaya karşı ne tür reaksiyonlar geliştirdiklerini anlamak önem taşımaktadır.

Goffman, etkileşim sürecinde damgalanan bireyler üzerine yoğunlaşarak toplumda normal kabul edilen bireyler ile damgalanan bireyler arasındaki ilişkileri incelemiş ve bu bağlamda *damga teorisini* geliştirmiştir (Kızılçelik, 2020: 218-219). Goffman, bu teoride benliğin sahneye konması sürecinde karşılaşılan temel sorunlardan biri olarak, benliğin potansiyel itibarsızlaştırılması meselesine odaklanmaktadır. Ona göre damga, bireyin toplum tarafından tam anlamıyla kabul edilmesini engelleyen bir durumdur. Goffman, bu kavramı bireyin itibarını zedeleyen, toplum içindeki konumunu olumsuz etkileyen sıfatları ifade etmek için kullanmıştır (Goffman, 2014: 25-30).

Goffman, damgaları üç temel kategoriye ayırmaktadır: Fiziksel deformasyonlar (bedensel engeller, yaralar, görünümle ilgili farklılıklar vb.). Bireysel karakter bozuklukları (zayıf irade, toplum tarafından ahlaksızlık veya sapkınlık olarak değerlendirilen eğilimler, psikolojik rahatsızlıklar vb.). Irk, millet ve din gibi kökene bağlı damgalar. Bununla birlikte, Goffman her kültürün ve dönemin hâkim değer yargılarına bağlı olarak farklı türde damgalamalar geliştirebileceğini de vurgulamaktadır. Damga, bireyin toplum içindeki statüsünü düşüren, onu belirli bir grup içinde dışlanmış hale getiren her türlü itibarsızlaştırıcı sıfat ya da durum için kullanılmaktadır (Kızılçelik, 2020: 221).

Goffman'ın damga kavramı günümüzde de farklı bağlamlarda yeniden ele alınabilir. Örneğin, tarihsel süreçte kilolu olmak refah ve statü göstergesi olarak

değerlendirilirken, günümüzde bu durum *çirkinlik*, *hastalık* kısacası *sorun* olarak algılanmaktadır. Bu değişim, toplumsal değer yargılarının zaman içinde farklılaşmasının bir sonucudur. Modern toplumda, Goffman'ın çizdiği çerçeveye paralel olarak, toplumun belirlediği ve ideal olarak kabul ettiği beden standartlarının dışında kalan bireyler bir tür damgalanma süreciyle karşı karşıya kalmaktadır.

Goffman, damga kavramını ele alırken, bireyin bedeninde bulunan kusurlar ya da fiziksel bozuklukların toplum içinde nasıl algılandığını ve damgalanan bireylerin bu durumla başa çıkmak için geliştirdiği stratejileri incelemiştir (Goffman, 2014: 48-52). Damgalı bireyler, sosyal kabul görmek ve benliklerini korumak adına, fiziksel kusurlarını gizlemeye veya toplumsal normlara uyumlu hale getirmeye yönelik çeşitli yollar geliştirirler. Örneğin, yüzünde yara izi bulunan bir bireyin makyaj yaparak bunu kapatmaya çalışması ya da görme engelli bir bireyin siyah güneş gözlüğü kullanarak engelinin saklamaya çalışması, bu stratejilere örnek gösterilebilir (Çetin, 2017: 94). Bu bağlamda damgalı bireyler benliklerini koruma hem ve toplumsal kuralları yönetme mekanizmalarını devreye sokarak sosyal yaşamda kendilerine bir yer edinmeye çalışırlar.

Bireylerin beden algıları ve bu algıya yönelik tutumları, içinde bulundukları toplumun etkileşim dinamikleri doğrultusunda şekillenir (Canatan, 2015: 45). Günümüz toplumunda, bedene atfedilen anlam büyük bir öneme sahiptir; özellikle de güzellik algısına uymayan bedenler damgalanmakta ve itibarsızlaştırılmaktadır. Moda ve güzellik standartlarının dışında kalan bireyler; hastalıklı, çirkin ya da bakımsız gibi sıfatlarla etiketlenmekte ve toplum tarafından normal dışı olarak kabul edilmektedir. Bu durum, bireylerin gözden düşmesine, yok sayılmasına ve hatta sosyal çevrelerinden dışlanmasına neden olmaktadır. Özellikle bedenine yeterince özen göstermeyen bireyler, toplum tarafından zevksiz, sağlıksız ve özensiz olarak nitelendirilmektedirler. Bu tür algılar, bireyin kendisini dışlanmış hissetmesine, utanç duymasına ve özgüven eksikliği yaşamasına yol açmaktadır (Goffman, 2014: 48-52).

Katılımcıların, benlik oluşumu ve bedenin inşası arasında kurduğu ilişkiyi anlamaya yönelik verdiği yanıtlar, bedenin dış görünüşü ile ilgili algılanan eksiklikler ya da kusurlar, bireyin sosyal etkileşimlerinde örselenmesine ve damgalanmasına sebep olduğunu ortaya oymaktadır. Bu noktada bireyin, benliğini nasıl sunduğu, sosyal etkileşimlerini nasıl yönettiği ve damgalanmayla nasıl başa çıktığı büyük önem taşımaktadır. Çünkü toplum tarafından bedensel görünümü nedeniyle damgalanan

bireyler, sağlıklı bir kimlik inşa edebilmek için çeşitli stratejiler geliştirerek, bedensel eksikliklerini telafi etmeye çalışmaktadır. Bu süreçte kozmetik ürünler kullanma, spor salonlarına gitme, sıkı diyet programları uygulama (örneğin, aralıklı oruç diyeti gibi popüler yöntemler), belirli besinleri tüketme, vücut geliştirme ya da estetik operasyonlar gibi çeşitli yollarla bedenlerini yeniden yapılandırma çabaları öne çıkmaktadır. Bu stratejiler sayesinde damgalanan bireyler, toplumsal kabul görme sürecini yeniden yapılandırarak, sosyal çevrelerinde saygınlıklarını korumaya ve benliklerini güvence altına almaya çalışmaktadırlar. Sonuç olarak, bireyin bedeni üzerinden etiketlenmesi, benlik inşasını ve sosyal hayatta kendini sunma biçimini doğrudan etkilemekte; bireyler de kendilerini bu damgalamalardan arındırmak adına sürekli bir dönüşüm içinde olmaktadır.

Yapılan görüşmelerde gençlerin toplum tarafından verilen mesajlara karşı duyarlı oldukları görülmektedir. Toplumun bedenleriyle ilgili mesajlarından etkilendikleri anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin bedensel görünümüyle ilgili toplumsal geri bildirimlere duyarlılık göstermeleri, yalnızca bireysel tercihlerle açıklanamayacak kadar derin toplumsal ve kültürel kodlarla şekillenen bir olgudur. Beden algısı, toplumsal mesajlar, bireysel özgüven ve sosyal kabul arasındaki karmaşık ilişkiyi anlamak, gençlerin bedene yönelik algılarını değerlendirmek açısından önemlidir. Bu bağlamda “Çevrenizin bedene özen gösterilmesi ile ilgili telkinlerinden/uyarılarından etkilenir misiniz?” sorusuna verilen cevaplar gençlerin etiketlenmekten, bedenleri ile ilgili yapılacak olumsuz yorumlardan, kısaca damgalanmaktan endişelendikleri görülmektedir. Örneğin Katılımcı K1: *‘Bana kilo mu aldın denildiğinde etkileniyorum mesela. Kilo almaya müsait bir yapım var. Sanırım genetik. Kolay kilo alıyorum. Fakat başkalarının böyle demesi rahatsız ediyor. Ben de önlem almam gerektiğini düşünüyorum. Hemen diyet yapmaya başlıyorum. Bir spor salonuna gitme imkânım yok ama düzenli yürüyüş yapmaya çalışıyorum. Çünkü kilomla ilgili olumsuz bir yorum yapıldığında kendimi çirkin, bakımsız, özensiz hissediyorum. Bu histen kurtulmadığım müddetçe de arkadaş ortamlarında çok bulunmuyorum. Tüm bu çabalarla ‘kilo vermişsin’ dediklerinde bunu beni çok mutlu ediyor ve sosyal ortamlarda bulunmak bana keyif veriyor.’*

Katılımcı K1’in bu yanıtı, genç bireylerin toplumsal normlar ve beklentiler doğrultusunda beden algılarını nasıl şekillendirdiklerini ve çevrelerinden gelen mesajlara karşı nasıl hassasiyet gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Toplumun güzellik algısı ve

ideal beden normları, bireyler üzerinde psikolojik ve davranışsal düzeyde etkiler oluşturarak, onların kendilerini nasıl gördüklerini ve bedenleriyle nasıl bir ilişki kurduklarını belirleyici bir faktör hâline gelmektedir. Bireyin çevresinden gelen bedenle ilgili yorumlardan etkilenmesi ve bu yorumların onun benlik algısını doğrudan etkilemesi, toplumsal etiketleme süreciyle ilişkilendirilebilir. Bireyin kilosu hakkında yapılan olumsuz yorumların, kendini çirkin ve bakımsız hissetmesine neden olması, toplumun beden üzerine inşa ettiği normatif beklentilerin içselleştirildiğini göstermektedir. Bu durum, beden algısı ile özgüven arasında doğrudan bir ilişki olduğunu ve bireyin sosyal kabul görme arzusunun fiziksel görünüm üzerinden şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Ayrıca, bireyin kilo ile ilgili olumsuz yorumlardan kaçınmak için diyet yapma ve egzersiz gibi eylemlere yönelmesi, toplumsal baskının bireyin bedenine yönelik kararlarını etkilediğini göstermektedir. Bu tür çabalar fiziksel sağlığı koruma amacının ötesinde, toplumsal kabul görme ve damgalanmaktan kaçınma motivasyonu da ilişkilidir. Özellikle genç bireyler arasında sosyal ortamlarda bulunmanın ve kabul edilmenin önemli olduğu düşünüldüğünde, bedenle ilgili olumlu veya olumsuz geri bildirimlerin bireyin sosyal yaşamındaki rolü de net bir şekilde anlaşılmaktadır. Bireyin aldığı olumlu geri dönüşler sonucunda kendini daha mutlu hissetmesi ve sosyal ortamlarda daha fazla yer almak istemesi, toplumun güzellik normlarına uygunluğun bireyin sosyal hayatındaki yerini belirtmekte ve bireyin psikolojini olumlu anlamda etkilediğini göstermektedir.

Benzer biçimde katılımcı K25 bir zamanlar kilo sorunu yaşadığıyla ilgili “Sosyal çevrenizde bedeninizle ilgili herhangi bir uyarıya maruz kaldınız mı?” sorusuna verdiği cevapla kilosu ile ilgili değerlendirmelerde ciddi bir şekilde yıprandığını bunun bir damgalanmaya neden olduğunu göstermektedir. Katılımcı K25: ‘*Maruz kaldım. Geçmiş yıllarda 13 yaşlarımdan itibaren kilomla dalga geçildi ve o dönemlerde özgüven eksikliği yaşamama neden oldu. Ailemden bile etkilendim. Mesela babamla ne zaman otursak konu kiloma gelirdi. Daha sonraları özellikle erkek arkadaşım tarafından kilolu olduğum için dokundurmalar fark ediyordum. Kilo verirsem daha iyi görüneceğimi söylüyordu ama aslında kilolu olduğumu bilerek ya da bilmeyerek ifade ediyordu. Sevdığım insanlardan böyle uyarılar almak beni üzüyordu ve kendimi kötü hissediyordum. Sanki büyük bir suç işlemişim gibi kendimi suçluyordum. Bu durumun yol açtığı psikoloji ile insan içine*

çıkamak istemiyordum. Çünkü bana normal baksalar bile sanki herkes kiloma bakıyordu, herkes ne bu halin der gibiydi.”

Katılımcı K25’in ifadeleri, beden algısının sosyal çevre ve toplumsal normlar tarafından nasıl şekillendirildiğini ve birey üzerinde nasıl psikolojik etkiler oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bedenle ilgili yapılan yorumlar ve özellikle kilo üzerinden gerçekleştirilen etiketleme süreçleri, bireyde damgalanma hissine neden olarak uzun vadede özgüven eksikliği ve sosyal kaygıya yol açabilmektedir. Öncelikle, bireyin çocukluk ve ergenlik döneminde kiloya yönelik maruz kaldığı olumsuz geri bildirimler, toplumsal damgalamanın erken yaşlardan itibaren içselleştirilebildiğini göstermektedir. Ailesi ve yakın çevresinden gelen eleştiriler, bireyin beden algısını ve özsaygısını doğrudan etkilemiş, hatta sosyal ortamlardan kaçınmasına neden olmuştur. Bu noktada, özellikle aile içi iletişimin bireyin benlik algısındaki belirleyici rolü vardır. Aile bireylerinin bedenle ilgili olumsuz geri bildirimlerde bulunması, bireyin kendine dair geliştirdiği algıyı zedeleyerek uzun vadede psikolojik baskıya ve kendini değersiz hissetmeye yol açmaktadır. Bunun yanı sıra, katılımcının romantik ilişkisinde de kilosuna yönelik örtük eleştirilerle karşılaştığını ifade etmesi, kilo algısının yalnızca bireyin kendi bedeniyle kurduğu ilişkiyi değil, bunun yanında kişilerarası ilişkileri de etkilediğini göstermektedir. Partnerin, doğrudan ya da dolaylı olarak kilo vermeyi teşvik etmesi, bireyin fiziksel görünümüne yönelik toplumsal beklentileri daha derinden hissetmesine yol açmış ve bu durum bireyin kendini suçlu hissetmesine sebep olmuştur. Bu bağlamda, kilo verme baskısının birey üzerindeki psikolojik etkileri, sadece fiziksel sağlığı değil, duygusal durumu da etkileyen çok boyutlu bir süreçtir. Damgalanma hissi, bireyin yalnızca fiziksel görünümüyle değil, sosyal kabulüyle de doğrudan ilişkilidir. Katılımcının, başkalarının kendisine normal baksa bile herkesin kilosuna odaklandığını düşünmesi, bu algının bireyin zihninde nasıl kalıcı bir yer edindiğini ve sosyal kaygıya dönüştüğünü göstermektedir. Damgalanma, bireyin yalnızca başkalarının ona yönelik tutumlarıyla değil, aynı zamanda içselleştirdiği olumsuz algılarla da beslenmekte ve bireyi sosyal ortamlardan uzaklaşmaya neden olmaktadır.

Buna rağmen katılımcının benliğini koruması ve sosyal çevresiyle bütünleşmesi ve yazılı olmayan kurallara uymak için çaba göstermesi ve strateji geliştirmesi dikkate değerdir. Örneğin “Bundan kaçınmak istediniz mi, bunun için nasıl önlem aldınız?” sorusuna şöyle cevap vermiştir. Katılımcı K25: “*Yaşım küçükken çok bir önlem almam*

söz konusu değildi. Sadece insanlardan, bakışlarından, uyarılarından kaçınıyordum. Daha sonra kilomu geniş ve spor tarzı giysilerle saklamaya çalışıyordum. Erkek arkadaşımın uyarılarından sonra sıkı bir diyet yaparak, bol bol yüzerek ve düzenli bir şekilde spor salonuna giderek kilomu kontrol altına aldım. Şimdi herkes takdir ediyor, kimse olumsuz konuşmuyor. Daha önce rahatsız eden bakışlar övgü dolu, hayranlık uyandırıcı anlamlara büründü. Artık hiç kimseden, hiçbir gözden kaçmıyorum.”

Katılımcı K25’in ifadeleri, bireyin bedensel algısını nasıl toplumsal geri bildirimler doğrultusunda şekillendirdiğini ve bu süreçte içselleştirdiği normlara uygun bir beden inşa etme çabası içine girdiğini göstermektedir. Özellikle erken yaşlarda damgalanmaya maruz kalmanın, bireyin sosyal ortamlardan kaçınma eğilimi geliştirmesine ve fiziksel görünümünü saklama yollarına başvurmasına neden olduğu anlaşılmaktadır. Bireyin, geniş ve spor tarzı kıyafetlerle kilosunu gizleme çabası, beden algısı ile sosyal kabul arasındaki ilişkiyi açıkça ortaya koymaktadır. Toplumsal normların belirlediği ideal beden algısına uymayan bireylerin, bu algıya meydan okumak yerine bedensel farklılıklarını saklamaya çalışmaları, toplumun güzellik standartlarının ne denli içselleştirildiğini göstermektedir. Bununla birlikte, romantik ilişkide partnerin kilosuna yönelik eleştirileri, bireyin fiziksel görünümüne dair farkındalığını artırmış ve kilo verme sürecini hızlandırıcı bir etken hâline gelmiştir. Katılımcı K25’in sıkı diyet, yüzme ve düzenli sporla kilo kontrolünü sağladığını belirtmesi, bireyin bedenine yönelik toplumsal beklentilere uyum sağlama eğilimine işaret etmektedir. Bu durum, bireyin beden algısının dışsal geri bildirimler doğrultusunda şekillendiğini ve toplumsal kabul görme arzusunun fiziksel değişimi teşvik eden bir motivasyon kaynağına dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Katılımcı K25’in kilo verdikten sonra toplumdan gelen tepkilerin değiştiğini ve önceden rahatsız edici bakışların yerini hayranlık dolu ifadelere bıraktığını belirtmesi, toplumsal algının bedensel görünüme dayalı nasıl bir dönüşüme uğradığını göstermektedir. Bu noktada, bireyin artık hiçbir bakıştan kaçınmadığını ifade etmesi, fiziksel değişimin sosyal statü ve özgüven üzerindeki etkisini de vurgulamaktadır. Genel olarak, katılımcının deneyimleri, bireyin bedenine yönelik toplumsal geri bildirimleri nasıl içselleştirdiğini, damgalanma ve özgüven arasındaki ilişkiyi ve güzellik normlarının birey üzerindeki etkilerini anlamak açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Toplumsal normlar doğrultusunda şekillenen egemen beden algısı, yalnızca kilolu bireyleri değil, aynı zamanda bu idealize edilmiş beden standartlarının dışında kalan tüm

bedenleri olumsuz şekilde etiketleme potansiyeline sahiptir. Günümüz toplumlarında estetik değerler, fit, simetrik, çekici ve bakımlı bedenleri makbul olarak tanımlamakta; bu da bireyler üzerinde belirgin bir toplumsal baskı oluşturmaktadır. Bu durum, estetik kaygılarla biçimlenen modern güzellik anlayışının bir yansımasıdır. Bu bağlamda, gündelik yaşam pratiklerinde fiziksel farklılık gösteren bireylerin damgalanması olağan bir hale gelmiştir. Araştırma katılımcılarından bazılarının aşırı zayıf beden yapısına sahip olmaları, bu duruma somut bir örnek teşkil etmektedir. Toplum nezdinde “aşırı zayıflık”, biçimsizlik, hoşnutsuzluk ve hatta tiksinti uyandıran bir görünümle ilişkilendirilerek bireyin bedeninin damgalanmasına neden olmaktadır.

Katılımcı E2'nin durumu buna iyi bir örnek teşkil etmektedir. “Sosyal çevrenizde bedeninizle ilgili herhangi bir uyarıya maruz kaldınız mı?” Katılımcı E2: *“Maalesef, kaldım. Ama benim durumum farklı. Herkes obez olmaktan, şişmanlıktan şikâyet ederken benimki tam tersi aşırı zayıflıktan kaynaklanmaktadır. Ya ben halimden memnundum. Ailem de rahatsız değildi. Nişanlıyım. Nişanlımdan da bir şey duymadım. Bu durum üniversiteden önceydi tabi. Üniversiteye geldiğimde sınıf arkadaşlarım, yurtta birlikte kaldığım arkadaşlar çok söylendiler. ‘Çok zayıfsın, çelimsiz, biri deri bir kemiksin, niye yemiyorsun, zayıflıktan öleceksin, her giydiğin çok bol geliyor, kıyafetlerin üzerine iyi oturmuyor, erkek dediğin biraz yapılı olur.’ gibi cümlelerle beni uyarıyorlardı. Bu durum beni üzüyordu. Kendimi öyle gördüğüm için değil. Bu konuda bu kadar söylenmeleri beni rahatsız ediyordu. Oysa zayıf olmam benim için sorun değildi. Ama olmadı söylenenlerden bunaldım gerçekten. Belki incitme amaçları yoktu ama şakayla da olsa naber sıksa diye seslenmeye, iskeletor diye takılmaya başladılar. Gerçekten üzüldüğümün farkında değillerdi. Bir süre sonra aşırı zayıflığın normal olmadığını, bir sorun olduğunu düşünmeye başladım ve bu durumdan kurtulmanın yollarını aradım.”*

Katılımcı E2'nin ifadeleri, toplumsal beden algısının yalnızca kilo fazlalığı üzerinden değil, aşırı zayıflık bağlamında da bireyler üzerinde baskı oluşturduğunu göstermektedir. Genellikle obezite ve fazla kiloya yönelik toplumsal eleştiriler ön plana çıksa da katılımcının deneyimi, beden algısının ve toplumsal beklentilerin çift yönlü işlediğini ortaya koymaktadır. Katılımcı E2'nin kendi bedeninden memnun olduğunu ve ailesinin de bu durumu bir sorun olarak görmediğini belirtmesi, bireyin beden algısının sosyal çevreyle olan etkileşimleri sonucunda nasıl değiştiğini göstermektedir. Üniversiteye başlamasıyla birlikte arkadaş çevresinden gelen sürekli yorumlar, doğrudan

fiziksel görünümü hedef alan eleştiriler içermektedir. Bu noktada, bedenle ilgili yapılan yorumların yalnızca fazla kilolu bireyler için değil, zayıf bireyler açısından da damgalayıcı bir etki oluşturduğu anlaşılmaktadır. Katılımcı E2'nin maruz kaldığı ifadeler, toplumsal cinsiyet normlarıyla da ilişkilidir. Özellikle “erkek dediğin biraz yapılı olur” şeklindeki yorum, bedensel idealin yalnızca bireysel tercihlere göre değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet algılarına dayalı olarak şekillendiğini göstermektedir. Erkek bireylerin belirli bir fiziksel yapıya sahip olmaları gerektiğine dair önyargılar, zayıf erkeklerin beden algısını olumsuz etkileyebileceğini ve özgüven eksikliğine yol açabileceğini göstermektedir. Katılımcı E2'nin sosyal çevresinin kendisini değiştirmeye yönelik baskısı sonucunda zayıflığının bir sorun olduğunu düşünmeye başlaması, sosyal geri bildirimlerin bireyin beden algısını nasıl dönüştürebileceğini göstermektedir. Başlangıçta bir sorun olarak görmediği bedensel özelliklerini, çevresinden gelen sürekli yorumlar nedeniyle problemli olarak algılamaya başlaması, beden algısının sosyal inşasını açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu durum, bireyin dışsal etkilere bağlı olarak kendi bedeniyle ilgili algısını yeniden şekillendirdiğini göstermektedir. Katılımcı E2'nin deneyimi, beden algısının yalnızca kilo fazlalığı değil, aşırı zayıflık bağlamında da toplumsal baskıya maruz kalabileceğini ve bireyin beden algısının sosyal geri bildirimler doğrultusunda değiştiğini ortaya koymaktadır. Bu tür durumlar, bireyde psikolojik baskı, sosyal kaygı ve kendini yetersiz hissetme gibi sonuçlar doğurmaktadır. Bu nedenle, beden algısına yönelik toplumsal normların birey üzerindeki etkileri ele alınırken, yalnızca obezite değil, aşırı zayıflık ve diğer bedensel farklılıkların da dikkate alındığını göstermektedir.

Katılımcı E2 fiziksel görünümünden kendisi memnunken bu durumdan herhangi bir rahatsızlık duymazken yeni başladığı üniversite ortamında ciddi bir baskıya maruz kalmıştır. Çok zayıf olmasından dolayı sosyal çevresinde *sıska*, *iskeletor* gibi doğrudan dışlayıcı, damgalama sıfatlarıyla nitelendirilmiştir. Fiziksel görünümü kendisine normal geldiği halde akran grubu tarafından içinde bulunduğu çağa, kültüre, beden algısına uygun olmadığı hissettirilmiş ve değişmesi yönünde baskıyla karşılaşmıştır. Bir süre sonra söylenenlerden etkilenererek kendisini inciten, alay, dalga konusu haline getiren sorunun bedeninde olduğunu düşünmüştür. Kendine olan güveni azalmış, öz farkındalığı sarsılmış ve benlik saygısı örselenmiştir. Zayıf, sıska, biçimsiz olarak etiketlenen bedenini değiştirmeye karar vermesi kendi önceliği değil, toplumun önceliği haline gelmiştir. “Bir çözüm bulabildiniz mi, nasıl kurtuldunuz bu durumdan?” Katılımcı E2:

“Önce bir psikoloğa danıştım. Daha sonra bir diyetisyene başvurdum. Diyetisyenin bana önerdiği diyeti uyguladım. Bir süre sonra kilo almaya başladım. Dört kilo aldım.”

“Kilo almaya başladıktan sonra görünümünüzde bir değişiklik fark ettiniz mi? Fark ettiyseniz neler hissettiniz?” Katılımcı E2: “Dört kilodan sonra, yüzümün canlandığını, cildimin değiştiğini fark ettim. Gözüm, kulağım, burnum daha uyumlu hale geldi sanki. Gözlerimdeki çukurlar doldu gibi. Giydiklerim üstüme daha iyi oturmaya, şık, güzel görünmeye başladı. Okuldaki arkadaşlarım da bu değişikliği fark etti. Yeni halimin yakıştığını, yüzümün, gözümün açıldığını, kıyafetlerimin daha hoş, oturaklı bir hale geldiğini ifade ettiler. Bu benim hoşuma gitti. Memlekete döndüğümde ailem de değişimi fark etti. Özellikle annem. Nişanlım da beğendi, iltifatlar etti. Demek ki gerçekten de çok zayıfmışım diye düşünmeye başladım.” Bireyin kilo alım süreciyle birlikte beden algısında ve öznel iyi oluşunda meydana gelen değişimler, beden imgesiyle ilgili algılarının dönüşebileceğini göstermektedir. Katılımcının ifadesinden yola çıkarak, kilo artışının yalnızca fiziksel görünümünü değil, aynı zamanda psikososyal deneyimlerini de etkilemektedir. Özellikle dört kilogramlık bir artışın ardından yüz hatlarında belirgin bir değişim gözlemlendiğini ve bu değişimin çevresi tarafından da fark edildiğini belirtmektedir. Bireyin gözlemlendiği fiziksel değişiklikler arasında yüz hatlarının daha dolgun hale gelmesi, cildinin canlılık kazanması ve kıyafetlerin vücuda daha iyi oturması gibi unsurlar öne çıkmaktadır. Bu durum, beden algısının bireyin kendilik algısı ve sosyal çevresiyle etkileşimini ortaya koymaktadır. Katılımcı E2’nin arkadaşları, ailesi ve nişanlısı tarafından yapılan olumlu geri bildirimler, kilo alımına yönelik algısının da değişmesine katkıda bulunmuştur. Bu doğrultuda, bireyde önceden fark edemediği bir zayıflık durumunun bulunduğuna yönelik bir bilinç geliştiği söylenebilir. Özetle, kilo alımının bireyin kendilik algısını ve çevresiyle olan etkileşimini dönüştürdüğü görülmektedir. Bu durum, beden imgesinin yalnızca biyolojik bir olgu olmanın ötesinde, bireyin psikososyal süreçleriyle de yakından ilişkili olduğunu göstermektedir.

Güzellik/ideal beden standartlarına uymayan bedenler doğrudan etiketlenme konusu olabilmektedir. Geçerli standartlara uymayan bedenlerin damgadan kaçınma stratejileri son derece normal karşılanmakta; olması gereken, sıradan durumlar olarak algılanmakta ve bireyler tarafından kanıksanmaktadır. Bireylerin bilinçli veya bilinçsizce yaptıkları bu stratejiler günümüzde damgadan kaçınma yöntemleridir. “Sosyal çevrenizde bedeninizle ilgili bir uyarıya maruz kaldınız mı?” sorusuna verilen cevap

belirtmek isteğimiz konuya iyi bir örnek teşkil etmektedir. Katılımcı E1: “*Sorunuza tam olarak cevap olur mu bilmiyorum ama vücudumla ilgili şöyle bir durumla karşılaştım. Ailemle birlikte deniz kenarındaki evimizde oturuyoruz. Bu yüzden çocukluğumdan beri denize girmeyi, deniz kenarından vakit geçirmeyi severim. Arkadaşlarımla da takılırım buralarda. Büyüdüğümde vücudumda; kollarımda, bacaklarımda, göğüs bölgemde, sırtımda tüylenmeler oldu tabi. Arkadaşlarım bir ara neden epilasyona gidip bu tüylerden kurtulmadığımı sordular. Epilasyon tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kadın erkek fark etmeksizin yaygın bir uygulama. Pahalı da değil ve neredeyse her köşede epilasyon merkezleri var. Bireysel kullanıma uygun pek çok teknolojik alet var. Daha önce birçok yerde okumuş veya reklamını görmüştüm bu aletlerin. Arkadaşlarım söyleyene kadar aklıma gelmemişti ama.*” “*Arkadaşlarınızın bedeninize yönelik bu uyarısı sizi rahatsız etti mi?*” “*Pek değil. Sadece onlar söyleyene kadar böyle bir şeyi düşünmemiştim. Yoksa son derece normal bir şey. İnsanların tüysüz, pürüzsüz bir cilde sahip olmak istemeleri gayet doğal.*”

Katılımcı E1’in ifadeleri, bireyin beden algısının toplumsal normlar ve sosyal çevreden gelen geri bildirimler doğrultusunda şekillendiğini göstermektedir. Özellikle güzellik ve hijyen algıları çerçevesinde bedensel pratiklerin toplumsal olarak nasıl yönlendirildiği bu örnek üzerinden incelenebilir. Katılımcı E1, çocukluk ve gençlik döneminde deniz kenarında vakit geçirdiğini ve bedensel görünümüne dair belirgin bir farkındalığa sahip olmadığını ifade etmektedir. Ancak, ergenlik dönemiyle birlikte vücudunda meydana gelen kıllanma, sosyal çevresi tarafından yorumlanmış ve bu durum epilasyon uygulamalarına yönelik bir yönlendirmeye sebep olmuştur. Katılımcı E1’in bu uygulamalar hakkında önceden bilgi sahibi olduğu, ancak bunları gündelik hayatına entegre etmeyi düşünmediği anlaşılmaktadır. Bu durum, bireylerin bedensel pratiklere ilişkin farkındalıklarının önemli ölçüde dışsal etkenler yoluyla şekillendiğini ortaya koymaktadır. Öte yandan, katılımcının bu telkinleri rahatsız edici bulmadığı, aksine tüysüz ve pürüzsüz bir cilde sahip olma arzusunu doğal bir durum olarak değerlendirdiği görülmektedir. Bu bağlamda, bireyin toplumsal güzellik normlarını içselleştirdiği ve bedensel müdahalelere yönelik olumlu bir tutum geliştirdiği söylenebilir. Kısacası, sosyal çevrenin bireyin beden algısını doğrudan etkileyebildiği ve estetik kaygılar doğrultusunda yönlendirmeler yapabildiği anlaşılmaktadır.

Günümüzde, bireylerin cinsiyet fark etmeksizin bedenlerindeki tüylerden arınmaları, estetik algının bir gerekliliği olarak kabul edilmektedir. Toplumsal normlar ve bireyin algısı, vücut tüylerini kusurlu, bakımsız ve estetik olmayan unsurlar olarak değerlendirmektedir. Bu durum, bireylerin toplum içinde damgalanmasına yol açabilmektedir. Tüysüz bir beden, ideal güzellik anlayışı çerçevesinde estetik olarak tanımlandığı için, bu normun dışında kalan bireyler dikkat çekici ve uyumsuz olarak algılanmaktadır. Egemen güzellik anlayışı doğrultusunda, vücut tüyleri görüntü açısından rahatsız edici, çirkin ve hijyenik olmayan unsurlar olarak görülmekte ve bireylerin toplumsal kabul görme süreçlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, bedensel farklılıklar, hor görülme, aşağılanma ve dışlanma gibi sosyal sonuçlar doğurabilmektedir. Katılımcı E1'in görüşleri doğrultusunda, bedenin en doğal hali dahi mevcut güzellik standartları dışında kaldığında etiketlenmeye açık hale gelmektedir. Katılımcı E1, günümüz güzellik algısı çerçevesinde bu durumu olağan karşılamakta ve tüysüz bir bedeni ideal olarak benimsemektedir. Bu doğrultuda, bedensel tüyleri bir kusur olarak değerlendirmekte ve toplumun estetik normlarına uyum sağlamak amacıyla sosyal çevresinin yönlendirmelerini kabul etmektedir.

“Arkadaşlarınızın telkinleri/uyarıları mı sizi yönlendirip, harekete geçirdi? Neler yaptınız bu konuda?” Katılımcı E1: *“Bir epilasyon merkezine gittim. Uzun ve düzenli seanslara devam ettim. Arkadaşlarımın söyledikleri bana da mantıklı geldi. Vücutuma özen gösteren biriyim. Bu yüzden bu tüylere çözüm bulma noktasında çok düşünmedim. “Nasıl hissettirdi? Arkadaşlarınız ve karşı cinsten nasıl tepkiler aldınız?” “Başta biraz garip hissettim ama sonra tamamen alıştım ve sevdim. Bu gerçekte vücut bakımı ve temizliktir. Kendimi daha bakımlı daha kusursuz ve temiz algılamaya başladım. Çünkü kişisel bakım ve temizlik sağlığın korunması ve sürdürülmesi için de önemli. Yakın ve okul çevremden olumlu tepkiler aldım. Güzel olmuş, daha bakımlı daha özenli gösteriyor, cildin de gençleşmiş, daha canlı hale gelmiş dediler. Kız arkadaşım çok beğendi, güzel şeyler söyledi. Bu bakımlı, özenli halimin beni daha çekici hale getirdiğini belirtti. Bu yorumlar beni oldukça memnun etti.”*

Katılımcı E1'in ifadeleri, bireylerin bedenleriyle ilgili karar alma süreçlerinin toplumsal etkileşimlerden etkilendiğini göstermektedir. Özellikle estetik ve kişisel bakım uygulamalarına yönelik tutumların, bireyin sosyal çevresinden gelen geri bildirimden de etkilenecek şekilde şekillendiği görülmektedir. Katılımcı, arkadaşlarının epilasyon konusundaki

yönlendirmelerinin kendisi için mantıklı göründüğünü ve bu doğrultuda harekete geçtiğini belirtmektedir. Kendi bedeniyle ilgilenen, bakımına önem veren biri olarak, bu değişimi hızlıca benimsemiş ve uygulamaya koymuştur. Bu durum, bireyin kişisel bakım pratiklerinin öznel tercihleriyle birlikte, toplumsal normlar ve çevresel faktörlerle de belirlendiğini ortaya koymaktadır.

Epilasyon sürecinin ardından bireyin beden algısında ve öznel tutumunda olumlu yönde bir değişim meydana geldiği anlaşılmaktadır. İlk başta alışma süreci yaşansa da zamanla bu durum bireyin kendisini daha bakımlı, temiz ve kusursuz hissetmesine yol açmıştır. Ayrıca, kişisel bakımın sadece estetik bir kaygı olmadığını, sağlıkla da ilişkili bir unsur olarak değerlendirildiğini ifade etmektedir. Sosyal çevreden ve özellikle karşı cinsten alınan olumlu geri bildirimler, bireyin bu değişimi daha da benimsemesini sağlamıştır. Kız arkadaşının epilasyon sonrası görünümünü daha çekici bulduğunu belirtmesi, bireyin kendilik algısını ve özgüvenini olumlu yönde etkilemiştir. Bu durum, sosyal geri bildirimlerin bireylerin bedenlerine yönelik algılarını dönüştürdüğünü ve güzellik normlarının içselleştirilme sürecini gözler önüne sermektedir. Kısaca, bireyin bedeniyle ilgili kararlarında kişisel tercihler kadar sosyal çevrenin de belirleyici bir rol oynadığı görülmektedir. Toplumsal güzellik normları ve estetik beklentiler, bireylerin bakım rutinlerini ve kendilik algılarını doğrudan etkileyebilmekte; bu süreç, bireyin sosyal çevresinden aldığı geri bildirimlerle pekiştirilmektedir.

Kimlik, durağan olmaktan ziyade, bir dönüşüm ve inşa sürecinde dinamik bir olgudur (Bilgin, 2007: 302). Benlik de benzer şekilde, toplumsal, kültürel ve tarihsel bağlamlara bağlı olarak şekillenen ve zaman içerisinde gelişen bir süreçtir. Birey, toplum içinde benliğini inşa ederken eşzamanlı olarak kimliğini de biçimlendirmektedir. Dolayısıyla, kimliğin oluşumu aynı zamanda benliğin inşa edilme sürecini de içermektedir. Giddens ve diğer sosyal bilimciler, benliğin oluşum süreci ile kimliğin teşekkülünü birbirinden ayrılmaz olarak değerlendirmektedir (Ersoy, 2014: 47). Bu bağlamda, benlik ve kimlik iç içe geçmiş kavramlardır; biri şekillenirken diğeri de varlık kazanır. Her ikisi de belirli bir zaman diliminde, çeşitli sosyo-kültürel ve bireysel dinamikler çerçevesinde inşa edilen olgulardır. Bir anda tamamlanan statik yapılar olmayıp, bireyin yaşamı boyunca süregelen dönüşümler barındırmaktadır (Maalouf, 2012: 25). Benlik, kimliğin ayrılmaz bir parçası olarak bireysel ve toplumsal boyutlar taşır. Aynı zamanda kimlik de benliğin şekillenmesinde belirleyici bir unsurdur. Bu

nedenle, benlik ve kimlik karşılıklı etkileşim içinde olup, bireyin toplumsal ve kültürel bağlamdaki konumlanışıyla birlikte sürekli olarak yeniden üretilmektedir (Tatar, 2011: 83).

Kimlik, bireyin sosyal çevresiyle etkileşime girerek şekillenen toplumsal bir olgudur. Bireyin içinde bulunduğu sosyal çevre, belirli toplumlara özgü kültürel dinamikler aracılığıyla kimliği doğrudan etkiler. Bu bağlamda, birey yaşadığı toplumun değerleri, normları ve beklentilerini dikkate alarak o topluma aidiyet geliştirir ve kimliğini bu doğrultuda inşa eder. Toplumsal yaşamda birey, kabul görmek, onaylanmak, beğenilmek ve takdir edilmek gibi sosyal ihtiyaçlara sahiptir. Bu nedenle, başkalarının kendisini nasıl değerlendirdiğini önemser ve buna uygun olarak kendisine yönelik algıyı şekillendirmek amacıyla çeşitli stratejiler geliştirir. Bu süreç, “benlik sunumu” olarak adlandırılmakta olup, bireyin kimliğinin inşasında önemli bir rol oynar. Dramaturjik anlayışa göre bireyler, toplumsal etkileşimlerde belirli roller üstlenerek en iyi performanslarını sergilemeye çalışırken, aynı zamanda kimliklerini de yönlendirirler. Bu süreç, bireyin toplumun bir parçası olma, kabul edilme, değer görme ve toplumla bütünleşme arzularıyla doğrudan ilişkilidir. Birey kimliğini yalnızca içsel bir süreçle değil, sosyal çevresinden gelen geri bildirimlerle de biçimlendirir.

Kimlik, tıpkı benlik gibi hem bireysel değerlendirmelerden hem de “genelleştirilmiş başkası” kavramı çerçevesinde toplumsal algılardan etkilenecek şekilde şekillenir. Sosyalleşme süreci, bireyin kimliğini toplumun bir aynası olarak görmesine neden olur; dolayısıyla birey, toplumun değer yargıları, normları ve beklentileri doğrultusunda kimliğini inşa eder. Kimliğin oluşumu, bireyin başkaları tarafından kabul edilme, onaylanma ve değer görme ihtiyacıyla yakından ilişkilidir (Aydın, 2009: 15). Bu bağlamda birey, etiketlenme korkusunu aşmak, kendisine yönelik izlenimleri olumlu hale getirmek ve benliğini sosyal beklentilere uygun biçimde sunmak için çaba sarf eder. Böylece birey hem benliğini hem de kimliğini toplumsal dinamikler çerçevesinde inşa ettiği gibi korumuş da olur.

2.3.Sosyo-Kültürel Etkilerle Bedenin Biçimlenişi

2.3.1.Tüketim Kültürü ve İdeal Beden Algısı

Bireylerin ve üretici birimlerin kişisel çıkarları doğrultusunda, öncelikli olarak kâr elde etme amacıyla ekonomik faaliyetlerde bulunduğu, özel mülkiyetin, serbest piyasa

ekonomisinin esas tutulduğu kapitalizm, üretimin pazara yönelik gerçekleştirildiği bir sosyo-ekonomik, kültürel, siyasal ve ideolojik sistemdir (Bayhan, 2011: 224). Kapitalist sistemin ortaya çıkışından önce insan ve toplum, doğal bir yapıya sahip olup, ekonomik faaliyetlerin temel ölçütü bireyin ihtiyaçlarıyla sınırlıydı. İnsan, tüketimi kadar üretim gerçekleştirerek temel gereksinimlerini karşılamaya yönelik bir ekonomik düzen içerisinde hareket etmekteydi. Dolayısıyla, aşırı kazanç elde etme, servet biriktirme ya da sınırsız tüketim anlayışı söz konusu değildi. Üretim ve tüketim arasında görece dengeli bir yapı bulunmaktaydı (Sombart, 2008: 36-41). Ancak, kapitalist sistemin etkisiyle özellikle 20. yüzyıldan itibaren bu denge bozulmuş ve tüketim, ekonomik süreçlerde merkezi bir konuma yerleşmiştir. Bu bağlamda tüketim, yalnızca bireysel ekonomik bir faaliyet olmaktan çıkarak sosyal, kültürel ve politik boyutları olan bir yapı haline gelmiştir (Bocock, 2005: 20). İnsanlık tarihi boyunca tüketim pratiği var olsa da geleneksel ve sanayi toplumları ağırlıklı olarak üretim odaklı iken günümüz toplumları tüketim merkezli bir yapıya evrilmiştir. Üretim ve tüketim süreçleri tarihsel olarak değişmeyen unsurlar olmakla birlikte, geçmiş dönemlerde üretim ön plandayken, günümüzde tüketimin belirleyici olduğu bir ekonomik ve toplumsal düzen hâkimdir (Bauman, 2023: 83).

Liberalizm, bireylerin özgür iradeleri doğrultusunda hareket edebilmesini, ekonomik alanda tam bir serbestliğe sahip olmalarını savunan bir düşünce sistemidir. “Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” (Laissez-faire, Laissez-passer) mottosu, bu anlayışın temel ilkelerinden biridir. Liberalizmin bireycilik ilkesi, toplumdaki her bireyin kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmesinin, toplumsal faydayı da beraberinde getireceğini öne sürmektedir. Buna paralel olarak, haz ve elem düşüncesi de bireylerin acıdan kaçınarak hazzı yönelen varlıklar olduğu görüşünü desteklemektedir (Bayhan, 2011: 225). Liberal düşüncenin bireylere sınırsız ekonomik özgürlük sunma ve bireysel arzular doğrultusunda hareket etmeyi meşrulaştırma anlayışı, tüketim toplumunun temel dayanaklarından birini oluşturmaktadır.

Tüketim toplumu, ekonomik ve toplumsal yapının temelini üretimden ziyade tüketim üzerine inşa edildiği, tüketim malları ve hizmetlerinin yanı sıra boş zamanın tüketiminin de belirleyici olduğu bir kavramdır (Marshall, 1999: 786). Endüstriyel çağ nasıl ki üretici bir toplumun ortaya çıkışını sağlamışsa, çağdaş toplum da tüketici bir toplum niteliği kazanmıştır. Bir başka ifadeyle, üretime dayalı çalışma etiğinin

yönlendirdiği bir toplumdan, tüketim estetiğinin belirleyici olduğu bir toplumsal yapıya geçiş söz konusudur (Bauman, 2014: 203). Tüketim toplumu, kurumsal yapılardan düşünce biçimlerine, tutum ve davranışlardan yaşam tarzına kadar geniş bir değişim sürecini kapsamaktadır (Bild vd., 2009: 37).

Sanayi toplumu ile tüketim toplumu arasındaki temel fark, üretimin belirleyici olduğu bir yapıdan tüketimin hâkim olduğu bir yapıya geçiştir. Tüketim toplumunda tüketim kalıpları, hızlı bir biçimde ve taklit mekanizmaları aracılığıyla yayılmaktadır. Bu toplum, tüketim süreçleriyle kodlanmış ve programlanmıştır. Sanayi toplumlarında bireylerin sosyal statüsü üretim süreçlerindeki rollerine göre belirlenirken, tüketim toplumunda bireyler tüketici kimlikleri üzerinden tanımlanmaktadır. Sanayi toplumunda bireyler, üretim becerileri ve çalışma etiği doğrultusunda şekillenirken, çağdaş toplumda bireylerin tüketici olma kapasiteleri ön plana çıkmaktadır.

Tüketim toplumunun ayırt edici özelliklerinden biri, bireylerin herhangi bir ürüne ya da yaşam tarzına kesin olarak bağlanmaktan kaçınmasıdır. Hiçbir ihtiyacın tam anlamıyla karşılanmaması, hiçbir arzunun sınırlandırılmaması ve geçici tatmin anlayışının hâkim olması bu yapıyı karakterize etmektedir. Tüketim toplumunda değer kazanan olgular, hız, haz ve geçicilik üzerinden şekillenmektedir. Ürünler, uzun süreli çaba ya da belirli bir beceri gerektirmeksizin anlık tatmin sağlamalıdır. Tatmin beklentisi, ihtiyacın öncesinde ortaya çıkmakta ve bireyler tatmini değil, sürekli arzuyu arzulamaktadır. Bu bağlamda, bireyler sınırsız arzularını, sürekli tüketim yoluyla tatmin etmeye çalışmakta ve bu durum iyi ve kaliteli yaşam söylemiyle meşrulaştırılmaktadır (Bauman, 1999: 43-47). Bauman'a (2018a: 69) göre, çağdaş toplumun bireyleri, varlıklarını sürdürebildikleri müddetçe tüketici kimliğini taşımakta, ancak sürekli ve aşırı tüketimi bıraktıklarında toplumsal yaşamdan dışlanma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu bağlamda, tüketim, bireyler için yalnızca bir ekonomik faaliyet olmaktan çıkmakta ve toplumsal varoluşun bir koşulu haline gelmektedir.

Tüketim kültürü, bireylerin ekonomik açıdan doğrudan yararı olmayan fakat statü, özgürlük ve bağımsızlık algısı oluşturma, ilgi, merak uyandırma, dikkat çekme, yenilik sağlama, farklılık hissi oluşturma, gibi gerekçelerle popüler ürün ve hizmetleri talep ettiği, satın aldığı ve sergilediği kültürel yapıyı ifade etmektedir (Bocock, 2005: 20). Tüketim kültüründe bireyin toplumsal değeri, tüketim kapasitesi ile ölçülmektedir. Bu bağlamda, imaj kavramı tüketim kültürünün merkezinde yer almakta olup, imajların meta

haline getirilmesi ve pazarlanması, bu kültürün temel özelliklerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları, özellikle televizyon ve internet, küreselleşen tüketim toplumunda tüketim alışkanlıklarını şekillendiren en önemli unsurlardan biridir. Bu araçlar aracılığıyla birey, sürekli olarak tüketmeye teşvik edilmekte ve tüketim toplumu, bireyleri doyumsuz, tüketimi merkezine alan ve toplumsal değerleri dahi tüketim nesnesine dönüştüren bir kimlik inşa etmeye yönlendirmektedir. Bu süreçte birey, hız ve haz peşinde koşan, çoğunlukla bireysel çıkarlarını önceleyen bir yapıya bürünmektedir. Dolayısıyla, tüketim toplumunda anlam ve değer, tüketim düzeyi ile ilişkilendirilmekte ve tüketim ölçüsünde varlık kazanmaktadır (Bayhan, 2011: 228).

Kapitalist sistemin ve dolayısıyla tüketim kültürünün sürdürülebilirliği, bireylerin arzu ve haz temelli hedonist tüketim alışkanlıklarına bağlıdır. Tüketim kültürünün temelinde, bireyin tüketim yoluyla haz elde etmesi anlayışı yatmaktadır. Bu doğrultuda, iyi veya kötü, doğru veya yanlış gibi kavramsal ayrımlar yerine, haz ve tatmin arayışı vardır. Hedonist tüketimin belirgin niteliği, bireyin elindekilerle yetinmemesi, hep bir arayış içinde olmasıdır. Bu süreç döngüsel bir yapıya sahiptir. Öncelikle, birey bir nesneye yönelik arzu geliştirir; bu nesne elde edildiğinde arzu doyuma ulaşır ve tüketim gerçekleşir. Ancak tüketim sonucunda sağlanan mutluluk kısa süreli olup, birey hızla yeni bir arayış içerisine girerek bir sonraki tüketim döngüsünü başlatır (Çetinkaya ve Cılızoğlu, 2019: 37). Bu durum, tüketim kültürünün bireyler üzerinde yarattığı tatminsizlik hissinin sürekliliğini koruduğunu ve tüketim süreçlerinin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda psikolojik ve toplumsal dinamikler üzerinden şekillendiğini göstermektedir.

Tüketim kültürü, bireylerin toplumsal yaşamla ilişkili manevi ve insani değerlerden uzaklaşarak, çoğunlukla hedonist bir yaşam anlayışını benimsemelerine zemin hazırlayan bir olgudur. Bu kültür, *hemen şimdi ve burada* ya da *anı yaşa (carpe diem)* gibi sloganlarla simgelenen bir hayat tarzını ön plana çıkarmaktadır. Tüketim kültüründe birey ve onun arzuları merkeze alınırken, temel değerler tüketim, tatmin ve bunlardan elde edilen haz üzerine inşa edilmektedir. Bu anlayış, dönemin reklam stratejilerine de yansımakta ve küresel şirketlerin pazarlama sloganlarında açıkça görülmektedir. Örneğin, bir kozmetik markasının “Çünkü sen buna değersin” (L’Oréal Paris), bir spor giyim markasının “Sadece yap” (*Just do it*, Nike) veya bir içecek markasının “Mutluluğa kapak aç, tadını çıkar” (Coca-Cola) sloganları, hedonist tüketimi teşvik eden güçlü mesajlar içermektedir.

Kitle iletişim araçlarında bilhassa televizyonda, bu tür reklamların sıklıkla tekrarlanması, tüketim toplumunun bireylere anlık haz ve tatmin vadeden bir yapıyı sürdürmesini sağlamaktadır (Featherstone, 1996: 187). Bu bağlamda, hedonist yaşam biçimi, küreselleşme sürecinde semboller, mesajlar ve sloganların karşılıklı etkileşimi yoluyla yaygınlaşmaktadır.

Günümüzde bireylerin gereksinimlerini, tüketim alışkanlıklarını ve davranış kalıplarını şekillendirmede moda ve reklam endüstrilerinin belirleyici bir rolü bulunmaktadır. Tüketicinin en yüksek seviyede tutulabilmesi için bu endüstriler, bireyleri farklı, ayrıcalıklı ve değerli görünmeye teşvik etmekte; mevcut alışkanlıkları değiştirme, eski eşyaları yenileriyle değiştirme ve trendleri takip etme gerekliliğini vurgulamaktadır. Toplumsal kabul ve onay ihtiyacı, popüler olma ve dikkat çekme arzusu, bireylere tüketim üzerinden öğretilmekte ve dayatılmaktadır (Kellner, 1991: 82).

Çağdaş tüketim biçimi, yalnızca temel ihtiyaçların karşılanmasıyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bireylerin toplum içindeki sosyal statülerini belirleyen bir gösterge işlevi görmektedir. Bu bağlamda, bireylerin toplum içerisindeki konumu, tükettikleri ürünler aracılığıyla tanımlanmakta ve tüketim, toplumsal kabul görebilmenin bir aracı olarak sunulmaktadır (Çetinkaya, 2023: 85). Moda ve reklamcılık, kapitalist sistemin ayrılmaz parçaları olarak bu süreci desteklemektedir. Moda sürekli olarak değişmekte, moda ürünleri ise aynı hızla tüketilmektedir. Reklamcılık, modanın yayılmasını sağlayan temel araçlardan biri olup, yalnızca mevcut ihtiyaçları karşılamayı değil, aynı zamanda yeni ihtiyaçlar yaratmayı hedeflemektedir. Bu süreçte, parlak, genç, sağlıklı ve kaliteli bir yaşam imgesi inşa edilerek bireyler, ayrıcalıklı bir hayat tarzına özendirilmektedir (Lasch, 2021: 73).

Kapitalist sistemde moda, tüm toplumsal alanlarla etkileşim içinde olan ve bu alanların ortak paydası haline gelen bir olgudur. Moda, kendisi eskimeyen ancak temsil ettiği tüm değerleri zamanla değişmeye ve tüketilmeye zorlayan dinamik bir yapıya sahiptir. Doğa, nesneler, kültür ve değerler hızla tüketilmeye mahkûm edilmiştir. Moda, değişmeyi ve tüketilmeyi “demode” olarak nitelendirerek anlamsız ve sıradan hale getirmekte, böylece sürekli yenilik talebini canlı tutmaktadır. Bu bağlamda, tüketim yalnızca maddi unsurlarla sınırlı kalmamakta, insan ilişkileri ve duygusal değerler de bu süreçten etkilenmektedir. Örneğin, sevgi gibi bireyin en temel duyguları bile ticarileştirilmiş, tüketim odaklı bir yapıya bürünmüştür. Sevgiyi ifade etmek için özel

günler icat edilmiş, bu günlerde bireylerin duygularını ancak maddi bir karşılık sunarak gösterebileceği algısı yaratılmıştır. Sevgililer, Anneler, Babalar, doğum günleri ve evlilik yıl dönümleri gibi özel günler, bireyleri tüketmeye teşvik eden araçlar olarak işlev görmektedir (Bayhan, 2018: 22). Böylece moda, kitle iletişim araçları ve reklamlar aracılığıyla bireylerin yönlendirilmesini sağlayarak tüketim kültürünü pekiştirmekte ve kapitalist sistemin sürekliliğine katkıda bulunmaktadır (Bayhan, 2011: 228-240).

Bauman'a (2023: 124) göre tüketim toplumu, aynı zamanda bir piyasa toplumdur. Bu toplumda bireyler, pazarda tüketici ve meta konumundadır. Diğer bir ifadeyle tüketim toplumu üyeleri tüketen ve tüketilen bireyler olarak tanımlanmaktadır. Bireyler yalnızca müşteri değil, aynı zamanda pazarlanan birer ürün haline gelmişlerdir (Bauman, 2018b: 138). Reklamcılık ise yalnızca bir ürün ya da hizmeti pazarlayan bir iletişim biçimi, bir propaganda vasıtası olarak işlev görmektedir. Popüler kültürün ve tüketim kültürünün taşıyıcısı konumundaki reklamlar, tanıtımını yaptığı ürünün temel faydalarının yanı sıra psikolojik tatmin, sınıfsal ayrıcalık, statü, gösteriş, saygınlık gibi kavramları da satmaktadır. Dolayısıyla reklamın pazarladığı yalnızca bir ürün değil, aynı zamanda bir yaşam tarzıdır (Demirel, 2018: 251-254). Reklamlar, kitle iletişim araçlarının olanaklarını kullanarak bireylere bilgi vermenin ötesinde, imajlar yaratarak, ikna ederek ve harekete geçirerek tüketim alışkanlıklarını şekillendirmektedir. Aynı zamanda, yalnızca bireylerin satın alma davranışlarını değil, düşünce yapısını ve algılarını da dönüştürmekte ve yönlendirmektedir (İpekeşen, 2018: 262).

Reklamcılık, sürekli tüketimi teşvik eden bir yaşam tarzını özendirmektedir. Modern yaşamın yarattığı huzursuzluk, yalnızlık, yabancılaşıma, hastalıklar, tekdüzelik, değerlerin erozyona uğraması ve mutsuzluk gibi olgulara karşı tüketimi bir çözüm olarak sunmaktadır. Kitle iletişim araçları, özellikle televizyon ve internet aracılığıyla bireyleri sürekli bir reklam bombardımanına maruz bırakarak daha fazla gereksinime sahip oldukları yanılgısını yaratmakta ve onları daha fazla tüketmeye yönlendirmektedir. Böylece reklamlar, modern yaşamın yol açtığı tüm rahatsızlıkları ve hoşnutsuzlukları ortadan kaldırma vaadiyle hareket ederek, bireyleri tüketimin mutluluk getireceğine ikna etmektedir (Lasch, 2021: 125-130).

Tüketim toplumunun bireyleri, kendilerini öncelikli olarak tüketici kimliğiyle tanımlamaktadır. Bu bağlamda, mutluluğa giden yolun alışverişten geçtiğine inanmakta ve alışveriş yapmayı varoluşsal bir eylem olarak görmektedirler (Bauman, 2022: 47-53).

Tüketim odaklı yaşam tarzı, bireyleri tatmin edilmesi zor bir arzu döngüsüne hapsetmektedir. İnsanlar, üretimden çok tüketime yönelmektedir. Her şeye kolay, hızlı bir şekilde ulaşmanın hazzını yaşamaktadır. Seri üretim, bu tüketim odaklı hayat tarzını beraberinde getirmiştir. Üretilen ürünler büyük ölçüde birbirinin kopyası olup, tüketiciler de zamanla tek tipleşmeye başlamıştır. Bireylerin zevkleri, tercihleri, tüketim alışkanlıkları ve hatta davranışları giderek birbirine benzemektedir. Yine de birçok ürün, reklamlarla özgün olarak pazarlanmaktadır. Bireylere özgü olduğu iddia edilen ürünler, moda, reklam, popüler kültür vasıtasıyla piyasa tarafından belirlenen renkler, ölçüler, tasarımlar ve fikirler doğrultusunda şekillendirilmektedir. Bunun en somut örneklerinden biri, bir süre sonra “demode” ilan edilen ürünlerin, “vintage” veya “retro” etiketlerle piyasaya sürülmesidir. Reklamcılığın ana hedefi, bir ürüne yönelik ihtiyaç algısı oluşturarak onu tüketmeye yönlendirmektir. Bu, tüketim toplumunun temel stratejilerinden biri olarak öne çıkmaktadır (Demirel, 2018: 251-254).

Tüketim toplumu, bireyleri sistematik bir şekilde tüketime yönlendirmektedir. Bu toplumda en merkezi öğelerden biri bedendir. Kapitalist sistem içinde beden, tüketim kültürünün temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Tüketim toplumu, manipüle edilmiş bir toplum olup, bireyin bedeni bu manipülasyonun en güçlü aracı olarak kullanılmaktadır. Beden, hedonist anlayış çerçevesinde nesneleştirilerek daha fazla tüketimin bir parçası haline getirilmektedir. Güzellik, sağlık, moda ve estetik cerrahi gibi söylemler üzerinden beden sürekli yeniden şekillendirilmekte ve bireyler, güncellenen beden formlarına ulaşmaları konusunda yönlendirilmektedir (Lefebvre, 2007: 78).

Tüketim kültüründe beden, idealize edilerek arzusun, hazzın odağı haline getirilmiştir. İdeal bedene ulaşma çabaları, bireyi arzu edilen görünüme kavuşmak adına sonu gelmeyen bir arayışa sürüklemektedir. Bu bağlamda beden, tüketim toplumunda ticari göstergelerin nesnesine dönüşmüş ve var olan nitelikleri değiştirilerek yeniden üretilen bir yapı halini almıştır (Lefebvre, 2007: 78). Tarih boyunca her çağ ve kültürde bedeni gençleştirmek, güzelleştirmek için birçok teknik uygulanmış; gençlik, güzellik arasındaki ilişki her döneme özgü ideal beden algısının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Günümüzde ise güzellik standartları, popüler kültürün etkisiyle şekillenmekte, bireyselleşme olgusunun yanı sıra sinema, televizyon, gazete, dergi, internet ve sosyal medya vb. kitle iletişim araçları sayesinde küresel ölçekte yaygınlaşmaktadır (Akşit, 2018: 78).

Moda anlayışı dönemlere göre değişiklik gösterse de ideal bedeni oluşturma amacı varlığını sürdürmektedir. Günümüzde fit, sıkı ve ince bir beden, belirgin yüz hatları, ışıltılı makyaj, iyi tasarlanmış saç ve trend kıyafetlerle şekillenen bir ideal beden algısı baskın hale gelmiştir (Yazıcı ve Demir, 2018: 229). Bireyin görünüşü, sosyal kabul ve statü açısından belirleyici bir unsur olduğundan, tüketim kültürü çerçevesinde beden imgesi temel bir araç olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda tüketim kültürü, bedeni yeniden inşa etmekte ve farklı yollarla güzelleştirme süreçlerini teşvik etmektedir. Özellikle inceliğin ve zayıflığın tekrar eden bir norm haline gelmesi, bu fiziksel özelliklerin idealize edilmesine yol açmaktadır (Ayvaz, 2018: 80).

Günümüzde ideal beden algısı, genç, güzel ve fit kalma çabası etrafında şekillenmektedir. Bireyler, güzellik standartlarına uyum sağlamak ve bu standartları sürdürebilmek adına beslenme planlamaları, egzersizler, spor faaliyetleri, botoks, yoga, meditasyon vb. teknik müdahalelere, çeşitli cerrahi uygulamalara yönelmektedirler. Bu müdahaleler ve standartlar, belirli görsel kodlar aracılığıyla her gün yeniden üretilmektedir (Akşit, 2018: 80). Özellikle medya ve reklamcılık, ideal beden algısını pekiştiren en önemli araçlar arasında yer almakta; televizyon programları, reklamlar, billboardlar, magazin dergileri ve sinema filmleri, bireylere güzelliğin nasıl olması gerektiğine dair belirli kalıplar sunmaktadır. Küresel ölçekte idealize edilen beden standartlarına ulaşma arzusu, bireyleri daha fazla tüketmeye yönlendirmekte ve tüketim, bireyler için bir mutluluk kaynağı olarak sunulmaktadır.

Çağdaş dünyada zayıflık, norm haline getirilmiş ve bedensel formunu koruyan, sağlıklı beslenen, düzenli spor yapan ve güzelliği için çaba harcayan bireyler idealize edilmiştir. Modern toplum, bireyin dış görünüşünü, onun değerinin bir göstergesi olarak kabul etmekte ve bedeni sürekli yeniden yapılandırılacak bir alan olarak görmektedir (Wallace ve Wolf, 2013: 130). Bu anlayış, bireylerde sürekli bir arayış ve tatmin edilemeyen bir duygu durumu yaratarak onları tüketime yönlendirmektedir. İnce, sıkı ve fit bir vücuda sahip olmak bir zorunluluk haline gelmiş ve bu zorunluluğun yerine getirilmesi, tüketim kültürünün dayattığı normlar çerçevesinde mümkün hale gelmiştir. Bu noktada, mankenler, ikonlar, güzellik kraliçeleri ve sosyal medya fenomenleri gibi ünlüler aracılığıyla bireylerde ideal bedene benzeme isteği artırılmakta ve tüketim alışkanlıkları şekillendirilmektedir.

Kitle iletişim araçları, bireylerin tüketimi öğrenmesinde, sosyalleşmesinde ve topluma uyum sağlamasında rehberlik eden önemli bir araçtır. Genç kalmak, güzel, ince görünüme kavuşmak toplumsal değer haline gelmiştir. Sağlıklı ve estetik açıdan ideal kabul edilen bir bedene sahip olmak, olumlu benlik algısını geliştirmesine ve toplum tarafından onaylanmasına olanak tanımaktadır. Tüketim toplumunun devamlılığını sağlayan önemli faktörlerden biri, insanların beden algılarının değiştirilerek tüketim odaklı bir anlayışa yönlendirilmesidir. Bu süreç, kitle iletişim araçları aracılığıyla diyet reçeteleri, solaryum, botoks teknik gibi çeşitli estetik uygulamalarla kusursuz bir bedene ulaşmanın yollarının bireylere aşılması ile gerçekleşmektedir (Ayvaz, 2018: 67).

Kitle iletişim araçları, küreselleşen dünyada birçok toplumsal değişimde rol oynadığı gibi, kalıplaşmış cinsiyet rolleri yaratmakta, bireylerin eğilimlerini belirlemekte ve güzellik standartlarını şekillendirmektedir. Medya kadın ve erkek bireyler için belirli sağlık ve güzellik ideallerini teşvik etmekte; bu idealler, açık ve bilinçaltına yönelik mesajlar yoluyla bireylerin hayatlarının her alanında etkili olmaktadır (Yazıcı ve Demir, 2018: 230).

Bu bağlamda, kitle iletişim araçları aracılığıyla orta ve ileri yaşlarda olmasına rağmen güzelliğini koruyan, ideal beden ölçülerine sahip ünlü kadın ve erkekler, örnek alınması gereken modeller olarak sunulmaktadır. Sporcular, film yıldızları, moda ikonları ve şarkıcılar, ideal güzelliğin sembolleri olarak piyasaya sürülmektedir. Çaba göstererek, zaman, emek, para harcayarak idealize ettikleri bedene ulaşabilecekleri fikri aşanmaktadır. Modayla temsil edilen bedenler aracılığıyla ideal beden somutlaştırılmaktadır. Modanın tanımladığı kusurlu bölgeler ortadan kaldırılarak, ideal beden modelleri oluşturulmaktadır (Coward, 2006: 38-46).

Tüketim toplumunda bireyler, tüketim yoluyla ideal bedene ulaşma çabasına girmektedir. Tüketim toplumu insanı, sahip olduğu bedenin şekillendirilmesi ve dönüştürülmesi için tüketimi bir araç olarak görmektedir. İdealize edilmiş beden ve güzellik algısı, tüketimle oluşturulmakta ve pazarlanmaktadır. Bedene müdahaleler ve onu yeniden biçimlendirme çabaları, tüketim toplumunun hedonist yaşam tarzına denk düşmektedir. Hazzı ilke edinen tüketim toplumu, bireylere idealize edilmiş bedenler vadeder. Onların tüketim alışkanlıklarını yönlendirir, kontrol eder (Çetinkaya ve Cılızoğlu, 2019: 34-35).

Bedene ilişkin tüketim biçimleriyle beden beğeni nesnesi haline getirilirken, sağlığın korunmasına yönelik birçok unsur da bedeni koruma ve güzelleştirme adına ticarileştirilmiştir. Genç ve sağlıklı kalma arzusuyla bedensel estetiği hedefleyen pratikler, sağlıkla ilişkilendirilerek tüketim kültürüne entegre edilmiştir. Bu bağlamda, sağlıkla ilgili ürünler, estetik operasyonlar ve çeşitli uygulamalar aracılığıyla bireylere genç ve sağlıklı bir yaşam vaat edilmektedir. Tıp, geleneksel iyileştirme ve tedavi etme amacının ötesine geçerek, plastik cerrahi uygulamaları yoluyla bireyleri güzelleştirme, gençleştirme ve yaşlanmayı geciktirme işlevi üstlenmiştir. Böylece tıp, tüketim kültürü içerisinde yalnızca sağlık alanıyla sınırlı kalmayarak güzellik endüstrisinin bir parçası haline gelmiş; bu durum, tüketim kültürünün her alanda yayılma biçimini gözler önüne sermektedir (Featherstone, 1996: 141).

Beden toplumsal hayatta özel bir gerçekliği temsil etmektedir. Ancak bedenin hastalanması, yaşlanması ve ölümlü olması, tüketim toplumunda endişe ve korku uyandıran unsurlar arasında yer almaktadır. İnsanın yaşlanması ve ölümü karşısında, biyo-teknolojik gelişmeler ve kozmetik uygulamalar aracılığıyla tüketim toplumu bireyi geçmişin hüznlerinden ve geleceğin belirsizliklerinden uzaklaştırarak an'a odaklanmaya yönlendirmektedir. Genç, sağlıklı ve uzun ömürlü yaşama arzusu, sürekli olarak yeni kusursuzlaştırma yöntemleri ve bunlara uygun ürünlerin üretilmesini teşvik etmektedir. Bu yöntemler ve ürünler, sağlıklı bir yaşam sürme, her yaşta genç görünme ve uzun yaşama ideali doğrultusunda bireyin daha fazla tüketmesini gerekli kılmaktadır. Tüketim toplumu, sağlığı koruma, yaşlanmayı önleme ve ölümü geciktirme iddiasıyla bireyi bedeni üzerinde sürekli müdahalelerde bulunmaya teşvik etmekte; böylece beden, tüketim kültürünün ruhuna uygun biçimde “kes-yapıştır”, “kullan-at” mantığıyla tüketilen bir nesneye dönüşmektedir (Çetinkaya ve Cılızoğlu, 2019: 37).

Tüketim toplumunda beden, yalnızca fiziksel varlık olmanın ötesinde, sembolik anlamlar taşır ve bir yaşam tarzının simgesi haline gelir. Toplumsal yaşamda beden, adeta bir ayna işlevi görür; bu yüzden birey, bedenine özen göstererek onu en iyi şekilde yansıtmaya çalışır. İdeal beden formuna ulaşmak için gösterilen çaba, bireyi toplumsal olarak idealleştirilen beden modelleriyle kıyaslamaya iter. Bu kıyaslamadan doğan, başkalarına benzemek arzusunu tatmin edecek şey ise hiç şüphesiz tükettir. Tüketim kültürü, bireylere istedikleri bedene sahip olabilmeleri için gerekli ürünleri sunar. Bu ürünler, alındığında bireyin daha iyi bir görünüme kavuşacağı vaadini taşır. Ancak bu

süreç, bedenin sürekli yenilenmesi ve değiştirilmesi gerekliliğiyle tamamlanır. Bu durum, bir döngüye dönüşür; bu döngüde beden, bir yap-boz halini alır ve tamamlanma duygusu asla gerçekleşmez. Sürekli bir eksiklik hissi var olur. Tüketim kültüründe asıl amaç değişimdir; değişimin sürekliliği ise tamamlanamama duygusu ve eksiklik hissi üzerine kurulur. Çünkü bu eksiklik duygusu, tüketimi teşvik eden temel unsurdur: yarım kalmışlık (Featherstone, 1996: 141).

Bedenin mükemmel ve kusursuz bir şekle dönüştürülmesi çabası, yalnızca fiziksel bir dönüşüm değil, aynı zamanda bir yaşam tarzını görünür kılmamanın aracıdır. Gündelik yaşamda; aile, iş, arkadaş çevresinde, markette, yolda, çarşıda, pazarda bedeniyle, kişiliğiyle ve yaşam tarzıyla ilgili topluma bilgi veren birey, çeşitli simgeler ve göstergeler aracılığıyla kendini ifade eder. Güçlü, bağımsız, özgür, kendine güvenen ve başarılı bir benlik imajı, fit beden, trend elbise ve göz alıcı bir makyajla topluma aktarılır. Bu süreçte birey, bedeni aracılığıyla sosyal hayatla daha fazla bütünleşir. Bedenlerin etkileyici bir şekilde sunulması, toplumsal kabul ve statü kazanma açısından büyük önem taşır. Bedenin her seferinde yeniden inşa edilmesi, yalnızca fiziksel değişimi değil, aynı zamanda duygusal tatmin arayışını da ifade eder. Ancak bu süreç, tüketim döngüsünün sonu gelmeyen ve maliyetli bir sürecini işaret eder.

Benlik oluşumu ve bedenin inşası arasında kurulan ilişkiyi anlamaya yönelik tüketim olgusu ve ideal bedene yönelik düşünceleri için katılımcıların görüşlerine başvurduk. İlk olarak ideal/güzel bir bedenden ne aldıklarıyla ilgili sorular yönelttik. Bu soruya verilen yanıtlar ideal/ güzel beden algısının göreceli olduğu, bireysel farklılıklar olsa da toplumsal norm haline gelen belirli estetik standartların olduğu ve katılımcının bu standartlara uymak için çabaladığı ve buna yönelik stratejiler geliştirdiği görülmektedir. Beden algısının oluşmasında ve bedeni yeniden inşasında toplumsal etkinin son derece önemli olduğu ve bunu bireysel tercihlerle birlikte bir davranış kalıbı oluşturduğu görülmektedir.

Daha sonra bu tanımla sahip oldukları mevcut bedenleri arasındaki farkı ya da ilişkiyi anlamaya yönelik yanıtlar aradık. Katılımcının yanıtları, bireylerin toplumsal güzellik normlarına uyum sağlama motivasyonu taşıdığını ve bu doğrultuda çeşitli stratejiler benimsediğini göstermektedir. Aynı zamanda, bu normların erişilebilirliğinin bireysel farklılıklar ve çaba gerektiren süreçler çerçevesinde değerlendirildiğini ortaya koymaktadır.

İlk önce “İdeal/güzel bir bedeni nasıl tanımlarsınız?” Sorusunu yönlendirdik. Katılımcı K1: *‘Kişinin bakış açısına göre değişir. Yani bana göre bu başkasına göre şu olabilir. Ama bence kadınlar için 1,70 boylarında, ince belli, uzun ve ince bacaklı, basen ve göbek sorunu olmaya bir kadın ideal bir bedene sahip. Elbette bunun yanında bir kadına güzel diyebilmemiz için el yüz bakımına dikkat eden moda uygun giyinen, yüzüne yakışan detaylı bir makyajı olan kadındır güzel kadındır.’*

Katılımcı K1’in yanıtı, ideal/güzel beden algısının bireysel bakış açısına göre değişkenlik gösterebileceğini vurgulamaktadır. Ancak, kişisel değerlendirmesi bağlamında Katılımcı K1, ideal kadın bedenini belirli fiziksel ölçütler üzerinden tanımlamaktadır. Buna göre, 1.70 boyunda, ince belli, uzun ve ince bacaklı, belirli bölgelerde yağ birikimi bulunmayan bir kadın ideal olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra, estetik algının yalnızca fiziksel özelliklerle sınırlı kalmadığı, bireyin bakım alışkanlıkları ve giyim tercihlerinin de bu algıyı şekillendirdiği belirtilmektedir. Katılımcı, güzelliğin aynı zamanda yüz bakımına özen gösterme, moda uygun giyinme ve makyaj gibi unsurlarla tamamlandığını ifade etmektedir. Bu değerlendirme, güzellik algısının toplumsal normlar, moda ve kişisel tercihlerle şekillendiğine dair önemli bir gösterge sunmaktadır.

Katılımcının K1 ideal/güzel bedeni tanımı karşısında kendi mevcut bireysel bedenini nasıl gördüğünü anlamak açısından “Siz böyle bir tarife ne kadar uyuyorsunuz?” diye sorduk. Katılımcı K1: *‘Benim boyum 1,70 değil. Baştan buradan kaybediyorum(gülerek). Bahsettiğim ölçüler oldukça zor zaten. Ama onun dışında diğer ölçütlere yüzde yüz uymasam da uymaya çalışıyorum. Mesela diyet ve yürüyüş yaparak 7-8 kilo verdim. Şu an iyi durumdayım diyebilirim. Bundan sonra da böyle devam etmem gerekiyor.’* Katılımcı K1’e, tanımladığı ideal beden ölçütlerine ne derece uyduğu sorulduğunda, kendi fiziksel özelliklerinin bu standartlarla birebir örtüşmediğini ifade etmektedir. Özellikle boy uzunluğunun belirlediği ölçütlere uymadığını esprili bir dille dile getirmektedir. Bununla birlikte, ideal beden algısına ulaşma çabası içinde olduğunu belirtmektedir. Diyet ve fiziksel aktivite yoluyla kilo kaybı sağladığını ve bu süreçte belirli bir aşama kaydettiğini vurgulamaktadır.

Bir başka katılımcıya “İdeal/güzel bir bedeni nasıl tanımlanır?” diye sorulduğunda şu yanıtı vermiştir. Katılımcı K12: *‘Güzellik dediğimiz göreceli bir kavram. Birbirinden farklı güzellik anlayışı vardır mutlaka. Ama bence güzel dediğinizde*

uzun boylu oldukça zayıf, sıkı ve düzgün bir vücut, özellikle özenli bir saç ve makyajla mümkün. Makyajın nimetlerinden faydalanmalı, çünkü makyaj apayrı bir güzellik katıyor. Her kadını güzelleştiriyor. Yani uzun bir boy fit bir vücut çok iyi bir makyaj bence ideal bir güzelliğin şartıdır.’’

Katılımcı K12 katılımcısının ideal beden algısına yönelik yanıtı, güzelliğin göreceli bir kavram olduğuna vurgu yapmakla birlikte, belirli estetik standartların ön plana çıkarıldığını göstermektedir. Katılımcıya göre, güzellik anlayışları bireyden bireye değişiklik gösterebilir; ancak uzun boy, zayıf ve sıkı bir vücut yapısı, düzenli bakım, saç ve makyaj gibi unsurlar güzelliğin temel bileşenleri olarak değerlendirilmektedir. Özellikle makyajın estetik algı üzerindeki etkisine dikkat çeken katılımcı, makyajın her kadını güzelleştirdiğini ve bu bağlamda güzellik kavramının önemli bir parçası olduğunu ifade etmektedir. Bu yaklaşım, güzellik algısının sadece fiziksel özelliklerle sınırlı kalmadığını, bakım ve kozmetik uygulamalarının da ideal beden ve estetik anlayışında belirleyici rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, katılımcının yanıtı, günümüz toplumunda güzellik normlarının nasıl şekillendiğine ve bireyler üzerindeki etkilerine dair önemli bir perspektif sunmaktadır.

“Model olarak aldığınız, keşke şöyle bir bedene sahip olsaydım dediğiniz bir örnek var mı?” Katılımcı K12: *“Evet var. Çağla Şikel. Çok güzel bir kadın. Hep onun gibi olmak istemişimdir. Öyle bir vücuda sahip ki özellikle makyaj ve elbise çok yakışıyor. Makyajın en iyi durduğu kadınlardan biri. Onun gibi biri olamam biliyorum. Ancak hep öyle bir bedenim, güzelliğim olsun istemişimdir. Gerçi kendi çapımda gayret ediyorum. Kendimi kısmen iyi de buluyorum. Ama yine de hiçbir zaman o güzelliğe sahip olamayacağımı biliyorum.’’*

Görüldüğü üzere Katılımcı K12’ye, ideal beden algısını somut bir örnek üzerinden ifade edip edemeyeceği sorulduğunda, toplumda güzellik algısıyla özdeşleşmiş bir figür olan Çağla Şikel’i referans göstermektedir. Katılımcı K12, bu ismi hem fiziksel özellikleri hem de makyaj ve kıyafet uyumu açısından ideal olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte, kendisinin bu standarda ulaşamayacağını kabul etmekte, ancak yine de kişisel bakım ve çaba gösterme noktasında bir motivasyon taşıdığını ifade etmektedir. Bu yanıt, bireylerin güzellik algılarının medya ve popüler kültür figürleri tarafından şekillendiğini göstermektedir. İdealize edilen beden ve güzellik normlarına ulaşma çabası, bireyin kendine yönelik algısını ve değerlendirmesini de etkilemektedir. Katılımcı K12, kendini

tamamen yetersiz görmemekle birlikte, güzellik anlayışını belirli standartlarla kıyaslamakta ve erişilmesi zor bir ideale yönelik  zlem duymaktadır. Bu durum, modern toplumda güzellik standartlarının bireylerin öznel değerlendirmelerini etkilediğine dair önemli bir örnek teşkil etmektedir.

“ rnek aldığınız modele benzemek için para harcar/alışveriş yapar/ mısınız?”
Katılımcı K12: *“ ğrenci olduğum için büyük bir b t em yok. Ailemden gelen ve burs olarak elime geçen paradan oluşan bir b t em var. Bunun da çoğunu diyet ürünleri, kozmetik ürünler ve kıyafetlerime harcıyorum. Beni gören alışveriş delisi diye değerlendiriyor. Bir bakıma haklılar. Öyle ki bu dediğim harcamalar için başka yerlerden kısıyorum. Genç olmamdan dolayı oldukça zayıfım. Vücudumu korumak içi diyet programı takip eder, her gün düzenli egzersiz yaparım. Bir de makyaj yapmayı çok seviyorum. Gördüğüm her üründen de olsun istiyorum. Buna uygun kıyafetler olmalı. Bu kıyafetleri tamamlayacak ayakkabı, saat takı vs. de olmalı. Üstelik her gün yeni şeyler giymek istiyorum. Gardırobum tıka basa dolu olduğu halde yeni sezonda çıkanları görünce onları da istiyorum. Haliyle buna bütçe dayanmıyor. Bir gün çalışsam bile bütün istediklerimi almam mümkün değil. Çünkü modanın hızına yetişilmiyor.”*

Katılımcıya K12, ideal beden veya estetik anlayışına ulaşmak için harcama yapıp yapmadığı sorulduğunda, katılımcının mevcut ekonomik koşulları doğrultusunda bu alana önemli bir bütçe ayırdığı görülmektedir. Henüz  ğrenci olması nedeniyle gelir kaynaklarının sınırlı olduğunu belirten katılımcı, bütçesinin büyük bir kısmını diyet ürünleri, kozmetik ve giyim harcamalarına ayırdığını ifade etmektedir. Bu bağlamda, güzellik ve moda odaklı tüketim alışkanlıklarının bireysel önceliklerini şekillendirdiği anlaşılmaktadır. Katılımcı, vücut formunu korumak adına diyet ve egzersizi günlük rutinlerinin bir parçası haline getirdiğini, aynı zamanda makyaj ve giyim konusuna büyük bir ilgi duyduğunu vurgulamaktadır. Bu ilgi, yalnızca kişisel bakım ürünleriyle sınırlı kalmayıp, kıyafet ve aksesuar seçimlerini de kapsamakta; hatta modanın hızlı değişimi karşısında sürekli olarak yeni ürünler edinme isteği ortaya çıkmaktadır. Katılımcının ifadeleri, günümüz tüketim kültüründe bireylerin estetik normlara uyum sağlama çabasının, ekonomik tercihler üzerinde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Bununla birlikte, güzellik ve moda odaklı tüketimin sürekli bir döngü yarattığı ve bireylerin bu döngüye ayak uydurma çabası içinde olduğu görülmektedir. Özellikle genç

bireyler arasında, sosyal ve kültürel sermayenin bir parçası olarak güzellik algısının içselleştirildiğini ve bunun tüketim pratiklere yansıdığını ortaya koymaktadır.

Arzu edile güzelliğe/bedene sahip olmasa da kendini güzel ve vücudunu formda bulan katılımcı K17 ise kilo alma ve formunu koruyamama endişesi taşıyor. Genel olarak sürekli dikkat ettiğini yoksa kilo alacağı korkusunu yaşamakta ve bedeni bir anlamda takıntı hale gelmektedir. Bu durum devamlı bir endişeye sevk edip ruh sağlığını bozmaktadır. Bu duruma örnek olarak katılımcı K 17'nin söyledikleri dikkate değerdir. Katılımcı K17: *“Yiyip yiyip kilo almayanlardan olmayı çok isterdim. Lakin öyle değilim ve formumu korumak istiyorum. Henüz gencim ve kilo sorunun yok. Ama etrafımda gördüğüm kadarıyla zamanında dikkat etmeyip ve yaş da biraz ilerleyince vücudun yağlanıyor ve ufak ufak sarkmaya başlıyor. Bunu yaşamak istemiyorum açıkçası. Bu nedenle beslenmeme dikkat ediyorum. Her şeyi tüketmiyorum. Ayrıca üniversitenin yüzme havuzunda düzenli olarak yüziyorum.”* “Fiziğiniz bozulmasından mı endişe ediyor musunuz?” Katılımcı K17: *“Evet kesinlikle. Hep fit ve güzel görünmek istiyorum. Hep böyle genç ve pürüzsüz bir vücudum olsun istiyorum.”*

Katılımcı K17'nin yanıtı, ideal beden algısının birey üzerindeki psikolojik etkilerini ve beden algısıyla ilgili kaygıları gözler önüne sermektedir. Katılımcı, fiziksel görünümünü koruma konusunda oldukça bilinçli ve hassas bir yaklaşım sergilemektedir. Kilo almaktan duyduğu endişe, beden algısının bir tür takıntıya dönüşmesine ve bu durumun ruh sağlığını olumsuz etkilemesine neden olmaktadır. Sürekli olarak kilo kontrolüne dikkat ettiğini ve beslenme düzenini bu doğrultuda şekillendirdiğini belirtmesi, ideal beden anlayışının bireyler üzerindeki baskısını ortaya koymaktadır. Katılımcı K17'nin genç yaşına rağmen ilerleyen yıllarda vücudun deformasyona uğrayacağı yönündeki gözlemi, toplumsal güzellik normlarının bireylerde oluşturduğu uzun vadeli kaygılara işaret etmektedir. Yaşlanma sürecinin kaçınılmaz etkileri karşısında duyulan endişe, estetik kaygılarla birleşerek bireyin yaşam tarzını doğrudan etkilemektedir. Katılımcının düzenli olarak yüzme ile formunu koruma çabası, idealize edilen beden ölçülerine ulaşma ve bu ölçüleri muhafaza etme arzusunun somut bir yansımasıdır. Ayrıca, katılımcının “hep genç ve pürüzsüz bir vücuda sahip olma” isteği, güzellik algısının yalnızca fiziksel boyutta değil, zaman içinde değişime karşı bir direnç olarak da şekillendiğini göstermektedir. Bu durum, günümüz toplumunda genç ve fit bir bedenin bir statü unsuru olarak algılandığını ve bireylerin, yaşlanmanın getirdiği doğal

değişimleri engelleme çabası içinde olduğunu ortaya koymaktadır. Bedenin mükemmellik arayışı içinde sürekli denetim altında tutulması, bireyin özgüvenini ve benlik algısını doğrudan etkileyerek psikolojik baskıya dönüşebilmektedir.

Estetik/güzel/fit bir beden önemli ekonomik külfeti de beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede “Güzelliğiniz, fiziksel görünümünüz için alışveriş yapar mısınız?” sorusuna katılımcı K17 şöyle yanıt vermektedir: *“Yaparım. Kendim için alışverişe sık gidiyorum. Bol bol kozmetik ürünleri, kıyafet falan satın alıyorum. Güzelliğe dair ben de eksik ne varsa veya yeni çıkan, trend olan makyaj malzemeleri, giysiler alıyorum. Zaten gıda noktasında da aldığım her şey beslenme planıma uygun şeyler oluyor. Fakat çoğu zaman zamanda gereğinden, ihtiyacım olandan fazlasını alıyorum. Param bitmese ya da kredi kartımın limiti daha yüksek olsa daha fazla alacağımı biliyorum. Elimde bir sürü ürün ve poşetle kendimi iyi hissediyorum. Ama bunlar toplum içindeki görünümüm ve sağlığım için önemli. Bir de alışveriş yapıp rahat ediyorum. Mutlu olduğum zamanlarda da moralimin bozulduğu, üzgün olduğum zamanlarda da alışveriş yaparım. Bu bana iyi geliyor. Rahatlıyorum, iyi hissediyorum.”*

Görüldüğü üzere katılımcı K17’nin bu yanıtı, tüketim alışkanlıklarının bireysel beden algısı ve olumlu psikolojik durumla ilişkilendiğini göstermektedir. Katılımcı, güzellik ve fiziksel görünümüne yönelik alışverişi oldukça sık yaptığını, özellikle kozmetik ve giyim ürünlerine öncelik verdiğini belirtmektedir. Bu durum, güzellik normlarının bireyin tüketim pratiklerini doğrudan şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Yeni çıkan veya trend olan ürünlere yönelme isteği, modern tüketim kültürü içinde bireylerin sosyal kabul görme ve estetik standartlara uyum sağlama çabasının bir yansımasıdır. Katılımcının alışverişin yalnızca fiziksel görünümünü iyileştirme amacına hizmet etmediğini, aynı zamanda psikolojik bir rahatlama ve duygusal tatmin sağladığını ifade etmesi, tüketim ve duygusal durum arasındaki bağlantıyı göstermektedir. Alışverişin hem olumlu hem de olumsuz ruh halleriyle ilişkilendirilmesi, tüketimin bir tür psikolojik başa çıkma mekanizması olarak işlev gördüğüne işaret etmektedir. Özellikle, gereğinden fazla ve ihtiyacın ötesinde yapılan alışverişin, bireyin kendini iyi hissetme aracı haline geldiği ve bunun bir döngü oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca, katılımcının toplum içindeki görünümüne ve sağlığına yaptığı vurgular, güzellik ve beden algısının yalnızca bireysel bir tercih değil, toplumsal bir beklentiyle de şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, tüketim pratiklerinin yalnızca bireysel estetik anlayıştan değil, aynı

zamanda sosyal normlardan ve kabul görme arzusundan beslendiği söylenebilir. Katılımcı K17'nin ifadeleri, günümüz toplumunda güzellik ve fiziksel görünümle ilgili harcamaların rasyonelleştirildiği ve bunun bireyin kendini tanımlama sürecinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Günümüzde gösteri toplumuna evrilen yapıda, fiziksel görünüm ve görünürlük önemli bir statü unsuru haline gelmiş, ideal bedene ulaşma isteği bireyi tüketim nesnesine dönüştürmüştür. Güzellik endüstrisi, moda, kozmetik ve estetik alanları, bireylere idealize edilmiş beden algısını sunarak tüketimi teşvik etmektedir. Bu süreçte birey, bitmek bilmeyen bir arzu ile tüketime yönlendirilmekte, değişim sürekli hale gelmekte ve beden, tüketim kültürünün “kullan-at” anlayışına paralel olarak bir imaj nesnesine indirgenmektedir. Tüketim kültüründe nesneler hızla değiştirildiği gibi, bireyin bedeni de sürekli yeniden şekillendirilmekte ve dönüştürülmektedir. Bu noktada “çirkin kadın yoktur, bakımsız kadın vardır” gibi söylemler aracılığıyla birey, fiziksel görünümünü iyileştirmek adına tüketmeye zorlanmakta ve aksi durumda olumsuz bir şekilde etiketlenmektedir. Bu durum, tüketim ekonomisinin daima eksiklik hissi yaratmasıyla ilişkilidir. Plastik cerrahi ve estetik endüstrisinin gün geçtikçe daha fazla yaygınlaşması, bu dönüşümü gözler önüne sermektedir. Gerek yerel gerekse küresel ölçekte popüler olan televizyon programlarında bireylerin fiziksel görünümelerini radikal bir şekilde değiştirmesi, “arzu ettiğin her şey mümkün” algısını güçlendirmektedir. “Bu Ben Miyim?”, “Tanrım Baştan Yarat!” ve “10 Günde 10 Yıl Genç!” gibi programlar, görünümlelerinden memnun olmayan bireylere estetik ameliyatlara yeni bir kimlik kazandırıldığını göstermektedir. Ancak bu dönüşümler, piyasanın daha fazla kazanç elde etme stratejisinin bir parçası olup, bireyde sürekli bir eksiklik ve tatminsizlik duygusu yaratmaktadır. Sonu gelmeyen bu döngü, bireyin bedenini sürekli olarak değişim gerektiren, tanımsız ve tamamlanamayan bir nesneye dönüştürmektedir. Dolayısıyla beden, tüketim kültürü içinde metalaşan ve piyasa dinamiklerine bağlı olarak şekillenen bir göstergeye dönüşmektedir. Bu bağlamda, ideal güzellik algısının sürekli yeniden inşa edilmesi, bireyin kendini eksik ve yetersiz hissetmesine neden olmakta, sonu gelmeyen bir dönüşüme tabi tutulmasını zorunlu kılmaktadır.

Beden toplum tarafından standart normlarca belirlenmekte ve ideal/güzel bir beden bu çerçevede algılanmaktadır. “İdeal/güzel bir beden nasıl olmalı, böyle bir bedeni nasıl tanımlarsınız?” Katılımcı K4: “İdeal bedeninin, kişinin içinde mutlu olduğu her beden

olduğunu düşünüyorum. Fakat bir şey tarif etmem gerekirse uzun boy, zayıf, erkekler için kalıplı bir omuz yapısı, ince bir bel ve düzgün vücut hatları kadınlar için ince kıvrımlı bir bel, pürüzsüz bir göbek, ince basenler. Tabii bir de özenli bir saç, uygun tonlarda makyaj ve elbette bu vücudu gösterecek güzel bir elbise.’’

Katılımcı K4’ün yanıtı, ideal beden algısının hem bireysel mutluluk hem de toplumsal normlarla şekillendiği görülmektedir. Katılımcı, bireyin kendi bedeninde mutlu olmasını ideal beden temeli olarak kabul etmekle birlikte, belirli fiziksel özellikleri de ideal beden tanımına dahil etmektedir. Bu tanımlama, toplumsal cinsiyet rollerine dayalı güzellik standartlarını yansıtmaktadır. Uzun boy, zayıf bir vücut, erkekler için geniş omuzlar ve kadınlar için ince bir bel gibi kriterler, modern popüler kültürde yaygın olan beden algılarıyla örtüşmektedir. Ayrıca, pürüzsüz bir cilt, özenli saç bakımı, makyaj ve giyim gibi unsurların da ideal beden imajını desteklediği belirtilmektedir. Bu durum, güzellik algısının yalnızca fiziksel özelliklerle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda bireyin kendini sunma biçimiyle de yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Katılımcının yanıtı, ideal beden anlayışının kültürel ve sosyal dinamiklerden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, güzellik algısının bireysel tercihler kadar, kolektif ve tarihsel bağlamda da ele alınmaktadır.

“Bahsettiğiniz ideal/güzel beden için sizin de bir çabanız var mı?” Katılımcı K4: “Öyle çok uzun boylu değilim ama genç olmamdan dolayı kilo sorunun yok. Tabii tam istediğim gibi de değil. Öyle mankenler gibi kıvrımlı bir vücudum yok. Fakat düzgün bir fiziğim var. Bunun için düzenli ve sıkı yürüyüş yaparım. Okul döneminde pilates yapıyorum. Diyet yapmam ama yine de yediklerime dikkat ederim. Mesela üç beyazdan uzak dururum. Bunun yanında düzenli aralıklarla güzellik merkezlerine gidiyorum. Saç, cilt, el, ayak bakımı yaptırıyorum. Makyajıma da özen gösteririm. Ben makyaj yapmadan dışarı çıkmam. Yılın renklerine uygun detaylı makyaj yapmayı seviyorum.”

Katılımcı K4’ün yanıtı, bireyin ideal beden ve güzellik algısına yönelik kişisel çaba ve uygulamalarını yansıtmaktadır. Katılımcı, belirli fiziksel özelliklere sahip olmasa da genel olarak beden algısından memnun olduğunu ifade etmekte, ancak bu memnuniyetin sürdürülebilir olması için çeşitli rutinler benimsediğini belirtmektedir. Düzenli yürüyüş ve pilates gibi fiziksel aktiviteler, bireyin sağlıklı ve formda bir beden hedeflediğini göstermektedir. Bunun yanı sıra, beslenme alışkanlıklarına dikkat ederek belirli gıdalardan kaçınması, ideal beden algısının yalnızca fiziksel egzersizle değil, beslenme

ve yaşam tarzı ile de ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcı K4'ün güzellik merkezlerine düzenli olarak gitmesi, saç, cilt ve genel bakım uygulamalarına önem vermesi, modern güzellik endüstrisinin bireysel algılar üzerindeki etkisini göstermektedir. Ayrıca, makyajı yalnızca estetik bir araç olarak değil, günlük rutinlerinin vazgeçilmez bir parçası olarak görmesi, güzellik anlayışının toplumsal beklentilerle nasıl şekillendiğini ortaya koymaktadır. Katılımcı K4'ün yanıtı, bireysel güzellik ve beden algısının, fiziksel sağlığın yanı sıra bakım pratikleri ve estetik tercihlerle desteklendiğini göstermektedir. Bu durum, güzellik anlayışının yalnızca biyolojik faktörlere dayalı olmadığını, kültürel ve sosyal normlar tarafından da yönlendirildiğini ortaya koymaktadır.

İdeal/güzel bir beden için reklamların önemli etkisi olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların görüşlerine yansımaktadır. “İdeal/güzel beden için kullandığınız ürünlerde reklamlardan etkileniyor musunuz?” sorusuna Katılımcı K4: *‘Reklamlar etkili. Aldığım ürünler genelde televizyon, internet sitelerinde veya mağazaların afişlerinde gördüğüm ürünler oluyor. Orada reklamı yapılan ürünleri tercih ediyorum. Reklamlarda oynatılan oyuncular hep kusursuz bir güzelliğe sahip olur. Sanırım ikna edici oluyorlar. Mesela bir yüz jeli, bir rimel ya da ruj alacaksam genelde reklamlardan aklımda kalan markaları tercih ediyorum. Reklamlarda çok sık tekrar edildiği için akıda kalıcı oluyor. Bir de internet üzerinden alışveriş yaptığımda sık sık bu ürünü alanlar şu ürünleri de tercih etti gibi yazılarla karşılaşıyorum. Ben de çoğu zaman onları tercih ediyorum.’*

Katılımcı K4'ün yanıtı, reklamların bireylerin tüketim tercihleri üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymaktadır. Katılımcı K4'ün güzellik ve bakım ürünlerini seçerken reklamların yönlendirici olduğunu belirtmesi, medya ve pazarlama stratejilerinin bireysel karar alma süreçlerinde nasıl belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Özellikle televizyon, internet ve mağaza afişleri gibi çeşitli reklam mecralarından etkilendiğini ifade etmesi, çok kanallı pazarlama stratejilerinin tüketici davranışlarını şekillendirdiğine işaret etmektedir. Reklamlarda yer alan oyuncuların “kusursuz güzellik” algısını pekiştirdiğine dair ifadesi, bu tür temsillerin bireylerde belirli bir estetik standart oluşturduğunu göstermektedir. Bu durum, güzellik algısının bireysel tercihlerden ziyade, medya aracılığıyla inşa edilen kolektif bir anlayışa dayandığını düşündürmektedir. Ayrıca, internet üzerinden yapılan alışverişlerde öneri sistemlerinin (örneğin “bu ürünü

alanlar şu ürünleri de tercih etti” gibi yönlendirmeler) tüketici seçimlerini etkilediği belirtilmektedir. Bu, dijital pazarlama algoritmalarının bireylerin satın alma kararlarını nasıl yönlendirdiğini göstermesi açısından önemlidir. Katılımcı K4’ün yanıtı, reklamların ve dijital pazarlama tekniklerinin güzellik ve bakım ürünleri seçiminde güçlü bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, bireysel tüketim tercihlerinin kişisel ihtiyaçlarla birlikte medya ve reklam stratejileriyle şekillendiğini göstermektedir.

Arzulanan bedene ulaşmak için birçok unsurun bir araya gelmesi gerekmektedir. Bunlardan biri de ekonomik unsurdur. Katılımcıların bu konuda önemli bir çaba sarf ettiği görülmektedir. “Arzuladığınız beden için gösterdiğiniz çabanın maddi bir külfeti var mı?” Katılımcı K4: *“Olmaz olur mu? Bahsettiğim ne varsa para gerekiyor. Yaptığım her şeyin bir maddi götürüsü de var. Pilates, yememem gereken gıdalar yerine tükettiğim besinler, devasa bir makyaj çantasının malzemeleri, her yılın modasına uygun ve yaz kış sezonu için satın alınan kıyafetler... Bunların hepsi para demek, bunun farkındayım. Bir öğrenci olarak bu oldukça zor. Gerçi tatilde bir yerlerde çalıştığım gibi, okul açıldığında da partime çalışıyorum. Yine de kendime iyi bakmak için yeterli değil. Kendim için yaptığım bu harcamaları önemsemiyorum. Önemli olan kendime iyi baktıkça kendimi iyi hissetmem. Aynaya baktıkça güzel, alımlı, şık görüyorsam kendimi bu bana yeter. Çünkü böyle göründükçe kendimi özel, değerli hissediyorum.”*

Katılımcı K4’ün yanıtı, ideal beden ve güzellik algısına ulaşma çabasının yalnızca fiziksel ve duygusal boyutlarının yanında maddi bir yönünün de olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcı K4, güzellik ve bakım süreçlerine yönelik harcamalarının farkında olduğunu ve bu sürecin ekonomik bir yük getirdiğini açıkça ifade etmektedir. Özellikle spor, sağlıklı beslenme, makyaj malzemeleri ve sezonluk kıyafet alımları gibi harcamaların toplamda önemli bir maliyet oluşturduğu vurgulanmaktadır. Öğrenci olması nedeniyle bu harcamaların finansal anlamda daha fazla zorluk oluşturduğunu belirten katılımcı K4, maddi kaynaklarını dengeleyebilmek adına tatillerde ve eğitim sürecinde çalıştığını dile getirmektedir. Bu durum, bireylerin toplumsal güzellik normlarına uyum sağlamak için yalnızca fiziksel ve psikolojik çaba değil, ekonomik fedakârlık da gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Bunun yanında, katılımcı K4’ün güzellik ve bakım harcamalarını önemsemediğini belirtmesi, bireysel görünümün yalnızca dışsal bir estetik kaygı değil, aynı zamanda psikolojik tatmin ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Kendisini aynada güzel, alımlı ve

şık gördüğünde özel ve değerli hissettiğini ifade etmesi, güzellik algısının bireyin özsaygı ve kimlik inşası ile bağlantılı olduğunu göstermektedir. Katılımcı K4'ün yanıtı, güzellik normlarına uyum sağlama sürecinin bireyler için maddi bir yük oluşturduğunu ve bu durumun ekonomik statüye bağlı olarak farklı deneyimlenebileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, güzellik ve bakım harcamalarının sadece bir tüketim pratiği değil, bireyin kendini iyi hissetmesi ve değerli görmesiyle de doğrudan ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

“İdeal/güzel bir bedeni nasıl tanımlarsınız?” diye sorulduğunda yukarıdaki katılımcıların düşüncelerine benzer şekilde bireysel tercihleri estetik kaygılar, sosyal etkiler, toplumsal beklentiler, toplum tarafından belirlenen ideal standart ve normlar çerçevesinde şekillendiği görülmektedir. Bu durum katılımcıların görüşlerinde açıkça görülmektedir. Örneğin bu soruyu katılımcı K16 şöyle yanıtlamaktadır.: *“Sağlıklı beden güzel bedendir.”* “Sağlıktan kastınız nedir biraz açar mısınız?” Katılımcı K16: *“Her şeyden evvel kilo, göbek sorunu olmayacak. Çünkü kilo sorunu birçok hastalığı beraberinde getirmektedir. Örneğin kilolu insanlarda tansiyon, şeker hastalığı, kalp-damar tıkanıklığı, karaciğer yağlaması, kolesterol, eklem ağrıları vb. hastalıklara sık rastlanmaktadır. İşte bunun için kilonuzu kontrol altında tutmalısınız. Bunun yanında sağlık demek düzgün bir fizik demek, güzel bir görünüm demek ve hareket, aksiyon demek. Tüm bunlar daima genç kalmanızı, uzun ömürlü olmanızı ve sağlıklı yaşamınızı sağlar. O zaman yaşa bakmaksızın vücudunuz sağlıklı olur, makyajınız güzel durur, giydikleriniz üstünüze oturur. Ailemden, yakın çevremden gördüğüm belli yaştan sonra hızla kilo aldıkları ve bunu veremedikleridir. Bu duruma düşmek istemiyorum. O yüzden baştan işi sıkı tutmak gerekiyor.”*

Katılımcı K16'nın yanıtı, ideal beden anlayışını sağlık temelli bir perspektifle ele aldığını göstermektedir. Katılımcı, sağlığı öncelikli bir kriter olarak belirlerken, bunu yalnızca fiziksel hastalıklardan uzak durmak değil, estetik ve fonksiyonel bir bütünlük olarak da değerlendirmektedir. Kilo kontrolünü sağlıklı bir bedenin temel unsurlarından biri olarak vurgulaması, obezite ve aşırı kilonun beraberinde getirdiği sağlık sorunlarına dikkat çekmesiyle desteklenmektedir. Katılımcı K16'nın belirttiği tansiyon, diyabet, kalp-damar hastalıkları gibi kronik rahatsızlıklar, günümüzde tıp ve halk sağlığı alanlarında da fazla kilonun risk faktörü olarak ele alındığı temel sağlık sorunları

arasındadır. Bu çerçevede, kilo kontrolünü sağlıklı yaşamın sürdürülebilirliği açısından kritik bir unsur olarak değerlendirdiği görülmektedir.

Bununla birlikte, katılımcı K16'nın sağlık kavramını yalnızca biyolojik parametrelerle sınırlı tutmayarak fiziksel görünüm ve hareket kabiliyetiyle ilişkilendirmesi, günümüz beden algısında sağlık ve estetiğin iç içe geçtiğini göstermektedir. Katılımcı K16'nın "sağlık demek düzgün bir fizik demek, güzel bir görünüm demek" şeklindeki ifadesi, ideal bedenini yalnızca fizyolojik bir durum değil, aynı zamanda belirli bir estetik norm çerçevesinde değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Aile ve yakın çevresinden edindiği gözlemler doğrultusunda yaşa bağlı kilo artışını önlemek amacıyla önleyici bir tutum benimsemesi, sağlıklı yaşam alışkanlıklarının erken yaşlardan itibaren şekillendiğini göstermektedir. Bu durum, bireylerin yalnızca mevcut fiziksel durumlarını değil, gelecekteki bedenlerini de düşünerek hareket ettiklerini ortaya koymaktadır.

"Yaşlanmak ürkütüyor/korkutuyor mu?" Katılımcı K16: *"Ya insan yaşlansa bile sağlıklı yaşlanmak ister. Genç ve güzel görünmek ister. Yaşlılara baktığımızda hayat kalitesi düşmüş, hastalıklarla mücadele eden, bir sürü ilaç kullanan, vücudu yağlanmış, göbeği sarkmış, kolları bacakları sarkmış insanlar. Bu yaştan ilerlemesine bağlı durum değil bence. Sağlıksız yaşamın sonucu. Bakın mesela obez insanlara. Hepsi yaşlı değil ki. Aralarında çocuklar, gençler, yetişkinler de var. İşte sağlıksız yaşam ile ilişkili. Bunu değiştirmek elimizde. Bazen televizyonlarda reklamlarda, filmlerde görüyoruz. Yaşı ilerlemiş ama kendisi gayet sağlıklı, düzgün bir fiziği, güzel bir görünümü var. Pek çok gençten daha genç görünüyor. Demek ki bu bir kader değil, elimizde."*

"Sağlıklı bir beden için bir çabanız var mı, varsa bunun için neler yapıyorsunuz?" Katılımcı K16: *"Kendi çapım da var. Hatta ailem, arkadaşlarım, okuldan tanıdıklarım sağlık takıntısı olduğumu düşünür. Gerçekte ise sadece sağlıklı bir yaşam için önlem alıyorum. Genelde organik ve bitkisel gıdalarla besleniyorum. Beslenmemde taze sebze meyveye yer veriyorum. Fastfood tarzı yiyecekler, hamur, kızartma vs. tüketmiyorum. Aldığım her gıdanın organik olmasına dikkat ediyorum. Bitki çayları, geleneksel ve şifalı otlar tüketiyorum. Bunun yanında kararında takviye edici vitaminler vs. alıyorum. Ama tabii ki bu yetmiyor. Bir de sporla desteklemek lazım. Düzenli bir şekilde yapıyorum. Tüm bunlar evet yorucu ve çaba gerektiriyor. Ama sağlıklı yaşamın yanında fit bir vücut da kazandırıyor."*

Katılımcı K16'nın yaşlanma konusundaki görüşleri, yaşlanmanın kaçınılmaz bir süreç olduğu kabul edilmekle birlikte, bu sürecin bireyin yaşam tarzına bağlı olarak farklı şekillerde deneyimlenebileceği vurgulanmaktadır. Katılımcı K16, yaşlanmayı sadece biyolojik bir değişim olarak değil, aynı zamanda bireyin yaşam kalitesiyle doğrudan ilişkili bir süreç olarak ele almaktadır. Yaşlanmanın, fiziksel görünümde bozulmalara ve sağlık sorunlarına yol açan bir faktör olduğu düşüncesi dikkat çekmektedir. Katılımcı, yaşlanmayı sağlıklı yaşam biçimiyle ilişkilendirerek, kilo artışı, sarkma, hastalıklar ve ilaç kullanımının yaşa bağlı değil, bireyin yaşam tarzı seçimleriyle doğrudan ilişkili olduğunu savunmaktadır. Bu görüş, yaşlanmanın olumsuz etkilerinin bireyin kontrolü dışında gelişen bir durum olmadığına, aksine sağlıklı yaşam alışkanlıkları ile yönetilebileceğine işaret etmektedir.

Ayrıca, katılımcı K16'nın medya temsillerine yaptığı atıf da önemlidir. Reklamlarda ve filmlerde görülen, ileri yaşlarına rağmen genç ve sağlıklı görünen bireylerin varlığı, katılımcının yaşlanmanın kader olmadığı yönündeki düşüncesini desteklemektedir. Bu durum, toplumda gençlik ve güzellik algısının ne kadar idealize edildiğini ve bireylerin yaşlanmayı tek başına fiziksel bir süreç olarak değil, sosyal ve estetik bir mesele olarak gördüğünü de ortaya koymaktadır. Katılımcı K16'nın yaşlanmaya dair yaklaşımı, biyolojik yaşlanmanın kaçınılmaz olduğunu ancak sağlıklı bir yaşam tarzı benimsenerek bu sürecin etkilerinin azaltılabileceğini savunmaktadır. Bu çerçevede, sağlıklı beslenme, düzenli egzersiz ve bedenin korunması, yaşlanma sürecinin bireyin kontrolünde olduğu yönündeki düşüncayı destekleyen temel unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

Katılımcı K16'nın yanıtı, sağlıklı yaşam biçimine yönelik bilinçli bir yaklaşım benimsediğini ve bu doğrultuda sistematik bir çaba gösterdiğini ortaya koymaktadır. Katılımcı K16, sağlıklı bir bedene sahip olmanın yalnızca genetik veya doğuştan gelen bir durum olmadığını, bireysel çaba ve yaşam tarzı tercihleriyle şekillendiğini vurgulamaktadır. Beslenme konusunda oldukça titiz bir tutum sergileyen katılımcı, organik ve bitkisel temelli gıdaları tercih ettiğini belirtmekte, fast food, hamur işleri ve kızartma gibi sağlıklı olarak görülen besinlerden kaçındığını ifade etmektedir. Bununla birlikte, bitki çayları, şifalı otlar ve takviye edici vitaminlerin kullanımı, sağlıklı yaşam anlayışının yalnızca temel beslenme alışkanlıklarıyla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda geleneksel ve doğal yöntemlerle desteklendiğini göstermektedir. Bu durum, modern

sağlıklı yaşam pratiklerinin geleneksel beslenme alışkanlıklarıyla iç içe geçtiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcı K16, sağlıklı beslenmenin tek başına yeterli olmadığını, bunu düzenli egzersizle desteklediğini vurgulamaktadır. Spor salonuna düzenli olarak gitmesi, sağlıklı bir yaşam sürdürme çabasının süreklilik gerektirdiğini ve bu sürecin fiziksel zindeliğin yanı sıra estetik kazanımları da beraberinde getirdiğini düşündüğünü göstermektedir. Görüldüğü üzere katılımcı K16'nın yanıtı, bireysel sağlık anlayışının hem beslenme hem de fiziksel aktiviteler yoluyla şekillendiğini ve sağlıklı bir beden, disiplinli bir yaşam tarzının sonucu olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Ayrıca, sağlıklı yaşamın yalnızca fizyolojik bir gereklilik değil, aynı zamanda ideal bir beden algısıyla da ilişkilendirildiği anlaşılmaktadır.

“Sağlıklı/ideal bir beden ekonomik bir yükü var mı?” Katılımcı K16: *“Var. Bu bahsettiğim beslenme şekli, spor vs. maddi bir yük oluşturuyor. Öğrenciyim bunları karşılamak zorlaşıyor. Okul döneminde yurttan kaldığım için yurtdışı yemeklerini genelde yiyemiyordum. Çünkü içeriğindeki belirsiz. Bir de beslenme yöntemime de uymuyor. Böyle olunca tükettiklerimi kendim almak zorunda kalıyorum. Bahsettiğim beslenme rejimindeki ürünlere ulaşmak da zor. Çok yaygın değil çünkü. Maddi külfetinin yanında erişememe sorunu da var. Fakat bunlara rağmen istediğim seviyede olmasam da çabalarımın boşa gitmediğini görüyorum. Bu rahatlatıyor insanı, insana huzur veriyor. Kendimi böyle güçlü, öz güvenli, kendine ve başkalarına saygılı olarak görüyorum.”*

Katılımcı K16'nın yanıtı, sağlıklı, ideal beden algısının yalnızca fiziksel ve psikolojik bir çaba gerektirmediğini, aynı zamanda ekonomik bir boyutu olduğunu ortaya koymaktadır. Sağlıklı yaşam alışkanlıklarını sürdürmenin belirli bir maliyet gerektirdiği ve bu durumun özellikle öğrenci bireyler için ek bir zorluk oluşturduğu ifade edilmektedir. Özellikle beslenme konusunda, Katılımcı K16'nın organik ve bitkisel temelli bir beslenme düzeni benimsediği ve bu tür ürünlere erişimin hem maddi hem de lojistik açıdan zorlayıcı olduğu belirtilmektedir. Katılımcı, yurt yemeklerinin içerik olarak belirsiz olması nedeniyle kendi beslenmesini bağımsız olarak düzenlemeye çalıştığını ifade etmektedir. Bu durum, bireylerin sağlıklı yaşam tercihlerini sürdürebilmelerinin, içinde bulundukları çevresel ve ekonomik koşullarla doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak, sağlıklı beslenmenin yalnızca maliyetli değil, aynı zamanda erişimi zor olan ürünleri de içerdiği vurgulanmaktadır. Katılımcının

“çok yaygın değil” ifadesi, alternatif ve sağlıklı besin kaynaklarının tedarikinde yaşanan zorluklara işaret etmektedir. Bu durum, sağlıklı yaşamın bireysel bir tercih olmanın ötesinde, toplumsal ve yapısal faktörlerle de şekillendiğini göstermektedir. Tüm bu maddi ve lojistik zorluklara rağmen, Katılımcının sağlıklı yaşam çabasının karşılığını aldığını ve bunun kendisine psikolojik olarak olumlu bir geri dönüş sağladığını belirtmesi dikkat çekicidir. Özellikle bu sürecin bireye öz güven, iç huzur ve saygı kazandırdığına yönelik ifadesi, sağlıklı yaşamın yalnızca bedensel bir durum olmadığını, bireyin psikolojik ve sosyal kimliğiyle de doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir.

Tüketim, insanın temel ve ertelenemez gereksinimlerinden biridir. Günümüzde üretim ekonomisinin yerini tüketim ekonomisine bırakması, tüketimin toplumsal yapı içindeki önemini artırmıştır. Tüketim toplumlarında, bireylerin kimlik inşasında tüketimin oynadığı rol dikkate alındığında, bedenin merkezi bir işlev üstlendiği görülmektedir. Bu bağlamda beden, ekonomik sistemin en uygun nesnesi haline gelmiştir. Sonsuz arzulara hitap eden ürünler, bireyin fiziksel görünümünü sürekli değiştirmekte ve geçici de olsa haz duygusu sağlamaktadır. Tüketim kültürü, yalnızca maddi ihtiyaçların karşılanmasıyla sınırlı kalmayıp bireylerin kimlik inşasında da belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, tüketim nesneleri yalnızca işlevsel araçlar değil, aynı zamanda bireyin kimliğini ifade eden semboller haline gelmektedir. Nitekim moda ve güzellik endüstrisi, bireyleri ideal bedene ulaşma arzusuyla sürekli tüketim sürecine yönlendirmektedir. Kitle iletişim araçları ve reklamlar aracılığıyla günün modasına uygun ürünler, yeni imajlar ve estetik anlayışlar sürekli olarak gündemde tutulmakta, bireylerin tüketim yoluyla kimliklerini ifade etmeleri teşvik edilmektedir. Tüketim kültüründe beden, bireysel arzular ve haz temelli yaşam tarzlarının etkisiyle sürekli değişen bir yapıya bürünmekte ve adeta bir yapboz haline gelmektedir. Bu dönüşüm, bireyin yaşam tarzına uygun olarak kimliğini de değişken kılmakta ve tüketim kültürünün etkisini kimlik inşasında daha da belirgin hale getirmektedir. İnsan bedenine yüklenen anlam ve değer, bedeni yalnızca fiziksel bir varlık olmaktan çıkarıp kimliğin belirleyici unsurlarından biri haline getirmektedir. Tüketim toplumunda bedenin estetik ve etik değerlerin taşıyıcısı olarak konumlandırılması, kimliğin sürekliliğini ve dinamizmini arzular ve tatmin duyguları üzerinden şekillendirmektedir (Ersoy, 2014: 47-53).

Tüketim toplumunda beden, tüketim pratiğiyle varlık kazanan ve görünür hâle gelen bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Birey, tüketim süreçleri aracılığıyla yeni kimlikler

inşa ederken, aynı zamanda bu kimlikleri hızla tüketmektedir. Bu bağlamda kimlik, tutarsız, geçici ve birbiriyle çelişen unsurları barındıran bir yapboz hâline gelmektedir. Sürekli değişen tüketim dinamikleri içerisinde kimlik, bireysel arzuların ve sınırsız tüketim isteğinin etkisiyle giderek “kullan-at” bir nesneye dönüşmektedir. Tüketim sürecinde yalnızca beden değil, kimlikler de dönüşmekte ve tükenmektedir. Beden, tüketim toplumunda ekonomik bir işlev üstlenerek değişimin aracı hâline gelmiştir. Sürekli değişime uğraması, tüketim süreçleriyle doğrudan ilişkilidir ve bu durum kimlikleri de dönüşüme zorlamaktadır. Bu bağlamda kimlikler, köklerinden koparak tarihsel ve kültürel bağlamlarını yitirmekte; aidiyet hissi oluşturmayan, yüzeysel ve hızla tüketilen unsurlar hâline gelmektedir. Kimlik, kes-yapıştır mantığıyla sürekli yeniden inşa edilmekte ve geçici tüketim pratiklerine hizmet eden bir unsur olarak varlığını sürdürmektedir. Tüketim, geleneksel değerlerinden uzaklaşarak yalnızca ekonomik bir anlam kazanan bir olgu hâline gelmiştir. Bu süreçte beden, tüketim ekonomisinin belirleyici unsuru olarak konumlandırılmakta ve alınıp satılan kimliklerin taşıyıcısı hâline gelmektedir. Sonuç olarak kimlik, bütünlükçü yapısını, istikrarını ve derinliğini kaybetmekte; dolayısıyla birey için anlamını, önemini ve işlevselliğini yitirmektedir (Ersoy, 2014: 47).

2.3.2. Moda, Estetik ve Beden İmgesi

Giyinme, insanın temel gereksinimlerinden biri olup, başlangıçta bireyin bedenini dış etkenlerden koruma amacıyla ortaya çıkmıştır. Ancak tarihsel süreç içerisinde, giysinin işlevi yalnızca koruyuculukla sınırlı kalmamış, çeşitli toplumsal anlamlar ve nitelikler kazanmıştır. Giysi, bireyin sosyal statüsünü, ait olduğu grubun onayını alma çabasını, estetik kaygılarını ve beğenilme isteğini yansıtan bir araç haline gelmiştir. Bu bağlamda giyinme, bireylerin sosyalleşme biçimlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle giysi ile yakından ilişkili olan moda, incelenmesi gereken önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Moda, sadece giyimle sınırlı bir kavram olmayıp, daha geniş ve bütüncül bir anlam içermektedir. Giyim-kuşamın ötesinde, belirli bir dönemde toplumda yaygın kabul gören ancak zaman içerisinde değişime uğrayan popüler tüketim eğilimlerini ifade etmektedir (Ersoy, 2014: 60).

Moda, modern toplumlarda ortaya çıkan bir olgudur. Geleneksel toplum yapısında bireyin giyim tarzı; sosyal statüsü, cinsiyeti, mesleği ve yaşı ile doğrudan bağlantılı olup,

bireyin ait olduğu grup ve kültüre dair açık bilgiler sunmaktaydı. Ancak Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi'nin yol açtığı siyasi, ekonomik, kültürel ve sosyal dönüşümler, tüketim olgusunun gelişmesine ve bireylerin geleneksel normlara bağlı giyim anlayışını terk ederek, modern toplumsal yapı ve kültüre uygun şekilde bireysel tarzlarını oluşturmalarına neden olmuştur. Bu süreç, modanın anlamını ve işlevini dönüştürerek, onu modernleşme sürecinin ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Dolayısıyla moda, modernleşmenin bir ürünü ve modern bir olgu olarak değerlendirilmektedir (Barbarosoğlu, 2023: 41-57).

Moda kavramı, Latince “modus” ve “modernus” kelimelerinden türetilmiştir ve “güne ait olan”, “şu ana özgü” anlamlarını taşımaktadır. Günümüzde moda, yalnızca giyim tarzı ile sınırlı kalmayıp, bireylerin yaşam biçimlerini, davranış kalıplarını ve estetik anlayışlarını da kapsayan geniş bir çerçevede ele alınmaktadır (David, 2016: 33). Moda, doğası gereği değişim üzerine kurulu bir yapıya sahiptir ve sürekli yenilik arayışını içinde barındırmaktadır (Laporte, 2011: 7). Bauman’a göre (1999: 74) moda dinamik bir süreçtir ve sürekli dönüşüm içerisindedir, dönüşüm geçirmektedir. Moda, bireylerin benzersiz olma ve yenilenme çabasıyla şekillenmekte, mevcut olanla yetinmeme ve yeniye arzulama dürtüsüyle varlığını sürdürmektedir. Modanın devamlılığı, yerleşik zevk ve beğenileri değiştirme, mevcut olanı eski hale getirme yetisine bağlıdır (David, 2003: 44). Mevcut ürünlerin kullanım ömrü devam etse de modanın dinamik yapısı içerisinde yeni olana yönelim süreci sürekli teşvik edilmektedir. Böylece moda, bireylerin farklılaşma, değişim ve yenilenme arzusunu besleyen ve sürekliliğini koruyan bir olgu olarak varlığını sürdürmektedir (Busch, 2017: 95).

Moda, bireyler üzerinde bir baskı unsuru olarak işlev görmektedir. Ancak bu baskı, reklam aracılığıyla bireylerin rızasını alarak ve ortak bir beğeni ve kabul anlayışı oluşturarak kendini meşrulaştırmaktadır. Moda, reklam yoluyla mevcut estetik ölçütlere uymayan ya da göze hoş gelmeyen unsurları dahi kabul ettirip trend haline getirebilmektedir (Barbarosoğlu, 2023: 72). Moda, “şık” ve “rüküş” gibi beğeni ölçütleri oluşturarak sadece bireysel tercihler üzerinde değil, ekonomik süreçler üzerinde de etkili olmaktadır (Busch, 2017: 10). Bu durum, tüketim çağında giderek artan bir etkiye sahiptir.

Modanın yönünü belirleyen en temel faktörlerden biri tüketim olgusudur. Moda ile tüketim arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Moda takip edildikçe tüketim teşvik

edilmekte ve bireyler kendilerini daha değerli ve benzersiz hissetmektedirler. Moda, tüketim toplumunun belirleyici dinamiklerinden biridir. Tüketim toplumunda bireyler, modaya uyum sağlamak için sürekli olarak en yeni ve trend ürünleri takip etme eğilimindedir. Moda uzmanları, tasarımcılar, stilistler ve yaşam koçları, bireylerin beğeni ve zevklerini belirleyerek tüketim sürecine yön vermektedir. Bu bağlamda, tüketim toplumunda beden, estetik kaygılar doğrultusunda değişime uğrayan ve kazanç sağlanan bir nesne haline gelmektedir (Lefebvre, 2016: 176). Günümüz tüketim kültüründe beden, hızla değişen moda anlayışına uyum sağlayarak sürekli biçimlenen bir yapıya bürünmektedir.

Moda, yalnızca bireysel giyim alışkanlıklarını değil, aynı zamanda toplumsal zihniyeti, davranış kalıplarını ve estetik algıları da dönüştürmektedir. Moda, bedeni tüketim nesnesine dönüştürerek ideal vücut ölçülerini belirlemekte ve bireylerin fiziksel görünümelerini sürekli olarak yeniden şekillendirmektedir. Moda, ideal güzellik anlayışını belirlerken, bireylerin nasıl görünmeleri gerektiğine dair toplumsal normları da dayatmaktadır. Bu süreçte, farklı dönemlerde öne çıkan fiziksel özellikler ve estetik anlayışları değişmekte; uzun boy, zayıf vücut, dolgun hatlar gibi trendler dönüşerek yeni moda akımları yaratmaktadır. Moda, bireyin bedenine yönelik müdahalelerde bulunarak onu bir tüketim nesnesi haline getirmekte ve toplumsal değerleri de bu doğrultuda değiştirmektedir. Böylece moda, yalnızca bireysel tercihler üzerinde değil, kültürel yapılar, yaşam biçimleri ve toplumsal normlar üzerinde de etkili olan çok boyutlu bir olgudur (David, 2016: 33).

Moda, bireyin değerlerinden uzaklaşması, toplumu ayakta tutan temel unsurlar olan normlar, gelenek ve göreneklerden kopması, özgüven kaybı, yalnızlık ve eksiklik hissi gibi unsurlardan faydalanarak varlığını sürdürmektedir. Çeşitli stratejik ve taktiksel araçlarla bireylerin bu boşluklarını doldurmayı vaat eden yeni değerler ikame edilmekte ve arzu, istek ile duyguların tatmini sağlanmaktadır. Ayrıca, moda tüketim toplumunun bireyde oluşturduğu geri kalma, topluma ayak uyduramama, toplumun onayını kaybetme, hâkim güzellik ve ideal beden algısının dışında kalma gibi korkulardan beslenmektedir (Busch, 2017: 95-96).

Moda, yalnızca üretim ve tüketim döngüsüne hizmet eden bir olgu olmanın ötesinde, zihniyet oluşturma, toplumsal değer kodları üretme, davranış kalıpları geliştirme ve yeni yaşam biçimleri oluşturup bunları içselleştirme mekanizmasıdır.

Sürekli yeniye üretme ve hızla tüketme döngüsünü besleyen bir sistem olarak, bireylere geçici ve yapay bir tatmin sunmaktadır. Moda, gelip geçici nitelikte olsa da bireylerin anlam yüklediği, tatmin sağlayan ve sosyal ilişkileri şekillendiren bir toplumsal gerçeklik olarak varlığını sürdürmektedir. Geleneksel anlamının ötesinde, giysi yalnızca bedeni dış etkenlerden koruyan bir örtü olmanın ötesinde anlamlar kazanmıştır. Örneğin, giysi bireyi eşsiz kılan, ona ayrıcalıklı bir sosyal konum kazandıran, farklı tarzlar aracılığıyla ön plana çıkaran, dikkat çekici ve cazibeli hale getiren bir araç haline gelmiştir. Bu doğrultuda, moda bireye tatmin sağlayan ve modern çağın estetik anlayışını şekillendiren güçlü bir unsurdur. Günümüzde giysi/kıyafet bir tek fiziksel bir ihtiyaç değildir. Bireysel kimliği, statüyü ve duygusal tatmini destekleyen çok yönlü bir fonksiyona sahiptir. Bu bağlamda, moda hız ve hazzın egemen olduğu tüketim çağında vazgeçilmez bir öğretici konumundadır (Barbarosoğlu, 2023: 84).

Katılımcıların modayı günlük rutinin bir parçası olarak kabul ettikleri görülmektedir. İstemeseler de bu sürecin zaten içinde olduklarını ifade etmektedirler. Tüketim kültürünün moda aracılığıyla birey üzerindeki çelişkili etkileri bir yandan bireyin özgün tercihlerde bulunma isteği, diğer yandan toplumsal normlara uyum sağlama zorunluluğu arasında bir gerilim oluşturmaktadır. Bu bağlamda katılımcılara modanın beden algısına yönelik duyarlılığı anlama ve etkisine yönelik “Modayla ilgilenir misiniz, modanın dış görünüşüz üzerinde etkisi var mı?” sorusunu katılımcı E4 şöyle yanıtlamıştır: *“Bilhassa ilgilendiğim bir konu değil. Ama birçok vesileyle zaten hayatımızda. Televizyon, internet, özellikle sosyal medya aracılığıyla. Birçok şeyin üzerinde modanın etkisi var. Örneğin giysilerin, davranışların üzerinde etkisi büyük. Sanki bundan kaçınıyoruz. Hayatımıza dair birçok şeyin oluşmasında modanın etkisi var. Kullanacağınız şampuanın, satın alacağınız jean’in, saç tarama şeklinizin vb. Günün modası neyse ondan etkilenip ona göre karar veriyorsunuz.”*

Katılımcı E4’ün yanıtı, modanın bireylerin günlük yaşamına doğrudan etki eden bir olgu olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcı E4, kişisel olarak modayla bilinçli ve özel bir ilgisinin olmadığını belirtse de modanın bireylerin tüketim alışkanlıkları ve estetik tercihleri üzerinde kaçınılmaz bir etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Kitle iletişim araçlarının modanın yayılmasındaki rolüne dikkat çekmesi, günümüz tüketim kültüründe medyanın belirleyici gücünü ortaya koymaktadır. Moda, yalnızca kıyafet tercihleriyle sınırlı kalmayıp bireylerin saç modellerinden kullandıkları bakım ürünlerine kadar geniş

bir alanda etkili olmaktadır. Katılımcı E4'ün “sanki bundan kaçınıyoruz” ifadesi, modanın bireyler üzerindeki zorunlu etkisini ve bir anlamda sosyal normlar aracılığıyla dayatılan bir olgu olduğunu düşündüğünü göstermektedir. Ayrıca, moda kavramının yalnızca bireysel estetik tercihlerle değil, tüketim kültürüyle de bağlantılı olduğu vurgulanmaktadır. Katılımcı E4'ün, bir şampuan ya da kot pantolon seçiminde bile modanın belirleyici olabileceğini ifade etmesi, modanın yalnızca görselliği değil, aynı zamanda marka algısını ve tüketim pratiklerini şekillendirdiğini göstermektedir. Katılımcı E4'ün görüşleri, modanın bireylerin yaşamlarında bilinçli ya da bilinçdışı bir şekilde etkili olduğunu ve günümüz medya ortamında bu etkinin kaçınılmaz hale geldiğini ortaya koymaktadır.

“Modaya uymak neden önemli modayı takip etmenizde sosyal çevrenizin etkisi var mı?” sorusuna karşılık katılımcı K22: *“Modaya uymak benim için önemli değil. Buna rağmen bunların dışına da çok çıkamıyoruz. Çünkü satın aldığınız bir ürün zaten modaya uygun tasarlanmış ve satışa çıkarılmıştır. Bu nedenle etrafınıza baktığınızda her şey o günün modasına uygun. Yani ona mahkûmsunuz. Bir de belirli bir moda tarzı ön planda olduğu için çevreniz de bundan etkileniyor. Doğal olarak siz de bunun dışına çıkamıyorsunuz. Örneğin okulda arkadaşlarımdan giydiklerinden etkileniyorum hoşuma gidiyor. Onların giydiklerini ben de giymek istiyorum. Zorlayıcı ve maliyetli bir yönü var ama rahatlık hissi yaşatan, huzur veren bir yönü de var.”*

Katılımcı K22'nin ifadeleri, bireylerin moda algısının bireysel tercihlerden ziyade toplumsal dinamikler ve piyasa koşulları tarafından şekillendiğini göstermektedir. Moda, yalnızca estetik bir tercih değildir. Bireyin sosyal çevresiyle kurduğu ilişkiyi ve aidiyet duygusunu da etkilemektedir. Katılımcı K22'nin belirttiği gibi, piyasaya sunulan ürünler mevcut moda akımlarına uygun şekilde tasarlandığından, bireyler istemeseler bile bu akımlara uyum sağlamak zorunda kalabilmektedir. Bu durum, bireyin tüketim pratiklerini büyük ölçüde yönlendiren yapısal bir zorunluluğa işaret etmektedir. Bourdieu'nun habitus kavramı çerçevesinde, bireylerin giyim tercihleri yalnızca kişisel zevkleri değil, içinde bulundukları sosyal ortamın normları ve beklentileri tarafından da şekillendirilmektedir. Katılımcı K22'nin, okul arkadaşlarının giyim tarzından etkilenmesi ve benzer ürünleri tercih etmesi, moda ve sosyal etkileşim arasındaki güçlü bağı ortaya koymaktadır. Bu bağlamda moda, bireyler arasında sosyal uyumu pekiştiren bir unsur olduğu gibi, aynı zamanda ekonomik maliyetler ve sosyal baskılar yoluyla belirli bir zorunluluk da

yaratmaktadır. Tüketim toplumlarında moda, bireylerin kimlik oluşturma süreçlerinde önemli bir rol oynamakta ve tüketim pratikleri, bireyin kendini ifade etme biçimi olarak öne çıkmaktadır Katılımcı K22'nin ifadesinde de görüldüğü gibi, moda belirli bir maliyet ve zorlayıcılık içerirken aynı zamanda bireylere sosyal kabul ve psikolojik tatmin sunmaktadır.

Günümüzde bireyler, moda ve güncel güzellik standartlarına uyum sağlamayı önemli bir kaygı haline getirmiştir. Ancak, yalnızca moda olan ürünleri tüketmek yeterli değildir; aynı zamanda bedeni de bu ürünlere uygun hale getirmek gerekmektedir. Moda endüstrisinin belirlediği standart ölçülere uymayan bireyler, bedenlerini bu normlara uygun biçimde dönüştürme çabasına girmektedir. Moda, yalnızca belirli kıyafetleri edinmekle sınırlı değildir; aynı zamanda bu kıyafetlerin idealize edilen beden formuna uyum sağlamasını da zorunlu kılmaktadır. Örneğin, toplumda ince, düzgün ve zayıf bir beden ideal olarak sunulduğunda, birey sahip olduğu ürünler ne kadar modaya uygun olursa olsun, eğer bedeni bu standartlara uymuyorsa tam anlamıyla modaya uygun kabul edilmemektedir. Bu durum, bireyin bedenini belirli bir forma sokmasını ve modanın nesnesi haline getirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda birey, moda endüstrisinin beklentilerine uyum sağlayabilmek adına bedeni üzerinde sürekli değişimler gerçekleştirmekte ve yeniden inşa sürecine girmektedir (David, 2003, s. 74). Böylece, moda yalnızca giyim tercihlerine değil, aynı zamanda bedensel pratiklere ve bireyin benlik algısına da yön veren bir güç haline gelmektedir.

Katılımcıların, benlik oluşumu ve bedenin inşası arasında kurduğu ilişkide modanın etkisiyle toplumsal kabul görmek ve estetik normlara uyum sağlamak amacıyla gerçekleştirilen bedensel dönüşümler, tüketim toplumlarında bireyin öznel deneyimlerini belirleyen temel unsurlar arasında yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda örneğin katılımcı K17'nin “Bedeninizden dolayı çok beğendiğiniz/istediğiniz bir kıyafeti giyemediğiniz oldu mu?” sorusuna vermiş olduğu cevap dikkate değerdir. Katılımcı K17: *“Evet. Aslında kilolu değilim ancak çok zayıf olmamı gerektiren elbiseleri yani istediğim kıyafetleri giymeme engel oluyordu. Çünkü piyasadaki çoğu kıyafet ve moda olan giysiler dar kesim, üzerinize oturması gereken giysiler. Yılın dokuz ayı okulda geçtiği için okuldaki kızlar da hep bu tarz kıyafetler tercih ediyor. Ne de olsa trend. Bu da beni üzüyordu. Çünkü kendimi kilolu ve çirkin buluyordum.”* “İsteddiğiniz, moda olan kıyafetleri giymek için bir girişiminiz oldu mu?” Katılımcı K17: *“Oldu. Başta yapamam*

diye düşünüp diyet yapmadım. Üstüme olan kıyafetlerimi giyip aşırı makyajla yüzümü ön plana çıkarmaya çalıştım. Lakin istediğim kıyafeti giyememek takıntı haline geldi. Sonunda diyet yapmaya karar verdim. Diyetle birlikte üniversitenin içindeki spor salonuna kaydolup pilates yaptım. Sonunda başardım. Şimdi istediğim kıyafeti alıp giyebiliyorum. Zarif, çekici bir görünüme kavuştuğum için memnunum.”

Katılımcı K17'nin ifadeleri, modern tüketim toplumlarında beden algısının moda ve güzellik standartları çerçevesinde nasıl şekillendiğini göstermektedir. Moda endüstrisinin dayattığı beden normları, bireylerin kendilerini algılama biçimini doğrudan etkilemekte ve fiziksel görünüm üzerinden kimlik inşasına katkıda bulunmaktadır. Katılımcı K17'nin deneyimi, tüketim kültüründe beden, yalnızca biyolojik bir varlık olmaktan öte, toplumsal bir anlam taşıyan ve estetik normlara uyması beklenen bir nesne hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Bireyin bedeni toplumsal alanda kabul görmek ve statü kazanmak için dönüştürmeye çalıştığı bir araç hâline gelmektedir. Katılımcı K17'nin, moda olan kıyafetleri giyemediği için kendisini kilolu ve çirkin olarak değerlendirmesi, beden imajının toplumsal normlarla şekillendiğini göstermektedir. Moda endüstrisinin sunduğu dar kesim kıyafetler gibi belirli estetik kalıplar, bireylerin beden algısını dönüştürerek, ideal beden ölçülerine ulaşma yönünde bir baskı oluşturmaktadır. Bu durum, bireyleri diyet yapma ve spor gibi beden üzerinde denetim kurmaya yönelik pratiklere yönlendirmektedir. Tüketim toplumlarında bireyler, sadece nesneleri değil, aynı zamanda kimliklerini de tüketmektedir. Katılımcı K17'nin ifadeleri, bedeni üzerinde gerçekleştirdiği değişim sürecinin, moda ve tüketim kültürüyle iç içe geçtiğini ortaya koymaktadır. Diyet ve spor yoluyla bedensel dönüşümünü gerçekleştirdikten sonra duyduğu memnuniyet, toplumsal kabul görme ve arzu edilen estetik normlara uyum sağlama isteğinin bir göstergesidir. Bu durum, bireyin kendi bedenine yönelik algısının toplumsal beklentiler doğrultusunda nasıl değiştiğini ve kimlik inşasının beden üzerinden nasıl kurgulandığını ortaya koymaktadır. Moda ve tüketim kültürü, bireylerin beden algısını ve kimliklerini şekillendiren güçlü bir mekanizma olarak işlev görmektedir.

Moda bireylerin kendi bedenlerini yeniden tasarlamaları ve bu yolla benliklerini sunmaları için önemlidir. Blumer'e göre birey benliğini tehdit eden şeylerden toplumsal bir kabul edinme vasıtasıyla kurtulmaya çalışır. Modaya uymak da toplumsal kabul ve toplum içinde imtiyazlı bir konum elde etmenin gayreti olarak anlaşılabilir. Cooley'in

ayna-benlik düşüncesine istinaden moda kişinin diğerleri ile etkileşimiyle şekillenen benlik için önemlidir. Moda ürünler, örneğin giysiler, kozmetik, diyet ürünleri vb. kişinin diğerleri tarafından nasıl algılandığı/algılanması gerektiğine dair mesajlar içerir. Bu sebeple kişi fiziksel görünümünü oluştururken diğerlerinin kendisi hakkındaki düşüncelerinden etkilenmektedir. Onaylanmış fiziksel görünüm toplumsal kabul olarak algılandığı gibi benliğin de korunmasını içermektedir (Çetin, 2017: 82).

Katılımcıların görüşleri, bireylerin moda tercihlerinin yalnızca estetik kaygılarla değil, bedensel yeterlilik algısı, sağlık bilinci ve toplumsal normlarla da doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Beden algısının bireyin yaşam tarzı seçimlerinde belirleyici bir faktör olduğu ve bu durumun bireyin moda ile kurduğu ilişkiyi etkilemektedir. Örneğin Katılımcı K6 “Modayı ne sıklıkla takip edersiniz?” sorusuna şöyle yanıt vermiştir. Katılımcı K6: *“Modayı düzenli takip eden biri değilim. Kayıtsız da değilim. En azından o yılın renkleri, öne çıkan tarzları, çok ilgi çeken parçaları vs. takip ediyorum. Moda olan şeyleri araştırdığımda, kıyafet baktığımda, kombinler yaptığımda kendimi mutlu hissediyorum. Açıkçası doğrudan modanın reklamlarına ihtiyaç yok. Çünkü mankenler, sunucular, ikonlar, fenomenler, sporcular, sanatçılar modayı yeterince gözünüze soktuğu gibi, zihninize, hayatınıza da yerleşiyor. Bu sadece benim için geçerli olan bir durum değil. Şu üniversite ortamına bir bakın kadın-erkek fark etmeksizin bütün gençler bahsettiğim kişilerden etkilenmektedir. İmkânları ölçüsünde onlara uymaya çalışmaktadır. Onlar gibi giyim kuşamına, makyajına, dış görünüşüne göre özen göstermektedir. Mesela kadınlarda sırt, göğüs, bacak, göbek dekoltesinin yanına bu yıl bir de böbrek dekoltesi moda oldu. Her iki böbrek bölgesinin ya da birinin açıkta bırakılması söz konusu. Dikkat ettim çok kısa süre içerisinde üniversite öğrencilerinde de görüldü bu. Bir de şöyle bir durum var. Önceden ön görülmüş, hazırlanmış kıyafetler söz konusu. Başka seçeneğiniz yok o yıl çıkan renkler, tarzlar, standartlar vs. ne ise onları tercih etmek durumunda kalıyorsunuz.”*

Katılımcı K6’nın ifadeleri, moda algısının bireyler üzerindeki etkisini ve bu etkileşimin toplumsal boyutlarını ortaya koymaktadır. Katılımcı, modayı düzenli olarak takip etmediğini belirtse de belirli eğilimleri ve öne çıkan unsurları gözlemlediğini ifade etmektedir. Moda ile ilgili gelişmelerin bireylerin yaşamına yalnızca reklamlar aracılığıyla değil, aynı zamanda toplumda öne çıkan figürler—mankenler, medya sunucuları, fenomenler, sporcular ve sanatçılar—aracılığıyla da nüfuz ettiğini dile

getirmektedir. Bu bağlamda, moda olgusunun yalnızca bireysel tercihlerle sınırlı kalmadığı, aksine toplumsal ve kültürel yapılar tarafından şekillendirildiği anlaşılmaktadır. Katılımcının belirttiği gibi, özellikle gençler, bu figürlerin etkisiyle giyim tarzlarını şekillendirmekte ve içinde bulundukları sosyal ortamın normlarına uyum sağlamaya çalışmaktadır. Bu durum, moda trendlerinin bireyler üzerindeki yönlendirici etkisini ve sosyal kabul görme kaygısının giyim tercihleri üzerindeki belirleyici rolünü göstermektedir. Ayrıca, katılımcının belirttiği “böbrek dekoltesi” gibi özel bir moda eğiliminin kısa sürede yaygınlaşması, modanın dinamik ve hızla değişen yapısını gözler önüne sermektedir. Moda akımlarının bireylere seçenek sunmaktan ziyade, belirli standartlar oluşturarak seçim alanlarını daralttığı vurgulanmaktadır. Katılımcı K6’nın, bireylerin mevcut moda anlayışına uyum sağlamak zorunda kaldığını belirtmesi, moda endüstrisinin tüketiciler üzerindeki yönlendirici ve belirleyici etkisine işaret etmektedir.

“Sizce bedeniniz fit mi, istediğiniz kıyafetleri giyebiliyor musunuz?” sorusu şu şekilde yanıtlanmıştır. Katılımcı K6: *“İşin bir de o kısmı var. Her bedene her kıyafet uymayabiliyor. Çevremden bunu görüyorum. Ama benim böyle bir sorunun yok. Liseden beri ailemin de telkini ile sağlığım için yediğim besinlere dikkat ediyorum. Örneğin 5 yıldan fazladır bazı besinleri tüketmediğim için neredeyse tatlarını unuttum. Haftanın belirli günlerinde de üniversitedeki spor salona spor yapmaya gidiyorum. Bu nedenle bir mağazada beğendiğim hiçbir kıyafeti almadığım olmadı. Bu keyif verici bir durum. Ama bunun için çok çabaladığım çok şeyden vazgeçtiğim de bir gerçek. Ayrıca formumu bahsettiğim şekilde koruduğum, vücuduma dikkat ettiğim gibi, kişisel bakımuma, makyajıma, giydiklerime de dikkat ederim. Çünkü hepsi bir bütün.”*

Katılımcı K6’nın yanıtı, beden algısı, kişisel bakım ve moda arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Katılımcı, her beden tipinin her kıyafete uyum sağlamayabileceğini belirtmekte ve kendi beden algısının bu bağlamda herhangi bir kısıtlamaya neden olmadığını ifade etmektedir. Bu durum, bireysel bedensel yeterlilik algısının, moda tercihlerindeki özgürlüğü nasıl etkileyebileceğini göstermektedir. Katılımcının K6’nın, lise yıllarından itibaren ailesinin yönlendirmesiyle sağlıklı beslenme alışkanlıkları geliştirdiğini belirtmesi, beden formunu koruma sürecinde bireysel iradenin yanı sıra ailevi ve çevresel faktörlerin de etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Belirli besin gruplarını uzun süredir tüketmemesi ve bu nedenle tatlarını unutmuş olması, beslenme alışkanlıklarının bireyin yaşam tarzına nasıl kalıcı bir şekilde entegre olabileceğine dair

önemli bir örnek teşkil etmektedir. Bunun yanı sıra, katılımcı K6'nın düzenli olarak spor yapması ve beden formunu koruma konusundaki çabasını vurgulaması, estetik kaygıların ve sağlıklı yaşam bilincinin iç içe geçtiğini göstermektedir. Ancak, bu sürecin yalnızca keyif verici bir durum olmadığını, aynı zamanda fedakârlık gerektirdiğini de ifade etmesi, beden algısının birey üzerinde oluşturduğu psikolojik ve sosyal baskılardan kaynaklanmaktadır. Katılımcı K6'nın kişisel bakım, makyaj ve giyim tercihlerine gösterdiği özen, bedensel görünümün sadece fiziksel formdan ibaret olmadığını, estetik ve bakım unsurlarıyla bir bütün olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, bireyin bedeni üzerindeki kontrolünün, yalnızca fiziksel sağlıkla değil, aynı zamanda toplumsal beğeni ve kabul görme isteğiyle de şekillendiği söylenebilir.

Katılımcıların modaya aykırı bir giyim tarzını bilinçli olarak tercih etmedikleri bu konuda son derece duyarlı oldukları, bireylerin bedenlerini yeniden inşa ederken sosyal uyumu koruma çabası içerisinde oldukları görülmektedir. Toplumsal normlara aykırı davranışların getirebileceği dışlanma veya olumsuz tepkilere karşı duyarlılık, bireylerin moda ile kurduğu ilişkiyi şekillendirmekte ve giyim tercihlerinde belirleyici bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Örneğin “Modayı takip eder misiniz?” Sorusuna katılımcı E4'ün cevabı şöyle olmuştur: *“Ondan kaçınıyoruz. Birçok şeyi moda belirliyor. Takip etmediğinizde sanki sosyal çevre tarafından dışlanacakmışsın hissi oluşuyor. Bu yüzden modayı takip etmek önemli. Sosyal çevrenin modayı takip etmemizde rolü büyük. Ne kadar yemeniz gerektiği ne kadar spor yapmanız, neler giymeniz, hatta belinizin inceliği, vücudunuzun ölçülerini moda belirliyor. Modanın oluşturduğu düzene uymak zorundasınız. Mesela 'jean pantolonlarda dar/boru paça yaygın. Siz hususi İspanyol paça diktirip, giyip gelseniz eminim çoğunluk yadırgayacaktır. Sözle olmasa bile jest ve mimiklerle, bakışlarla sizi tuhaf bulacak, garipseyecek, hatta alay edeceklerdir.”* “Böyle bir şeye maruz kaldınız mı?” Katılımcı E4: *“Hayır. Modaya uymayan bir tarzı, kıyafeti istesem de giymem. Tuhaf bakışları, küçümseyici, alay edici hiçbir girişimi, davranışı ya da jest ve mimiği kaldıramam. İçime kapanır, insanlardan kaçırım. Bu yüzden böyle bir şeyi denemem. O riski göze alamam.”*

Katılımcı E4'ün yanıtı, modanın bireyler üzerindeki toplumsal baskısını ve sosyal çevreyle uyum sağlama gerekliliğini vurgulamaktadır. Katılımcı E4, modanın yalnızca estetik tercihlerle sınırlı kalmadığını, bireylerin yaşam tarzlarını, beslenme alışkanlıklarını, spor yapma sıklıklarını ve hatta bedensel ölçülerini şekillendirdiğini ifade

etmektedir. Bu bağlamda, moda algısının bireylerin fiziksel ve sosyal kimliklerini yönlendirdiği görülmektedir. Örneğin katılımcı K4, modaya uymanın bir zorunluluk olduğunu belirtirken, sosyal çevrenin bu süreçteki belirleyici rolüne dikkat çekmektedir. Modaya uygun olmayan bir giyim tarzının, bireyin toplum içinde dışlanmasına veya olumsuz tepkilere maruz kalmasına neden olabileceğini ifade etmektedir. Giyim tarzında yaygın olan anlayıştan farklı tercihler yapmanın, jest ve mimiklerle dahi olsa bireyi dışlanmış hissettirebileceği düşüncesi, moda normlarının sosyal kabul görme süreçleri üzerindeki etkisini göstermektedir. Katılımcının “O riski göze alamam” ifadesi, bireylerin moda aracılığıyla toplumsal kabul görme ihtiyacını ve bu kabulü riske atacak seçimlerden kaçınma eğilimini açıkça ortaya koymaktadır. Bu durum, bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini sınırlandırmakta ve toplumsal normlara uyma zorunluluğu hissi oluşturmaktadır.

Moda, bireylerin eksiklik duygusu ve dışlanma korkusu temelinde şekillenen, toplumsal olarak inşa edilmiş standart zevk ve beğeni yargılarını üretmektedir. Bu standartlar, kolektif kabul görmeyen estetik tercihleri dışlayarak, bireyleri norm dışı olarak etiketlemekte ve modaya uygun olmayan bedenleri “yetersiz” veya “geçersiz” kılmaktadır (Barbarosoğlu, 2023: 86). Bu süreçte moda, tüketiciyi kendi belirlediği normatif çerçevelere dahil ederken, bireyin bu düzene gönüllü olarak katılımı, bir tür rıza üretimiyle gerçekleşir. Birey, bu uyum sürecinden tatmin ve mutluluk duyar; zira hâkim eğilimle uyumlu olmak, toplumsal kabul açısından bir güvenlik hissi oluşturur. Bu bağlamda moda, bireyin karşı koyma imkânı bulamadığı, kendi çıkarlarını meşrulaştırarak dayatan sembolik güç olarak işlev görür (Baudrillard, 2004: 232). Bunu katılımcı E1’in: *“Bana göre bir algı var. Mesela birisi bir kıyafeti bir instagram kanalında gördüğünde, nerede, orada gördüm. Çünkü insanların modaya karşı hassasiyeti var. Modaya uymak gerekiyor. Uymadığınızda geri kaldığınızı hissediyorsunuz.”* Şeklindeki düşüncesinden anlamak mümkün. Katılımcı E7’nin *“Ne kadar modaya uygun giyinirseniz o kadar ön planda olursunuz. Bu size pek çok açıdan toplum içerisinde avantaj sağlar.”* İfadesi de katılımcı E1’in düşüncelerini destekler niteliktedir.

İnce bir görünüm için bir beden stili dayatılmaktadır. Bir giysinin bedene uyması için giysiden önce bedenin belli bir biçime kavuşturulması gerekmektedir. Bu çerçevede moda giysiden önce bedene müdahaledir. Bu yüzden giysi vasıtasıyla moda, bedenin

inşasının belirleyici bir ölçütüdür. Beden tıpkı moda ürünü giysiler gibi bir ürün haline gelir. Katılımcılardan E6'nın bu konudaki yanıtı bu durumu açıklar niteliktedir. Katılımcılardan E6: *"Fit görünme noktasında modanın etkisi büyük. Zayıf, ince kalmamız istediğimiz gibi giyinmemiz önemli. Yeterince zayıf olmadığınızda sevdiğiniz, istediğiniz bir elbiseyi giyememenize neden olur. Bu yüzden modaya uymanın önemli olduğunu söyleyebilirim."*

Katılımcı E6'nın yanıtı, bireylerin beden algısı ve moda arasındaki ilişkiyi vurgulamaktadır. Moda endüstrisi, belirli bir beden idealini teşvik ederek bireylerin fiziksel görünimleri üzerindeki algılarını şekillendirmektedir. Kişinin arzu ettiği kıyafetleri giyebilmesi için belirli bir vücut tipine sahip olma gerekliliği hissetmesi, toplumsal normların birey üzerindeki etkisini göstermektedir. Bu durum, beden memnuniyeti ve özgüven üzerinde belirleyici olduğu gibi, bireyleri belirli diyet ve egzersiz alışkanlıklarına yönlendirmektedir. Dolayısıyla moda, sadece estetik bir olgu olmanın ötesinde, bireylerin kendilik algılarını ve toplumsal kabul görme arayışlarını etkileyen sosyokültürel bir unsurdur.

Moda, belirli tüketim kalıplarını sürekli yeniden üreterek döngüsel bir biçimde sadık tüketici kitlesi yaratmaktadır. Bu sürecin temelinde, çağın estetik normlarına uygun bedenlerin inşası yer almaktadır. Kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulan ideal beden imgeleri, toplumsal olarak kabul gören güzellik standartlarının temsili haline gelir. Bu idealleştirilmiş beden imajları, bireyin kendi bedeniyle kurduğu ilişkiyi sorunlu hale getirir. Birey, kendini bu normatif bedenlerle karşılaştırarak fiziksel görünümünü yetersiz ve müdahale edilmesi gereken bir alan olarak algılamaya başlar. Bu konuda "modaya uymak önemli mi, modayı takip etmenizde sosyal çevrenizin etkisi var mı?" diye sorulduğunda Katılımcı K24: *"İllaki vardır. Heves mi desem ne desem bilemedim ama sosyal çevrenin etkisi var. Çünkü bende o kıyafeti vs. giymeye layığım diye düşünüyorum. Kendimi sevdiğim kıyafetleri, yakıştığını düşündüğüm kıyafetleri giyince iyi hissediyorum. Herkes gibi ben de güzel giyindiğimi ve böylece güzel göründüğümü düşünüyorum. Aksi takdirde güzel olmadığımı, bakımsız, pasaklı, itici biri olduğumu düşünmeye başlıyorum."* Katılımcı K24'ün yanıtı, bireyin moda tercihlerinde sosyal çevrenin etkisini vurgulamakta ve kişisel algı ile toplumsal beklentiler arasındaki ilişkiye işaret etmektedir. Birey, belirli bir giyim tarzını benimsemenin yalnızca estetik kaygılarla değil, aynı zamanda sosyal kabul ve aidiyet duygusuyla da bağlantılı olduğunu ifade

etmektedir. Moda tercihlerinin bireyin benlik algısını ve özsaygısını doğrudan etkilediği görülmektedir. Özellikle, kişinin tercih ettiği kıyafetleri giydiğinde kendini iyi hissetmesi, buna karşılık istediği gibi giyinemediğinde olumsuz bir benlik algısına kapılması, giyim ve bireysel kimlik arasındaki güçlü bağı göstermektedir. Bu durum, bireylerin toplumsal normlara uyum sağlama motivasyonlarını açıklamakta ve moda olgusunun bireyin psikolojik durumu üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır.

Moda endüstrisinin ve medya aracılığıyla sunulan ideal beden algısının birey üzerindeki etkisi katılımcı K23'ün yanıtıyla gözler önüne serilmektedir. “Bedeninizden/kilonuzdan dolayı beğendiğiniz/istediğiniz bir kıyafeti giyemediğiniz oldu mu?” Katılımcı K23: *“Kilolu olduğumu düşünmüyorum. Gencim ve kilo almaya müsait genetik bir yapım yok. Lakin ister mağazada ister internet üzerinden satılan kıyafetler olsun hepsi de belli kalıp ve beden ölçülerine göre üretiliyor. Güzel kıyafetler, modaya uygun renkler, albenisi yüksek kıyafetler var. Ama büyük çoğunluğu slimfit kesim (dar kesim) olduğu için incecik bir vücuda sahip olmanız gerekiyor. Baktığınızda bu tür kıyafetleri zayıf vücuda sahip kişiler giyebiliyor. Her şeyleri incecik; bel ince, bacaklar ince, basenler ince vs. Ama bence asıl etkileyenler yakın çevrem değil. Çevremi ve beni etkileyenler ünlü kişiler özellikle. TV’de reklamlarda, internet üzerindeki platformlarda sürekli öne çıkanlar. İncecik vücuda sahipler. Manken, program sunucusu, şarkıcısı, fenomeni, futbolcusu, dizi oyuncusu vb. hepsi aynı tornadan çıkmış gibi. Bakın mesela Çağla Şikel. Manken ve TV’de sabah kuşağında sağlıkla ilgili program sunuyordu. Kadın 44 yaşında. Öyle bir ince ve zayıf ki şaşırtıyor insan. Nasıl böyle zayıf kalabiliyor. Kendinize bakınca normal bir bedeniniz olsa bile onlarınki ile karşılaştırdığınızda bir eksik bir sorun olduğunu düşünüyorsunuz.”*

Katılımcı K23, kişisel olarak kilo problemi yaşamadığını ifade etse de piyasada sunulan kıyafetlerin belirli beden ölçülerine göre tasarlandığını ve bu durumun moda anlayışını şekillendirdiğini vurgulamaktadır. Özellikle slimfit kesimlerin yaygın olması, bireyin belirli bir vücut tipine sahip olma gerekliliğini hissetmesine neden olmaktadır. Katılımcı K23 sosyal çevresinden ziyade ünlü figürlerin beden algısı üzerindeki etkisini ön plana çıkarmaktadır. Medyada yer alan mankenler, sunucular, şarkıcılar ve fenomenler gibi popüler figürlerin belirli bir beden standardına sahip olması, bireylerin kendi fiziksel görünümlerini bu standartlarla kıyaslamasına yol açmaktadır. Bu karşılaştırma, bireyde kendi bedenine yönelik bir eksiklik veya yetersizlik hissine sebep olmaktadır. Bu

bağlamda, görüldüğü üzere toplumsal güzellik normlarının medya aracılığıyla yeniden üretildiği ve bireylerin beden algısını doğrudan etkilemektedir. Görüldüğü üzere moda endüstrisinin sunduğu beden kalıpları ve medya figürlerinin incelik üzerinden idealize edilmesi, bireylerde belli bir bedensel görünüme ulaşma baskısı oluşturmakta ve beden algılarını şekillendirmektedir.

Bireylerin moda endüstrisinin dayattığı standartlara uyum sağlama çabaları beden algılarına etki etmekte ve onları önemli bir çaba sarf etmeye zorlamaktadır. “Beğendiğiniz kıyafetleri giymek için bir çabanız oldu mu?” Katılımcı K23: *“Birkaç yıldır beslenmeme dikkat ediyorum. Mesela şeker ve un içeren gıdaları çok az tüketiyorum. Özellikle meyve ve sebze ağırlıklı besleniyorum. Zor oldu alışmak ama işe yaradı. Şimdi beğendiğim hiçbir kıyafette sorun yaşamıyorum. Önemli aşama kaydettim. Tabii ki bahsettiğim ünlü, medyatik kişiler, mesela Çağla Şikel gibi olamam. Bunun için birçok unsurun bir araya gelmesi gerekiyor. Diyetler, kozmetik ürünler, spor salonları, gerektiğinde estetik ameliyatlara vs. Bu da para demek. Ama elimden geleni yapabiliyorum. Bu beslenme şeklini hayat tarzı haline getirip, böyle devam edebilirim.”*

Katılımcı K23 istediği kıyafetleri giyebilmek adına beslenme alışkanlıklarını değiştirdiğini ve bu sürecin başlangıçta zorlayıcı olsa da zamanla olumlu sonuçlar verdiğini ifade etmektedir. Bu durum, bireylerin toplumsal güzellik normlarına uyum sağlamak amacıyla fiziksel görünümüne yönelik çeşitli stratejiler geliştirdiklerini göstermektedir. Katılımcı K23, medya ve popüler kültür aracılığıyla sunulan beden idealine ulaşmanın yalnızca beslenme düzeniyle mümkün olmadığını, bunun çok daha kapsamlı bir süreci gerektirdiğini belirtmektedir. Özellikle diyet, spor, kozmetik uygulamalar ve estetik operasyonlar gibi unsurların belirli bir maliyet gerektirdiğine dikkat çekilmekte ve bu idealin herkes için erişilebilir olmadığı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, moda ve medya tarafından belirlenen beden standartlarının, bireylerin yaşam tarzı seçimlerini doğrudan etkilemektedir. Katılımcının K23’ün, beslenme şeklini kalıcı bir yaşam tarzı olarak benimsemeyi hedeflemesi, bireylerin bu normlara uyum sağlama motivasyonunun uzun vadeli bir süreç haline gelebildiğini göstermektedir. Dolayısıyla, toplumsal güzellik algılarının bireylerin fiziksel ve psikolojik durumunu şekillendiren önemli faktörlerden biridir.

Katılımcı K23’ün medyatik kişilerden önemli ölçüde etkilendiği görülmektedir. İnsanlar çeşitli araçlarla kuşatılarak moda algısı oluşturulmaktadır. Mesela Türkiye’de

çok yakın zamanda ulusal TV kanallarında sadece kılık-kıyafet, giyim içerikli moda programları yayınlanmıştır. Onlardan bazıları şunlardır: *Bugün Ne Giysem, İşte Benim Stilim, Gardırop Savaşları, Bana Her Şey Yakışır, Böyle Çok Daha Güzelsin, Bir Başka Güzel, Tülin... Ş... ile Moda, Alışveriş Melekleri, Doya Doya Moda* vb. Bu nedenle bireylerin modanın güdümünde bedenini inşa ettiği söylenebilir.

Moda ve beden arasında güçlü bir ilişki mevcut. Moda olgusunun ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, doğrudan beden aracılığıyla gerçekleşmektedir. Giysinin temel işlevi başlangıçta bedeni örtmek ve korumak olsa da tarihsel süreç içerisinde bu işlev değişim göstermiş ve estetik kaygılar öne çıkmaya başlamıştır. Modanın yalnızca giyimle sınırlı kalmayıp geniş bir sektöre dönüşmesinde bedenin oynadığı rol belirleyicidir. Bedenin toplum içindeki sembolik anlamı ve fiziksel görünümü önem kazandıkça, moda da toplumsal yaşama daha fazla nüfuz etmiştir. Bireyin giyim tarzı; yaşı, cinsiyeti, mesleği ve toplumsal statüsü hakkında bilgi veren önemli göstergeler arasında yer almaktadır. Bu nedenle moda bedenden etkilenen ve bedeni dönüştüren bir olgu haline gelmiştir. Giysilerin ölçülmesi, biçimlendirilmesi, kısaltılması ya da uzatılması gibi süreçler, bedene yönelik müdahalelerle de paralellik göstermektedir. Moda endüstrisi doğrultusunda beden; inceltilmekte, dolgunlaştırılmakta, pürüzsüzleştirilmekte ve kusursuz hale getirilmeye çalışılmaktadır (Barbarosoğlu, 2023: 124).

Moda, yalnızca giyim alanında değil; kozmetik ürünler, spor faaliyetleri, diyet ürünleri ve estetik cerrahi uygulamaları aracılığıyla da bedene çeşitli sembolik anlamlar yüklemektedir. Modayı takip etmek, güncel giyim ve kozmetik ürünlerini tüketmek, trend renk ve tarzlara uyum sağlamak, bireyin hem psikolojik hem de sosyolojik anlamda belirli bir statüye sahip olduğunu göstermektedir. Modaya uygun giyinen bireylerin kendilerini güzel, çekici ve bakımlı hissetmeleri, özgüven ve tatmin duygularını artırmaktadır. Bununla birlikte, bireyin tercih ettiği parfüm, kıyafet, ayakkabı veya kozmetik ürünlerin markası, onun toplumsal konumuna ve yaşam biçimine dair ipuçları vermektedir. Bireyin giyim tarzı ve bakımına yönelik tüm tercihleri, sosyal ilişkilerinde ve toplumsal hayatındaki yerini yansıtan bir gösterge niteliğindedir. Moda, giyim-kuşam, kozmetik, diyet, spor salonları ve estetik cerrahi aracılığıyla bedeni yeniden şekillendirmekte, ona yeni bir form kazandırarak modaya uygun hale getirmektedir. Böylece beden, sürekli olarak yeniden üretilen bir yapıya dönüşmektedir (Busch, 2017: 105).

Moda, toplumsal bağlamda idealize edilen beden ölçüleri ve güzellik normlarını belirleyen önemli bir kültürel mekanizmadır. Bu normatif güzellik anlayışı, bireylerin bedenlerini çeşitli pratikler aracılığıyla — spor, diyet, estetik cerrahi gibi — dönüştürmelerine ve şekillendirmelerine neden olur. Böylece beden, sadece biyolojik bir varlık olmaktan çıkarak toplumsal olarak inşa edilen bir nesne hâline gelir. Moda, bu inşa sürecinde belirleyici bir rol oynar; yalnızca bireysel benlik algısının oluşumuna katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda bedeni sürekli olarak yeniden üretir. Bu bağlamda beden, tarihsel süreçte taşıdığı anlamı yitirerek yeni anlamlarla donanır; özünden uzaklaşır ve biçimsel yönüyle ön plana çıkar. modern dünyada değerli olan artık soyut olan değil, biçimsel olarak görünür ve nesneleşmiş olan bedendir. Dolayısıyla bedensel form, modern toplumsal düzen içerisinde estetik, kültürel ve sembolik bir sermayeye dönüşür (David, 2016: 62).

Moda, beden ve kimlik arasındaki ilişki incelendiğinde, bedensel temsillerinle sosyo-kültürel birer yapı taşı olarak kimlik oluşumunu etkilediği görülmektedir. Beden, bu bağlamda yalnızca biyolojik bir varlık olmasının yanında; toplumsal normlar, estetik anlayışlar ve kültürel beklentiler doğrultusunda şekillenen, sürekli yeniden inşa edilen bir yapıdır. Kimlik ise bireyin toplumsal çevresiyle kurduğu karşılıklı etkileşimlerin bir ürünü olup, belirli bir tarihsel dönemin, kültürel bağlamın ve sosyal koşulların yansımasıdır (Demir, 2018: 192). Bu çerçevede, bireyin beden algısı ve bu algının biçimlenme süreci, büyük ölçüde moda endüstrisinin sunduğu normatif imgeler ve güzellik kodları tarafından yönlendirilir. Moda, sembolik kimliğin önemli bir bileşeni olarak bireyin toplumsal statüsünü, aidiyet duygusunu ve kendilik sunumunu dışa vurduğu bir alandır. Giyim-kuşam pratikleri, bireyin toplumsal alandaki konumunu ifade etmesinin ve görünür kılmasının temel yollarından biridir. Giysiler yalnızca örtünme aracı değil; toplumsal anlamlar taşıyan, bireyin kimliğine dair mesajlar veren sembolik göstergelerdir. Örneğin, güncel bir modaya uygun elbise, dikkatlice yapılmış bir makyaj ya da stil sahibi bir aksesuar beden üzerinden; başarı, zarafet, güç, estetik yeterlilik ve sosyal sermaye gibi anlamlarla ilişkilendirilmektedir. Bu sembolik yüklemeler, modayı yalnızca estetik bir tercih olmaktan çıkarıp kimliğin kurucu unsurlarından biri haline getirir. Sürekli değişen moda anlayışları, dönemsel olarak kimlik tanımlarının da dönüşmesine neden olur. Moda, bireylerin kendilerini ifade etme, tanımlama ve toplumsal alanda yer edinme süreçlerinde işlevsel bir araç haline gelmiştir. Günümüz

toplumunda fiziksel görünümün öncelik kazandığı bağlamda, giysi ve beden, bireyin benliğini görünür kıldığı, kendisini anlamlandırdığı ve toplumsal kabul arayışını somutlaştırdığı başlıca mecralardan biri olarak öne çıkmaktadır. Giysiler kişinin kimliğini yansıtan bir araç olmaktadır. Moda adına satın alınanlar sadece ürünler değildir aynı zamanda kimliklerdir. Modayla inşa edilen kimliklerin geçerliliği, yeni bir modaya kadardır (Ersoy, 2014: 60). Böylece kimlik, moda uğruna satın alınabilen ürünler haline gelmektedir. Moda, kişilere tercih ettikleri ürünler ile farklı kimlikler edinme ve bu kimlikleri değiştirebilme olanağı tanımaktadır. Dolayısıyla, moda ürünleriyle ortaya koydukları söylemler ile kimliklerini inşa etmektedirler (İmren, 2018: 104).

Moda, ideal güzellik ve beden ölçülerini belirleyerek bireylerin bu standartlara uyum sağlamasına yönelik bir dönüşüm süreci yaratmaktadır. Tüketiciler, spor, diyet ve estetik cerrahi gibi yöntemlerle bedenlerini toplumsal beklentilere uygun hale getirmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda, bedenin toplumsal bir yapı haline gelmesi ve moda tarafından sürekli olarak yeniden üretilmesi söz konusudur. Böylece moda, bireyin benlik algısını şekillendiren bir unsur olmanın yanı sıra bedeni de sürekli olarak yeniden inşa etmektedir. (David, 2016: 62).

Moda, beden ve kimlik arasındaki ilişki incelendiğinde, modanın beden algısını ve kimliği doğrudan etkilediği görülmektedir. Kimlik, bireyin içinde bulunduğu kültürel ve toplumsal koşullar çerçevesinde şekillenen bir olgudur (Demir, 2018: 192). Sosyalleşme süreci ve karşılıklı etkileşimler doğrultusunda kimlik inşa edilirken, bedenin algılanışı ve şekillendirilmesi de modanın etkisiyle gerçekleşmektedir. Bu doğrultuda moda, bireyin sembolik kimliğinin önemli bir bileşeni olarak ortaya çıkmaktadır. Birey, giyim-kuşam aracılığıyla toplumsal statüsünü ve kimliğini görünür kılmaktadır. Giysi yalnızca bedeni örtme işlevi taşımakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal yaşamda sembolik anlamlar üretir. Trend olan bir kıyafet, estetik bir makyaj veya şık bir aksesuar, bireyin sosyal statüsünü ve kişisel imajını güçlendiren unsurlar olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, moda bireyin kimlik inşasında belirleyici bir rol oynamakta ve kimlik algıları moda akımları doğrultusunda değişime uğramaktadır.

Moda, bireylere kendilerini ifade etme ve görünür kılma fırsatı sunan önemli bir araçtır. Günümüzde fiziksel görünümün ön planda olması, giysileri ve diğer moda unsurlarını bireysel kimliğin yansıması haline getirmektedir. Moda aracılığıyla bireyler yalnızca ürünleri değil, aynı zamanda belirli kimlikleri de satın almaktadır. Ancak,

modayla inşa edilen kimliklerin geçerliliği, bir sonraki moda akımına kadar sürebilmektedir (Ersoy, 2014: 60). Bu bağlamda, kimlik moda üzerinden sürekli olarak yeniden inşa edilmekte ve dönüşüme uğramaktadır. Moda, bireylere tercih ettikleri ürünler aracılığıyla farklı kimlikler edinme ve bu kimlikleri değiştirme imkânı sunmaktadır. Sonuç olarak, bireyler moda ürünleri ve bu ürünler üzerinden ürettikleri söylemler aracılığıyla kimliklerini inşa etmekte ve toplumsal alanda kendilerini konumlandırmaktadır (İmren, 2018: 104).

Kimlik, dinamik bir oluşum ve inşa sürecidir. Bu süreçte birey, moda, trendler ve kişisel tercihler gibi dış etkenlerden etkilenecek kimliğini biçimlendirir. Moda, bireyin hem kişisel hem de toplumsal kimliği üzerinde belirleyici bir rol oynar. Kişi, tercih ettiği giyim tarzı, kullandığı aksesuarlar, bedenine uyguladığı değişiklikler ve kozmetik ürünler aracılığıyla kendini ifade eder. Bu unsurlar, bireyin kim olduğu konusunda ipuçları sunar ve kimlik algısının şekillenmesine katkıda bulunur. Böylece birey, toplumsal normlar ve dönemsel moda algıları çerçevesinde kimliğini yönlendirir ve bütünsel bir kimlik yansıtmaya süreci içerisine girer. Moda tercihleri aracılığıyla birey, “Ben buyum” mesajını ileterek kimliğini topluma sunar.

Kimlik, bireyin varoluşsal bir ihtiyacıdır ve aidiyet duygusunun bir sonucu olarak şekillenir. Aynı zamanda, bireyin kendine özgü olma isteği ve değer görme arzusu kimlik oluşumunda belirleyici unsurlardır. Moda, bireyin toplum tarafından kabul görme, olumlu bir imaj oluşturma ve onaylanma ihtiyacına hizmet eden araçlardan biridir. Bu bağlamda birey, modayı takip ederek ve ona uyum sağlayarak kimliğine dair kararlar verir. Giyim tercihleri aracılığıyla başkalarıyla benzerliklerini veya farklılıklarını ortaya koyar; bu durum, kimlik inşasının önemli bir parçasıdır. Sonuç olarak, bireyin moda ve bedenine yönelik tercihleri, onun ait olduğu kültürel, toplumsal ve bireysel kimliğin ifadesidir.

2.3.3. Sağlıklı /Güzel Beden Kurguları

Güzelliğin anlamı ve algılanışı tarihsel süreçte farklılık göstermiştir. Bu süreç boyunca beden, her zaman belirli ölçütlere tabi tutulmuştur. Güzellik ölçü, oran, orantı ve uyum demektir. Çirkinlik bir canlının veya nesnenin belirlenen güzellik ölçütlerine uymamasıyla değerlendirilir. Güzellik, belirli bir ölçü, oran ve uyuma uygunluk olarak tanımlanırken; çirkinlik, ölçüsüzlük, orantısızlık ve uyumsuzluk olarak değerlendirilmiştir (Eco, 2016: 145). Batı felsefesinde Sokrates, Platon ve Aristoteles gibi

ilk filozoflar güzelliği ölçü ve uyum ile tanımlamış ve büyük ölçüde metafizik bağlamda ele almışlardır (Eco, 2019: 46).

İlkçağlarda, var olan her şeyin belirli bir düzen ve ölçüye tabi olduğu kabul edilmiştir. Orta Çağ düşüncesinde, bedenin güzelliği organların birbirine uyumuyla ilişkilidir. Bedenin güzelliği, eşit oranlı ölçülere sahip olmasıyla değerlendirilmiştir. Bu dönemde güzellik, metafizik ilkelere uygunlukla bağlantılı olarak ele alınmış ve maddi bir olgu yerine soyut ve ahlaki bir değer olarak görülmüştür. Bu çerçevede bedenin güzelliği önemsenmemiş, hatta olumsuz bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir (Eco, 2019: 73). Orta Çağ'da bedene önem verilmesi, ilahi buyruklara isyan, şehvet, kibir ve şeytana hizmet etmenin bir göstergesi olarak yorumlanmıştır. Bedensel bakım ve bedenin ön plana çıkarılması, şeytani bir tuzak olarak görülmüş; güzelliğin, dış görünüşten ziyade ahlaki sınırların içinde kalmakla ilgili olduğu savunulmuştur (Sagaert, 2020: 32).

16.yüzyılla birlikte bedene ahlâki bakış açısı yerini bedenin ön planda olduğu estetik bir anlayışa bırakmıştır. Bu dönemde bedene yönelik sınırlamalar azalmış ve bedeni önemseyen bir anlayış gelişmiştir. Kozmetik ürünler kullanılmış, vücut bakımı önem kazanmıştır. 16. Yüzyılla birlikte güzellik, ahlakın değil, estetiğin konusu haline gelmiştir. Güzellik, çirkinlik kişisel çabaya bağlıdır. 17. yüzyılda bu değişim ivme kazanmış ve güzellikle ilgili ürün ve hizmetler yaygınlaşmıştır (Vigarello, 2013: 55). Yeni güzellik anlayışı, kadın bedenine dair pratikleri, bedene yönelik tutumları etkilemiştir. Mesela, Orta Çağ anlayışında konuşma, yürüme ve gülme gibi davranışlara mesafeli bir yaklaşım benimsenirken, yeni dönemde bedenin daha özgür ve rahat kullanılmasını önceleyen bir düşünce gelişmiştir (Ory, 2013: 117).

19.yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarına gelindiğinde bedene bakış açısı köklü bir değişime uğramıştır. Beden algısı, tutumları ve düşünceleri dönüşmüş, dış görünüşün önem kazanmıştır. Beden güzelliğine dair her unsur aynı zamanda sağlıkla eş değer görülmeye başlanmıştır. Güzel, bakımlı, zayıf ve çekici bir beden sağlıklı bir beden olarak değerlendirilirken, çirkin, bakımsız, şişman ve itici bir beden sağlıksızlıkla ilişkilendirilmiştir. Güzellik sektörü tıpla ilişkilendirilmiş, estetik ve tıp iç içe geçmiştir. Bu dönemden itibaren güzellikle ilgili geçmişe ait ahlaki yargılar önemini yitirmiş, beden artık estetik ve tıbbın konusu olarak kişisel bir mesele haline gelmiştir (Kara, 2015: 26).

Şişmanlık artık zenginlik, sağlık, güç ve doğurganlığın değil; yoksulluk, hastalık, tembellik, oburluğun sembolü olarak görülmüştür. Şişmanlık, istenmeyen bir durumun

göstergesi haline gelmiş; ölçsüzlük, düzensizlik, pasiflik ve ilgisizlik ile ilişkilendirilmiştir. Toplumda dışlanmanın ve damgalanmanın nedeni olarak görülmüştür. Öte yandan, zayıflık sağlıklı olmanın, şıklığın, zarafetin, çekiciliğin, başarılı olmanın ve yüksek bir toplumsal konumun göstergesi olarak algılanmıştır (Vigerollo, 2016: 235). Böylece güzellik algısı, yeni beden anlayışına uygun bir biçimde şekillenmiştir.

Kadim zamanlarda güzellik ve sağlık, kaderin ya da ilahi buyrukların bir parçası olarak görülürken, modern dönemde bireysel çaba ile elde edilebilecek kavramlar haline gelmiştir. Ticari bir potansiyel barındıran güzellik ve sağlık, sektörlerin ilgi alanına girmiştir. Modern zamanın değişen zihniyet yapısı ve toplumsal koşulların etkisiyle beden, Tanrı'nın bir emaneti olmaktan çıkıp bireyin şahsi mülkü haline gelmiştir. Böylece güzellik ve sağlık, satın alınabilir, değiştirilebilir ve bireyin kendi kararları doğrultusunda şekillendirebileceği unsurlar olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (Elçik, 2012: 4). Bu anlayış çerçevesinde çirkinlik ve hastalık artık bir kader ya da mahkûmiyet olarak görülmemekte, bireyin çabası, özgür iradesi ve iç disiplini ile aşılabilecek durumlar olarak kabul edilmektedir. Toplumda yaygın olarak kabul edilen çirkinlik ve hastalık algısından kurtulmak isteyen bireyler, güzellik ve sağlık sektörüne yönelmekte, çeşitli estetik ve sağlık müdahaleleri ile bedensel dönüşümü mümkün kılmaya çalışmaktadırlar.

Modern anlayış, bireyin güzellik ve sağlığını kişisel çaba ve iradeye bağlamakta; bedeni tamamen bireysel bir alanın unsuru olarak ele almaktadır. Bu çerçevede güzellik salonları, bakım merkezleri, kişisel güzellik ve bakım ürünleri ile estetik ameliyatlar bir zorunluluk hâline getirilmiştir (Vigarello, 2016: 201). Bu süreçte birey, dayatılan bu standartlara uymadığı takdirde çeşitli toplumsal yaptırımlarla karşı karşıya kalmaktadır. Günümüzde beden, önceki dönemlerden farklı olarak yeni bir anlam ve değer kazanmış; kadın ve erkek fark etmeksizin dış görünüş, toplumsal varlığın en önemli göstergelerinden biri hâline gelmiştir. Dış görünüş, bireyin sosyal ilişkilerinde belirleyici bir rol oynayarak iş, eş ve sosyal statü gibi unsurlar üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Böylece beden, yaşam tarzını, kültürel normları ve davranış kalıplarını yansıtan bir göstergeye dönüşmektedir. Bu durum bireyleri, idealize edilen güzellik ve sağlık standartlarına uyum sağlamak adına sürekli dönüşen bir tüketici kitlesine dönüştürmektedir (Sagaert, 2020: 77).

Bedenin ihmal edilmesi, bireyin yeterince bakım göstermemesi, toplum tarafından çirkinlik ya da hastalıkla damgalanmasına neden olabilmektedir. Bu sebeple birey, güncel

güzellik ve sağlık normlarına uygun hareket ederek bedeni üzerinde sürekli bir güncelleme ve yenileme süreci yürütmek zorunda kalmaktadır. Söz konusu baskı yalnızca güzellik ve sağlık endüstrisinden değil, aynı zamanda toplumsal zihniyetten de kaynaklanmaktadır. Bireyin çevresindeki eş, dost, akraba ve toplumun genel beklentileri, bireyin güzellik normlarına uyum sağlamasını zorunlu kılmaktadır. Bu normlar, reklamlar, moda, internet, sosyal medya ve televizyon gibi araçlar yoluyla bireyin bilinçaltına sürekli olarak işlenmektedir. Güzellik ve çirkinlik kavramlarının sınırları, doğrudan güzellik ve sağlık endüstrisi tarafından belirlenmekte ve zaman içerisinde değişkenlik göstermektedir. Örneğin, belirli bir dönemde ince kaşlar, küçük dudaklar ve zayıf bir bel güzellik ölçütü olarak kabul edilirken, bir başka dönemde kalın kaşlar, belirgin elmacık kemikleri ve dolgun dudaklar ideal güzellik normları hâline gelebilmektedir (Okumuş, 2015: 54).

Günümüz toplumunda birey ve bedeni, gösteri toplumunun bir parçası hâline gelmiş ve anlamından uzaklaşarak yalnızca göstergesel bir nesneye dönüşmüştür. İdeal güzellik ölçütlerine ne derece uyum sağlandığı, bireyin toplumdaki değerini belirleyen önemli bir faktör hâline gelmiştir. Hâkim güzellik anlayışı, bireyi diğerlerinin beğenisine bağımlı kılmakta; bireyin güzellik algısı, toplumun ve güzellik/sağlık endüstrisinin belirlediği standartlara göre şekillenmektedir (Sagaert, 2020: 77). Bu bağlamda, güzellik normlarına uyum sağlayan bireyler, psikolojik tatmin, özgüven ve toplumsal kabul gibi kazanımlar elde ederken; bu normlara uymayan bireyler ise dışlanma ve toplumsal kabul görmeme riskleriyle karşı karşıya kalmaktadır.

Günümüz tüketim kültüründe estetik değer yargıları, geleneksel ahlaki ölçütlerden büyük ölçüde ayrılmış durumdadır. Bu bağlamda beden, artık bireyin öznel deneyimi ya da etik bir varoluş alanı olmaktan ziyade, kitle iletişim araçlarının etkisiyle, güzellik ve sağlık piyasasının normatif standartlarına göre değerlendirilir hâle gelmiştir. Böylece beden, tüketim ideolojisinin belirlediği estetik kalıplara göre şekillendirilen, ölçülen ve piyasa odaklı müdahalelere açık bir nesneye dönüşmektedir. Güzellik/sağlık piyasası özellikle kadınları “*her yaşta genç ve güzel kalmak mümkün*”, “*her koşulda formda kalın*”, “*çirkin kadın yoktur bakımsız kadın vardır.*” söylemleriyle adeta baskı altına almaktadır. Güzellik ve çirkinlik, günümüz toplumsal söylemlerinde doğuştan gelen nitelikler olmaktan çıkarılarak, bireysel çaba ve öz disiplinle elde edilebilen başarı göstergeleri haline gelmiştir. Bu bağlamda güzellik; bireyin fiziksel potansiyelini

gerçekleştirme kapasitesine, dolayısıyla öz bakım, estetik müdahale ve sürekli kendini geliştirme çabasına atfedilen bir değerdir. Güzellik, yalnızca estetik bir özellik değil; toplumsal kabul, başarı ve yeterliliğin göstergesi olarak kurgulanmaktadır. Buna karşılık, çirkinlik ise toplumsal düzlemde çoğu zaman kişisel ihmalin, başarısızlığın veya eksikliğin bir yansıması olarak değerlendirilir. Ancak bu tür *eksiklikler* modern güzellik endüstrisi tarafından geçici ve giderilebilir olarak kodlanmakta; kozmetik müdahaleler, estetik operasyonlar ve dijital filtrelerle bu *kusurların* düzeltilmesi mümkün kılınmaktadır. Böylece birey, estetik normlara uyum sağlama sorumluluğuyla sürekli bir dönüşüm süreci içerisinde konumlandırılmakta, güzellik ise ulaşılabilir fakat sürdürülebilir çaba gerektiren bir hedef olarak sunulmaktadır (Watson, 2006: 39).

Günümüz toplumlarında estetik, güzellik ve sağlık endüstrilerinin olağanüstü bir ekonomik ve kültürel büyüme göstermesi, birey bedenine yönelik algıların nasıl dönüşüme uğradığını ortaya koymaktadır. Ergenlikten yaşlılığa uzanan geniş bir yaş aralığında özellikle kadınların gençleşme ve güzelleşme çabaları, bedensel yetersizlik ve kusur olarak içselleştirilen özellikleri ortadan kaldırma arzusundan beslenmektedir. Bu durum yalnızca kadınlarla sınırlı kalmamakta; modern güzellik rejimi, kadın ve erkek bireyler üzerinde beden memnuniyetsizliği üzerinden işleyen sürekli bir estetik baskı üretmektedir. Kozmetik ürünler, spor salonları, güzellik merkezleri ve estetik cerrahi müdahaleler artık lüks değil, adeta gündelik yaşamın sıradan ve zorunlu birer parçası haline gelmiştir. Bu pratikler aracılığıyla bireyler, hem toplumsal normlara uyum sağlamaya hem de kendilerini güzel, huzurlu ve yeterli hissetmeye yönelik bir özneleşme sürecine girmektedir (Pacteau, 2005: 17). Bunun sonucunda, farklı coğrafyalarda yaşayan bireylerin beden imajları giderek homojenleşmekte; birbirini tekrar eden yüz hatları, benzer kaş şekilleri, standartlaştırılmış dudak, kalça ve göğüs formları ortaya çıkmaktadır. Bu tür estetik benzeşimler, bireysel bedenin biricikliğini yitirmesine ve adeta bir fabrika ürünü gibi kopyalanan bedenlerin norm haline gelmesine neden olmaktadır (Soyşekerci, 2013: 235).

Güzellik ve sağlık alanlarında yaşanan hızlı ve kapsamlı dönüşüm, büyük ölçüde bilimsel gelişmelerin, teknolojik ilerlemelerin ve yeni kültürel aracılık biçimlerinin etkisiyle mümkün hâle gelmiştir. Bu dönüşüm yalnızca teknik yeniliklerle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda estetik anlayışı biçimlendiren ve tüketim kültürünü pekiştiren yeni meslek gruplarının ortaya çıkışını da beraberinde getirmektedir. Modacılar, stil

danışmanları, yaşam koçları, reklamcılar, imaj danışmanları ve güzellik uzmanları gibi kültürel araçlar, günümüz bireyinin bedenini, görünümünü ve dolayısıyla kimliğini yapılandırmasında belirleyici aktörler haline gelmiştir. Bu meslek grupları yalnızca tüketim pratiklerini yönlendirmekle kalmamakta; aynı zamanda güzellik normlarını inşa eden, estetik beğeni ölçütlerini şekillendiren ve bireyleri bu normlara göre konumlandıran simgesel otoriteler olarak işlev görmektedirler. Bu *‘biz buna değeriz’* mottosuyla anlamlı ve değerli hale getirilmektedir. Bu bağlamda güzellik, yalnızca bireysel tercihlere dayalı bir estetik deneyim değil; kültürel, ekonomik ve teknolojik etkileşimlerin ürünü olan toplumsal bir inşa sürecidir (Köse, 2010: 227).

Görünürlüğün var olmakla eş değer tutulduğu gösteri toplumunda, güzellik ve sağlık ticari bir metaya dönüşmüş ve büyük bir endüstri haline gelmiştir. Güzellik ve sağlık, tarihsel bağlamlarından koparılarak yeni bir anlam kazanmıştır. Günümüzde bu kavramlar, geçmişteki anlamlarıyla kıyaslanamayacak ölçüde dönüşüme uğramıştır. Tıp ve estetik, daha önceleri birbirinden bağımsız alanlar olarak değerlendirilirken, günümüzde birbirini tamamlayan disiplinler olarak ele alınmaktadır. Estetikle ilgili pek çok uygulama, sağlık kategorisi altında sunulmakta veya sağlıkla eşdeğer bir kavram olarak ele alınmaktadır. Bu iki alanın ortak noktalarından biri, “güzel olan sağlıklıdır, sağlıklı olan güzeldir” anlayışıdır. Güzellik ve çirkinlik, sağlık perspektifinden değerlendirilerek yeni hastalık tanımları ve tedavi yöntemleri ortaya çıkarılmaktadır (Sontag, 2015: 142). Sağlık, bir değer ve estetiği tamamlayan bir unsur olarak görülmektedir. Bakımlı, zarif ve estetik bir dış görünüş, sağlıklılığın bir göstergesi olarak sunulmaktadır (Baudrillard, 2004: 145).

Günümüzde güzellik anlayışı, sağlık kavramıyla bütünleştirilerek ele alınmaktadır. Bu anlayış, bireyleri tüketim odaklı bir yaşam tarzına yönlendirmektedir. Güzelleşmek ve sağlıklı olmak amacıyla kullanılan kozmetik ürünler, uygulanan spor ve diyet programları, giyilen kıyafetler ve gerçekleştirilen estetik müdahaleler ciddi ekonomik harcamalar gerektirmektedir. Bu bağlamda, güzel ve sağlıklı bir beden, tüketim yoluyla görünür kılınmaktadır (Cirhinlioğlu ve Cirhinlioğlu, 2015: 406). Güzellik ve sağlıklılık, toplum tarafından cazibe, bakımlılık ve formda kalmayla ilişkilendirilmekte; bu da bireylerin daimî bir yenilenme ve kendini tazeleme baskısı altında hissetmelerine neden olmaktadır. Sonuçta, güzellik ve sağlıklılığın sürekli korunması gereksinimi, bireyin yaşam boyu devam eden bir döngüyü benimsemesine yol açmaktadır. Bu nedenle, güzel

ve sağlıklı olma kaygısı taşıyan her birey, tüketim toplumunun aktif bir katılımcısı haline gelmektedir.

Günümüzde beden, yalnızca biyolojik bir varlık olmanın ötesinde, bireyin kimliğini, sosyal statüsünü ve yaşam tarzını temsil eden bir göstergedir. Bedenin herhangi bir kusur veya eksiklik taşıması, bu sembollerin eksikliği ya da yetersizliği olarak algılanabilmektedir. Bu durum, post modern bireyin varoluş kaygısını ve mükemmellik arayışını derinleştirmektedir. Kendi bedenini sürekli güzelleştirme ve sağlıklı tutma zorunluluğu hisseden birey, bu amaca ulaşabilmek için bedenine müdahale etmektedir. Bedeni şekillendirme süreci, sıkılaştırma, küçültme, genişletme ve ideal görünümü elde etme üzerine kuruludur. Beden, modifiye edilen, yenilenen ve parçaları değiştirilebilen bir makineye dönüştürülmektedir. Bu durum hem bireyin kendini tatmin etmesini sağlamakta hem de tüketim endüstrisinin sürekliliğini güvence altına almaktadır. Aynı zamanda bireyin toplumsal yapıya uyum sağlamasına ve sosyo-kültürel bütünleşmesine aracı olmaktadır (Morris, 2021: 119).

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde beden algılarının oluşmasında güzellik/sağlık kaygısının önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Güzellik/ sağlığın endişe kaynağı olduğu ve ideal beden arayışı nedeniyle önemsendiği görülmüştür. Katılımcıların beden algılarının oluşmasında mevcut bedenin gelecekte genç ve güzel olarak kalmasında güzellik/sağlık anlayışının kayda değer bir yer edindiği görülmüştür. Bu durumu daha anlaşılır kılmak için öncelikle diyet hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Bu bağlamda “Diyet yapar mısınız? Diyet yapmanızda estetik bir görünüm daha sağlıklı kalma gibi unsurların etkisi var mıdır?” sorusunu Katılımcı K15 şu şekilde yanıtlamaktadır: *“Yaparım, evet. Güzel ve sağlıklı görünmek için bu yaşlardan itibaren dikkat etmek gerekiyor. Güzel ve sağlıklı görünmek bu yaşlarda olduğu gibi ileri ki yaşlarda da kaliteli bir yaşam için gereklidir. Bu yüzden yediklerime; ne kadar yediğime, neler yediğime dikkat ederim. Ben özellikle kendimi görünüm açısından beğenmediğimde ve rahatsız hissettiğimde diyet yaparım ve mutlaka yürüyüşe başlarım”*

Katılımcı K15’in yanıtı, bireylerin beslenme ve fiziksel aktivite alışkanlıklarını hem estetik hem de sağlık bağlamında ele aldığını göstermektedir. Katılımcı K15, diyet yapma motivasyonunun yalnızca fiziksel görünümle sınırlı olmadığını, aynı zamanda uzun vadeli sağlık ve yaşam kalitesiyle de ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Bireyin kendi beden algısından duyduğu memnuniyetsizliğin diyet yapma kararında etkili olduğu

görülmektedir. Kişi, görünümünden rahatsız hissettiğinde beslenme düzenini değiştirme ve fiziksel aktiviteyi artırma eğilimindedir. Bu durum, bireyin beden algısı ile yeme davranışları arasındaki güçlü ilişkiyi ortaya koymaktadır. Genel olarak, katılımcının ifadeleri, toplumda güzellik ve sağlık algısının birbirine paralel olarak değerlendirildiğini ve bireylerin bu doğrultuda yaşam tarzlarını şekillendirdiğini göstermektedir. Özellikle erken yaşlardan itibaren sağlıklı beslenme ve fiziksel aktivitenin benimsenmesi gerektiğine dair vurgular, bireyin hem toplumsal beklentilere hem de olumlu psikolojik haline yönelik bilinçli bir tutum sergilediğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların görüşleri çerçevesinde fiziksel çekiciliğin bireyin benlik algısını ve sosyal etkileşimlerini etkilediği, güzellik algısının oluşmasında kültürel ve sosyal faktörlerin başat bir rolünün olduğu noktasında bir perspektif sunmaktadır. Örneğin “Güzelliği fiziksel güzellik olarak mı değerlendiriyorsunuz?” sorusuna verdiği cevap önemli ip uçları barındırmaktadır. Bu soruya katılımcı K15 şöyle yanıt vermektedir.: *“Evet fiziksel güzellik. Yüz güzelliği de önemli ama bence bedenin fit, güzel olması olmazsa yüz güzelliğinin çok bir önemi kalmaz. Bu yüzden fizik güzelliği yüz güzelliğinden daha öncelikli. Mesela bir ortama yeni biri girse kimse önce yüz güzelliğine dikkat etmez. Fiziksel görünüme dikkat ederler. İster fit, güzel giyimli, iyi bir makyaj yapmış biri olsun ister tam tersi kilolu, özensiz giyinmiş, bakımsız bir yüz olsun hiç fark etmez. İlk dikkat edilecek şey fiziksel görüntüsü olacaktır.”*

Katılımcı K15’in yanıtı, güzellik algısının bireysel ve toplumsal bağlamda nasıl şekillendiğini göstermektedir. Öncelikle, diyet yapma motivasyonunun sağlık temelli olduğu belirtilse de fiziksel görünümün de önemli bir bileşen olduğu vurgulanmaktadır. Katılımcı, yüz güzelliğini dikkate almakla birlikte, bedenin fit ve estetik olmasının daha öncelikli olduğunu ifade etmektedir. Bu yaklaşım, fiziksel güzelliğin toplumsal algılar çerçevesinde değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle bireyin, bir ortamda yeni biriyle karşılaştığında ilk dikkat edilen unsurun yüz güzelliği değil, fiziksel bütünlük olduğu yönündeki görüşü, toplumsal güzellik normlarının bedensel görünüme verdiği önemi yansıtmaktadır. Bu durum, dış görünümün sosyal kabul üzerindeki etkisini ve bireylerin fiziksel özelliklerini nasıl algıladıklarını anlamak açısından önemli bir göstergedir. Katılımcı K15’in fiziksel görünümü yalnızca bedenin inceliği ve fit oluşuyla değil, aynı zamanda giyim tarzı, makyaj ve genel bakım gibi unsurlarla birlikte ele alması, güzelliğin çok boyutlu bir kavram olduğunu düşündüğünü göstermektedir.

Katılımcı K15 yanıtıyla kaygı ve endişelerine Katılımcı K7'ye benzer bir şekilde her ne kadar diyet yapmadığını söylese de güzel ve sağlıklı bir hayatın doğru ve sağlıklı beslenmeye bağlı olduğunu düşünmektedir. Bu konuda katılımcı K7 şunları ifade etmektedir: *‘‘Diyet yapmam ama sağlıklı besinler tüketirim. Sağlıklı beslenmemdeki neden bedenime çöplükmiş gibi muamele etmek istemeyişimden kaynaklıdır. Güzel yaş almak istiyorum ve bedenime ne kadar iyi bakarsam o kadar güzel ve sağlıklı yaş alırım. Toplumun veya çevremın ne düşündüğü, beni nasıl gördüğü değil benim kendimi nasıl gördüğüm önemli. Zaten kilolu değilim fakat devamlılık isteyen bir şey sağlıklı yaşamak. O yüzden yediklerim konusunda hassasım. Bence ne kadar sağlıklı beslenirsek o kadar sağlıklı oluruz. Çevremize dikkat ettiğimizde sağlıksız beslenmekten tansiyon, şeker, kalp hastalıkları vb. çok yaygın hale gelmektedir. Bu durum sadece yaş ilerleyince olmuyor, gençlerde hatta bazen çocuklarda bile görüldüğünü haberlerden duyuyoruz.’’*

Görüldüğü üzere katılımcı K7'nin yanıtı, sağlıklı beslenmenin yalnızca fiziksel görünümle değil, genel yaşam kalitesiyle ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcı K7, diyet yapmadığını belirtmekle birlikte, sağlıklı beslenmeyi bir yaşam biçimi olarak benimsediğini ifade etmektedir. Bu yaklaşım, beden algısından bağımsız olarak bireyin sağlıklı bir yaşam sürme arzusuna işaret etmektedir. Katılımcı K7'nin ifadesinde öne çıkan bir diğer önemli nokta, sağlıklı beslenmenin bireyin kendi bedeniyle kurduğu ilişkiye olan etkisidir. Bedenine ‘‘çöplük gibi muamele etmek istememesi’’, sağlıklı beslenmeyi bir zorunluluk ya da dışsal bir baskıdan ziyade, kendine değer verme ve özen gösterme biçimi olarak gördüğünü göstermektedir. Ayrıca, çevresel faktörlerden bağımsız olarak, bireyin kendi bedenine yönelik algısının ve sağlıklı yaşlanma idealinin belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcı K7'nin sağlıksız beslenmenin yol açtığı hastalıklara değinmesi, sağlıklı beslenmenin bireysel bir tercih olmasının yanında toplumsal bir sağlık sorunu olduğu gerçeğini de yansıtmaktadır. Özellikle gençler ve çocuklarda dahi sağlıksız beslenmenin olumsuz etkilerinin görülmesi, bu konunun bireysel farkındalığın ötesinde, daha geniş bir perspektiften ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Görüldüğü gibi bu bağlamda, katılımcının görüşleri, sağlıklı beslenmenin sadece fiziksel görünümü değil, uzun vadeli sağlık ve yaşam kalitesini de doğrudan etkileyen bir unsurdur.

Çağdaş güzellik algısında fiziksel görünümün öncelikli bir faktör olarak değerlendirildiği ve yüz güzelliğinin tek başına yeterli görülmediği hatta fiziksel görünümün nispeten daha ağır bastığı katılımcıların görüşlerine yansımaktadır.

“Güzelliği fiziksel güzellik olarak mı değerlendiriyorsunuz?” Katılımcı K7: “Ya yüz de güzel olmalı. Fakat fiziki güzellik yüz güzelliğinin önüne geçmiş. Zayıf, ince, sıfır yağ, sıkı bir fiziğe sahip bir vücut yüzden önce dikkat çeker. Böyle bir kadın sadece erkeklerin dikkatini çekmez kadınların da dikkatini çeker. Yani o eskiden yüzüne, gözüne hayranlık ona sevdalanmak hikâyelerde, masallarda kaldı artık. Ama dediğim gibi yüz güzelliği de olursa daha iyi olur, birbirini tamamlar.” Katılımcı K7’nin yanıtı, geleneksel anlatılarda yer alan yüz estetiğine duyulan hayranlığın günümüzde yerini, ince ve sıkı bir vücut idealine bıraktığı ifade etmektedir. Katılımcı K7 güzellik algısının yalnızca karşı cinsin beğenisiyle sınırlı olmadığını, kadınların da birbirlerini fiziksel görünümleri açısından değerlendirdiğini belirtmektedir. Bu durum, güzellik standartlarının toplumsal düzeyde içselleştirildiğini ve bireyler arası sosyal dinamiklerde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Katılımcı K7 yüz güzelliğinin tamamen göz ardı edilmemesi gerektiğini ve ideal güzellik algısının bedensel ve yüz estetiğinin birleşimiyle tamamlandığını ifade etmektedir. Bu görüş, güzelliğin tek bir unsurdan ibaret olmadığına, fakat günümüz toplumsal normlarında fiziksel formun daha belirleyici bir faktör haline geldiğine işaret etmektedir. Bu bakış açısı, modern güzellik algısının tarihsel dönüşümünü ve fiziksel görünümün bireyler arası etkileşimlerdeki rolünü anlamak açısından önemli bir çerçeve sunmaktadır.

Katılımcı K20 de genç yaşında diyet yaptığını ifade etmekte ve bunu gerekli görmektedir. Bu düşüncesinde de beden algısı oluşmaktadır: “Kendim için, sağlığım için, iyi, sağlıklı ve uzun yaşamak için diyet yaparım. Daha çok yediklerime dikkat ediyorum. Kilo yapacak, sağlığımı bozacak şeylerden uzak duruyorum. O yüzden gerektiğinde spor da yaparım. Çünkü artık fit bir vücut şart. Hem sağlık hem de kendimizi güzel görmemiz açısından. Bir tek ben değil herkes böyle düşünüyor. Kadınların sıkı, düzgün, kilo sorunu olmayan bir fiziğe sahip olması gerekiyor. Bakın mesela reklamlara. Reklamın konusu ne olursa olsun; ince, zarif, fiziği son derece düzgün, alımlı, bakımlı kadınlar rol alıyor. Düşünebiliyor musunuz bisküvi reklamı da olsa böyle, diş macunu reklamı da olsa böyle. Gerçi erkekler içinde bu durum geçerlidir.”

Katılımcı K20’nin yanıtı, bireyin beslenme ve spor alışkanlıklarını sağlıklı ve uzun bir yaşam hedefiyle ilişkilendirdiğini göstermektedir. Bununla birlikte, diyet yapma ve fiziksel olarak fit olma motivasyonunun yalnızca sağlıkla sınırlı olmadığı, estetik kaygılarla da şekillendiği anlaşılmaktadır. Katılımcı, fit bir vücuda sahip olmanın hem

sağlıklı yaşamın bir gerekliliği hem de bireyin kendisini güzel algılaması açısından önemli olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcının “bir tek ben değil, herkes böyle düşünüyor” ifadesi, toplumda fit ve sıkı bir beden norm haline geldiğini ve bireylerin bu standarda uyma konusunda toplumsal bir baskı hissettiğini ortaya koymaktadır. Bu noktada, medya ve reklam endüstrisinin güzellik algısını şekillendirme gücü öne çıkmaktadır. Katılımcı, reklamlarda yer alan kadın ve erkek figürlerinin belirli fiziksel standartlara sahip olmasının, toplumda idealize edilen beden algısını pekiştirdiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda, modern toplumda güzellik anlayışının, medya ve reklamlar aracılığıyla dayatılan normlardan da etkilendiği söylenebilir. Kadınların ve erkeklerin belirli fiziksel özelliklere sahip olma gerekliliği, bireylerin beden algılarını ve yaşam tarzı seçimlerini doğrudan etkilemektedir.

Benzer amaç ve düşünceler için katılımcı K24: “*Düzenli, programlı bir diyet yok. Yediklerime dikkat etmeye çalışırım. Paketli gıdalardan, abur cuburdan vs. uzak durmaya çalışırım. Paketli gıda, dondurulmuş, gıdalar vs. oldukça sağlıksız ve insan sağlığını ciddi derecede olumsuz etkiliyor. Yakın çevremden görüyorum henüz genç olanda da yaşı biraz ilerlemiş olanda da ayırım yapmaksızın yedikleri için göbek sorunu, kilo problemi oluyor. Vücutları da güzel durmuyor zaten. Bir de en ufak fiziksel bir iş, aktivite yaptıklarında zorluk çekiyorlar. Bunlar çeşitli hastalıklara da yol açıyor. Yediklerime özen göstermemin bir nedeni de içimde kendimden de sakladığım çevre tarafından kabul görmenin etkisi de olabilir.*”

Bireylerin beslenme tercihleri, yalnızca fiziksel sağlıklarını değil, aynı zamanda toplumsal kabul görme arzularını da yansıtmaktadır. Katılımcı K24’ün yanıtından, sağlıklı beslenme konusunda bilinçli bir tutum sergilediği ve özellikle paketli ve işlenmiş gıdalardan kaçındığı görülmektedir. Bu tercih, bireyin sağlık üzerindeki olumsuz etkileri gözlemlemesi ve çevresindeki insanların kilo alımı ya da fiziksel aktivitelerde zorlanma gibi sonuçlarla karşılaşmalarına tanıklık etmesiyle ilişkilidir. Katılımcı K24’ün görüşleri, bireysel beslenme alışkanlıklarının sadece fiziksel sağlıkla birlikte, estetik algılar ve toplumsal normlarla da bağlantılı olduğunu göstermektedir.

Katılımcı K24’ün belirttiği üzere, sağlıklı beslenme tercihleri yalnızca fiziksel iyi oluşla sınırlı değildir; aynı zamanda bireyin sosyal çevre tarafından kabul edilme isteğini de içermektedir. Bu bağlamda, bireyin sağlıklı beslenmeye yönelme motivasyonu hem kişisel hem de sosyal boyutları içermektedir. Bu durum toplumsal normların bireysel

davranışlar üzerindeki etkisini göstermektedir. Katılımcı K24'ün ifadeleri, sağlıklı beslenme pratiklerinin yalnızca fiziksel sağlık perspektifiyle değil, aynı zamanda bireyin toplumsal konumlanması ve benlik algısıyla da şekillendiğini göstermektedir. Bu durum, beslenme alışkanlıklarının bireyin psiko-sosyal dinamikleriyle yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Bireylerin beslenme tercihlerinde yalnızca sağlık kaygıları değil, aynı zamanda estetik ve beden algısına ilişkin motivasyonlar da önemli bir rol oynamaktadır. “Beslenme alışkanlığınızda dikkat etmeniz fit bir bedene sahip olma isteği var mı?” Katılımcı K24: “Evet, var. *Sağlıklı bir beden derken sıkı kollar, bacaklar, düzgün bir karın, ince bir bel ve basenleri kastediyorum. Sağlık ve güzellik ancak bunlarla olur. Kolları bacakları sarkık, göbeği önde, kalın bir bel ve geniş basenleri kim güzel bulur ki. Hatta böyle olanlar için hastalık riski taşıyor bile deniyor. Mesela pek çok üniversitedeki, tüm kamu ve özeldeki beslenme ve diyetetik bölümleri, TV’lerde, sosyal medyadaki programlar hep diyet ile ilgili, sağlıklı beslenme ilgili. Bu aynı zamanda fit bir beden ve güzellikle ilgili.*”

Katılımcı K24'ün ifadeleri, sağlıklı bir bedeni yalnızca fizyolojik iyi oluşla değil, belirli fiziksel özelliklerle de tanımladığını göstermektedir. Sıkı kollar, ince bir bel ve düzgün bir karın gibi unsurlar, bireyin sağlık anlayışının yanı sıra toplumsal güzellik standartlarıyla da şekillendiğini ortaya koymaktadır. Günümüz medya ortamı, bireylerin beden algısını yönlendiren önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Katılımcının K24'ün belirttiği gibi, üniversitelerin beslenme ve diyetetik bölümleri, televizyon programları ve sosyal medya içerikleri, sağlıklı beslenme ve diyet konularını sıklıkla ele almaktadır. Bu içerikler, sağlıklı yaşamı teşvik ederken aynı zamanda belirli bir beden formunu idealize etmektedir. Bireylerin beslenme alışkanlıkları yalnızca sağlıkla ilgili rasyonel kararlar doğrultusunda değil, aynı zamanda toplumsal güzellik algıları ve medya temsilleriyle de şekillenmektedir. Bu durum, bireyin bedenine yönelik beklentilerinin kültürel ve sosyal dinamiklerle nasıl iç içe geçtiğini göstermektedir.

Güzellik algısı, bireysel ve toplumsal normlarla şekillenen dinamik bir kavramdır. Bireylerin toplumdan aldığı dönütlerle güzellik anlayışını oluşturduğu ve bedenini bu doğrultuda inşa etme çabasına girdikleri görülmektedir. “Güzellikten fiziksel güzelliği mi anlıyorsunuz?” Katılımcı K24: “*Yani yüzde yüz olmasa da büyük oranda böyle. Güzel bir kadın ya da yakışıklı bir erkek dendiğinde kastedilen öncelikli olarak bahsettiğim*

niteliklerdeki bir bedendir. Önce bedeninin şekline şemaline bakılıyor, bedensel görünüm dikkat çekiyor. Üniversitede gençler arasında böyle algılanıyor ve üniversite dışındaki çevrede de bu böyle. Ben hiç kilolu, göbekli, kolları bacakları almış başını gitmiş, hantal birine yakışıklı ya da güzel dendiğini görmedim. Bence fiziki olarak bedeni iyi durumda mesela sıkı kol ve bacak, ince bir bel, düzgün ve yapılmış pazuları vs. olan bir erkeğin bakımlı olmak koşuluyla yüzüne çok dikkat etmem. Bence yakışıklı böyle olur.’’

Katılımcı K24’ün ifadeleri, fiziksel görünümün, özellikle beden yapısının, güzellik algısında belirleyici bir unsur olarak görüldüğünü göstermektedir. Güzellik yalnızca yüz estetiğiyle değil, bedenin belirli fiziksel özellikleriyle de ilişkilendirilmektedir. Katılımcı K24’ün ifadelerinde, estetik değerlendirmenin öncelikle bedensel formla yapıldığı vurgulanmaktadır. Özellikle gençler arasında fiziksel görünümün öne çıktığı, bedensel özelliklerin güzellik algısını doğrudan etkilediği belirtilmektedir. Katılımcı K24’ün güzellik ve çekicilik algısında belirli beden özelliklerine odaklandığı görülmektedir. Sıkı kas yapısı, ince bel ve belirgin pazular gibi unsurların, bireyin estetik yargılarında ön planda olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakış açısı, güzellik algısının önemli ölçüde toplumsal yapı içerisinde biçimlendiğini ve bireylerin kişisel tercihlerinin bu normlardan etkilendiğini göstermektedir.

Katılımcıların fiziksel görünüşlerini iyileştirmeye yönelik tercihleri kişisel motivasyonlarının yanında, içinde bulundukları sosyal yapı ve beklentilerle de şekillenmektedir. Katılımcıların görüşleri, fiziksel görünümün sosyal etkileşimlerdeki rolünü göstermesi bakımından önemlidir. Katılımcıların görüşleri beden inşasının ve dolayısıyla kimlik oluşumunun üzerindeki unsurların etkisini gözler önüne sermektedir. Bireylerin beden inşalarındaki özgün tercihler, sosyal etkiler, norm haline gelen ölçütler ve toplumsal beklentilerin beden algısını etkilediği görülmektedir. Bu minvalde güzellik/sağlık algısı için üniversiteli katılımcılara, “Güzel/sağlıklı/fit görünmek için bir güzellik merkezine, bir spor salonuna gider misiniz?” sorusunu yönelttik. Bu konuda katılımcı K1 şunları ifade etmiştir: “*Spor salonuna gitmek isterdim. Güzellik merkezlerine de ihtiyaç var bence. Bu durum kadın ve erkek açısından hiç fark etmez. Erkeğin, kadının, güzel ve sağlıklı olması için hem spor salonuna hem de güzellik merkezlerine gitmesi gerekir. Kadın veya erkek fit, sağlıklı, güzel/yakışıklı olmasına kim hayır diye bilir ki. Düşünsenize çevremizdeki herkes bu duruma dikkat ediyor. Ne güzel ne hoş olurdu değil mi? İnsanlar birbirini tanımsa bile dış görünüm mühim. Çünkü*

insanlar üzerinde dış görünüşünüzle bıraktığınız izlenim sonraki süreçte belirleyici olur.’’

Güzellik ve sağlık algısı, bireylerin kendilerini nasıl gördükleri ve toplumsal normlara nasıl uyum sağladıklarıyla doğrudan ilişkilidir. Katılımcı K1’in ifadelerinden, güzellik ve sağlıklı görünümün hem kadınlar hem de erkekler için önemli olduğu, bu amaçla spor salonları ve güzellik merkezlerinin bir gereklilik olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Katılımcı K1, fiziksel görünümün bireyin sosyal çevresi tarafından değerlendirildiğini ve bu nedenle dış görünüşün toplumsal kabul açısından belirleyici bir unsur olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcı K1’in vurguladığı gibi, fiziksel görünüm sosyal ilişkilerde belirleyici bir unsur olarak görülmekte ve bireylerin başkaları üzerindeki ilk izlenimlerini büyük ölçüde etkilemektedir. Ayrıca, katılımcı K1’in ifadeleri, güzellik ve sağlıklı görünüm için harcanan çabanın toplumsal bir norm hâline geldiğini de göstermektedir. Günümüzde spor salonları ve güzellik merkezleri, yalnızca bireysel bakım mekânları olmanın ötesinde, sosyal statü ve kabul görme bağlamında da değerlendirilmektedir.

Katılımcıların ifadeleri, güzellik ve fiziksel görünümün yalnızca dışsal bir unsur olmadığı, aynı zamanda bireyin psiko-sosyal durumunu ve sosyal etkileşimlerini doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır. Spor yapmanın ve bedensel görünümü iyileştirmenin, bireylerin toplumsal ilişkilerindeki konumlarını güçlendiren bir unsur olarak algılandığı görülmektedir. Katılımcı E1 de bu soruyu şöyle yanıtlamıştır: *“Spor salonuna gidiyorum, spor yapıyorum. Güzellik anlayışı için de giderim gerekirse. Yani mesela spor yapan insanın kalıbı daha hoş durur. Vücudunun bir duruşu olur. Endamı göze daha iyi hitap eder. Giydiği kıyafetler üzerinde daha iyi oturur. Ve bunlar insanın özgüvenini artırır. Özgüveni yüksek bir insan gerek işinde gerek sosyal çevresinde gerekse karşı cins ile iletişimi ve ilişkisi daha sağlıklı olur.”* Katılımcı E1’in yanıtından, spor yapmanın ve fiziksel görünümü iyileştirmenin yalnızca estetik kaygılarla değil, aynı zamanda bireyin özgüveni ve sosyal yaşamı üzerindeki etkileriyle de ilişkilendirildiği görülmektedir. Katılımcı E1’in, spor yapan bireylerin fiziksel duruşlarının daha estetik görüldüğünü ve bunun giyim tarzına yansıdığını belirtmesi, beden algısının bireyin benlik imajı üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Katılımcı E1’in spor yapmanın özgüven üzerindeki olumlu etkilerini vurgulaması, beden imajı ile bireyin sosyal ilişkileri

arasındaki bağlantıyı ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, fiziksel görünümdeki değişimlerin bireyin dış dünyayla kurduğu ilişkiler üzerinde belirleyici olmaktadır.

Katılımcılardan K3 de bu soruyu farklı bir bakış açısıyla şöyle yanıtlamaktadır: *“Spor salonuna gidiyorum ve bence sağlıklı bir yaşam için herkesin spor yapmalı. Günümüzde pek çok sağlık sorunu da spor yapmaktan kaynaklanıyor. Belki gençken bu hastalıkları yaşamaz ya da fark etmeyiz ama sonsuza kadar genç kalacak değiliz ki. Ama hassasiyet gösterirsek bu mümkündür. Güzel görünmek ve sağlıklı yaşamak her yaş için gereklidir. Çünkü yaşlandığımda da güzel ve sağlıklı görünmek isterim. O nedenle güzellik ve sağlık için genç yaştan itibaren özen göstermek gerekiyor. Tabii ki bu uzun, planlı, programlı olmayı gerektirir.”* Katılımcı K3’ün ifadeleri, sağlıklı yaşam ve güzellik algısının yalnızca gençlik dönemine özgü bir olgu olmadığını, bireyin yaşam boyu süren bir çaba içerisinde olması gerektiğini vurgulamaktadır. Katılımcı K3’ün, sporun sağlık üzerindeki uzun vadeli etkilerine dikkat çekmesi sağlıklı yaşam biçimi ve hastalıkların önlenmesi çerçevesinde ele almak mümkün. Katılımcı K3’ün ifadeleri, bireylerin sağlık ve güzellik algılarının yaşla birlikte nasıl değişebileceğine dair önemli bir perspektif sunmaktadır. Genç yaşlarda fark edilmeyen ya da önemsenmeyen sağlık sorunlarının ilerleyen yıllarda belirginleştiğine dair ifade, bireyin uzun vadeli sağlık yatırımı yapması gerektiği yönündeki düşünceleri desteklemektedir. Katılımcı K3’ün güzellik ve sağlık kavramlarını birlikte ele alması, fiziksel görünümün bireyin yaşam boyu süren bir kaygısı olduğunu göstermektedir. Güzellik algısının yalnızca genç yaşlarla sınırlı olmadığı, bireylerin yaşlandıklarında da fiziksel görünüm ve sağlığa ilişkin beklentilerini sürdürdükleri anlaşılmaktadır. Bu durum, bireyin bedenine yönelik bakım pratiklerinin, estetik ve sağlık boyutlarını içeren bütüncül bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcıların sağlık ve güzellik algısının birbiriyle örtüşen kavramlar olarak ele aldığı görülmektedir. Sağlıklı bir beden aynı zamanda estetik olarak da çekici bulunduğu yönündeki düşünce, beden algısı ve toplumsal güzellik normlarıyla yakından ilişkilidir. “Güzel/sağlıklı/fit görünmek için bir güzellik merkezine, bir spor salonuna gider misiniz?” sorusu Katılımcı K17 tarafından şöyle yanıtlanmaktadır: *“Şu an gitme imkânım yok ama tabii ki gitmek isterim. İmkânım olduğunda gideceğim. Çünkü hayatım boyunca bedenime ve ruhuma iyi bakmak istiyorum. Bunun için ne gerekiyorsa yapmam gerektiğini düşünüyorum. Her şeyin başı sağlık, güzellik. Ve bu yaşadığımız müddetçe*

bize lazım olan bir şey.’’ Görüşüyle beden ve ruh sağlığını öncelikli ve gerekli mesele olarak görmektedir. Katılımcılardan K6 da: ‘Evet. Çünkü sağlıklı bir beden hepimizin hakkıdır. Bunun için bedenimi geliştirerek çeşitli aktiveler ve faaliyetler ile daha sağlıklı bir vücuda kavuşmak isterim. Sağlıklı olması demek güzel olduğu anlamına da gelir. Sağlık için ne kadar dikkat etsem de bunun aynı zamanda beni güzelleştirdiğinin farkındayım. Sağlık sorunlarından uzak bir beden, güzel, çekici, alımlı bir beden demektir. Fit bir bedenin herkesin ilgisini çekeceğini, herkesin hayranlıkla bakacağını biliyorum. Bu nedenle imkânım olduğunda bir spor salonuna gideceğim.’’

Katılımcı K6’nın vurguladığı önemli bir nokta, sağlıklı bir bedenin sosyal kabul ve beğeniyle ilişkilendirilmesidir. Fit ve sağlıklı bir beden benlik algısını güçlendirmekte ve sosyal etkileşimlerde pozitif katkı sağlamaktadır. Katılımcı K6’nın güzellik ve sağlık arasındaki doğrudan bağlantıyı vurgulaması, modern toplumlarda bedensel görünümün giderek daha fazla önem kazandığını ve güzelliğin yalnızca yüz estetiğiyle değil, tüm bedenin sağlıklı ve fit olmasıyla da ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu düşünce, güzellik normlarının tarihsel süreçte büyük ölçüde değiştiğini göstermektedir. Ayrıca günümüzde fiziksel formun neden daha fazla idealize edildiğini açıklamaktadır.

Katılımcıların ifadeleri, sağlıklı yaşamın ve güzellik algısının dinamik bir süreç olduğunu ve bireyin yaşamın her döneminde bedenine yönelik bilinçli tercihler yapması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, güzellik ve sağlık konularına ilişkin bireysel yaklaşımların zaman içinde değiştiğini göstermektedir. Katılımcıların ifadeleri, güzellik anlayışının bireysel ve toplumsal boyutlarını bir arada ele almakta, güzellik/sağlık pratiklerinin yalnızca fiziksel bir dönüşüm aracı değil, aynı zamanda bireylerin kendini ifade etme biçimi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda ‘‘Güzelleşmek/estetik bir görünüm için vücudunuzun herhangi bir bölgesine estetik ameliyat yaptırmayı düşünür müsünüz?’’ sorusuna katılımcılardan K7’nin yanıtı bu durumu destekler niteliktedir: ‘‘Evet düşünürüm. Badem göz ameliyatı, askı yöntemiyle kaş kaldırma ve burun ameliyatı düşünüyorum. Sadece bu yaşta değil, yaşım kaç olursa olsun bedenimde gereken yerlere estetik ameliyat yaptırırım. Bu bir ihtiyaç, gerekliliktir. Her şeyden önce insan kendini nasıl güzel görürse veya görmek isterse ona göre gerekli müdahaleleri yapmalıdır. Bu aslında olağanüstü bir şey değil. Gayet doğal. Toplum içinde daha hoş, daha güzel görünmek önemlidir. Bir de zamanla güzellik modası da değişiyor. Bunun yanında insan

kendini yenileyebilmelidir. Böylece estetik sayesinde insan daha mutlu daha huzurlu olabilir.’’

Katılımcı K7’nin, estetik ameliyatlara yönelik olumlu bir tutum benimsediği görülmektedir. Katılımcı K7, estetiği yalnızca fiziksel bir müdahale olarak değil, bireyin kendini iyi hissetmesi ve toplumsal normlara uyum sağlaması açısından bir gereklilik olarak değerlendirmektedir. Katılımcı K7nin görüşleri, bireysel özerklik ve bedensel değişim konularında günümüzde giderek daha fazla benimsenen esneklik anlayışını yansıtmaktadır. Güzellik modası kavramına yapılan vurgu, güzelliğin zaman içinde değişen dinamik bir olgu olduğuna işaret etmektedir. Bu bağlamda katılımcı, estetiğin sadece bireysel tercihlerden oluşmadığını, aynı zamanda toplumsal beklentilerle şekillenen bir süreç olduğunu dile getirmektedir. Buna ek olarak, estetik müdahalelerin bireyin kendisini daha mutlu ve huzurlu hissetmesine katkı sağlayacağını ifade etmektedir.

Katılımcı K9’un bu soruya yanıtı K7’nin düşüncelerine benzer niteliktedir: *‘Nasıl bir ameliyat yaptırmak istediğimi düşünmedim açıkçası. Ama neden olmasın? İhtiyaç duyarsam yaptırırım. Memnun olmadığım bölgelere estetik yaptırırım. Zaten günümüzde oldukça yaygın. Bir sürü sağlık kuruluşu yapıyor. Tıp bu konuda çok ilerledi. Üstelik çok da başarılılar. Bu sadece ülkemize özgü bir durum değildir. Kadın olsun erkek olsun pek çok ünlü yaptırıyor. Bakın sanatçılara, oyunculara, mankenlere ve böyle el üstündeki pek çok sektördeki insanlara estetikle çok daha genç ve güzel duruyorlar. Daha güzel görünmek için ben de düşünürüm kesinlikle’’*

Katılımcı K9’un yanıtı, estetik cerrahinin günümüzde yaygınlaşan bir olgu olduğu ve bireylerin bu tür müdahalelere giderek daha açık hale geldiği görüşü öne çıkmaktadır. Katılımcı K9, estetik ameliyatlara yönelik kesin bir karar belirtmemekle birlikte, ihtiyaç duyulması halinde bu tür operasyonların makul ve kabul edilebilir olduğunu ifade etmektedir. Katılımcı K9’un ifadelerinde, tıbbi gelişmelerin estetik cerrahiye sağladığı katkılar vurgulanmakta ve bu alandaki başarı oranlarının yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda, estetik müdahalelerin artık yalnızca bir ayrıcalık değil, toplumun geniş kesimleri tarafından erişilebilir bir uygulama olduğu düşüncesi öne çıkmaktadır. Ayrıca estetik ameliyatlara bireysel tercihin yanında kültürel ve sosyal bir fenomen olarak ele almakta, sanatçılar, oyuncular ve modeller gibi popüler figürlerin bu uygulamalara sıklıkla başvurduğunu vurgulamaktadır. Katılımcının sanat, medya ve moda sektörlerinde

estetikğin yaygınlığını referans göstermesi, güzellik algısının toplumsal temellerine işaret etmektedir. Bu bağlamda, K9'un yanıtı, estetik operasyonların bireysel tercihlerden öteye geçerek toplumsal statü ve görünürlükle ilişkili bir unsur haline geldiğini göstermektedir. Dolayısıyla, estetik müdahalelerin sadece fiziksel dönüşüm sağlamakla kalmayıp, bireyin sosyal uyum ve kabul görme, psikolojik tatmin, bedeni ile ilgili korku ve endişelerinden uzaklaşma süreçlerine de katkıda bulunmaktadır.

Katılımcı K12 de: *“Kendimi iyi hissetmek için düşünebilirim. Yüzüme birkaç dokunuş hiç fena olmaz. Yaşım ilerlediğinde de hem güzellik hem de sağlık için başvurmaktan çekinmem. Çünkü hep genç ve güzel görünmek istiyorum.”* Katılımcı K19: *“Estetik için değil ama sağlığım için yaptırmam gerekiyor. Ve başka yerlerde de ihtiyaç duyarsam yaptırırım.”* Şeklindeki düşünceleriyle katılımcı K7'nin düşüncelerini desteklemektedir.

Gençliğin güzellik algısını oluşturup beden inşasını gerçekleştirirken toplumsal güzellik standartlarının bireyler üzerindeki baskısını ve kilo ile beden-estetik algı arasındaki güçlü ilişkinin etkisini ve önemini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede *“Kilolu birinin alımlı görünme, çekici olma, beğeni oluşturma olasılığı var mıdır?”* diye sorulduğunda katılımcı E3'in yanıtı şöyledir: *“Hayır şansı yok. Çünkü kilo olayı yeteri kadar gayret ile düzeltilebilecek bir şey. Hatta kişi kendi sağlıklı kilosunu tutturamıyorsa bu onun yeterince disiplinli olmadığını da gösteriyor bence.”*

Katılımcı E3'ün yanıtı, bireyin fiziksel görünümünün yalnızca estetik bir mesele değil, aynı zamanda disiplin ve özdenetimle ilişkili bir faktör olarak değerlendirildiği görülmektedir. Katılımcı, kilo fazlalığını kişinin çabasıyla değiştirilebilecek bir durum olarak görmekte ve bu çabanın gösterilmemesini bireysel bir eksiklik olarak yorumlamaktadır. Bu bağlamda, güzellik algısının yalnızca fiziksel özelliklerle değil, aynı zamanda bireyin yaşam tarzı, iradesi ve çaba gösterme kapasitesiyle ilişkilendirildiği söylenebilir. Katılımcı E3'ün güzellik olgusunu katı bir norm üzerinden değerlendirdiği ve bireysel farklılıklara sınırlı bir esneklik tanıdığı anlaşılmaktadır. Günümüzde, beden olumlama hareketleri ve çeşitliliğe dayalı güzellik anlayışları yaygınlaşmasına rağmen, Katılımcı E3'ün yanıtı ideal beden ölçülerine sahip olmanın yalnızca estetik bir gereklilik değil, aynı zamanda bireyin disiplin ve irade gücü olarak değerlendirdiği görülmektedir.

Katılımcı K11'in bu konuda E3 ile ortak beden algısına sahip olduğu söylenebilir: *“Hayır yok. Dış görünüş önemli çünkü. Kilosuna dikkat etmeyen, bedenine özen*

göstermeyen birinin bence çekici olma noktasında hiç şansı yok. Bakın güzellik ikonlarına, ünlü marka modellerine. İncecik, zarif, ince bellere sahipler. Bu bedensel özellikleri olmasaydı orada manken olamazlardı’’ Katılımcı K11’in yanıtından, estetik algısının toplumsal normlar ve medya temsilleri ile şekillendiği görülmektedir. Katılımcı, çekiciliği fiziksel görünümle doğrudan ilişkilendirmekte ve özellikle ince ve zarif bir bedene sahip olmanın güzelliğin temel kriterlerinden biri olduğunu savunmaktadır. Bu görüş, güzellik anlayışının medya ve moda endüstrisi tarafından oluşturulan ideal beden ölçüleri çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir. Katılımcı K11’in güzellik ikonları ve ünlü modeller üzerinden verdiği örnekler, toplumsal güzellik standartlarının bireyler üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Moda ve eğlence sektörlerinin belirlediği fiziksel ölçütlerin bireysel algıları nasıl yönlendirdiği göz önüne alındığında, bu yanıt günümüzde hâkim olan normatif güzellik anlayışının bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Katılımcı K20’nin yanıtı diğer katılımcıları destekler niteliktedir: *‘‘Hayır. Hiç şansı yok bence. Çünkü çirkin olmakla kilolu olmak arasında hiçbir fark yok. Doğru ya da yanlış toplum böyle bakıyor. Kilolu olan biri kendine dikkat etmeyen biridir. Çünkü kilo bir kader değil. İstenildiğinde kilolar rahatça verilebilir. Ama kendine değer vermiyor, kendisine özen göstermiyor ki kilolarından da kurtulmak istemiyor. Böyle birinin çekici olma şansı yok.’’* Katılımcı K20’nin yanıtına göre, bireyin fiziksel görünümüne yönelik değerlendirmelerin büyük ölçüde toplumsal normlar tarafından şekillendirildiği görülmektedir. Katılımcı, kilolu bireylerin çekici olma ihtimalini tamamen reddetmekte ve bu durumu bireysel çaba eksikliği ile ilişkilendirmektedir. Bu görüş, kilo yönetiminin tamamen bireyin kontrolünde olduğu ve irade gücüyle çözülebileceği yönündeki yaygın inancı yansıtmaktadır. Katılımcı K20’nin ifadesinde, toplumun kilo konusundaki algısının belirleyici olduğu vurgulanmaktadır. *‘‘Doğru ya da yanlış, toplum böyle bakıyor’’* ifadesi, bireysel görüşten ziyade, genel geçer bir sosyal yargıyı yansıttığını göstermektedir. Bu yaklaşım, kilo ve çekicilik arasındaki ilişkinin biyolojik, psikolojik ve sosyokültürel boyutlarını göz ardı etmektedir. Bu bakış açısı, kilo ve kişisel değer algısı arasında doğrudan bir bağ kurarak, bireyin fiziksel görünümüne göre toplumsal kabul görmesini ve estetik değerini belirlemektedir.

Katılımcıların ifadeleri, güzellik/sağlık algısının bireysel ve toplumsal yönüne işaret ederken sosyal etkileşimlerdeki rolüne, romantik ilişkilerdeki etkisine ve sosyal konumlarının belirlenmesindeki önemine işaret etmektedir. Bu bağlamda *‘‘Sağlıklı, güzel*

bir vücudun karşı cins tarafından ne derece önemsendiği’’ sorusuna karşılık katılımcı K29 şu yanıt vermiştir: *‘‘Bana göre çok önemseniyor. Kimse karşı cins için ilk etapta giyinmez belki ama onların dikkatini çekmekte hoşlandıkları kesin. Çünkü herkes beğenilmek, takdir edilmek ister. Dolayısıyla fit ve bakımlı insanlar karşı cinse de hitap ederler. Kendileri de bunun farkındadır. Hele üniversite ortamı bu konuda daha hassas bence. O yüzden saç, yüz bakımı, giyilen kıyafetler, kullanılan kozmetik ürünler hep daha fazla güzel görünme çabası içindir. Herkes sevmek, sevilme ister. Karşı cinsle ilişkiler için her zaman güzel görünmek gerekir. Kimse paspal, özensiz giyinen, bakımsız birine ilgi duymaz zaten. Bu yüzden normal karşılıyorum. Kaldı ki bu tür bir çaba aslında sadece karşı cins için değil hemcinsler arasında da popüleriteyi artırır.’’*

Katılımcı K29’un yanıtı, bireylerin fiziksel görünümüne verilen önemin hem karşı cinsle ilişkilerde hem de sosyal statü bağlamında belirleyici bir unsur olarak değerlendirildiği görülmektedir. Katılımcı K29, dış görünümün bireysel bir tercih kadar, toplumsal kabul ve beğeni kazanma aracı olduğunu vurgulamaktadır. Bu görüş, bireyin fiziksel özelliklerinin sosyal dinamikler üzerindeki etkisini ve güzelliğin biyolojik olduğu kadar kültürel ve sosyal bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle üniversite ortamına yapılan vurgu, gençler arasında güzelliğe verilen önemin arttığını ve bireylerin sosyal çevrelerinde daha fazla kabul görmek için fiziksel bakım süreçlerine yöneldiğini göstermektedir. Bu bağlamda, Katılımcı K29’un ifadeleri sosyal onay ihtiyacının önemli olduğunu göstermektedir. İnsanların beğenilme ve kabul edilme arzusu, fiziksel bakım ve estetik algısıyla doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Katılımcı K29’un güzellik ve bakım çabalarının yalnızca karşı cins için değil, hemcinsler arasında da popülerlik kazanmaya yönelik olduğunu belirtmesi, bireyler arası sosyal rekabeti ve grup içi dinamikleri göz önüne serdiği için önemlidir. Bu bakış açısı, güzelliğin bireysel tercihlerinin yanında sosyal bir sermaye olarak değerlendirildiğini göstermektedir.

‘‘Sağlıklı/ güzel bir vücut karşı cins tarafından ne derece önemsenmektedir?’’ Katılımcı E6: *‘‘Bana çok önemsenmektedir. Kim ne derse desin sağlıklı/güzel bir vücuda sahip olma arzusu öncelikli olarak karşı cins içindir. Herkesin beğenmesi, sizi güzel, fit bulması önemlidir. Hoşunuza gider illaki. Lakin özellikle gençseniz ve üniversite okuyorsanız giyim, saç- baş, bakım öncelikle karşı cins içindir. Bu sadece biriyle çıkmak istediğiniz zaman önemli olan bir şey değil. Bunun yanında sevgili olduğunuzda da kendinize dikkat etmek zorundasınız. Ayrıca arkadaşlarınız arasında da buna özen*

göstermek gerekir. Sınıfta, yemek hanede, kantinde. Yani iyi bir görünüm her tarafta gereklidir. Düşünün ki kilolu, saç başı dağınık, kötü giyinmiş, özensiz bir kıza herkes tip tip bakar. Kimse muhatap almaz bile.’’

Katılımcı E6'nın yanıtı değerlendirildiğinde, fiziksel görünümün bireyin sosyal hayatındaki önemine dair oldukça katı ve normatif bir bakış açısı benimsendiği görülmektedir. Katılımcı, sağlıklı ve güzel bir vücuda sahip olma arzusunun temel motivasyonunu karşı cinsin ilgisini çekmek olarak tanımlamakta ve fiziksel bakımın yalnızca romantik ilişkilerde değil, sosyal kabul görme sürecinde de belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcı E6'nın görüşleri, bireylerin fiziksel görünümünün sosyal ilişkilerde temel bir unsur olarak değerlendirildiği görülmektedir. Özellikle üniversite ortamında, bireylerin dış görünüşleri aracılığıyla sosyal gruplar içinde kabul görmeye çalıştığı ve fiziksel çekiciliğin bireyin statüsünü etkileyen önemli bir faktör olduğu düşüncesi öne çıkmaktadır. Katılımcı E6'nın görüşleri, fiziksel görünümün sosyal kabul ve romantik ilişkilerde oynadığı merkezi rolü vurgulamaktadır.

Üniversite gençliğinin beden algısının, güzellik ve sağlık anlayışından etkilendiği açıktır. Bu yaş grubu, fiziksel görünüm ve sağlık konularına duyarlılığı en yüksek bireylerden oluşmaktadır. İçinde bulundukları gelişim dönemi, onların psikolojik ve sosyal dinamiklerini şekillendirmekte; dolayısıyla güzellik ve sağlığa yönelik algılarını belirgin biçimde etkilemektedir. Bu bağlamda, üniversite gençliğinin kimlik edinme süreçleri, sahip oldukları güzellik ve sağlık anlayışıyla doğrudan ilişkilidir.

Gençlerin güzellik ve sağlık algısı, içinde yaşadıkları toplumun normları ve dönemin hâkim değerleri doğrultusunda değişkenlik göstermektedir. Toplumsal koşullar ve kültürel çerçeve, bireylerin beden algısını yönlendirmekte ve güzellik ile sağlık kavramlarının nasıl tanımlandığını belirlemektedir. Bu doğrultuda, kimliğin toplumsal bir olgu olduğu göz önünde bulundurulduğunda, üniversite gençliğinin kimlik inşa süreçlerinin de bu kavramlar doğrultusunda biçimlenmesi kaçınılmazdır.

Kimliğin hem değişken hem de süreklilik arz eden bir yapıya sahip olması, moda ile güzellik ve sağlık endüstrisinin sürekli yenilenmesiyle doğrudan ilişkilidir. Bu dinamik süreçler, üniversite gençliğinin kimlik oluşumuna ve dönüşümüne önemli katkılarda bulunmaktadır. Kimlik, sabit bir olgu olmaktan ziyade, çeşitli faktörlerin etkileşimiyle sürekli olarak inşa edilen bir yapı niteliği taşımaktadır. Bu faktörler zaman içinde değişime uğradıkça, bireyin kimlik algısı da dönüşmektedir.

Üniversite gençliğinin güzellik ve sağlık anlayışındaki değişimler, bedensel algılarının da yeniden şekillenmesine neden olmaktadır. Bireyler, bu algıya uyum sağlamak adına kozmetik ürünler, spor, diyet ve estetik müdahaleler gibi araçları kullanarak bedenlerini sürekli olarak yeniden inşa etmektedir. Bu durum, kimliğin de süreklilik arz eden bir güncellenme sürecine tabi olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, üniversite gençliğinin güzellik ve sağlık algısı, kimlik oluşumunda belirleyici unsurlardan biri olmaktadır.

Kimlik, sabit ve mutlak bir yapıdan ziyade, tarihsel süreç içerisinde değişen sosyo-kültürel bağlamlara göre biçimlenen dinamik ve çok katmanlı bir olgudur. Geleneksel toplum yapılarında kimlik, bireyin toplumsal konumunu belirleyen, değer yüklü ve göreceli olarak istikrarlı unsurlar etrafında inşa edilirken; modern dönemde bu yapı yerini daha esnek, dönüşken ve performatif kimlik biçimlerine bırakmıştır. Günümüz toplumlarında kimlik, bireyin estetik normlara, tüketim kültürüne ve medya temsillerine göre sürekli yeniden üretildiği, tıpkı gündelik bakım pratikleri (makyaj, giyim, beden ve saç bakımı) gibi tekrar eden ve yüzeysel biçimlerde güncellendiği bir görünüm dizisine dönüşmüştür. Böylece kimliğin geleneksel olarak taşıdığı anlam derinliği, ahlaki değerler ve toplumsal aidiyet unsurları, yerini gösterişli fakat yüzeysel ve tüketim odaklı temsillere bırakmaktadır. Neticede bireyler, kimliklerini sabit ve köklü aidiyetlerden ziyade, anlık tercihlere ve kültürel moda akımlarına göre inşa etmektedir. Çağdaş kimlik biçimleri, geçmişteki otantik ve kolektif değer temelli kimlik anlayışlarından uzaklaşmış; bunun yerine görselliğin, geçiciliğin ve bireysel arzuların belirleyici olduğu kimlik biçimlerine dönüşmüştür.

Kimlik, zamana, toplumsal koşullara ve içinde bulunulan kültürel yapıya bağlı olarak değişen ve sürekli güncellenen bir olgudur. Geleneksel olarak kimliği oluşturan unsurlar, belirli bir değer içeren ve nispeten kalıcı bir yapıya sahipken, günümüzde estetik kaygılar ve değişen güzellik anlayışları kimliğin biçimlenmesinde belirleyici hâle gelmiştir. Sosyal yaşamın ve onun ürettiği kültürün dinamik doğası, kimliklerin de tıpkı günlük yapılan makyaj, değiştirilen kıyafetler ya da düzenli vücut ve saç bakımı gibi sürekli yenilenen, değişken ve akışkan bir yapı kazanmasına neden olmaktadır.

Günümüzde kimlik oluşumunda, içsel niteliklerden ziyade dış görünüş belirleyici hâle gelmiştir. Estetik, güzellik ve sağlık anlayışı çerçevesinde şekillendirilen beden, mevcut moda ve trendleri yansıttığı için yüz, burun, kaş, yanak, göğüs, bel ve kalçalar

belirli standartlara uygun hâle getirilmekte; böylece birbirine benzer, adeta kopyalanmış kimlikler ortaya çıkmaktadır. Kimliğin inşasında estetik anlayış ve bedensel pratiklerin etkisi arttıkça, bireylerin görünüşleri homojenleşmekte ve farklılıklar giderek silinmektedir.

Estetik müdahaleler sonucunda biçimlenen bedenler, belirli bir güzellik algısına uygun olarak standartlaştırıldığı için kimliklerin özgünlüğü de kaybolmaktadır. Plastik cerrahi ve kozmetik uygulamalarla yeniden şekillendirilen yüz ve beden, bireyin kimlik algısını da dönüştürerek esnek, kırılabilir ve yapay bir kimlik anlayışını beslemektedir. Bu bağlamda, güzellik kaygıları ve estetik arzular, modüler, sürekli değiştirilebilen ve eklenip çıkarılabilen “plastik kimlikler” üretmektedir.

2.3.4.Sosyal Medya ve Dijital Beden Temsilleri

Beden algısını etkileyen temel unsurlar arasında kitle iletişim araçları önemli bir rol tutar. Bu araçlar, zaman-mekân sınırlamalarını ortadan kaldırarak dünyayı küresel bir köye dönüştürmüştür. Günümüzde yaygın ve yoğun kullanımları sayesinde bireylerin günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmişlerdir. Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, bireylerin en özel alanlarına kadar nüfuz edebilmekte ve sosyal medya araçları aracılığıyla toplumda popüler olan bireyler (örneğin sporcular, sanatçılar, modeller ve fenomenler) geniş kitleler tarafından büyük bir ilgiyle takip edilmektedir. Bu bağlamda, söz konusu kişilerin giyim tarzları, tüketim alışkanlıkları, kullandıkları eşyalar ve beden ölçüleri toplumsal normlar açısından bir referans noktası hâline gelmekte, bireyler bu unsurları benimseyerek taklit etme eğiliminde olmaktadır. Bilişim teknolojilerinin yayılma alanı ve hızı arttıkça izleme ve gözetleme pratikleri de dönüşüme uğramıştır. Geleneksel gözetim anlayışında azınlık bir grubun çoğunluğu izlemesi ön plandayken, günümüzde bu durum tersine dönerek çoğunluğun azınlığı izlemesine ve nihayetinde herkesin birbirini karşılıklı olarak takip ettiği bir yapıya evrilmiştir. Bu süreç, bireylerin popüler ve ünlü kişilerin yaşam biçimlerini yalnızca gözlemlemelerine değil, aynı zamanda kendi yaşamlarında yeniden üretmelerine de olanak tanımaktadır. Bu dönüşümün en belirgin göstergelerinden biri ise beden algısı ve bedene yönelik pratiklerdir.

İnsanlık, tarih boyunca çeşitli araçlar kullanmış ve bu araçları zamanla geliştirerek teknolojiyi ortaya çıkarmıştır. İnsan, doğayı denetim altına almak, gereksinimlerini

karşılamak ve yaşam koşullarını iyileştirmek amacıyla teknolojik yenilikler üretmektedir. Toplumsal yapıyla karşılıklı bir etkileşim içerisinde olan teknoloji, yalnızca insanın doğa üzerindeki hâkimiyetini artırmakla kalmayıp, insan ilişkileri üzerinde de derin etkiler bırakmaktadır. Teknolojik ürünler, insan yaşamını kolaylaştırma işlevi görmelerinin yanı sıra köklü dönüşümlere de yol açmaktadır. Otomobil, televizyon, bilgisayar, internet ve telefon gibi teknolojik araçlar, bireylerin yaşam biçimlerinde ve toplumsal ilişkilerinde çok yönlü ve kalıcı değişimlere neden olmuştur. Teknoloji, bireyin ve toplumun yaşamına doğrudan veya dolaylı olarak etki eden kaçınılmaz bir unsur hâline gelmiştir. McLuhan’a (2019: 45) göre teknoloji, toplumsal değişimin en önemli itici güçlerinden biridir. Toplumun gereksinimleri, teknolojik ilerlemelerin yönünü belirlerken, ortaya çıkan yeni teknolojiler de toplumsal yapıyı dönüştürmekte ve değişimi kaçınılmaz kılmaktadır.

Modern dönemde yaşanan dönüşüm, köklü ve çok boyutlu bir nitelik taşımaktadır. Bu dönüşümün temel nedenlerinden biri, teknolojinin zaman ve mekân algısını köklü biçimde değiştirerek ona yeni bir anlam kazandırmasıdır. Modernite ile meydana gelen gelişmeler, zaman-mekânın algısında önemli değişimlere yol açmıştır. Giddens’a göre, zaman ve mekân ilişkisi kavrayıştaki bu dönüşüm, modernitenin dinamik yapısını oluşturan unsurlardan biridir (Kararslan, 2019, s. 108). Modern dönemde yaşanan genel değişimlerin yanı sıra, iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, zaman ve mekân algısının dönüşümünü daha da derinleştirmiştir. Geleneksel toplumlarda zaman ve mekân, birbirini tamamlayan ve toplumsal bağlam içinde anlam kazanan kavramlar olarak görülürken, çağdaş toplumlarda bu bütünlük büyük ölçüde ortadan kalkmıştır. Bu durum, bireylerin bakış açısını, düşünce yapısını, kültürel değerlerini ve yaşam biçimlerini köklü biçimde etkilemiştir. Zaman ve mekân, insanın varoluşunun temel kategorileri arasında yer almaktadır (Harvey, 2014, s. 227). Ancak modern teknolojik gelişmeler, bu iki kavramı toplumsal bağlamından kopararak yeni bir anlayış biçimi oluşturmuştur. Bu dönüşüm, bireylerin ve toplumların sosyal yapısını şekillendirmeye devam etmektedir.

Geleneksel toplumlarda zaman ve mekân, doğanın bir parçası olarak algılanmış ve doğal döngülere bağlı olarak belirlenmiştir. Zamanın farklı ifade biçimleri, doğaya ait unsurlar aracılığıyla sembolize edilmiştir. Bu bağlamda, her toplum zamanı, doğayı deneyimleme biçimine göre kavramsallaştırmıştır. Zamanın temel belirleyicisi, doğanın nasıl tecrübe edildiğiyle ilgili pratiklerdir. Örneğin, eski Mısır’da zamanın belirleyicisi

Nil Nehri iken, eski İran'da güneşin hareketleri zamanın akışını şekillendirmiştir. Geleneksel toplumlarda zamanın doğaya içkin bir biçimde algılanması, gündelik hayatın pratiklerinin de doğal döngülere uyumlu şekilde düzenlenmesine yol açmıştır. İnsanlar güneş doğduğunda uyanmıştır. Güneş battığında uykuya çekilmiştir. Güneşin dünyaya olan uzaklığına bağlı olarak barınma ve giyim koşullarını uyarlamış, günlük aktivitelerini güneşin konumuna göre planlamışlardır. Çalışma saatleri, ibadet zamanları ve diğer toplumsal ritüeller büyük ölçüde güneşin hareketlerine göre belirlenmiştir. Ayrıca, doğum tarihleri ve ölüm yıl dönümleri gibi önemli olaylar da doğal olaylarla ilişkilendirilerek kayıt altına alınmıştır (Kararlan, 2019: 111-112).

Mekân, nesnel bir gerçeklik olarak bağımsız bir varlığa sahip değildir; aksine, toplumsal yapılar ve ilişkiler tarafından şekillendirilen bir alandır. Mekâna anlam kazandıran unsur, bireylerin eylemleri, sosyal ilişkileri ve genel olarak toplumsal yaşamıdır. Bu bağlamda, mekânı doğadan ayıran temel özellik, onun toplumsal bir niteliğe sahip olmasıdır. Dolayısıyla, insanın kendisini bir özne olarak konumlandığı ve doğa üzerinde gerçekleştirdiği her türlü düzenleme, mekân olarak değerlendirilebilir. Modernite, zaman ve mekâna dair köklü değişimler meydana getirmiş ve bu kavramları geleneksel işlevlerinden büyük ölçüde uzaklaştırmıştır. Modernitenin etkisiyle zaman ile doğa arasındaki varlıksal bağ kopmuş, zaman ve mekân iki ayrı kategori olarak ele alınmaya başlanmıştır. Geleneksel toplumlarda doğa ile iç içe algılanan zaman, modern dönemde doğadan ayrılarak yeni bir anlam kazanmıştır. Her mekân ve zaman, bireyleri şekillendirdiği gibi, bireylerin eylemleri de zaman ve mekânın dönüşümüne katkıda bulunmaktadır. Bu dinamik ilişki, zaman ve mekân tasavvurunun insan anlayışıyla birlikte inşa edildiğini ve yeni zamansal ve mekânsal düzenlemeler sonucunda yeni insan tasavvurlarının ortaya çıktığını göstermektedir (Kararlan, 2019: 125-126).

David Harvey, zaman-mekân sıkışması kavramıyla, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin mekânın algılanış biçimi üzerindeki etkisini ele almaktadır. Ona göre, özellikle ulaşımın ve ardından iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi, mekânın toplumsal yapısını dönüştürmüş ve zaman aracılığıyla mekânsal sınırların ortadan kalkmasına neden olmuştur. Harvey, bu süreci zaman-mekân sıkışması olarak tanımlamakta ve bunun toplumsal yapılar, sosyal ilişkiler, değerler, kurumlar ve normlar üzerinde köklü değişimlere yol açtığını ileri sürmektedir (Harvey, 2014: 227-270). Harvey, zaman-mekân sıkışması kavramıyla, zaman ve mekânın nesnel

özelliklerinde meydana gelen radikal dönüşümlere vurgu yapmaktadır. Sıkışma terimiyle, kapitalist sistemin tıkanıklıklarının teknoloji aracılığıyla aşılmasını ve bu bağlamda hızla gelişen teknolojiye dayalı yeni bir toplumsal sürecin ortaya çıkışını ifade etmektedir. Teknolojik ilerlemeler sonucunda, mekân ve zaman arasındaki sınırların giderek silikleştiğini ve bu dönüşümün gündelik yaşam pratiklerine doğrudan yansıdığını belirtmektedir. Artan yaşam hızı, zamanın ve mekânın eski anlamlarını yitirmesiyle birlikte, bireylerin gündelik deneyimlerinde köklü değişikliklere neden olmaktadır. Bu bağlamda Harvey, zaman-mekân sıkışmasının toplumsal yaşamda belirli sonuçlar doğurduğunu ileri sürmektedir. Bu sonuçlar arasında gelip geçicilik, anlık tepki verme zorunluluğu, kısa vadeli ve göstergeler ile imajların yoğun üretimi bulunmaktadır. Ayrıca, bu göstergeler ve imajlar, bireyler tarafından gerçekliğin kendisi olarak algılanmakta ve toplumsal anlam dünyasını şekillendirmektedir (Kararslan, 2019: 128).

Anthony Giddens, zaman ve mekân ayrımı kavramını kullanarak, Harvey'in zaman-mekân sıkışması yaklaşımına benzer bir şekilde modern toplumların dönüşümünü açıklamaktadır. Giddens'e göre, modern çağı önceki dönemlerden ayıran temel unsur, aşırı dinamizmdir. Bu aşırı dinamizm, enformasyon birikiminin etkisiyle hız kazanan küresel ölçekteki teknolojik yayılma sonucunda meydana gelen toplumsal değişim ile doğrudan ilişkilidir. Ona göre, modern toplumlarda değişim hızı yalnızca geçmiş dönemlere kıyasla artmakla kalmamış, aynı zamanda önceki toplumsal pratikleri ve davranış kalıplarını daha kapsamlı ve derinlemesine etkileme gücüne ulaşmıştır. Giddens, bu dönüşümü zaman ve mekânın ayrışması kavramsallaştırması çerçevesinde ele almaktadır. Küreselleşme süreci bağlamında değerlendirilebilecek bu durum, enformasyon, teknoloji ve ulaşım alanlarındaki hızlı gelişmelerle mekânsal uzaklıkları ve zamanın sınırlarını ortadan kaldırarak yeni bir toplumsal gerçekliği ortaya çıkarmaktadır. Böylece zaman ve mekân, evrensel bir nitelik kazanarak küresel ölçekte "zamansızlık" ve "mekânsızlık" kavramlarına işaret etmektedir. Giddens'e göre, modernite öncesi toplumlar, bulundukları mekâna özgü bir zaman algısıyla hareket etmekteydi. Her mekânın kendine özgü bir zamanı bulunmaktaydı ve toplumsal yaşam bu doğrultuda şekillenmekteydi. Ancak moderniteyle birlikte zaman, evrenselleşmiş ve farklı mekânlarda yaşayan toplumlar için ortak bir ölçüt hâline gelmiştir. Bu bağlamda, modernite "zamansız zaman" ve "mekânsız mekân" olgusunu ortaya çıkararak, toplumsal yapıları yeniden şekillendirmiştir (Giddens, 2013: 25-26).

Teknoloji, her dönemde ilerleme kaydetmiş ve toplumsal değişime önemli katkılarda bulunmuştur. Ancak Sanayi Devrimi ile başlayan dönüşüm süreci, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birleşerek küresel ölçekte devrim niteliğinde bir değişimi beraberinde getirmiştir. Sanayi Devrimi'nden itibaren yaşanan çok yönlü dönüşüm, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler ve özellikle internetin yaygınlaşması, bazı düşünürler tarafından yeni bir çağın başlangıcı olarak değerlendirilmesine yol açmıştır. Bu dönüşüm sonucunda ortaya çıkan toplum, bilişim toplumu, dijital toplum veya internet toplumu gibi kavramlarla ifade edilmektedir. Bu toplumsal yapının temel belirleyicileri bilgi, bilgi ve iletişim teknolojileri ile internet olarak öne çıkmaktadır. Her ne kadar bilgi ve iletişim, tarih boyunca tüm toplumların temel unsurlarından biri olmuş ve toplumsal, ekonomik ve siyasal gelişimlerinde belirleyici bir rol oynamışsa da Sanayi Devrimi ile ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, niteliksel olarak devrimsel bir boyut kazanmıştır. Özellikle kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, uydu teknolojilerinin gelişimi, kişisel iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve bilgiye erişimin hızlanması, toplumsal yapıları köklü bir biçimde dönüştürmüştür. Kişisel bilgisayarların, cep telefonlarının ve internetin kullanımının yaygınlaşması, toplumları bilişim toplumuna dönüştürmüş ve bu dönüşüm, bireylerin yaşam biçimi olmuştur. Sosyal hayatın her alanında küresel iletişim ağları, ekonomik, siyasal ve toplumsal etkileşim süreçlerinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Bu dönüşümün merkezinde ise internet yer almaktadır. İnternet, belirli bir merkezi olmayan, ancak küresel ölçekte bireyleri, kurumları ve bağımsız bilgisayar sistemlerini bir araya getiren, sürekli iletişim ve etkileşim imkânı sunan bir ağ yapısına sahiptir. İnternetin en dikkat çekici özelliklerinden biri, dünya çapında bireysel bağlantı imkânı sunmasının yanı sıra, olağanüstü yayılma hızıdır (Slattery, 2017: 399-400).

İnternet, çağdaş iletişim teknolojilerinin temel yapı taşıdır. Multimedya özellikleri sayesinde farklı biçimlerde kendini gösteren ve çeşitli şekillerde işlevsel hale gelen internet, küresel ölçekte etkileşim sağlayan ve modern yaşamla bütünleşmiş bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. İnternetin en dikkat çekici özelliklerinden biri, kullanıcılarının yalnızca tüketici değil, aynı zamanda içerik üreticisi konumunda olmasıdır. Kullanıcılar, dijital ortamda içerik üreterek ve paylaşarak ağı yapısını sürekli olarak şekillendirmektedir. Günümüzde internet tabanlı teknolojik araçlar yaşamın merkezinde yer almaktadır. Gündelik hayatın her alanına, sosyal ilişkilerin her anına

nüfuz etmektedir. Bu nedenle internet toplumsal yaşamı etkilemekle, onu yönlendiren ve yeniden inşa eden bir unsur hâline gelmektedir (Castells, 2013: 463-465).

Teknoloji ve toplumsal yaşam arasındaki karşılıklı etkileşim, derin dönüşümler doğurmakta ve yeni toplumsal paradigmaların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bu dönüşümler arasında dikkat çekici olanlardan biri de gözetim olgusudur. Teknolojik gelişmeler, bireylerin devamlı gözetim altında olduğu bir toplum yapısını kaçınılmaz hâle getirmektedir. Bununla birlikte, gözetimin niceliksel olarak artması niteliksel olarak da dönüşmesine neden olmaktadır. Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte gözetim pratikleri daha yaygın, sistematik ve çok katmanlı bir hâl almıştır. Bu durum, bireylerin mahremiyet algısını ve toplumsal denetim mekanizmalarını köklü biçimde değiştirmektedir (Okmeydanı, 2017: 46).

İnternet tabanlı bilişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte sosyal medya platformlarının kullanımı yaygınlaşmış ve bireyler, farklı amaçlarla çeşitli uygulamalardan faydalanmaya başlamıştır. Bu platformlar, bireylere iletişim kurma, yeni insanlarla tanışma ve görüntülü görüşme yapma imkânı sunmaktadır. Sosyal medya, bireylerin zaman ve mekân sınırı olmaksızın, evde, iş yerinde, okulda, açık alanlarda ya da günlük yaşamın farklı mekânlarında fikirlerini, mesleki faaliyetlerini, ilgi alanlarını ve günlük rutinlerini paylaşabildiği bir ortam sağlamaktadır. Kullanıcılar, bu mecralar aracılığıyla fotoğraf ve video paylaşabilmekte, başkalarını takip edebilmekte ve çeşitli etkileşimlerde bulunabilmektedir.

Sosyal medya platformları yalnızca bireyler arası etkileşimi değil, aynı zamanda istihdam olanaklarını ve sosyal ilişkilerin şekillenmesini de etkilemektedir. Bu mecralar üzerinden iş fırsatlarına ulaşmak, profesyonel ağlar oluşturmak ve hatta romantik ilişkiler geliştirmek mümkün hâle gelmiştir. Hatta bazı bireyler, bu platformlar aracılığıyla tanışıp evlilik gibi uzun vadeli ilişkiler kurabilmektedir. Öte yandan, sosyal medya bireylerin yalnızca kendi yaşamlarını paylaşmalarına değil, aynı zamanda başkalarının hayatlarını gözlemlemelerine de olanak tanımaktadır. Kişisel verilerin ve görsellerin paylaşımı, bireylerin birbirleri hakkında ayrıntılı bilgilere erişmesini sağlamakta ve mahremiyet sınırlarının yeniden tanımlanmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, modern toplumlarda gözetim olgusu giderek daha önemli bir hâle gelmiştir. Sosyal medya, bireylerin kendi yaşamlarını teşhir ettiği, aile, iş ve sosyal çevrelerine dair bilgileri geniş kitlelerle paylaştığı bir alan hâline gelmiştir (Aydın, 2014: 137). Bu süreç, bedenin

algılanışında ve bireysel kimliğin yeniden inşasında da belirleyici bir rol oynamaktadır. Dijital ortamlarda bireylerin kendilerini nasıl sundukları, bedenlerini ve kimliklerini nasıl temsil ettikleri, toplumsal normların ve bireysel kimlik inşasının dönüşümüne katkıda bulunmaktadır.

Modern gözetim toplumunun oluşumu ve gözetim olgusunun teorik olarak açıklanması konusunda en önemli değerlendirmelerden biri Michel Foucault'ya aittir. Gözetim toplumunu anlamak ve gözetim mekanizmasını kavramsallaştırmak adına, Jeremy Bentham tarafından geliştirilen ve Foucault'nun söylemiyle derinlik kazanan panoptikon metaforu, özellikle bilişim teknolojileriyle şekillenen çağdaş dünyada gözetim olgusunu analiz etmek için önemli bir çerçeve sunmaktadır (Özcan, 2015: 193). Foucault'nun panoptikon kavramsallaştırması, kökenini Yunan mitolojisinde yer alan Panoptes figürüne dayandırmaktadır. Mitolojik anlatıya göre Argus Panoptes, her şeyi görebilen ancak kendisi asla görünmeyen olağanüstü güçlü bir varlık olarak tasvir edilmektedir. Bu anlatıya göre Panoptes'in yalnızca bir gözü vardır ve bu göz aracılığıyla her an her şeyi gözlemleyebilir. Başka bir mitolojik versiyona göre ise Panoptes'in bedeni, tamamen gözlerle kaplıdır ve bu sayede sürekli bir gözetim yetisine sahiptir. Panoptikon tasarımı çağdaş toplumlarda sistematik ve sürekli gözetim mekanizmalarını açıklamak için kullanılması, gösteri toplumunda bireylerin denetlenmesi sürecini anlamada önemli bir teorik perspektif sunmaktadır. Günümüz dijital gözetim sistemleri, bireylerin farkında olmadan sürekli olarak izlendiği, veri akışlarının takip edildiği ve denetimin süreklilik arz ettiği bir yapıyı beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda panoptikon tasarımı, modern gözetim pratiklerinin yalnızca fiziksel mekânlarla sınırlı kalmayıp zamanla dijital platformlar aracılığıyla kapsamlı ve içkin bir nitelik kazandığını ortaya koymaktadır (Okmeydanı, 2017: 58).

Panoptikon, özgün bir hapisane mimarisi olarak Jeremy Bentham tarafından 1785 yılında geliştirilmiştir. Bentham'ın bu modelle temel amacı, bireylerin zihinlerini ve bedenlerini disipline ederek onları topluma yeniden kazandırmayı sağlayacak bir içselleştirme mekanizması tasarlamaktır. Panoptikon yapısı, merkezde bir gözetleme kulesinin bulunduğu ve bu kulenin etrafında dairesel biçimde düzenlenen mahkûm hücrelerinden oluşmaktadır. Her hücrede yalnızca bir mahkûm bulunmakta olup, hücreler arasındaki yüksek duvarlar mahkûmların birbirleriyle iletişim kurmasını engellemektedir. Bu modelde mahkûmlar sürekli olarak gözetleme kulesinde bulunan bir gözetleyici

tarafından denetlendiğine inanır. Hücresinin iki penceresi bulunmaktadır: İç kısımda yer alan pencere gözetleme kulesine bakarken, dış kısımdaki pencere ise hücreye ışık girişini sağlamaktadır. Bu mimari tasarım, gözetleyicinin mahkûmları her an izleyebilmesine olanak tanırken, mahkûmların gözetleyiciyi görmelerini imkânsız hâle getirmektedir. Gözetleme kulesinin hareketli olması, otoritenin denetimini sürekli kılmakta ve mahkûmların her an gözlem altında olduklarına dair bir algı oluşturmaktadır. Foucault'ya göre panoptikon modeli, fiziksel bir hapishane yapısı olmanın ötesinde, modern toplumlarda disiplin mekanizmalarının işleyişini açıklayan bir model olarak değerlendirilmektedir. Mahkûmlar her an izlenmeseler dahi, sürekli gözetim altında olduklarına inandıkları için davranışlarını bu doğrultuda şekillendirmektedirler. Bu durum, bireylerin içselleştirilmiş bir denetim mekanizması doğrultusunda hareket etmelerine yol açarak, otoritenin bireyler üzerindeki etkisini kalıcı hâle getirmektedir (Foucault, 2006: 296-297).

Panoptikon sisteminin en belirgin etkisi, mahkûmlarda sürekli gözetim altında olduklarına dair bilinçli ve içselleştirilmiş bir görünürlük hali yaratmasıdır. Bu gözetim durumu, yalnızca gözetleme kulesindeki bir denetleyicinin varlığıyla sınırlı değildir. Aksine, panoptik gözetim mekanizması, mahkûmların günlük rutinlerinin, alışkanlıklarının ve tüm davranışlarının belirli kurallar çerçevesinde tasarlanması, düzenlenmesi ve yönlendirilmesi yoluyla işlerlik kazanmaktadır. Bu denetim süreci, hapishane ortamında uygulanan eğitim ve disiplin mekanizmaları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Gözetimin etkinliği, yalnızca fiziksel kontrol ve doğrudan denetimle değil, aynı zamanda mahkûmların bilgi ve eğitim süreçleri yoluyla gözetlenmeye koşullandırılmasıyla sağlanmaktadır. Böylece birey, yalnızca dışsal bir otoritenin baskısıyla değil, aynı zamanda kendi davranışlarını sürekli olarak denetleme gerekliliğini içselleştirerek disipline edilmektedir. Panoptikon, tek bir gözetleyicinin aynı anda çok sayıda bireyi izleyebilmesine imkân tanıyacak şekilde titizlikle tasarlanmış bir sistemdir. Bu modelde gözetimin sürekliliği, mahkûmların kendilerini her an izleniyor olarak hissetmelerine dayanmaktadır. Böylece otorite, fiziksel müdahaleye gerek duymadan bireyler üzerinde sürekli bir denetim mekanizması oluşturmakta ve bireylerin davranışlarını yönlendirmektedir (Foucault, 2006: 297-300).

Disiplin toplumunun temel niteliğini oluşturan hapishanelerdeki kontrol mekanizmaları, yalnızca cezaevleri ile sınırlı kalmayıp, gözetim altına alınan bireylerin

bulunduğu çeşitli kurumsal yapılara da uyarlanabilmektedir. Bu çerçevede, hapishaneler, ticarethaneler, ıslahevleri, yoksullar evleri, istasyonlar, fabrikalar, hastaneler ve okullar gibi birçok kurumda benzer denetim teknikleri uygulanmaktadır. Gözetim mekanizmalarının bu şekilde geniş bir alana yayılması, önceki iktidar biçimlerine alternatif bir denetim anlayışının gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda, Panoptikon modeli yalnızca hapishanelerle sınırlı kalmayıp, modern toplumların iktidar ilişkilerinin örgütlenmesine yönelik genelleştirilebilir bir yapıya dönüşmektedir (Giddens, 2013: 52). Panoptikon, bireyler üzerinde sürekli bir görünürlük hali oluşturur. Gözetim altındaki bireyler, sürekli izlendiklerinin farkında olmayabilir veya izlendiklerini bilseler dahi otoriteye itaat ederek kendilerini inşa etme çabası içinde olabilirler (Demir, 2017: 59).

Bauman ve Lyon'a göre, Bentham'ın 18. yüzyılın sonlarında geliştirdiği Panoptikon kavramı, zamanla Foucault tarafından iktidarın ve tahakkümün temel bir unsuru olarak yorumlanmış, dolayısıyla tüm toplumsal düzenin evrensel bir modeli haline getirilmiştir (Bauman, Z., ve D. Lyon, 2013: 849). Foucault'ya göre, Panoptikon modern toplumun temel yapısal özelliklerinden biridir. Ona göre panoptizm, gözetim, denetim ve disiplin mekanizmaları aracılığıyla toplumda mevcut iktidar ilişkilerinin temel bir boyutunu oluşturur (Foucault, 2020: 235). Panoptikon, görünmeden gözetleme ilkesine dayanan, tek bir gözetleyen tek bir bakışla çok sayıda ve farklı bireyi aynı anda denetleyebilmesine olanak tanıyan, hassasiyetle tasarlanmış bir sistemdir (Kızılcılık, 2020: 177). Foucault, panoptik düzeni, gözetim olgusunu açıklamak için bir ideal tip olarak kullanmıştır (Foucault, 2020: 263). Panoptikon modeli, modern gözetim anlayışının teorik çerçevesini şekillendirmiş, özellikle iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte yeni gözetim biçimlerine ilham kaynağı olmuştur. Bu bağlamda, 18. yüzyılda ortaya çıkan gözetim fikri, modern dönemde yeni teknolojik araçlarla daha geniş bir denetim pratiğine dönüşmüştür. Gözetim kavramı, iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler doğrultusunda panoptikon modelinin ötesine geçerek farklı bir kavramla ifade edilmeye başlanmıştır: sinoptikon. Sinoptikon, gözetimin elektronikleştiği, küreselleştiği, dinamik bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Okmeydanı, 2017: 58).

Düşünür Mathiesen tarafından ilk kez 1997 yılında kullanılan sinoptikon kavramı, panoptikon modelinden farklı olarak, çok sayıda bireyin az sayıda kişiyi izlemesi olgusunu ifade etmektedir. Sinoptikon, bireylerin zaman ve mekâna bağlı kalmaksızın

elektronikleşme sayesinde başkalarının hayatlarını gözetlediği ve takip ettiği bir gözetim sürecine işaret etmektedir (Toktaş vd., 2012: 33). Çağdaş bir gözetim yöntemi olan sinoptikon, panoptikon'dan farklı dinamiklere sahiptir. Bu modelde, çoğunluk azınlığı izler; azınlık ise söylemleri ve görünürlüğü aracılığıyla çoğunluğu yönlendirir. Çoğunluk, gözlemlediği azınlığın söylemlerinden etkilenecek kendini biçimlendirmekte, onlarla özdeşleşmekte ve onların davranış kalıplarını benimsemektedir. Böylece, azınlığın yönlendirmesiyle çoğunluk pasifleştirilmekte ve belirli bir düşünce ve davranış biçimine kanalize edilmektedir (Demir, 2017: 59).

Sinoptikon modelinde, izlenen bireyler aynı zamanda izleyici konumuna geçmektedir. Bu bağlamda, çoğunluk azınlığı gözlemlemekte ve yönlendirmektedir. Panoptikon modelinde, gözetimi sağlayan yapı, bireyleri gözlemleyebileceği mekânları bizzat oluştururken, sinoptikon herhangi bir baskı mekanizmasına ihtiyaç duymadan bireyleri izlemeye teşvik etmekte ve hatta kışkırtmaktadır. Böylece, gözetim gönüllülük esasına dayalı karşılıklı bir rıza sürecine dönüşmekte ve bu rızanın sürekli yeniden üretilmesiyle küresel gözetim sistemi kesintisiz bir döngü halini almaktadır. Çoğunluk, popüler figürleri ve medyatik kişilikleri takip ederek belirli estetik normları içselleştirmekte ve bu doğrultuda bedenlerini biçimlendirmeye çalışmaktadır. Beden ölçüleri, ten rengi (örneğin bronzlaşma çabası) ve vücut şekillendirme gibi pratikler, toplumun geniş kesimlerinde yaygınlaşarak bir taklit sürecine dönüşmektedir. Böylece beden, sanal ortamın etkisiyle sürekli olarak yeniden yapılandırılan bir temsil alanına evrilmiştir (Çakır, 2014: 396-398).

Panoptikon modelinde izlenen bireyler, zamanla izleyici konumuna dönüşmüştür. Panoptikon, bireylerin dört duvar arasında sürekli gözetim altında tutulduğu bir mekanizma iken, sinoptikon baskısız, şartsız ve haz verici bir seyretme eylemine evrilmiştir. Bu modelde, toplum belirli bir süzgeçten geçmiş bireyleri izlemekte; önceki gözetim yapısında azınlık çoğunluğu izlerken, sinoptikon düzeninde çoğunluk azınlığı gözlemlemektedir. İzlenen kesim, genellikle sanat ve spor dünyasının önde gelen isimleri, moda endüstrisinin belirleyici figürleri ve televizyon ile şov dünyasının popüler simalarıdır. Bu kişiler, geniş kitlelere imrenilecek bir yaşam tarzının mesajını iletmede ve özellikle beden algısı üzerinde etkili olmaktadır. Influencer ve fenomen olarak adlandırılan bu figürler, moda, giyim, makyaj gibi konularda popüler estetik anlayışlarını yaygınlaştırarak bireylerin bedenlerini bu normlara göre şekillendirmelerinde belirleyici

bir rol oynamaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarında makyaj üzerine içerik üreten fenomenler, milyonlarca kişi tarafından takip edilmekte ve sundukları görsellik bireyler tarafından kendi bedenleri üzerinde uygulanmaktadır. Bu süreç, popüler figürlerin kitleler üzerindeki etkisini artırarak beden algısının dönüşümünde önemli bir mekanizma haline gelmektedir (Öztürk, 2013: 142).

Sosyal medya araçlarının yaşamın her alanında aktif olarak kullanılmasıyla birlikte, çoğunluk azınlığı izlemekte, takip etmekte ve azınlığın yaşam tarzını içselleştirerek onun kontrolü altına girmektedir. Sinoptikon, bireylerin bilinçaltına fark ettirmeden mesajlar ileterek, onların bu mesajlara uygun şekilde davranışlarını biçimlendirmesine olanak tanımaktadır. Bu süreçte, mesajların taşıyıcısı konumunda genellikle sporcular, sanatçılar, mankenler, fenomenler ve moda ikonları gibi popüler ve görünürlüğü yüksek figürler bulunmaktadır. Bireyler, görsel alanda sürekli olarak karşılaştıkları bu popüler kişilere hayranlık duymakta ve onları birer kahraman olarak algılayarak takip etmekte ve taklit etmektedir. Sosyal medya aracılığıyla yapılan yönlendirmeler, bireyin hayalini kurduğu ve benzetmek istediği kişilere öykünmesine yol açarak, bireyin hem dış görünüşünü hem de davranışlarını dönüştürmesini teşvik etmektedir. Sinoptikon modelinde izleyici konumundaki çoğunluk, gözlemlediği unsurları bedenine, davranışlarına ve yaşam tarzına uyarlamaya çalışmaktadır (Demir, 2017: 60). Popüler figürlerin yaşam tarzları giderek arzulanmakta ve bireyler, onlar gibi izleyici kitlesinin önünde bir yaşam sürdürmek istemektedir. Bu bağlamda, popüler figürlerin sahip olduğu beden idealize edilmekte ve bireyler, çekici, cazibeli ve sürekli görünür olma arzusu doğrultusunda bedenlerini bu ideallere göre inşa etmektedirler (Niedzviecki, 2009: 26).

Dijital araçların yaygınlaşması, çağdaş gözetim pratiklerinin dönüşümünü açıklamak açısından önemli bir zemin sunmaktadır. Bu dönüşüm, karşılıklı gözetimin merkezde olduğu yeni bir izleme paradigmasını ortaya çıkarmıştır. Söz konusu yeni gözetim modeli, farklı düşünürler tarafından çeşitli kavramlarla açıklanmıştır. Örneğin, Mark Poster (1990) bu durumu süperpanoptikon, Roy Boyne (2000) post-panoptikon, Jeffrey Rosen Omniptikon, Mark Andrejeviç (2007) dijital kuşatma, Zygmunt Bauman ve David Lyon (2012) ise akışkan gözetim kavramlarıyla tanımlamaktadır (Okmeydanı, 2017: 59).

Süperpanoptikon, sanal ortamda bireylerin karşılıklı olarak birbirini izlemesini ifade etmektedir. Dijitalleşen dünyada panoptikon modeli de dönüşüme uğramış;

öncelikle azınlığın çoğunluğu izlediği panoptikon, ardından çoğunluğun azınlığı izlediği sinoptikon aşamasına evrilmiş, son olarak herkesin herkesi izlediği süperpanoptikon modeline dönüşmüştür. Süperpanoptikonda, azınlık çoğunluğu izlerken aynı zamanda çoğunluk hem çoğunluğu hem de azınlığı izleyebilmekte, dolayısıyla gözetim karşılıklı ve sürekli bir hal almaktadır. Süperpanoptikon özellikle internet ve iletişim teknolojileri aracılığıyla sosyal medya platformlarında kendini göstermektedir. Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp ve TikTok gibi dijital mecralar, bireylerin gözetim sürecine aktif katılım sağladığı ortamlar olarak işlev görmektedir. Bu yeni gözetim formunda bireyler, sosyal medya aracılığıyla birbirlerini takip edebilmekte, paylaşımlar aracılığıyla hem görme hem de görünür olma sürecine katılmaktadırlar. Kullanıcılar, sosyal medya platformlarında metin, görsel ve video içerikleri paylaşarak hem izleyen hem de izlenen konumuna gelmektedir. Özellikle akıllı telefonlar gibi teknolojik araçlar, bireylerin konumlarını ve günlük yaşam pratiklerini anlık olarak paylaşımlarına imkân tanımakta ve gözetim sürecini kesintisiz hale getirmektedir. Böylece, izlemek-izlenmek, görmek-göstermek, dijitalleşen toplumun doğal ve temel bir davranış biçimine dönüşmektedir (Öztürk, 2013: 140).

Panoptikon tasarımıından türeyen süperpanoptikon, bireylerin elektronik ve bilişim teknolojileri aracılığıyla gözetimi gönüllü olarak kabul ettiği yeni bir denetim formunu temsil etmektedir. Dijitalleşme ve küreselleşme süreçleriyle şekillenen bu yeni gözetim biçimi, çağdaş toplumlardaki denetim mekanizmalarının dönüşümünü açıklamak açısından önemlidir. Çağdaş dünyada baskıcı ve zorlayıcı gözetim biçimlerinin yerini, bireylerin ilgisini çeken, eğlenceli ve cazip gelen rıza temelli gözetim pratikleri almıştır. Geleneksel sansür ve baskı mekanizmaları, bireylere alternatif bir davranış biçimi sunmazken; gönüllü gözetim modeli, bireyleri ikna ederek, onları bu sürecin aktif katılımcıları haline getirmektedir (Çığ, 2016: 101). Günümüzde küresel ölçekte yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformları, bireylerin izleme ve izlenme süreçlerine gönüllü olarak katıldığı süperpanoptikon modelinin en belirgin tezahürlerinden biridir. Kullanıcılar, paylaşımları aracılığıyla beğeni, takipçi sayısı ve sosyal etkileşim üzerinden bir tür sosyal kimlik ve kişisel tatmin elde etmekte; böylece gözetim, bireyler arasında karşılıklı ve sürekli bir pratik haline gelmektedir. Bu durum yalnızca bireylerin gözetimi içselleştirmesiyle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda yeni bir toplumsal kültürün inşasına da katkıda bulunmaktadır (Akça, 2005: 11).

Sosyal medya platformları, bireylere yeni bir kamusal alan sunarak, gözetleme (merak) ve gözetlenme (beğeni) kültürünü daha geniş bir çerçevede deneyimleme imkânı sağlamaktadır. Dijital ortamın sunduğu bu özgürlük, bireylerin hem ötekine ulaşma hem de gözetleme pratiklerini genişletmelerine olanak tanımaktadır. Bireyler sosyal medya araçlarının sunduğu bu özgür ortamda, kendilerine benzeyen diğer kullanıcıların paylaşımları aracılığıyla özgürlüğün dönüşümünü gözlemleyerek merak duygusunu tatmin etmekte ve çağdaş toplumda yaygınlaşan beğenme/beğenilme arzusunu gerçekleştirme fırsatı bulmaktadır. Sosyal medya, bireylerin özel yaşamlarına ait bilgi ve görselleri izleyicileriyle gönüllü olarak paylaşarak kendi kimliklerini inşa etmelerine ve görünürlük kazanmalarına olanak tanımaktadır. Böylece, beğeni ve takipçi sayısı, bireyler için bir tür değer ölçütü haline gelmekte, dijital dünya gözetim ve beğeni kültürünün merkezine oturmaktadır. Özellikle gençler, sosyal medya aracılığıyla hazzı yaşamak amacıyla bu gözetim sürecine gönüllü olarak katılmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya platformları karşılıklı rıza ve gönüllülük esasına dayalı bir yapı inşa etmektedir. Kullanıcılar hem gözetleyen hem de gözetlenen konumunda yer almakta; bireyler, dijital platformlardaki paylaşımlarıyla *kendi çevrelerinin sıradan ünlüleri* haline gelmektedir. Böylece sosyal medya, bireylerin duygusal tatmin, sosyal statü ve eğlence ihtiyaçlarını karşıladığı dijital bir gözetim arenası olarak işlev görmektedir (Şener, 2016: 66-67).

Toplumdaki bireyler, gözetim pratiklerini özellikle bedenleri üzerinden gerçekleştirmektedirler. Bedenlerini, spor, makyaj, son moda kıyafetler ve estetik ameliyatlara gibi yöntemlerle şekillendirip, en iyi şekilde biçimlendirme çabasına giren bireyler, bu süreçleri sosyal medya platformlarında sürekli olarak paylaşarak bedenlerini görünür kılma ve estetik açıdan hoş bir biçimde sergileme yarışı içerisine girmektedirler. Lyon'a (2018, s. 233) göre, bu durum, bireylerin gözetlemeyi içselleştirdiği ve aynı zamanda kendini denetleme ve kontrol etme süreçlerini bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde gerçekleştirerek bedenlerini biçimlendirdiği bir süreci yansıtmaktadır. Günümüz toplumunda, sosyal medya aracılığıyla sağlanan etkileşim, panoptikonun sadece hapisane gibi kapalı kurumlarla sınırlı yapısını aşarak günlük yaşamın her alanına taşımaktadır. Artık bireyler, yalnızca kapalı alanlarda değil, her yerde gözetlenme ve gözetleme süreçlerine tabi olmaktadır. İletişim teknolojileri ve sosyal medya araçları, tüm toplumu gözetimin nesnesi haline getirmekte, bireylerin her an gözetim altında olmalarını sağlayan bir dijital gözetim yapısı oluşturmaktadır (Lyon, 2018: 233).

Günümüzde sosyal medyanın bireylerin gündelik yaşamlarına entegrasyonu, dijital sosyalleşme kavramı ile açıklanabilir. Bu bağlamda, bireyler yalnızca iletişim kurmakla kalmayıp, aynı zamanda sanal topluluklara katılarak sosyal kimliklerini pekiştirme ve güncel olaylardan haberdar olma imkânı bulmaktadır. Örneğin “Sosyal medya araçlarını (WhatsApp, instagram, facebook gibi) kullanıyor musunuz?” ‘Kullanıyorsanız ne amaçla kullanıyorsunuz?’ Katılımcı K23 şöyle yanıtlamaktadır: *“Aktif olarak instagram, whatsApp ve tiktok kullanıyorum. Günün bir kısmı bunlarla geçiyor diyebilirim. Hatta peş peşe olmamak kaydıyla, günün farklı zamanlarında ortalama 4/5 saatimi alıyor. İnsanları, arkadaşlarımı, çevremi, popüler kişileri takip etmek, onların neler yaptığını, neler paylaştığını merak ediyorum. Buradan gerek ailem gerek arkadaşlarım gerekse çevremle iletişim kurup bağlantıda kalabiliyorum. Mesela yılın çoğu okulda olduğumuz için ailemden vs. uzağım ama neredeyse yapıp ettikleri her şeyi sosyal medyadan öğrenebiliyorum. Hem böylece eğlenmiş, vakit geçirmiş oluyorum. Hem de bu sayede pek çok şeyden haberdar olmuş oluyorum. Aynı şekilde ben de paylaşıyorum. Ya sosyal medyayı kullanmayan yok sanırım. Günümüzdeki en çok uğraşılan şeylerden biri.”*

Katılımcı K23’ün yanıtı değerlendirildiğinde, sosyal medyanın bireylerin günlük yaşamındaki merkezi rolü ve çok yönlü işlevleri vurgulanmaktadır. Katılımcı K23, Instagram, WhatsApp ve Tik Tok gibi platformları aktif olarak kullandığını belirterek, sosyal medyanın yalnızca iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda eğlence, sosyalleşme ve bilgi edinme amaçlarıyla da önemli bir yer tuttuğunu ifade etmektedir. Katılımcı K23’ün sosyal medya kullanımına ilişkin motivasyonları, bireysel ve toplumsal bağlamda değerlendirildiğinde, bu platformların bireyler arasındaki bağları güçlendiren ve fiziksel mesafeleri aşmayı mümkün kılan araçlar olduğu görülmektedir. Katılımcı K23’ün özellikle ailesinden uzakta olması nedeniyle sosyal medyanın bir tür bağlayıcı işlev gördüğünü belirtmesi, dijital iletişim teknolojilerinin bireylerin aidiyet duygusunu desteklediğini göstermektedir. Bununla birlikte, sosyal medyanın bir gözlem aracı olarak kullanılması, bireylerin başkalarını takip etme ve kendi kimliklerini inşa etme sürecinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Katılımcı K23’ün yanıtında sosyal medyanın bireyler arasında yaygın bir uğraş haline geldiği vurgulanmakta ve bu platformların kullanımının neredeyse kaçınılmaz olduğu ima edilmektedir.

Katılımcıların sosyal medya üzerinden bedenlerini, paylaştıkları fotoğraf, videolarla ile nasıl sergilediklerini, daha iyi görüntü için bedenlerini nasıl

yapılandırdıkları, ile ilgili sorulara karşılık verilen cevaplar önemli ipuçları sunmaktadır. Katılımcıların yanıtları, teknolojiyi bedenlerini yapılandırma, sosyal medyada kendini sunma ve dijital kimlik inşası bağlamında önemsedikleri, yoğun bir şekilde kullandıkları görülmektedir. “Sosyal medya araçlarında neler paylaşırsınız?” Katılımcı K23: *“Bana dair gün içinde duruma göre, ruh halime göre birçok şey paylaşabiliyorum. Bazen okuldaki bir anı, bazen güzel bir manzarayı, bazen güzel sözleri, bazen şiir, bazen kırılgan, kızgın olduğum bir şeyi, bazen mutlu olduğum, keyif aldığım şeyleri vs. WhatsApp üzerinden durum paylaşımı çok yaparım mesela.”* “Bunlar üzerinden fotoğraf, video paylaşır mısınız?” Katılımcı K23: *“Epey paylaşım yaparım. Sevdiğim, güzel bulduğum, hoşuma giden, ilgimi çeken şeyleri, olay, durum vs. fotoğraf ve videoları sıkça paylaşıyorum. Böylesi eğlenceli geliyor. Güzel vakit geçirmiş oluyorum.”* “Bedeninizle ilgili fotoğraf, video paylaşır mısınız, paylaşırken dış görünüme ne derece dikkat edersiniz?” Katılımcı K23: *“Evet paylaşıyorum. Kendimle ilgili çektiğim fotoğraf olsun, video olsun çekmeden önce mutlaka bir ön hazırlık yaparım. Mutlaka saçlarımı kendimce yapar, şekillendiririm. Güzel, yakışacak, göz alıcı bir makyajla tamamlarım. Kıyafetimin de iyi olması gerekir. Elbisemi yeterince iyi bulmazsam değiştiririm. Örneğin evin/yurdun içindeysem o özensiz halimle fotoğraf çekilip paylaşmam. Yine kıyafetlerimi değiştirir, saçım makyajımla uyumlu bir elbise giyer öyle çeker ve paylaşıyorum. Bu fotoğraflardan da özellikle güzel çıktığım fotoğrafları seçerim. Kısacası bu konuda özenliyim. Mümkün mertebe en iyi halimle çektiğim fotoğraflarımı paylaşıyorum. Sıradan halimle fotoğraf çekilmem zaten. Mesela kilolu olduğumu hissettiğim zamanlarda boydan fotoğraflarımı paylaşmam.”*

Paylaşımların bireyin ruh hali, ilgi alanları ve günlük yaşantısına bağlı olarak değişkenlik gösterdiği belirtilmekle birlikte, özellikle beden temsili konusunda titizlikle hareket edildiği görülmektedir. Bedenle ilgili fotoğraf ve videoların paylaşımı konusunda katılımcının sergilediği özen, günümüz dijital kültüründe yaygın olan “kendini en iyi haliyle sunma” pratiğini yansıtmaktadır. Fotoğraf çekmeden önce saç, makyaj ve kıyafet seçimine büyük önem verilmesi, bireyin fiziksel görünümünün dijital platformlarda nasıl algılanacağına dair bilinçli bir farkındalık taşıdığını göstermektedir. Bu durum, Goffman’ın *benlik sunumu* kuramıyla ilişkilendirilebilir; bireyler, sosyal medyada kendilerini en ideal ve beğenilir halleriyle sunarak dijital ortamlarda olumlu bir izlenim bırakmayı hedeflemektedirler. Katılımcı K23’ün kendini “kilolu hissettiği zamanlarda boydan fotoğraf paylaşmama” yönündeki ifadesi, estetik kaygılar ve toplumsal güzellik

normlarının birey üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Bu durum, güzellik standartlarının bireysel özgüven ve kendini sunma biçimleri üzerinde nasıl belirleyici olduğunu göstermektedir. Dijital dünyada, beden imgesinin yönetimi bireyin sosyal kabul görme sürecinde önemli bir unsur haline gelmekte, bireyler idealize ettikleri görünümünü paylaşılarak sosyal sermayelerini artırma eğiliminde olmaktadır. Katılımcı K23'ün yanıtı, sosyal medya kullanımında bireysel kimlik inşasının, toplumsal güzellik normlarına uyum sağlamaya yönelik bilinçli tercihlerle şekillendiğini göstermektedir.

Dijital platformlarda paylaşılan görseller, yalnızca anı paylaşma işlevi görmemekte, bununla birlikte bireyin kendini nasıl görmek ve nasıl göstermek istediğine dair bir anlatı inşa etmektedir. Bu durum, günümüz dijital kültürünün bireyler üzerindeki etkisini anlamak açısından önemli bir gösterge sunmaktadır. “Paylaştığınız videonun, fotoğrafın vs. like/beğeni almasını önemser misiniz?” Katılımcı K23: *“Evet önemsiyorum. Yaptığım paylaşımların like alması, beğeni oluşturması önemli. Bir şey paylaştıysam like alması beğeni oluşturması gerekir. Yoksa paylaşmanın bir anlamı olmaz. Like alması sizi önemli hale getirir, sevilir, sayılırsınız. Çevreniz genişler, yaptıklarınız önemsenmiş, size değer verilmiş olur. Like alırsanız, like aldığınız şeyleri iyi yaptığınızı, başarılı, güzel bir şeyler yaptığınızı gösterir. Mesela tam tersi olduğunda, beğenilmediğinde bir şey beceremediğinizi, o konuda yetersiz olduğunuzu anlarsınız. Like aldığınızda doğru yoldasınız demektir. Bu zamanla takipçi sayınızı da artırır. Paylaştığım şeylere sık sık döner bakarım. Kaç kişi görmüş, beğenmişler mi, yorum yapılmış mı, yorumlar iyi mi kötü mü? Neler yazılmış?”*

Bu yanıtla Katılımcı K23 sosyal medya etkileşimi ve beğenilerin bireysel algı üzerindeki etkilerini vurguladığı görülmektedir. Katılımcı, beğeni/like ve sosyal medya etkileşimlerinin, paylaşımlarının değerini ve başarısını ölçmek için önemli bir gösterge olduğunu belirtmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının içeriklerinin beğenilmesi, bir tür toplumsal onay mekanizması olarak işlev görmektedir. Beğenilerin hem bireysel değer algısını pekiştiren hem de sosyal kabul ve popülerlik oluşturma işlevi gören bir araç olarak kullanıldığı ifade edilmektedir. Bu durum, sosyal medyanın bireylerin kimlik ve aidiyet duygularını nasıl şekillendirdiği ile ilgili önemli bir tespittir.

Katılımcı K23, beğeni almanın yalnızca olumlu bir geri dönüş değil, aynı zamanda içeriklerin doğru, başarılı ve estetik açıdan takdir edilen niteliklere sahip olduğunun bir işareti olarak görülmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu noktada, bireylerin sosyal

medyadaki içerik üretimi üzerinden aldıkları geri dönüşler kişisel tatmin sağlamak ve toplumsal bir onay mekanizmasına dönüşmektedir. Katılımcı K23, bu beğenilerin ve etkileşimlerin, katılımcının çevresini genişletme, daha fazla takipçi kazanma ve dijital sosyal ağlarını pekiştirme potansiyeline sahip olduğunu ifade etmektedir. Buna karşın, beğeni eksikliği katılımcı tarafından olumsuz bir gösterge olarak kabul edilmekte, bireylerin içeriklerinin yeterince değer görmediği veya ilgi çekici olmadığı düşünülmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanıcılarının kendilerini dışlanmış ya da başarısız hissetmelerine yol açmaktadır.

Genel olarak, sosyal medya etkileşimlerinin kişisel algıyı, toplumsal kabulü ve dijital kimlik inşasını nasıl şekillendirdiğine dair önemli bulgular sunmaktadır. Beğenilerin, dijital kültür içinde bireysel değerlerin ve başarı algılarının belirleyicisidir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının bireylerin psikolojik ve toplumsal dinamikleri üzerindeki etkisi, bu tür paylaşımlar üzerinden önemli ölçüde etkili olduğu anlaşılmaktadır.

“Sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz?” “Kullanıyorsanız ne amaçla kullanıyorsunuz?” Katılımcı E4: *“Evet birkaçında aktif hesabım var. Youtube, Instagram, WhatsApp, tik tok en sık kullandıklarım. Her gün bakar gezinirim, kim ne paylaşmış vs. öyle dolanırım. Daha çok meraktan, vakit geçirmek için, canım sıkılınca, yapacak başka bir şey bulamadığımda takılırım; insanlar neler yapmış, nerelere gitmişler, ne paylaşmışlar. Öyle yani. Evet, ben de paylaşımlar yaparım. Hoşuma giden birçok şeyi paylaşıyorum. Hayatıma dair pek çok şeyi herkes gibi ben de paylaşıyorum.”* Bu yanıt katılımcı E4’ün sosyal medya kullanım amacını ve davranışlarını ortaya koymaktadır. Katılımcı, sosyal medya platformlarını daha çok vakit geçirmek ve merak giderme amacıyla kullandığını ifade etmektedir. Bu durum, sosyal medyanın bireylerin boş zamanlarını değerlendirmeleri ve sosyal çevrelerinden haberdar olmaları için önemli bir araç olarak işlev gördüğünü göstermektedir. Katılımcı E4, sosyal medyada gezinmeyi “canı sıkıldığında” ya da “yapacak başka bir şey bulamadığında” bir aktivite olarak tanımlamaktadır. Bu, sosyal medya platformlarının, bireyler için bir tür geçici eğlence ve rahatlama sağlama işlevi üstlendiğini gösterir.

Katılımcı E4’ün sosyal medya kullanımı ile ilgili olarak yaptığı paylaşımlara da değinmesi, sosyal medyanın kişisel ifade biçimi olarak nasıl kullanıldığını gözler önüne seriyor. “Hayatıma dair pek çok şeyi herkes gibi ben de paylaşıyorum” ifadesi, bireylerin

sosyal medya üzerinden özellerini ya da kişisel anılarını başkalarına gösterme, paylaşma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Bu, sosyal medyanın bireylerin kimliklerini inşa etme, yaşamlarını dijital ortamda sergileme ve sosyal bağlar kurma işlevini pekiştiren bir yaklaşımdır. Sosyal medya, katılımcının söz konusu ifadelerinde, bilgilere erişim sağlayan, bireylerin yaşam tarzlarını ve sosyal ağlarını genişletmelerine olanak tanıyan bir mecra olarak ön plana çıkmaktadır. Katılımcı E4, sosyal medya kullanımını sosyal çevresini gözlemlemek ve “ne paylaşmışlar, nerelere gitmişler” gibi sorularla diğer kullanıcıların yaşamlarına dair bilgi edinme amacıyla kullandığını belirtmektedir. Bu tür bir kullanım, dijital gözetim çerçevesinde sosyal etkileşimleri ve bunların oluşturduğu yeni kültürü yansıtan bir durumdur.

Katılımcıların, sosyal medyada bedenini, benliğini sunma ve dijital kimlik inşası bağlamında önemli bir araç olarak kullandığı görülmektedir. “Bedeninizle ilgili fotoğraf, video paylaşır mısınız, paylaşıırken dış görünüşe ne derece dikkat edersiniz?” sorusuna katılımcı Katılımcı E4 şöyle yanıt vermiştir: *“Fotoğraf ve videoyu sıkça paylaşıyorum. Düzenli olarak bir spor salonunda vücut çalışıyorum. Gerek çalışırken gerekse sonrasında fotoğraf ve video çeker, paylaşıyorum. Spordan dolayı vücudum şekilli durduğu için spor salonu dışında da kendi fotoğraflarımı çeker paylaşıyorum. Örneğin salonda spor aletleriyle çalışırken video çekerim. Yine aynı şekilde fotoğraf da çekerim. Ve bunları paylaşıyorum. Tabii ki her anın video ya da fotoğraflarını değil, güzel duran, kaslarımı, çalıştığım bölgeleri öne çıkaran, vücudumu iyi gösterenleri düzenler, paylaşıyorum. Evde, dışarıda üstüme iyi oturan, vücudumu daha iyi gösteren elbiseleri giyerek de sık sık paylaşım yaparım.”*

Bu yanıt, katılımcı E4’ün beden imajı, fiziksel görünüm ve sosyal medya paylaşımı arasındaki ilişkiyi nasıl deneyimlediğini ortaya koymaktadır. Katılımcı E4, özellikle spor salonunda vücut çalıştığı dönemde, fiziksel çabalarını ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan bedensel değişiklikleri belgeleyip paylaşma eğilimindedir. Bu durum, sosyal medya kullanımının bilgi ve sosyal etkileşimle birlikte, bireylerin bedenlerini sergileme, estetik algılarını pekiştirme ve kişisel başarılarını vurgulama işlevini de yerine getirdiğini göstermektedir. Katılımcı E4, spor salonundaki antrenman sırasında çekilen fotoğraf ve videoları düzenleyerek, vücudunun “iyi” görüldüğünü düşündüğü, kaslarını ve çalıştığı bölgeleri vurgulayan içerikler paylaştığını görülmektedir.

Bedenin sosyal medyada paylaşılan bir içerik olarak öne çıkması, modern dijital kültürde estetik değerlerin nasıl şekillendiğini ve bireylerin bu değerleri nasıl performe ettiklerini göstermektedir. Katılımcı E4, rastgele fotoğraflarını değil, “güzel duran” ve vücudunu en iyi şekilde gösterdiğini düşündüğü içerikleri paylaşmayı tercih etmektedir. Bu, sosyal medya platformlarında estetik bir kimlik inşa etme çabasıdır. Katılımcı E4’ün, spor sayesinde vücudunun şekillenmesi ve bunun görsel olarak sergilenmesi arasındaki ilişki, fiziksel görünümün sosyal medya paylaşımlarında ne kadar önemli bir yer tuttuğunu ortaya koymaktadır. Katılımcı E4’ün dışarıda ve evde giydiği, vücudunu daha iyi gösteren kıyafetlerle de paylaşım yapması, sosyal medyada bedenin nasıl “düzenlendiğini” ve özelleştirildiğini vurgulamaktadır. Bu, bireylerin dijital kimliklerini oluştururken, fiziksel görünüşlerini ve estetik tercihlerini nasıl yansıttıklarını gösteren önemli bir noktadır.

“Paylaşımlarınızın like /beğeni almasını önemser misiniz?” sorusuna katılımcı E4 şöyle yanıt vermiştir: *“Önemserim. Yaptıklarımı burada göstermek hoşuma gidiyor. İnsanların vücut şeklimi beğenmeleri, güzel yorumlar yapmaları beni memnun ediyor. Fotoğraf ya da video paylaştıktan sonra ne kadar izlenmiş, nasıl yorumlar yapılmış mutlaka bakarım. Çoğu zaman olumlu değerlendirilmeler yapılıyor. Bu yorumlar iyi hissettiriyor. Bundan dolayı daha sıkı çalışıp daha çok fotoğraf video çekip paylaşıyorum.”*

Katılımcı E4, sosyal medya etkileşiminin bireylerin motivasyonları ve duygusal durumları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Katılımcı E4, paylaşımlarının beğenilmesinin ve olumlu yorumlar almasının önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu belirtmektedir. Bu, sosyal medyanın bir tür toplumsal onay mekanizması işlevi gördüğünü ve bireylerin bu platformlarda aldıkları geri dönüşlerin, onların duygusal durumlarını iyileştirebileceğini göstermektedir. Beğeniler ve olumlu yorumlar, bireylerin kendilerini takdir edilmelerine ve değerli hissetmelerine yol açmakta, bu da daha fazla içerik üretme ve paylaşma isteği doğurmaktadır. Katılımcı E4’ün, paylaşımlarının izlenme sayısını ve yapılan yorumları sıkça kontrol etmesi, sosyal medyanın bireylerin kendilerini sürekli olarak değerlendirmelerine ve onay arayışında olmalarına neden olduğunu göstermektedir. Burada, dijital dünyadaki etkileşimlerin bireysel kimlik oluşturma süreçleriyle iç içe geçtiği ve sosyal medya platformlarının kişisel tatmin sağlamak adına bir araç haline geldiği görülmektedir. Olumlu yorumların, katılımcıyı

daha fazla fotoğraf ve video paylaşmaya teşvik etmesi, dijital etkileşimin bireylerin davranışlarını şekillendiren önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcı E4'ün bu etkileşimleri fiziksel başarılarla ilişkilendirmesi de dikkat çekicidir. Vücut şeklinin beğenilmesi, katılımcının fiziksel çabalarını ve görünüşünü toplumsal bir onayla pekiştirmekte, aynı zamanda sosyal medyanın estetik algıları ve beden imajını nasıl şekillendirdiğini göstermektedir. Bu tür bir onay arayışı, sosyal medya platformlarının, bireylerin bedensel imajlarını ve başarılarını sergilemek için kullandıkları güçlü araçlar haline geldiğini göstermektedir. Katılımcı E4'ün bu yanıtı, sosyal medya etkileşimlerinin bireylerin psikolojik ve motivasyonel durumları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ve beğeniler ile yorumların, bireylerin sosyal medya üzerinden kendilerine dair oluşturdukları algıyı pekiştirdiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya kişisel tatmin ve onay arayışı için de bir mecra olarak kullanıldığını göstermektedir.

“Sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz? Bu platformlarda neler paylaşırsınız?” sorusunu katılımcı K19 şu şekilde yanıtlamıştır: *“Kullanmayan var mı? Tanıdığım herkes kullanıyor. Bu normal. İnterneti olan herkes kullanıyor. Benim de birkaçında hesabım var. Instagram, YouTube, tik tok, WhatsApp... hepsini aynı oranda olmasa da kullanıyorum. Birçok şeyi paylaşıyorum. Etrafımda olan biteni şeyleri paylaşıyorum. Kullanmamın amacı daha çok meraktan, gündemi takip etmekten, okuldan, ailemi, çevremi takip etmektendir. Ben takip ettikçe onlar da beni takip ediyor. Böylece karşılıklı takip ediyoruz.”*

Katılımcı K19'un yanıtı, sosyal medya kullanımının bireyler için ne kadar yaygın ve normalleşmiş bir davranış haline geldiğini vurgulamaktadır. Katılımcı K19, sosyal medya platformlarını neredeyse tüm çevresinin kullandığını belirterek, bu araçların sosyal bir zorunluluk ve günlük yaşamın bir parçası haline geldiğini ifade etmektedir. Katılımcı K19'un, sosyal medya kullanımını ‘merak’, ‘gündemi takip etmek’ ve ‘aileyi, çevreyi takip etmek’ gibi gerekçelerle açıklaması, bu platformların bireyler için bilgi edinme ve sosyal bağ kurma işlevi sunduğunu göstermektedir. Sosyal medya kullanımındaki bu amaçlar, katılımcı K19'un dijital dünyayı çevresiyle bağlantı kurmak ve güncel gelişmeleri takip etmek için bir araç olarak gördüğünü ortaya koymaktadır. Katılımcı K19, bu platformları kullanarak etrafındaki olaylardan haberdar olurken, aynı zamanda çevresindeki insanların yaşamlarını takip etme ve onlarla etkileşime geçme

fırsatını da bulmaktadır. Katılımcı K19'un "karşılıklı takipleşme" vurgusu, sosyal medyanın bireyler arasındaki etkileşimleri pekiştirdiğini ve bir topluluk oluşturma işlevini yerine getirdiğini göstermektedir. Takip etme ve takip edilme ilişkisi, dijital sosyal ağlarda karşılıklı bir bağlılık ve paylaşım kültürü oluşturmakta, bu durum bireylerin dijital kimliklerini ve sosyal bağlarını şekillendirmektedir.

Katılımcı K19'un sosyal medya kullanımı, bu platformların hem kişisel bilgi edinme hem de sosyal etkileşim için nasıl merkezi bir araç haline geldiğini ve bireylerin dijital dünyada birbirleriyle nasıl etkileşime girdiğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya, sadece eğlence ve içerik üretimi değil, aynı zamanda sosyal bağlantıları güçlendirme ve toplumsal gündemi takip etme işlevi görmektedir.

Katılımcılar, sosyal medyayı bireylerin bedensel imajlarını yansıtmada, estetik değerleri pekiştirmede ve toplumsal normlara uygun görünüm oluşturma konusunda nasıl bir araç haline geldiğini göstermektedir. Sosyal medya bireylerin fiziksel kimliklerini oluşturma ve buna dair toplumsal onay alma aracı olarak da işlev görmektedir. "Sosyal medyada bedenimize ait fotoğraf, video paylaşır mısınız, paylaşıırken dış görünüşünüzü ne derece önemsiyorsunuz?" Katılımcı K19: *"Paylaşım yaparım, kendime dair çok fotoğraf çekip sıkça paylaşıyorum. Özellikle hastalık derecesinde özçekim(selfie) yaparım. Her yerde özçekim yaparım. Fotoğraflarda hep ben oluyorum değişen tek şey ortam, manzara olur. Mesela alışverişte; alacağım ayakkabıyı, kıyafetleri, çantayı seçerken deneme aşamasında çeker paylaşıyorum. Olmuş mu olmamış mı diye fikir alırım. Yine günlük hayatımda pek çok yerde öz çekim yaparım. Özçekim yaparken de üstüme başıma dikkat ederim. Öyle paspal şık durmayan, hoş olmayan bir biçimde çekim yapıp paylaşmam. Özenli saçlar, uygun bir makyaj, uyumlu kombinler, bunlara uygun takılar vs. kullanırım ve öyle özçekim yaparım. Her seferinde de yeni bir saç, makyaj, elbise kullanırım. Hep aynı tarz kullanmam, değişiklikler yaparım. Beni ön plana çıkaracak, en iyi şekilde gösterecek çekimleri yaparım. Zaten kameraya uygun bir vücudum ve yüzüm olduğumu düşünüyorum."*

Katılımcı K19'un yanıtı, bireylerin dijital platformlarda kendilerini sunma biçimlerine ve görselliğe verdikleri öneme dair önemli ipuçları sunmaktadır. Dijital kimlik inşası ve benlik sunumu bağlamında değerlendirildiğinde, katılımcının paylaşımlarında kendisini merkeze aldığı ve bu süreci titizlikle yönettiği görülmektedir. Özellikle özçekim pratiğinin bireysel kimlik sunumunda belirleyici bir unsur olduğu

anlaşılmaktadır. Katılımcının ifadesine göre, fotoğraf paylaşımları yalnızca anı kaydetmekten öte, estetik bir düzenleme sürecini de içermektedir. Kıyafet seçimi, saç ve makyaj gibi unsurlar, bireyin dijital ortamda kendini nasıl temsil etmek istediğine yönelik bilinçli tercihlerdir. Dijital ortamda paylaşılan görüntülerin, bireyin fiziksel görünümünü ve tarzını en iyi şekilde yansıtmasını amaçladığı anlaşılmaktadır.

Katılımcı K19'un alışveriş sırasında çektiği ve paylaştığı fotoğraflarla çevresinden geri bildirim alma pratiği, dijital medyanın kolektif onay mekanizmalarına dayalı bir alan olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, bireylerin dijital platformlar üzerinden onay aradığı ve izleyici odaklı kimlik inşa ettiği görülmektedir. Katılımcı K19'un, özçekimlerinde belirli bir estetik kaygı taşıması ve sürekli farklı görünümler deneyimlemesi, sosyal medyanın bireyler üzerindeki dönüşümsel etkisini de gözler önüne sermektedir.

Katılımcı K19'un "kameraya uygun bir yüz ve vücuda sahip olduğu" düşüncesi, dijital platformlarda bireylerin kendi fiziksel özelliklerine dair algılarının şekillendiğini de yansıtmaktadır. Bu, bireylerin kendilerini medya ile iç içe bir biçimde tanımlamalarına ve dijital ortamın sunduğu görsel standartlara uyum sağlama eğilimlerine işaret etmektedir. Bireylerin dijital kimlik sunum süreçlerinde nasıl stratejik tercihler yaptıklarını ve sosyal medyanın birey üzerindeki estetik yönelimleriyle bedenlerini şekillendirdiğini göstermesi bakımından dikkate değerdir. "Sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız sosyal medya araçları üzerinden fotoğraf, video paylaşır mısınız?" Katılımcı E6: *"Kullanıyorum. Öyle çok bağımlı sayılmam ama az vakit de geçirmiyorum. Gün içinde bayağı bir zaman takılıyorum. Ama bunlar işlerimi, sorumluluklarımı yerine getirmeye engel değil. Hem takip ettiğim kişiler var hem de benim de takipçim var. Daha çok geziniyorum. İnsanların, yaptıklarını vs. merak ediyorum. Kim nereye gitmiş, ne yapmış vs. İnsan ister istemez merak ediyor. Ben de paylaşıyorum. Mesela okuldayım, avm'deyim, tatildegim gibisinden; yer, durum paylaşıyorum. İlginç, güzel, durumlar, olaylar vs. fotoğraflarını, videolarını paylaşıyorum"*

Katılımcı E6 bu yanıtla sosyal medya kullanımını hem bir etkileşim hem de merak giderme aracı olarak kullandığını ortaya koymaktadır. Katılımcı, sosyal medyaya olan ilgisini "bağımlı sayılmam ama az vakit de geçirmiyorum" şeklinde ifade etmektedir. Bu, sosyal medyanın yaşamlarında önemli bir yer tuttuğunu ancak diğer sorumluluklarını engellemediğini vurgulamaktadır. Katılımcı E6, sosyal medya platformlarında geçirilen

zamanın işlevsel olduğunu ve kişisel sorumluluklarıyla çelişmediğini belirtmektedir. Katılımcı E6'nın sosyal medya kullanımındaki motivasyonları arasında “merak” öne çıkmaktadır. Takip ettiği kişilerin neler yaptığı, nereye gittiği gibi sorulara cevap bulma amacıyla sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Bu, sosyal medyanın bireyler için sosyal çevrelerinden haberdar olma, insanları izleme ve onların yaşamlarına dair bilgi edinme işlevi gördüğünü göstermektedir. Katılımcı E6, bu tür izlemelerinin doğal bir merak sonucunda gerçekleştiğini belirtmekte ve sosyal medya kullanımının toplumsal bağları güçlendirme amacı taşıdığını ima etmektedir.

Paylaşım yapma konusunda, katılımcı daha çok kişisel durumları ve ilginç, güzel anları paylaştığını ifade etmektedir. Örneğin, okulda, alışveriş merkezinde veya tatildayken yaptığı paylaşımlar, sosyal medya kullanımının bireylerin yaşamını dijital ortamda sergileme ve toplumsal bağ kurma aracı olarak şekillendiğini göstermektedir. Katılımcının yalnızca ilginç ve görsel olarak hoş bulduğu içerikleri paylaştığı, sosyal medyanın estetik ve kişisel ifade açısından bir platform sunduğunu vurgulamaktadır. Katılımcı sosyal medya kullanımını sosyal bağları pekiştirme, bilgi edinme ve kişisel anılarını başkalarıyla paylaşma aracı olarak kullanmaktadır. Sosyal medya platformlarının bireyler için hem içerik üretme hem de toplumsal etkileşimi güçlendirme işlevi gördüğünü, aynı zamanda dijital kimlik oluşumunda önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Sosyal medyanın bireyler için bir model oluşturma, bu modelleri idealize etme ve bu modelleri kendi yaşamlarına entegre etme işlevini yerine getirdiğini görülmektedir. Bu durum katılımcı K6'nın düşüncelerinde somutlaşmaktadır. “Genel olarak yaşıntınızın veya bedeninizin benzemesini istediğiniz ve sosyal medyadan sık takip ettiğiniz herhangi bir model/ünlü var mı?” Katılımcı E6 *“Özellikle takip ettiğim biri yok ama genel olarak takip ettiğim ünlüler: sporcular. Onları takip etmeye çalışıyorum. Zaten onlar da neredeyse ne yapıyorlarsa paylaşıyorlar takipçileriyle. Gerek günlük rutinleri gerekse önemli anlarını paylaşırlar. Ben de bunları takip ediyorum. Ya onlar gibi olmak zor. Fakat yaşamları hoşuma gitmiyor değil. Lakin sadece ilgimi çekiği için değil bedenimi onlara benzetmek için de takip ediyorum. Yaptıkları sporları yapmaya çalışıyorum, kullandıkları aletler, günlük olarak nasıl beslendikleri, hangi besinleri aldıkları, hangilerini almadıkları, bu süreçte nelere dikkat ettikleri vs. bilhassa bunlar için takip ediyorum. Açıkçası hayatları izlenmeye değer.”*

Bu yanıt, katılımcı E6'nın sosyal medyada takip ettiği ünlülerin, özellikle sporcular olduğunu ve bu kişilerin yaşam biçimlerinden ilham aldığını göstermektedir. Katılımcı E6, sporcuların yaşamlarını takip etme amacının yalnızca onların kişisel hayatlarına duyduğu ilgi değil, aynı zamanda bedenine ve sağlığına dair benzer bir yaşam tarzını benimsemek olduğuna dikkat çekmektedir. Katılımcının E6, sporcuların günlük rutinlerini, beslenme alışkanlıklarını, kullandıkları ekipmanları ve dikkat ettikleri unsurları takip etmesinin temel motivasyonu hem onların yaşam tarzını anlamak hem de kendi bedenini bu yaşam tarzına benzetmektir. Bu, sosyal medya üzerinden vücut imajı ve sağlıkla ilgili bilgilerin nasıl bireylerin kendilerini yeniden şekillendirmelerinde bir kaynak olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Katılımcı E6, sporcuların paylaşımlarını sadece ilgi amaçlı değil, aynı zamanda bu kişilerin uyguladığı yöntemleri kendi hayatına entegre etmek amacıyla takip ettiğini belirtmektedir. Katılımcının “yaşamları izlenmeye değer” ifadesi, sosyal medyanın aynı zamanda bireylerin yaşam tarzlarını ve değerlerini benimseme aracı olarak bir işlev sunduğunu göstermektedir. Bu, sosyal medya platformlarının bireylerin estetik ve sağlık algılarını şekillendiren önemli bir mecra olduğunu düşündürmektedir. Sosyal medyanın bireylerin bedenlerini ve yaşam tarzlarını şekillendirmede, idealize edilen modelleri takip etme ve bu modellerden ilham alarak kendi hayatlarını düzenleme işlevini yerine getirdiğini göstermektedir.

“Bedeninizle ilgili paylaşım yapar mısınız? Paylaşırken dış görünüşe ne derece dikkat edersiniz? Paylaştığınız fotoğraf ve videolarınızın beğeni/like almasını önemser misiniz?” sorusunu Katılımcı E6 da şu şekilde değerlendirmiştir: *“Ben fotoğraf, video paylaşıyorum kendimle ilgili. Youtube da kanalım var. Oradan takip ettiğim sporcular gibi günlük spor yapıp, beslenmeme dikkat ediyorum. Onların çok iyi, kaslı, vücutları var. Ben de onlar gibi olmaya çalışıyorum. Birebir olmasa da epey bir benzettiğim söylenebilir. Yaptığım çalışmaları video kanalımdan yayınlıyorum. Spor esnasında, sonrasında. Tabii diğer hesaplarımdan fotoğraf da paylaşıyorum. Evet, beğenilmesi hoşuma gidiyor. Güzel yorumlar yapılıyor. Vücudumu, kaslarımı, karnımı iyi şekillendirdiğim, söylenip, yazılıyor. Kimisi de nasıl yaptın gibisinden soruyor. Bu iyi hissettiriyor.”*

Katılımcı E6'nın bu yanıtı, sosyal medya platformlarını, özellikle kendi bedenini sergilemek ve başkalarına ilham vermek amacıyla kullandığını ortaya koymaktadır. Katılımcı, spor yaparken çektiği fotoğraf ve videoları paylaşmakta, bu içerikler üzerinden

bedenindeki değişimleri ve başarılarını sergilemektedir. Katılımcının Youtube kanalını aktif olarak kullanarak, spor ve beslenme üzerine içerik etiriyor olması, diğital platformları yalnızca kişisel bir ifade alanı olarak değil, aynı zamanda eğitim ve ilham verme amacıyla da kullanma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Katılımcı, sporcuları takip ettiğini ve onların vücutlarının şekillenmesinden ilham aldığını belirterek, sosyal medyanın model oluşturma işlevini nasıl yerine getirdiğini ifade etmektedir. Bu, sosyal medyanın bireylerin beden imajı, estetik değerler ve sağlıklı yaşam tarzı konularındaki algılarını nasıl etkilediğini gösteren önemli bir noktadır. Katılımcı, bu sporcuların “ok iyi, kaslı” vücutlarına benzemek için özverili bir şekilde çalıştığını, vücudunu şekillendirmenin ve paylaşılan içeriklerin toplumsal onay ve beğeni almak için bir araç haline geldiğini göstermektedir.

Katılımcı E6’nın paylaşımlarının beğenilmesi ve olumlu yorumlar alması, sosyal medyanın bir onay mekanizması olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Beğeniler ve yorumlar, katılımcıyı daha fazla içerik üretmeye teşvik etmekte, bu da sosyal medyanın bireylerin psikolojik ve motivasyonel durumları üzerinde etkili bir rol oynadığını göstermektedir. Katılımcı E6’nın, “vücudumu, kaslarımı, karnımı iyi şekillendirdiğim” yorumları alması, diğital etkileşimlerin bireylerin fiziksel başarılarını toplumsal olarak pekiştirme işlevini taşıdığını ve bu paylaşımların bireylerin benlik algısını etkilediğini göstermektedir. Kısaca, katılımcı E6, sosyal medya araçlarını sadece kişisel ifade değil, aynı zamanda bedenini ve yaşam tarzını başkalarına sergileme ve bu süreçte onay alma aracı olarak kullanmaktadır. Sosyal medya, bireylerin estetik ve fiziksel başarılarını gösterme, ilham verme ve toplumsal geri bildirim alma işlevi görmektedir. Bu durum, sosyal medya platformlarının, bireylerin beden algılarını ve diğital kimliklerini şekillendirme gücüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Günümüz diğital toplumunda, sosyal medya platformları bireylerin görünürlük kazanma aracı hâline gelmiştir. Özellikle yüksek takipçi sayısına sahip kullanıcılar, bu niceliksel göstergenin sağladığı etkiyle birlikte toplumsal anlamda poplerleşmektedir. Takipçi sayısındaki artış, bireyin dikkat çekme kapasitesini artırmakta; bu da söz konusu bireyin daha çok izlenmesine, sosyal medya kullanıcıları tarafından daha sık referans alınmasına yol açmaktadır. Bu süreçte birey, üretmiş olduğu görsel ve işitsel içeriklerle diğital topluluk içinde bir tür “mikro nllk” statüsü edinmektedir. Bu bağlamda, görünürlük yalnızca bir sonuç değil, aynı zamanda arzulanmakta olan bir pratik hâline

gelmiştir. Bireyler, izleniyor olma hâlinde psikolojik bir tatmin sağlamakta; benimsedikleri yaşam tarzlarını ve beden imgelerini sosyal medyada sergileyerek, kültürel sermayesi yüksek figürleri taklit etmektedir. Böylece birey, toplumsal anlamda imrenilen formlara yaklaşıp, geçici de olsa prestij, değer ve mutluluk hissine erişmektedir. Panoptik gözetim modeli, dışsal bir otoritenin birey üzerindeki denetimini vurgularken; günümüzde bu gözetim, gönüllülük temelinde içselleştirilmiş bir forma bürünmektedir. Birey, artık gözetlenmeye zorlandığı için değil, gözetlenmekten haz aldığı ve bu yolla varlık kazandığı için görünür olmayı tercih etmektedir. Böylece izlemek ve izlenmek, çağdaş bireyin toplumsal aidiyetini ve varlığını kurduğu temel etkileşim biçimleri hâline gelmiştir.

Kimlik, çok boyutlu ve çok yönlü bir olgudur. Kimliğin oluşumu, bireyin sosyalleşme süreciyle paralellik gösterir. Kimliğin şekillenmesinde birden fazla faktör etkili olup, bunlardan biri de teknolojidir. Teknolojinin günlük yaşamda yoğun bir şekilde kullanılması, yalnızca sosyalleşme sürecini etkilemekle kalmaz, aynı zamanda kimlik oluşumunda da önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle teknoloji, günümüzde küçük yaşlardan itibaren bireylerin yaşamlarının her alanında varlık gösterdiği için, kimlik oluşumunu şekillendiren güçlü bir etken haline gelmektedir. Sosyal medya, iletişim teknolojisinin bir parçası olarak, küresel ölçekte multi-medya özellikleriyle yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Bireyler, sosyal medyada önemli bir zaman dilimi geçirmekte ve günlük yaşamlarındaki birçok rutin ve alışkanlıklarını burada sürdürmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyanın kimlik üzerindeki etkisi kaçınılmazdır.

İnternet ve iletişim teknolojilerinin etkilerinin belirgin bir şekilde görüldüğü sosyal medya, bireyler arası etkileşimin en yüksek seviyeye ulaştığı platformlar olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya, bireylerin günlük yaşamlarında gerçekleştirdikleri pek çok etkinliği (eğlence, iş, eğitim, alışveriş, iletişim vb.) metinsel, işitsel ve görsel biçimlerde paylaştıkları alanlar olmanın ötesinde, bilgi ve fikir alışverişinin de aktif bir şekilde gerçekleştiği etkileşimli mecralardır. Bireylerin çeşitli biçimlerde etkileşimde bulundukları ve pek çok içerik paylaştıkları bu dijital ortamlar, bireyler için önem arz etmektedir. Bu bağlamda, sanal mekânlar, bu mekânlarda gerçekleştirilen gündelik hayat pratikleri gibi kimlik oluşumları üzerinde güçlü etkilere sahip olmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyanın ve genel olarak teknolojinin, sosyalleşme ve kimlik inşası süreçlerinde asli ve belirleyici bir faktör olduğu söylenebilir. Sosyal medya, gerçek dünyada kurulan

ilişkiler ve bu ilişkilerin yansımaları gibi, sosyal etkileşimlerin gerçekleştiği önemli bir platform haline gelmiştir (Acun, 2011: 67).

Sosyal medya, bireylerin bedenlerini yeniden inşa edip sergiledikleri ve bu süreçte kimliklerini yeniden şekillendirdikleri dijital ortamlara dönüşmektedir. Bireyler, sosyal medyada paylaştıkları fotoğraf ve videolar aracılığıyla bedenlerine özen göstererek, estetik kaygılar doğrultusunda makyaj yapar, moda uygun kıyafetler giyer, takılar takar, bakımlı saç ve vücutla, inceltirilmiş bel ve kalçalarla, dolgunlaştırılmış göğüslerle ve estetik operasyonlardan geçirilmiş bölgelerle kendilerini sunmaktadır. Bu tür paylaşımlar, süreklilik arz ettiğinden bireyler için bir yaşam tarzına dönüşmekte ve kimlik, dijital ortamda sürekli değişen ve evrilen bir hal almaktadır. Sosyal medya, bireylerin görünür olmalarının ve fark edilmenin en kolay yollarından biri haline gelmiştir. Bu platformda, bireyler varlıklarını ve kimliklerini yaşantıları aracılığıyla anlamlandırmakta, böylece bedenlerini şekillendirip en ideal halleriyle paylaşarak varoluşlarını sürdürmektedirler (Hepekiz ve Gökali, 2019: 763).

Sosyal medya, kullanıcıların zaman-mekân sınırlamalarından bağımsız olarak iletişim kurma ve etkileşime girme imkânı sunduğu bir platformdur. Sosyal medya, gerçek toplulukların iletişim ve etkileşim biçimlerine alternatif olarak yeni bir sosyal alan yaratmakta ve bu durum, kimliklerin hızla değişmesine yol açmaktadır. Bu yeni sosyal alan, bireylerin yeni yaşam biçimleri ve sosyalleşme süreçleri aracılığıyla kimliklerini sanal ortamlarda şekillendirmektedir. Sosyal medya aracılığıyla ön plana çıkarılan bedenler, görme ve göstermenin egemen olduğu bir dönemde normalleşirken, kültür, davranış biçimleri, yaşam tarzı ve değerler, görselleştirilmiş beden üzerinden tanımlanır hale gelmektedir. Bu süreç, “seyirlik kimliklerin” oluşmasına neden olmaktadır (Yorgancılar, 2018: 2521). Kimlik, sosyal medyanın hızına paralel olarak sürekli değişkenlik gösterebildiği için bireyler kolaylıkla kimliklerini dönüştürebilmektedir. Kimlikler, sürekli olarak yeniden inşa edilebilirken, bu durum aynı zamanda sathî, yüzeysel, anlamını kaybetmiş, tutarsız, uyumsuz ve belirsiz bir kimlik anlayışının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Baban, 2012: 73).

Sosyal medyada her gün bedenin çeşitli şekillerde yapılandırılıp izleyicilerin beğenisine sunulması ve bu paylaşımlardan beğeni/like alma çabası, Goffman’ın benlik sunumu kavramıyla örtüşmektedir. Goffman, benlik sunumu ile bireylerin toplumdaki diğerleriyle karşılaştıklarında kendilerini nasıl ele aldıklarını ve bunun için geliştirdikleri

stratejileri açıklamaktadır. Goffman'a göre, bireyler, farklı sosyal etkileşimlerde, kendilerine özgü benlik sunumu stratejileri sergilerler. İnsanlar, benliklerini sahne önü (vitrin) ve sahne arkası (gizli performans) arasındaki etkileşimler üzerinden şekillendirerek, izleyicilerde bırakmak istedikleri etkiyi oluştururlar (Goffman, 2009: 47).

Sosyal medyada bedenlerini izleyicilere sunan bireyler, bedenlerini yapılandırarak, en güzel, en çekici ve ideal halleriyle takipçilerini etkilemeye çalışmaktadırlar. Ancak bu süreç, yalnızca görsel sunumla sınırlı değildir; sahne arkasında, fotoğraf veya video çekiminden önce beden uzun, yorucu bir süreçten geçmektedir. Spor, diyet, kozmetik ürünler, şık kıyafetler, takılar ve estetik dokunuşlar gibi unsurlar, bu sahne arkasındaki performansın bir parçası olup, büyük bir emek ve çaba gerektiren bir süreç olarak gerçekleşir. Sonuçta, sahne arkasında kusurlu, eksik kabul edilen bedenler, çeşitli stratejilerle bu olumsuzluklardan arındırılmaktadır. Sosyal medya üzerinden izleyicilere sunulmaktadır ve sosyal medya bir vitrin olarak kullanılmaktadır.

Birey, bedenini biçimlendirip stratejiler izleyerek sosyal medyada sergilemektedir. Bedenine dair paylaşımları onu içerik üreticisi konumuna getirmektedir. Bu bağlamda beden önemli ölçüde şekillendirip çekici bir şekilde görselleştirilir. Bu yapılandırma ve görselleştirme çabası, her gün devam ettiği için kimlikte sürekli bir değişkenlik yaratmaktadır. Kimliği sonsuz bir sürece dönüştürmekte ve kimliğe belirsizlik katmaktadır. Böylece sosyal medya, kimliği oluşturan unsurların niteliğini değiştirir; milli, kültürel gibi geleneksel kimliklerin etkisi zayıflarken, kimlikler daha çok bireysel ve dijital kimlikler haline gelmektedir. Görünürlük, sosyal ilişkileri ve etkileşimleri mümkün kıldığından, bireyin kim olduğu ve hangi niteliklere sahip olduğu, bedeninin görünürlüğü üzerinden anlaşılmaktadır. İnsanların değerleri de bedenlerini gösterdikleri ölçüdedir. Kısacası, bireyler göründükleri ölçüde değer kazanır. Bu durum, sosyal medyanın tüm kesimler arasında günlük yaşamın vazgeçilmezi olmasına yol açmaktadır (Demirel ve Karanfiloğlu, 2020: 240).

Sosyal medya aracılığıyla birey, arzuladığı ve olmak istediği kimliği beden üzerinden yansıtmaktadır. İzleyicilere istediği imajı sunabilmek amacıyla video, fotoğraf ve resimler kullanarak, kendisini görsel olarak biçimlendirmektedir. Bu süreç, bireyin görünürlüğünü ve popülerliğini artırır. Daha fazla sosyal onay ve kabul görme şansı elde etmektedir (Arık, 2013: 104). Kimlik, bedeni üzerinden şekillenirken, kimlik oluşturma süreci prestij, gösteriş ve imaj üzerine kurulmaktadır.

Bedenin yeniden yapılandırılması, sosyal medyanın kullanıcıyı kimlik performansı sergilemeye yönlendirir, bireyi sürekli olarak paylaşım yapmaya, beğeni ve yorum almaya zorlar. Bu durum, bireyi sürekli aktif kalmaya ve etkileşimde bulunmaya mecbur bırakır. Sonuç olarak, sosyal medya uzun süreli kullanım için bireyi teşvik eder ve onu sürekli olarak platformda tutar. Bu süreç, kimliğin sosyal medya üzerinden şekillenmesine ve bu platformda yapılandırılmasına yol açmaktadır (Özdemir, 2015: 121). Kimlik dijital bir kimliğe, tekno-kimliğe dönüşmektedir.

2.3.5. Gösterişçi Toplumda Bedenin Kullanımı ve Gösterimi

Sosyal statü, yaşamın önemli bir unsurudur. Bireyin belirli bir toplum içindeki konumunu belirleyen bu kavram, psikolojik, sosyolojik boyutlarıyla birey üzerinde önemli etkiler oluşturmaktadır. Birey, varlığını ve toplumsal kabul görme isteğini sosyal statü aracılığıyla anlamlandırmakta ve bu nedenle statüsünü yükseltmeye çalışmaktadır. Sosyal statü, bireyin toplum içindeki değeri, saygınlığı ve konumuyla ilişkilidir. Toplum, bireyin statüsünü değerlendirirken ona belirli anlamlar yüklemektedir (Erkilet, 2007: 44). Statü, bireyin kendini değerlendirme biçimini ve toplum içindeki algısını şekillendiren temel unsurlardan biridir. Toplumsal yapı içinde, bireyin sosyal statüsü onun saygınlığını, etkisini ve gücünü belirler. Birey, toplumsal prestijini, etkileyciliğini ve nüfuzunu sahip olduğu statü ile kazanır. Bu nedenle, bireyler sosyal statülerini sürekli olarak göstermeye ve yükseltmeye yönelik bir çaba içerisinde (Botton, 2023: 10).

Günümüz toplumlarında bedenin görünümünün ön plana çıkmasıyla sosyal statü ve saygınlık arasında önemli bir ilişki oluşmuştur. Bedenin, sosyal statü ve prestij bir göstergesi olarak ön plana çıkması, bir asır önce Thorstein Veblen'in 'gösterişçi tüketim' teorisi ile paralellik göstermektedir. Veblen'in teorisinde toplum içinde saygınlık, sosyal konum ve prestij elde etme amacı bulunmaktadır. Benzer şekilde, günümüzde bedenin ön plana çıkarılmasına yönelik uygulamaların temel amaçlarından biri de bedenin görünümü aracılığıyla sosyal statü ve saygınlığı artırmaktır. Bu bağlamda, gösterişçi tüketim kavramının, beden algısı ile ilişkisini anlamak için Veblen'in teorisine başvurmak önemlidir.

Veblen, gösterişçi tüketime ilişkin görüşlerini "Aylak Sınıfın Teorisi" adlı eserinde ortaya koymuştur. O, aylaklık kavramını hareketsizlik ya da üşengeçlik olarak değil, zamanın üretim dışında tüketilmesi olarak tanımlamaktadır. Aylaklık, üretim yapmadan,

emek harcamadan lüks tüketimle varlığını sürdüren üst bir sınıfa işaret etmektedir (Veblen, 2005: 44). Bu noktada ele alınan temel mesele, çalışmadan yaşayan ve tüketim odaklı bir sınıfın toplumun dinamikleri tarafından nasıl yaratıldığıdır (Heilbroner, 2019: 200).

Veblen, mülk sahipliğinin yalnızca geçim sağlamak için değil, aynı zamanda onur ve statü elde etmek amacıyla da gelişen bir kurum olduğunu vurgular. Ona göre, bu sürecin temel itici gücü rekabet ve saygınlık mücadelesidir. Bireyler, rekabet baskısı altında, maddi başarı eksikliğini bir kusur olarak görmekte ve toplumsal statü kazanma çabası içinde hareket etmektedir. Bu bağlamda, servet sahibi olmak, toplumda şöhret ve prestij elde etmenin en kolay yollarından biri haline gelmiştir (Veblen, 2015: 10-35).

Günümüzde tüketim alışkanlıkları, Veblen'in teorisinde tanımladığının ötesinde bir boyut kazanarak toplumsal bütün katmanlara yayılmıştır. Geçmişte yalnızca zengin sınıfın tüketim alışkanlığı olarak tanımlanan bu olgu, günümüzde tüm toplumsal tabakalara yayılarak evrenselleşmiştir. Örneğin, üst gelir grubuna mensup bireyler lüks tüketim ürünlerine yönelirken, daha alt gelir grupları ise bu tür ürünlerin taklit versiyonlarını tercih edebilmektedir. Bu bağlamda beden gösterişçi tüketimin en somut göstergelerinden biri haline gelmiştir. Beden, bireyin toplumsal statüsünü gösteren bir vitrin haline gelerek gösteri toplumu içinde merkezi bir unsur olmuştur.

Veblen'e göre toplumda maddi gücü elinde bulundurmak, aylak sınıfın temel amacıdır. Bu bağlamda, sermayeyi kontrol eden aylak sınıf ve onun gösterişçi tüketimi, kapitalist sistem içinde kritik bir konuma sahiptir. Veblen'e göre gösterişçi tüketim, yalnızca temel ihtiyaçları karşılamak için gerçekleşen bir eylem olmayıp, aynı zamanda toplumsal statü farklılıklarını belirginleştiren ve bireyler arasında rekabeti körükleyen bir mekanizmadır (Ritzer ve Stepnisky, 2019: 47).

Veblen, aylak sınıfın en önemli özelliğinin lükse, pahalı ve sınırsız tüketime olan yatkınlığı olduğunu ileri sürer. Ona göre bu tüketim alışkanlığı, aylak sınıfın itibarı, şöhretini ve sosyal konumunu belirleyen önemli bir unsurdur. Lükse yönelik tüketim, mal ve hizmetlerin kendisinden çok, bunların toplumsal statüyü temsil eden semboller olmasıyla öne çıkar. Veblen, pahalı ve nadir bulunan mallara sahip olmanın, yüksek statünün ve saygınlığın bir göstergesi olduğunu vurgular. Ona göre, gösterişçi tüketim, toplumsal tabakaların tümünü etkileyerek, en üst sınıftan alt tabakalara kadar yayılır ve

bu durum alt sınıflarda özentî ve taklit davranışlarını teşvik eder. Bu şekilde gösterişçi toplum meydana gelir (Veblen, 2005: 53).

Veblen, varıllık ile sosyal statü arasındaki ilişkiyi açıklarken, bireylerin maddî varlıklarını sergileme ve göz önünde bulundurma eylemlerine vurgu yapar. Ona göre, gösterişçi tüketim, üstün statünün bir dışa vurumu olup, aylak sınıf bu görünürlüğü halka sunmaktan ve statüsünü gözler önüne sermekten büyük haz duyar (Heilbroner, 2019: 201). Dolayısıyla, yalnızca maddî zenginliğe sahip olmak prestij kazanmak için yeterli değildir; bu zenginliğin gözle görülür ve toplum tarafından algılanır hale getirilmesi gerekmektedir. Aksi halde, maddî varlığın sosyal statü üzerinde etkili olması mümkün olmayacaktır. Veblen'e göre, üst sınıf, sahip olduğu lükse dayalı yaşam tarzını ve tüketim alışkanlıklarını alt sınıfların rekabetçi, imrenme ve taklit eğilimlerini harekete geçirecek şekilde kullanır. Aylak sınıf, sahip olduğu varıllığı ve itibari gösterişçi tüketim aracılığıyla sergileyerek toplumsal statüsünü pekiştirir (Aytaç, 2023: 240).

Veblen, varıllık ile sosyal statü arasındaki ilişkiyi açıklarken, bireylerin maddî varlıklarını sergileme ve göz önünde bulundurma eylemlerine vurgu yapar. Ona göre, gösterişçi tüketim, üstün statünün bir dışa vurumu olup, aylak sınıf bu görünürlüğü halka sunmaktan ve statüsünü gözler önüne sermekten büyük haz duyar (Heilbroner, 2019: 201). Dolayısıyla, yalnızca maddî zenginliğe sahip olmak prestij kazanmak için yeterli değildir; bu zenginliğin gözle görülür ve toplum tarafından algılanır hale getirilmesi gerekmektedir. Aksi halde, maddî varlığın sosyal statü üzerinde etkisi olmayacaktır. Veblen'e göre üst sınıf, lükse dayalı yaşam tarzını ve tüketim alışkanlıklarını alt sınıfların rekabetçi, imrenme ve taklit eğilimlerini harekete geçirecek şekilde kullanır. Aylak sınıf, sahip olduğu varıllığı ve itibari gösterişçi tüketim aracılığıyla sergileyerek toplumsal statüsünü pekiştirir (Aytaç, 2023: 240).

Ancak, gösterişçi tüketimin toplumsal statüyü belirlemedeki etkisi zamanla değişebilmektedir. Prestijli tüketim kalıpları zaman içinde taklit edilerek yaygınlaşmakta ve bu durum, statü sembollerinin değişmesini zorunlu kılmaktadır. Tüketim toplumlarının evrimiyle birlikte, yeni statü göstergeleri ortaya çıkmakta ve bireyler arasındaki prestij farklılıkları bu değişken unsurlara bağlı olarak yeniden şekillenmektedir (Botton, 2023: 46).

Günümüzde sosyal statüyü belirleyen en önemli unsurlardan biri bedenin toplumsal alandaki temsiliyetidir. Bedenin statü ile olan bağlantısı, sembolik anlamları ve yan

anlamları üzerinden şekillenmekte; gösteri toplumunda bireylerin sosyal statülerini görünür kılabilmelerinin önemli bir aracı olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, sadece fiziksel bedenin kendisi değil, aynı zamanda taşıdığı anlamlar ve ilettiği mesajlar da statü belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır. Tıpkı gösteri toplumunda tüketimin sosyal statüyü yansıtmaması gibi, bedensel görünürlük de statü belirleyen temel faktörlerden biri haline gelmiştir.

Beden, taşıdığı anlamlar ve semboller dolayısıyla sosyal statünün göstergesi olarak kabul edilmektedir. Toplumsal algıda fit ve estetik bir erkek bedeni; gücün, zenginliğin, sağlıklı bir yaşam tarzının, başarının, otoritenin ve kararlılığın temsili olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, saygınlık ve yüksek statü ile ilişkili bir algı oluşturmakta ve ideal erkek imgesinin toplumsal bir temsiliyet kazanmasına yol açmaktadır. Beden, bireyin toplumsal varoluşunu sağlayan ve kendini değerli kılmasına aracı olan bir görünürlük aracı haline gelmektedir (Güllülü, 2010: 105).

Bedenin tarihsel bağlamından koparak gösteri nesnesi haline gelmesi, büyük ölçüde sosyal statü ve prestij ile ilişkilidir. Günümüzde beden, gösteri toplumunun en önemli göstergelerinden biri olarak kabul edilmekte ve estetik bir değer taşıyan görünümüyle öne çıkarılmaktadır. Bu durum, bireylerin zihin yapılarında, duygusal algılarında, yaşam tarzlarında ve davranış kalıplarında dönüşüme yol açmaktadır. Toplumsal statü arayışı, bireyleri bedeni bir gösteri aracı olarak yeniden inşa etmeye ve estetize ederek toplumsal beğeniye sunmaya yöneltmekte yani gösterici bedene neden olmaktadır. Bu bağlamda, *gösterişçi beden* kavramı bireyin sosyal çevresine prestij ve statü sınırlarını bedenini estetize ederek yine ve yeniden inşa ederek, belirginleştirerek sunmasını ifade etmektedir. Gösterişçi bedenle, birey kendini ifade etme, toplumsal kabul görme, dikkat çekme ve diğerleri üzerinde etki yaratma amacı gütmektedir. Bu süreç, bireyin benlik algısını güçlendirirken, aynı zamanda toplumsal prestijin korunması ve sürdürülmesini sağlamaktadır. Prestijin yalnızca gösterildiği takdirde elde edilebileceği göz önünde bulundurulduğunda, bedenin idealize edilerek sunulması kaçınılmaz hale gelmektedir. Dolayısıyla, gösterişçi beden bireyin kendine ilişkin olumlu mesajları iletmesi için kritik bir araç olarak işlev görmektedir (Topçu vd., 2020: 155-157).

Günümüzde beden, yalnızca fiziksel güzellik bağlamında değil, taşıdığı sembolik anlamlar açısından da önemli bir unsur haline gelmiştir. Bireylerin bedeni çeşitli yollarla biçimlendirmesi ve süslemesi, sadece kişisel tatmin sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda

statü kaygılarını gidermeye de hizmet etmektedir. Bedenin diğerlerinin beğenisine sunulması, estetik kaygıların ötesinde, sosyal statü ile ilişkili olan imaj ve göstergelerin taşıdığı anlamlar nedeniyle de önem arz etmektedir. Gündelik yaşamda bedene yüklenen anlamlar, bireysel psikolojik tatminin yanı sıra, rasyonel ve toplumsal fayda çerçevesinde de değerlendirilmektedir. Günümüz toplumunda bireyler, sosyal konumlarını bedenleri aracılığıyla ifade etmekte ve bu amaca yönelik olarak spor yapmak, diyet uygulamak, estetik ameliyatlara geçirmek, makyaj yapmak, modaaya uygun giyim ve aksesuarlar tercih etmek gibi eylemler gerçekleştirmektedirler. Bu çabalar, bireyin kendisi hakkında yansıtmak istediğı sosyal statü algısını yönetmesine hizmet etmektedir. Diğer bir ifadeyle, sosyal statünün gösterimi, gösterişçi beden kavramını ortaya çıkarmakta ve bireylerin bu yönde öznel düzenlemeler yapmalarına neden olmaktadır (Topçu, vd., 2020: 157).

Thorstein Veblen'in gösterişçi tüketim kuramından hareketle ifade etmek gerekirse, günümüz toplumlarında sembolik değeri yüksek olan beden, estetik ve fit bir görünüme sahip olmanın üstünlük göstergesi olarak algılanmakta ve bu nedenle beden her geçen gün kozmetik ürünler, spor ve estetik ameliyatlara gibi uygulamalarla yeniden biçimlendirilmektedir. Bireyin toplum içerisinde görülmesi, beğenilmesi ve imrenilmesi, estetik bir bedene sahip olmanın yarattığı haz duygusunu güçlendirmekte ve bu durum, güzelleştirilmiş bir bedenin statü, prestij ve saygınlık sağlayan bir unsur haline gelmesine yol açmaktadır (Güleç, 2015: 69).

Bedenin estetik yönüyle öne çıkarılması, bir kimlik göstergesi olmanın ötesinde, toplumsal iletişim ve etkileşimin temel bir unsuru haline gelmiştir. Tüketim olgusunun, zaman ve mekân algısının değişimi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin dijitalleşme ile küresel boyutta yaygınlık kazanması, bireylerin bedenleri aracılığıyla sosyal statülerini dışa vurma ihtiyacını daha da artırmıştır. Bireyler, sosyal aidiyetlerini ve sahip oldukları değerleri bedensel görünümleri ile temsil etmekte; güzellik, gücün, saygınlığın ve sosyal sermayenin bir göstergesi olarak bedeni ön plana çıkarmaktadırlar (Becan, 2019: 84). Bu çerçevede, bireyin bir gruba dahil olma, aidiyet ihtiyacını karşılama ve gücün, zenginliğin, saygınlığın ve yeteneğin görünürlüğünü sağlama arzusu, fit ve estetik bir beden algısının giderek daha fazla vurgulanmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda sosyal statü, bireylerin bedenlerini kontrol altında tutarak ve şekillendirerek oluşturduğu gösteri bedeniyle sürdürülmektedir. Bireyler, bedensel görünümlerini güncelleyerek toplumsal

varlıklarını görünür kılmakta ve bu sayede sosyal anlamda bir statü kazanmaktadırlar (Topçu, vd., 2020: 158).

Bedenin her gün yeniden yapılandırılması ve ona özen gösterilerek görünebilir hale getirilmesi, sosyal statüye işaret eden bir unsur olarak bedenin simgesel önemini artırmaktadır. Bu bağlamda bireylerin sosyal statüsü, bedenin fit ve estetik bir yapıya sahip olmasıyla ilişkili görülmektedir. Bedenin bu özellikleri taşıdığı varsayılan beğenilme ve takdir edilme durumu, bedeni önemli bir statü ve saygınlık göstergesi haline getirmektedir (Açıkalın ve Erdoğan, 2005: 8). Göstergeler aracılığıyla ortaya çıkan gösterişçi beden, bireylerin toplum içinde arzulanan bir görünürlük ve fark edilebilirlik elde etmesini sağlayarak istenen toplumsal statünün kazanılmasını ve korunmasını mümkün kılmaktadır. Bu durum, toplumda kabul gören bir imaj ve statüye sahip bireylerin, diğerlerinin gözündeki saygın bir konuma gelmesine ve bu sayede toplumsal rekabetin ve öykünmenin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Okmeydanı, 2017: 53).

Bireylerin bedenlerini öne çıkarması, toplumda iyi bir prestije ve saygınlığa sahip oldukları algısını yaratmaktadır. Bedenin sosyal statüye uygun şekilde biçimlendirilmesi, bireyin diğerleri tarafından fark edilme ve algılanma ihtiyacını karşılamaktadır. Bu bağlamda, estetik bir beden, statü kazanmanın bir aracı olarak gösterişçi bedeninin bir parçası haline gelmektedir (Demirtaş, 2003: 129). Bireyin sosyal konumunu belirginleştirmek ve pekiştirmek amacıyla diyet yapmak, estetik cerrahiye başvurmak, vücudu şekillendirmek, kozmetik ve giyim unsurları ile bedeni süslemek, toplum içindeki konumunu göstermenin en önemli stratejilerinden biri olarak kabul edilmektedir (Topçu, vd., 2020: 158).

Katılımcıların, benlik oluşumu ve bedenin inşası arasında kurduğu ilişkiyi bedenin bireysel bir ifade biçimi ile toplumsal bir mesaj aracı olarak işlediğini ve bireylerin toplumsal başarı, kabul ve statü kazanmak için bedensel görünümüne özen gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Katılımcılar, fiziksel görünüme verilen önemin, sosyal ilişkilerde ve genel yaşam kalitesinde belirleyici bir rol oynadığını ve bu yüzden bireylerin bedenlerine hassasiyetle yaklaştığını vurgulamaktadır. Örneğin “Formda/özen gösterilmiş bir bedenin günlük hayatta bir avantajı var mıdır?” sorusuna Katılımcı K11 şu şekilde yanıt vermiştir: *“Var tabi. Vücuduna iyi bakmış, iyi giyinen, saç ve cilt bakımına özen gösteren birinin zaten sıradan olduğunu düşünmez insan. Böylesi dış görünümü çok iyi gözükken biri, iyi bir mesleğinin olduğunu, iyi bir semtte/evde oturduğunu, ailesinin de*

durumunun iyi olduğunu düşündürür insana. Kilolu, özensiz saç ve makyajı, giyimi güzel olmayan birinin az önce saydığım niteliklere sahip olması zor. Yani dış görünümüne bakarak insana nereden geldiği, nasıl bir sosyo-ekonomik yapıya sahip olduğu ile ilgili mesaj verir. Böyle insanlar iletişim kurmakta, iş, eş bulmakta, iyi bir çevreye sahip olmakta, iyi dostluklar kurmakta zorlanmazlar. Yani hayatın her alanında bunun avantajını kullanır ve yaşarlar. Bunu bildikleri için bedenlerine karşı hassas ve özenlidirler. Yani bedenlerine iyi bakarlar.”

Katılımcı K11’in görüşleri, sosyal statü ve saygınlığın bedensel görünümle nasıl ilişkilendirilebileceğini ve toplumda formda bir beden bireye sunduğu avantajları ortaya koymaktadır. Katılımcı K11, fiziksel görünümün sadece estetik bir değer taşımanın ötesinde, bir bireyin sosyo-ekonomik durumunu, meslek ve çevresini de yansıttığına inanmaktadır. “Vücuduna iyi bakmış, iyi giyinen, saç ve cilt bakımına özen gösteren birinin sıradan olmadığı” düşüncesi, toplumda fiziksel görünümün bir statü belirleyicisi olarak nasıl algılandığını göstermektedir. Bu bakış açısına göre, dış görünüş sadece bir bireyin kişisel bakımını yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda onun yaşam biçimi, aile yapısı ve genel hayat standardı hakkında da ipuçları verir. Katılımcı K11, dış görünüşün, insanlara “nereden geldiği” ve “nasıl bir sosyo-ekonomik yapıya sahip olduğu” hakkında mesajlar verdiğini belirtmektedir. Örneğin, vücudu formda, bakımlı bir şekilde giyinen ve genel olarak özensiz görünmeyen bireylerin toplumda daha yüksek bir statüye sahip oldukları düşünülmektedir. Bu, “kilolu, özensiz” biriyle kıyaslandığında, fiziksel olarak özenli birinin daha kolay iş bulması, iyi bir çevre edinmesi ve toplumda daha saygın bir yer edinmesi olasılığına dair toplumsal bir beklentiyi ortaya koymaktadır. Bu düşünce, fiziksel görünümün sadece bireysel bir tercih değil, toplumsal bir gereklilik haline geldiğini ve bunun bireyler arasında avantaj sağladığını anlamına gelmektedir.

Katılımcı K11, “iletişim kurmak, iş, eş bulmak, iyi dostluklar kurmak” gibi günlük yaşamın farklı alanlarında, iyi bir fiziksel görünümün avantaj sağladığını ifade etmektedir. Bu, sosyal kabul ve başarı için estetik algıların ne kadar belirleyici olduğunu gösteren önemli bir noktadır. İnsanlar, toplumda kabul görmek ve başarılı olabilmek için fiziksel görünümüne özen gösterirler; bu da bireylerin bedenlerine olan hassasiyetlerinin artmasına yol açar. Bu durum, gösterişçi bedenin, yalnızca kişisel değil, toplumsal bir araç olarak işlediğini ve bireylerin yaşamlarında önemli bir yer tuttuğunu gösterir.

Katılımcılar, sosyal ilişkilerde fiziksel görünümün önemli bir rol oynadığı vurgulamıştır. “Formda/özen gösterilmiş bir bedenün günlük hayatta bir avantajı var mıdır?” sorusuna Katılımcı K27 verdiği cevap fiziksel görünümün sosyal ilişkileri hangi boyutta etkilediği noktasında çarpıcı bir örnektir: *“Var. Sınıfta Bulgar göçmeni bir kız arkadaşımız var mesela. Çok iyi bir fiziği var. Çok güzel giyiniyor ve saçına, makyajına çok özen gösteriyor. Bir gün değil her gün böyle. Kendine çok iyi bakıyor. Sadece bunun için yaşıyor gibi. Başka işi gücü yok, sadece bedeniyle ve güzelliğiyle ilgileniyor sanırsınız. Hem cinsi olarak ben bile hayranlık duyuyorum. Sınıftaki bütün erkekler, kızlar çok ilgileniyor. Hatta fiziğini, güzelliğini nasıl bu hale getirdiğini, koruduğunu soruyorlar. Sınıfa ilk geldiğinde hepimiz çok zengin bir aileden geldiğini düşündük ama sonradan öyle olmadığını öğrendik. Babasının spor salonu varmış. Bu fit bedenün ve güzelliğinin sırrı babasıyla küçük yaştan itibaren düzenli spor yapmaya alışması ve ona göre beslenmesiymiş. Kendine çok düşkün biri ve buna göre de kendine özen gösteriyor.”*

Görüldüğü üzere katılımcı K27’nin görüşleri, bedenün toplumsal hayatta nasıl bir avantaj sağladığını ve bunun bireylerin sosyal algıları üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Katılımcı K27, sınıfındaki Bulgar göçmeni bir kız arkadaşını örnek vererek, “formda” ve “özen gösterilmiş” bir bedenün toplumsal ilişkilerde nasıl bir ayrıcalık sağladığını anlatmaktadır. Özellikle bedensel görünümün, bireyler arası etkileşimde nasıl önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Katılımcının söz konusu kişiyi tanımlarken “güzel giyiniyor”, “saçına, makyajına çok özen gösteriyor” gibi ifadeler, fiziksel bakımın toplumsal algıda nasıl prestij oluşturduğuna işaret etmektedir. Bu kişi, sınıfta hem erkeklerin hem de kızların ilgisini çekerken, fiziksel görünümü ve buna verdiği özen, toplumsal prestij ve popülerlik kazanmasına olanak sağlamaktadır. Katılımcı K27, fiziksel görünümün sadece kişisel bir tercih değil, toplumsal etkileşimde önemli bir etken olduğunu belirtmektedir. Bu da gösteriyor ki, formda ve bakımlı bir beden, bireye toplumsal kabul ve dikkat kazanma avantajı sağlamaktadır.

Katılımcı K27, bu kişinin güzellik ve fiziksel görünümüne nasıl ulaştığını da anlatmaktadır. Sadece dış görünümüne dayalı bir yaşam tarzından bahsedilmediği, aksine kişinin “düzenli spor yapma” ve “sağlıklı beslenme” gibi çabalarla bedenini şekillendirdiği açıklanmaktadır. Bu durum, sosyal statü ve saygınlığın yalnızca dışsal bir faktör olmadığını, aynı zamanda bu görünümün arkasındaki çaba, disiplin ve yaşam tarzının da önemli olduğunu ortaya koyar. Katılımcı, bu kişinin güzelliğinin ardında,

disiplinli bir spor ve beslenme alışkanlığının yattığını, bunun da fiziksel görünümüne gösterilen özenin sadece estetik değil, aynı zamanda bireysel bir çalışma ve özveri gerektirdiğini anlatmaktadır. Kısaca, sosyal statü ve toplumsal kabulün fiziksel görünüm aracılığıyla şekillendiğini ve insanların fiziksel bakımlarını bu hedeflere ulaşmak için bir araç olarak kullandıklarını gözler önüne sermektedir. Formda ve özenli bir beden, sadece estetik bir değer değil, aynı zamanda toplumsal ilişkilerde, etkileşimde ve başarıda önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Ancak bu avantaj, sadece dış görünümle sınırlı kalmayıp, bedene gösterilen özenin arkasındaki emek ve disiplinle de ilişkilidir.

Katılımcılar, toplumda dış görünüşün ne denli önemli bir rol oynadığını, bireylerin bedensel çekicilikleriyle toplumsal ilişkilerde ve etkileşimlerde ön plana çıktıklarını vurgulamaktadır. Bu da gösteriyor ki, sosyal statü ve ayrıcalık, fiziksel görseleğe dayalı olarak da şekillenmekte ve bu durum, bireylerin sosyal kabul görme süreçlerini derinden etkilemektedir. Bu durum katılımcı K27'nin düşüncesinde açık bir şekilde görülmektedir. “Bahsettiğiniz arkadaşınızın sahip olduğu formda bedeni, güzelliği ona bir saygınlık kazandırıyor mu?” Katılımcı K27: *“Bence kazandırıyor. Çünkü bahsettiğim gibi ben dâhil bütün sınıf hayranlık duyuyoruz. Bu durum kampus içinde de dışında da böyle? Hatta sınıftaki bazı kız arkadaşlarımın ona olan ilgiyi kıskandıklarını söyleyebilirim. Bunun yanında mesela bir mağazaya alışverişe gittiğimizde, bir kafede oturduğumuzda, yarı zamanlı (part time) iş baktığımızda, toplu taşıma araçlarında yer verilmesinde veya herhangi bir konuda kadın olarak yardım istediğimizde kesinlikle farklı ve öncelikli bir muameleye tabi tutuluyor. Yakın arkadaşı olarak bunun canlı tanığıyım.”* “Arkadaşınıza gösterilen bu ayrıcalık fit ve güzel bedeninden mi kaynaklanıyor?” Katılımcı K27: *“Kesinlikle öyle. Fit ve güzel olması. Ayrıca bu fiziksel güzelliği onun zengin olduğunu düşündürüyor. Doğal olarak tüm bunlar az önce bahsettiğim saygınlığı ve ayrıcalığı ona kazandırıyor. Bu yüzden ilgi odağı haline geliyor.”*

Katılımcının K27'nin açıklamaları, bedensel güzelliğin, fit olmanın bir ayrıcalık ve saygınlık kazandırdığını ortaya koymaktadır. Katılımcı, arkadaşının sahip olduğu fit ve güzel bedeni sayesinde sadece sınıf içinde değil, kampüs dışındaki sosyal ortamlar ve günlük yaşamda da özel bir muamele gördüğünü belirtmektedir. Bu, toplumsal düzeyde estetik ve fiziksel görünümün belirleyici bir rol oynadığını ve bireylerin bu görünümüne göre farklı muameleye tabi tutulduğunu göstermektedir.

Katılımcı K27, arkadaşına gösterilen bu ayrıcalığın özellikle kadınlar arasındaki kıskançlık, sosyal etkileşimler ve günlük yaşantıdaki pratik durumlar üzerinden somutlaşmakta olduğunu ifade etmektedir. Alışverişte, kafede otururken, iş başvurularında, toplu taşımada ve çeşitli sosyal etkileşimlerde, arkadaşına “farklı ve öncelikli bir muamele” yapılması, bedensel çekiciliğin toplumda bir avantaj sağladığını ortaya koymaktadır. Bu tür ayrıcalıkların, bir bireyin dış görünümüne dayalı olarak toplumsal hiyerarşide daha yüksek bir yer edinmesine neden olduğu görülmektedir. Aynı zamanda, katılımcı arkadaşının fiziksel güzelliğinin, onun ekonomik durumu hakkında da yanlış bir algı yaratabileceğini, yani “zengin olduğu” izlenimini uyandırdığını belirtmektedir. Bu, toplumsal olarak bedensel güzellik ve özenli bir dış görünümün, bireylere sosyal ve ekonomik anlamda prestij kazandırabileceğini gösteren önemli bir noktadır. Sonuç olarak, katılımcının açıklamaları, formda ve bakımlı bir beden sadece estetik bir değer taşımadığını, aynı zamanda sosyal hayatta bir avantaj sağladığını ve bireylerin bu avantajı, saygınlık ve özel muamele kazanmak için kullandıklarını göstermektedir.

“Bedeninize özen göstermeniz ile başkalarının size saygı göstermesi arasında bir ilişki var mıdır?” Katılımcı E3: *“Evet var. Ne kadar vücudunuza, kılık kıyafetinize vs. dikkat edersiniz o kadar saygın hale gelirsiniz. Dış görünüşüne dikkat eden biri sağlıklı, bakımlı, temiz, titiz olarak görüldüğü gibi onun iyi yetişmiş, iyi bir çevreden gelen, imkânları geniş biri olarak da görülmektedir. Kendimden örnek vereyim. Ben bir ilçede büyümüş ve ailesinde de böyle gören biri olarak ne giydiğime çok önem vermezdim. Daha doğrusu kendimce üstüme yakışanı alıp giyen biriydim. Yani öyle marka giyeyim, şu marka olsun şu kalitede olsun diyen biri değildim. Üstüme yakıştığını düşünüyorsam alır giyerdim. Hatta pahalı ürün/markadan iki tane alacağıma ucuz ürün/marka olmayandan dört/beş tane alır değiştirir değiştirir giyerim diye düşünürdüm. Yetiştığım çevreden de ailemden de böyle gördüm. Üniversiteye geldiğimde ise herkesin nike, adidas, hummel, mavi vs. gibi çok bilinen markalar giydiğini gördüm. Sanki tüm üniversite sözleşmiş gibi bunlardan giyiyordu. Bu durumdan dolayı ilk başlarda doğru düzgün kimseyle iletişim kuramadım. Sanki farklı bir ülkeden gelmiştim. Sonra yavaş yavaş marka ayakkabı, kıyafet vs. almaya başladım. Böylece aralarına karıştım. O eski halim değişti. Birçok arkadaşım oldu. Ama sonradan öğrendim ki arkadaşlarımdan bir kısmı da buna benzer süreçten geçmiş. Yani üniversitedeki yaşam tarzına vs. ayak uydurmaya, buradakiler gibi*

giyinmeye, vücut baş ve yüz bakımına dikkat etmeye başlamışlar. Bu yüzden onlar gibi yapmasaydım bence onların arasına karışamaz, kabul görmez ve saygı duyulmazdım. Çünkü bir ortamda yaşıyorsanız oraya ayak uydurmanız gerekiyor.”

Görüldüğü üzere katılımcı E3'ün görüşleri, dış görünüş ve saygı arasındaki ilişkiyi oldukça net bir şekilde ortaya koymaktadır. Katılımcı E3, dış görünüşe özen göstermenin, bireyin toplumsal hayatta saygınlık kazanmasında önemli bir rol oynadığını ifade etmektedir. Bu görüş, fiziksel görünümün ve giyim tarzının estetik bir seçim olmanın ötesinde, toplumsal statü, kabul ve saygınlık ile doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Katılımcı E3, başlangıçta daha rahat ve ekonomik giyim tarzını benimsemiş, ancak üniversiteye geldiğinde çevresinin farklı bir giyim tarzına sahip olduğunu gözlemlemiştir. Buradaki üniversite öğrencilerinin genellikle markalı giysiler giydiğini ve bunun toplumsal kabul için bir gereklilik haline geldiğini fark etmiştir. Bu deneyim, dış görünüşün toplumsal bir bağlamda bireylerin kabul görme süreçlerini etkilediğini gözler önüne sermektedir. Katılımcı E3, önceki giyim alışkanlıkları ile çevresindekilerle iletişim kurmakta zorlandığını, ancak zamanla toplumsal çevreye uyum sağlamak için dış görünüşüne daha fazla özen gösterdiğini belirtmektedir. Bu süreç, dış görünüşün sosyal ilişkilerdeki rolünü ve belirli bir çevreye kabul edilmek için bu görünüme nasıl ayak uydurulması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcı E3'ün deneyimi, toplumda belirli bir statüye sahip olmak ve saygı görmek için bireylerin çevrelerindeki normlara uyması gerektiğini vurgulamaktadır. Dış görünüşe gösterilen özen, yalnızca kişisel bakım olarak kalmaz, aynı zamanda toplumsal kabul ve saygınlık için bir araç haline gelir. Katılımcı E3, üniversiteye katıldığında dış görünüşüne gösterdiği özenin, oradaki sosyal kabulünü ve saygı görmesini sağladığını ifade etmektedir. Bu görüşe göre, bir ortamda başarılı olmak ve saygı görmek için bireylerin o çevredeki sosyal normlara ve beklentilere uyum sağlamak zorunda olduğu gerçeğidir. Bu, fiziksel görünüm ve giyim tarzının toplumsal statü ve kabuldeki belirleyici rolünü pekiştiren önemli bir göstergedir. Özetle, katılımcının görüşleri, dış görünüşün toplumsal ilişkilerde, saygınlık kazanma ve kabul edilme süreçlerinde kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Bu bağlamda, çevrenin estetik ve toplumsal normlarına uyum sağlamak, bireylerin toplum içindeki yerlerini ve etkileşimlerini büyük ölçüde etkilemektedir.

Katılımcı K3'ün düşünceleri, dış görünüşe gösterilen özenin doğrudan mevcut ekonomik durumu değiştirmediğini, ancak sosyal çevrede belirgin bir farklılık oluşturduğunu göstermektedir. “Dış görünüşünüze özen göstermenizle daha iyi bir sosyo-ekonomik konuma kavuştuğunuzu düşünüyor musunuz?” Katılımcı E3: *“Ekonomik anlamda bir değişiklik yok. Eskiden kıyafetlerime harcadığım parayı bu sefer daha az sayıda ama marka kıyafetlere harcıyorum. Fakat sosyal çevre açısından farklı bir ortama girdiğimi görüyorum. Arkadaşlarım giydiklerimden dolayı ekonomik durumumun buna paralel olduğunu düşünüyor. Oysa yaptığım üniversiteye gelişimle birlikte vücuduma, kıyafetlerime kısaca dış görünümüme dikkat etmektir. Bu çevreye ayak uydurmak için gayret gösteriyorum. En azından onlardan geri kalmamaya çalışıyorum. Onlar gibi giyinmeye vs. şeklinde kendime özen göstermeye çalışıyorum. Böylece olunca arkadaşlarımın daha çok güvendiğini, beni daha çok sevdiklerini, itimat ettiklerini fark ediyorum.”*

Katılımcı E3, kıyafetlerine harcadığı parayı markalı ürünlere yönlendirdiğini belirterek, dış görünüşüne dikkat etmenin sosyal çevredeki algıyı ve etkileşimini nasıl değiştirdiğini ifade etmektedir. Bu durum, dış görünüşün toplumsal ilişkilerdeki konumlandırma açısından da önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Katılımcı E3, üniversiteye başladığında çevresindeki bireylerle uyum sağlamak amacıyla dış görünümüne özen göstermeye başladığını ifade etmektedir. Bu, bireylerin sosyal çevreye kabul edilmek için belirli normlara uyması gerektiği fikrini pekiştirmektedir. Katılımcı E3'ün “çevreye ayak uydurmak” için gayret göstermesi, toplumsal kabulün, bireylerin sosyal normlara uyum sağlama çabaları ile doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir. Dış görünüşe dikkat edilmesinin estetik bir tercih olmasının yanında sosyal kabul ve güven kazanmak için stratejik bir araç haline geldiği anlaşılmaktadır.

Katılımcı E3, dış görünüşünü değiştirdikçe arkadaşlarının ekonomik durumuyla ilgili yanlış bir izlenim oluşturduğunu ve bu durumun sosyal güveni arttırdığını belirtmektedir. Bunun, fiziksel çekiciliğin veya bakımlı bir dış görünümün toplumsal ilişkilerde nasıl algı yönetimi sağladığını göstermektedir. Arkadaşları, katılımcıyı daha fazla sevip güvenmeye başlamış, bu da bireyin sosyal kabulünün güçlenmesine yol açmıştır. Sonuç olarak, katılımcı E3'ün görüşleri, dış görünüşe gösterilen özenin ekonomik durumu değiştirmese de sosyal çevrede kabul edilme ve güven kazanma açısından önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Bu, bireylerin sosyal etkileşimlerde

başarılı olabilmek için toplumsal beklentilere uygun hareket etmelerinin ve bedensel bakımlarına özen göstermelerinin ne denli kritik olduğunu ortaya koyar.

Katılımcılara göre fit bir beden, markalı kıyafetler ve dikkatli makyaj gibi detaylar, bir kişinin varlıklı olduğu izlenimini oluşturmaktadır. Bu tür dışsal göstergelerin, bireylerin toplumsal ve ekonomik statülerine dair güçlü bir izlenim oluşturduğunu yansıtmaktadır. Örneğin “Sizce kişinin fiziksel görünümü, sosyo-ekonomik durumu ile ilgili fikir veriyor mu?” sorusuna Katılımcı E3 şöyle yanıt vermektedir: *“Bence veriyor. Bir kişinin kilosuna, giydiklerine, makyajına, takılarına baktığınızda, bu zengin biri ya da bu durumu çok da iyi biri değil diye fikir edinebilirsiniz. Bakıyorsunuz ince, fit bir vücudu var. Belli ki spor yapmış, uğraşmış. Bence bunun uzun süreli devam etmesi için iyi bir gelir gerekir. Bir de zaten giydiği kıyafetler hep marka olur. Hep trend olan kıyafetleri vs. giyer. Saçı, makyajı da ona uygun olarak her zaman göz alıcı, her zaman ışıltılı. Bunlar size o kişinin varlıklı olduğu, varlıklı bir aileden geldiğini düşündürür. Bir kişinin dış görünüşüne bakarak onun sahip olduğu geliri, geldiği çevreyi, yaşadığı ortamı rahatlıkla tahmin edebilirsiniz.”*

Katılımcı E3’ün görüşleri, dış görünüm ile sosyo-ekonomik durum arasında güçlü bir ilişki olduğuna dair yaygın bir algıyı yansıtmaktadır. Katılımcı E3, bir bireyin kilosuna, giyimine, makyajına ve takılarına bakarak onun sosyal ve ekonomik durumu hakkında çıkarımlar yapılabileceğini ifade etmektedir. Özellikle fit bir vücut ve markalı, trend olan kıyafetlerin, kişinin ekonomik durumunu ve yaşam tarzını yansıtan göstergeler olarak değerlendirildiğini belirtmektedir. Katılımcı E3, fit bir vücudun uzun süreli bakım ve çaba gerektirdiğini ve bunun genellikle iyi bir gelire sahip olmayı gerektirdiğini düşünmektedir. Bu görüş, fiziksel bakım ve giyim gibi unsurların, belirli bir sosyo-ekonomik düzeyi simgeleyebileceği fikrini güçlendirmektedir.

Katılımcı E3’ün açıklamaları, dış görünüşün sosyo-ekonomik durumun bir yansıması olarak toplumsal algıyı şekillendiren önemli bir faktör olduğunu vurgulamaktadır. Bir kişinin fiziksel görünümüne dayalı olarak, çevresinin onun ekonomik geçmişi ve yaşam tarzı hakkında tahminlerde bulunabildiğini göstermektedir. Bu durum, toplumda dış görünüşün ne denli belirleyici bir rol oynadığını ve insanların, başkalarının yaşam koşulları hakkında bilgi edinmek için görsel ipuçlarına nasıl başvurduklarını ortaya koymaktadır. Katılımcı E3’ün görüşleri, dış görünüşün, bir kişinin sosyo-ekonomik durumunu anlamada belirleyici bir faktör olabileceğini gösteren

toplumsal bir algıyı yansıtmaktadır. Bu görüş, bedensel bakım, giyim ve diğer estetik unsurların, bireylerin ekonomik durumu ve sosyal çevresi hakkında güçlü ipuçları sunduğu düşüncesini pekiştirmektedir.

Katılımcıların fit bir bedenin ve bakımlı bir dış görünüşün, bireyin sosyal konumuna dair güçlü mesajlar verdiği düşüncesi, toplumsal algının ve dış görünüşe dayalı değer biçme süreçlerinin önemini ortaya koymaktadır. Bedenine özen gösteren birinin, yalnızca dış görünüşüyle değil, aynı zamanda çevresi ve yaşam tarzıyla da yüksek statüye sahip olduğu algısı oluşturmaktadır. “Sizce bir kişinin bedene özen göstermesi, ona bir saygınlık kazandırıyor mu?” sorusuna Katılımcı K21 şu şekilde yanıt vermektedir: *“Vücudu fit, düzgün, şekilli birisi hemen ilgi odağı olur. Ona daha fazla saygı duyulur, ilgi görür, değer verilir. Arkadaşları arasında daha popüler hale gelir. Hem karşı cins hem de hemcinsleri diğer kişilere göre daha fazla alakadar oluyorlar. Karşı cins ile tanışmak, görüşmek, çıkmak hatta ileride evlenmek için çaba harcar. Bence bu normaldir yani gariptenecek bir durum değil. Çünkü düzgün vücudu, giydikleri, saç, yüz, vücut bakımı; onun ekonomik durumu, yaşantısı, çevresi, geldiği aile vs. kısaca kim olduğu ile ilgili yeterince veri sunar. Bu da o kişinin her anlamda çekim gücünü oluşturuyor.”*

Katılımcı K21’in görüşleri, bedensel özen ve fiziksel çekiciliğin, toplumsal saygınlık ve kişisel ilişkilerde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Katılımcı K21, düzgün bir vücuda sahip olmanın, bireyi hem ilgi odağı haline getirdiğini hem de ona daha fazla saygı ve değer kazandırdığını ifade etmektedir. Bu, toplumsal algının ve bireyler arası etkileşimin dış görünüşle şekillendiğine dair önemli bir göstergedir. Katılımcı K21, fiziksel çekiciliğin bir kişinin sosyal çevresi, ekonomik durumu, yaşantısı ve ailesi hakkında ipuçları sunduğunu belirtmektedir. Bu iyi bir dış görünüşün, bireylerin yalnızca fiziksel çekiciliği değil, aynı zamanda toplumsal çevrelerinin algılanışı üzerinde de etkili olduğunu göstermektedir.

Katılımcı K21 ayrıca, bu tür fiziksel özenin, bireyin kişisel ilişkilerinde de avantaj sağladığını ifade etmektedir. Hemcinslerinin ve karşı cinsin, düzgün bir vücuda sahip kişiye daha fazla ilgi gösterdiğini belirtmekte, bunun kişisel ilişkilerdeki çekim gücünü artırdığını vurgulamaktadır. Bu tür fiziksel görünüme ait özelliklerin, bireyin sosyal ilişkilerinde, tanışıklıklar ve romantik ilişkiler kurma çabalarında belirleyici bir faktör olduğuna işaret etmektedir. Katılımcı K21’in görüşleri, bedensel özenin toplumsal saygınlık kazanma ve kişisel ilişkilerdeki etkileşimlerdeki gücünü gösteren bir bakış açısı

sunmaktadır. Bu görüş, dış görünüşün toplum içindeki statü, saygınlık ve ilişki dinamiklerini belirlemede önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

Katılımcıların dış görünüş konusunda birbirlerini taklit etme eğilimi gösterdiği, birbirlerini taklit etmelerinin, aynı zamanda sosyal bir uyum sağlama çabası olduğu ve toplumdaki prestiji artırmak için dışsal unsurların önemli bir araç olarak kullanıldığı göstermektedir. “Kişinin bedenine özen göstermesinin ona bir saygınlık kazandırması o kişiye bir özenti/taklit oluşturuyor mu?” Katılımcı K21: *“Oluşturuyor. Aynı konuma, ilgi, alakaya herkes sahip olmak ister. Toplum içinde pek çok getirisi var. Okulda da çevreniz içindeki yeriniz havalı olur. İnsanlar ona göre davranıp, muamele eder ve saygı duyarlar.”* “Sizin söz konusu konuma, saygınlığa ulaşmak için bir çabanız var mı?” Katılımcı K21: *“Evet var ama sadece bende değil. Tanıdığım tüm arkadaşlarımda hatta toplumun diğer kesimlerinde de var. Benim bu konu da vücut olarak bir eksiğim yok, kilolu falan değilim ama bu vücudu korumak için düzenli olarak kampüsteki yüzme havuzuna arkadaşlarımla gidiyorum. O yüzden sağlıklı, fit bir vücutum var diyebilirim. Bunun yanında giydiklerime, saçıma, başıma özen gösteririm. Arkadaşlarımla bu halimi beğendiklerini, daha fazla takdir ettiğini söylemem yanlış olmaz. Çoğu üniversite öğrencisi kendine dikkat eder. Çünkü üniversitedeki çevrenize sizi iyi, önemli gösterir, prestijinizi artırır.”*

Katılımcı K21’in yanıtı, fiziksel çekiciliğin ve dış görünüşe özenin toplumsal bir taklit ve özentiye dönüşebileceğini ortaya koymaktadır. Katılımcı K21 hem kendisinin hem de çevresindeki insanların toplum içinde saygınlık kazanmak, daha fazla ilgi görmek ve prestij elde etmek amacıyla dış görünüşlerine dikkat ettiklerini ifade etmektedir. Bu, görünüşe dayalı toplumsal statü ve saygınlık arayışının, bireyler arasında bir tür taklit ve aynışma eğilimlerine yol açtığını göstermektedir. Katılımcı K21, herkesin bu fiziksel özenle sağladığı avantajları ve toplumdaki yerini görmek istediğini belirtmektedir. Bu durum, daha geniş bir toplumsal baskı ve çevre etkisi ile şekillenen bir davranış biçimine dönüşmektedir. Çevrelerine dikkat ettikleri ve iyi bir izlenim bırakmaya çalıştıkları için, insanlar benzer şekilde bu tür özenli bir dış görünüş oluşturmaya çalışmaktadırlar. Özellikle üniversite gibi sosyal çevrenin önemli olduğu bir ortamda, dış görünüşün prestij kazandırıcı etkisi daha belirgin hale gelmektedir. Katılımcı K21’in vücut bakımını sürdürmek için yüzme havuzuna gitmesi ve giyimine dikkat etmesi, bu tür özenti davranışlarının somut örneklerindendir.

Katılımcı K21, üniversite ortamındaki prestijin ve saygınlığın büyük ölçüde dış görünüşle şekillendiğini vurgulamaktadır. Çevredeki bireylerin takdirini kazanmak, üniversitedeki çevrede önemli bir yer edinmek ve toplumsal olarak kabul görmek, bu çabaların arkasındaki motivasyonlardan bazılarıdır. Katılımcı K21'in açıklamaları, toplumsal normlar ve beklentiler doğrultusunda bireylerin dış görünüşlerine dikkat etme ve bu süreçte birbirlerini taklit etme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu durum, bireysel tercihlerin yanında, toplumun sağladığı sosyal ve ekonomik ödüller ve statü kazançlarından kaynaklanan bir özentî ve taklit davranışına dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Günümüz gösterişçi toplumunda, varlık ve zenginlik, bedenin görünürlüğü üzerinden tanımlanmaktadır. Beden bir vasıta olarak kullanılmaktadır. Bedenin ön plana çıkarılması, tüketim kültürünün, gösterişçi toplumun görünürlüğünün ve sosyal statüsünün sergilenmesi arzusundan kaynaklanmaktadır. Gösterişçi toplumda, sahip olma duygusu, sahip olunanları bedeni üzerinde sergileme isteği, birey açısından önem taşımaktadır. Çünkü imajlar ve görsellik, bu toplumun temel özelliklerindendir. Sosyal ilişkilerde, biçim, görsellik ve görünürlük aracılığıyla, bedeni bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Bu durum, aynı zamanda bireyin kimlik oluşumunu da etkilemektedir. Bu nedenle, gösterişçi bedeni benimseyen bireylerin kimlikleri, gösterişçi kimliklere dönüşmektedir. Bu kimlikler, sembolik ve gösterişli yönleriyle öne çıkarak, bireyin dışa yansıyan kimliğini temsil etmektedir. Günümüzde beden, kimliğin dışa vurumunu, somut göstergesini ve adeta vitrini haline gelmiştir. Toplumsal konumu en iyi şekilde yansıtan araç, aynı zamanda kimliğin dışa yansıyan yüzü olan bedendir. Bu nedenle, toplumsal prestij ve statü, bedeni üzerinden sergilenir ve kimlikler de buna bağlı olarak şekillenmektedir. Biçim ve estetik yönü ön plana çıkan kimlikler, bireylerin sosyal statülerini topluma gösterme işlevi görmektedir. Böylece, gösterişçi toplumda, kimlikler de gösterişçi kimliklere dönüşmektedir. Günümüzde “Ben kimim?” sorusunun cevabı, bireyin dışa yansıyan imajı üzerinden bulunmakta ve kimlik, gösterilen beden üzerinden tanımlanmaktadır. Kimlik, farklı kimlik türlerinin yanı sıra, bedeni üzerinden gösterilen bir kimlik türünü de ortaya çıkarmaktadır. Toplumdaki statü ve konum, göstergeler ve imajlar aracılığıyla şekillenir ve beden üzerinden somutlaşmaktadır. Gösterişçi toplumda bedeni üzerinden gösterilenler, bireyin sosyal konumunu, aidiyetini ve sınıfını sembolize ederken, kimliği de bu çerçevede oluşturmaktadır (Ersoy, 2014: 68-69).Gösterişçi

toplumda, bedenın gösterilmesi, kimliğin oluşumuna önemli bir etki yapmaktadır. Birey, varoluşunu, zenginliğini, tüketim alışkanlıklarını ve gösterişe dayalı yaşam tarzını, toplumsal konumunu bedeni üzerinden sergileyerek yansıtmaya çalışmaktadır. Kimliğimiz, sosyal statmz, bedeni ne kadar ifşa ettiğimiz, sunduğumuz veya gsterdiğimizle tanımlanır ve anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda, sembolik, görsel kimlikler ön plana çıkmaktadır. Kimlikler, statü ve prestiji beden üzerinden gösteren gösterişçi kimliklere dönüşmektedir.



SONUÇ

Gençlik, toplumun ideallerini, değerlerini içselleştiren, koruyan, bunları gelecek kuşaklara aktaran kritik bir yaş grubudur. Toplumun potansiyel gücünü ve dinamizmini temsil eden gençlik, yalnızca sosyal ve kültürel mirasın taşıyıcısı değil, aynı zamanda ekonomik, siyasal ve askeri alanlarda da etkin bir rol oynayan önemli bir unsurdur. Geçmişin mirasını devralarak geleceği inşa eden genç bireyler, toplumun bütüncül değerlerinin şekillenmesi ve aktarılmasında belirleyici bir konuma sahiptir. Dolayısıyla gençlik, bir toplumun varlığının, sürekliliğinin ve etkinliğinin korunmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

Üniversite gençliği, genel gençlik grubunun, akademik eğitim sürecinden geçmiş, nitelikli iş gücü potansiyeline sahip ve üniversitede edindiği bilgi, kültür ve değerlerle donatılmış özel bir kesimini oluşturmaktadır. Bu grup, üniversite eğitimiyle şekillenen kendine özgü bir kültürel kimlik geliştiren ve gelecekte toplumun temel işlevlerini üstlenebilecek kapasiteye sahiptir. Özellikle günümüzde teknolojiyle iç içe olan üniversite gençliği, dijital dünyanın merkezinde yer almakta ve mesleki yeterlilikleri ile toplumsal yapıda önemli işlevleri yerine getirmektedir. Aynı zamanda eğitim seviyesi ve statü açısından, gençlik grubunun nispeten seçkin bir kesimini temsil etmektedir. Bu durum, üniversite gençliğinin topluma yön verme, yenilikçi düşünce üretme ve toplumsal değişimi etkileme kapasitesini artırmaktadır.

Kimlik kavramı, bireyin veya topluluğun kendini tanımlama biçimi ve diğerleri arasındaki konumunu belirleme sürecidir. Kimlik, bireysel ve toplumsal niteliklerin bir arada ifade edilmesiyle şekillenen dinamik bir olgudur. Bireyin kendini tanıma ve tanıtmaya süreci, toplum içinde yaşamanın gerektirdiği ihtiyaçlarla bütünleşerek kimliğin oluşumuna katkı sağlar. Kimlik, bireyin kendini değerli hissetmesini, başkalarından farkını algılamasını ve bir topluluğa ait olma bilincini içerir. Aynı zamanda, bireyin yaşadığı toplumla bütünleşme, belirli bir ideali gerçekleştirme ve yaşamına anlam katma arzusu doğrultusunda şekillenir.

Kimlik, bireyin içinde bulunduğu toplumun değerlerinden beslenerek şekillenen ve o toplumun kültürel dokusunu yansıtan dinamik bir olgudur. Birey, yaşadığı kültürden, zaman diliminden ve mekândan bağımsız düşünülemez. Kimlik, bireyin içinde bulunduğu sosyal yapının bir yansımasıdır ve zamanla gelişen, değişen bir süreçtir. Bu bağlamda, kimlik statik bir unsur olmaktan ziyade, sürekli olarak yeniden inşa edilen ve

dönüşüme açık bir yapı arz eder. Kimlik, bir toplumu ve kültürünü anlamadan kavranamaz. Birey, doğumundan itibaren içinde yaşadığı toplumun normlarını, değerlerini ve kültürel unsurlarını sosyalleşme süreci aracılığıyla benimser. Bu süreçte, toplumsal etkileşimler bireyin kimlik oluşumunda belirleyici bir rol oynar. Kimlik, yalnızca bireysel bir unsur değil, aynı zamanda toplumsal ilişkiler sistemi içinde şekillenen bir yapıdır. Bireyin kim olduğu sorusuna verdiği yanıt, ait olduğu toplumun niteliklerini yansıtır.

Beden, bireyin fiziksel varlığının ötesinde, toplumsal kimliğinin ve kültürel aidiyetinin somut bir yansımasıdır. İnsan bedeni, yalnızca anatomik özelliklerle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bireyin içinde bulunduğu sosyal yapı, kültürel değerler, normlar ve duygusal dinamikleriyle şekillenen çok boyutlu bir yapıdır. Bedenin görünümü, bireyin toplumsal kimliğiyle kurduğu ilişkiyi ve toplum içerisindeki konumunu yansıtan bir gösterge niteliğindedir. Tarihsel süreç boyunca beden, toplumsal düzeyde anlam taşıyan bir olgu olarak ele alınmıştır. Beden algısı, farklı dönemlerde ve kültürel bağlamlarda değişim göstererek, toplumsal yapılar ve değer sistemleriyle doğrudan ilişkilendirilmiştir. Toplumların geçirdiği sosyo-kültürel dönüşümler, bedenin algılanış biçimlerini şekillendirmiştir. Beden, toplumsal değerlerin taşıyıcısıdır. Bu doğrultuda, beden sosyal kabulün ve toplumsal statünün belirleyicisi olarak da önem kazanmaktadır. Bireyler bedenleri aracılığıyla hem kendilerini ifade etmekte hem de sosyal çevrelerinin beklentilerine uyum sağlamaktadır. Beden algısı, bireyin kendine duyduğu özsaygının bir göstergesi olduğu kadar, toplumsal normlara uyum çabasının da bir ifadesidir.

Beden algısının şekillenmesinde benlik kavramı önemli bir rol oynamaktadır. Benlik, bireyin kendisini nasıl algıladığı, başkalarının gözünde nasıl görüldüğü ve kendi zihnindeki temsilleriyle biçimlenen çok katmanlı bir yapıdır. Benlik algısı bireye özgü olmakla birlikte, toplumsal etkileşimler ve kültürel bağlamdan beslenmektedir. Beden ise bu benlik algısının somutlaşmış halini temsil eder. Benlik ve beden arasındaki ilişki, diyalektik bir yapıya sahiptir ve birbirini karşılıklı olarak etkilemektedir. Benliğin oluşum süreci, bireyin içinde yaşadığı toplumsal bağlam, aile, arkadaş çevresi ve medya gibi çeşitli etkenlerle şekillenir. Özellikle günümüzde sporcular, sanatçılar, medya figürleri vb. geniş toplumsal çevrelerin etkisi, bireyin beden algısını ve benlik inşasını önemli ölçüde yönlendirmektedir. Beden, bireyin kimliğini ve toplumsal statüsünü belirleyen çok katmanlı bir yapı olup hem bireysel hem de toplumsal düzeyde anlam kazanmaktadır.

Beden algısı, bireyin kendini ifade etme biçimlerinden biri olduğu kadar, toplumun kültürel normlarıyla şekillenen dinamik bir süreçtir. Bu nedenle, beden fiziksel bir yapı olduğu gibi sosyo-kültürel bir fenomen olarak da değerlendirilmesi gerekmektedir.

Katılımcılar, benlik algılarını koruma ve sürdürme sürecinde öncelikli olarak beden memnuniyeti ve psikolojik tatmini merkeze almakta, bu doğrultuda bedenlerine özen göstermektedirler. Toplumsal standartlara uyum sağlama gerekliliği çerçevesinde, fiziksel görünümüne dikkat etmeleri bireysel değer algılarının bir yansımasıdır. Bununla birlikte, sosyal çevrenin düşünceleri ve değerlendirmeleri bireylerin beden algısını şekillendirmekte, dolayısıyla bedenini biçimlendirilmesi sürecinde sosyal koşullar belirleyici bir rol üstlenmektedir. Katılımcılar, sosyal çevrelerinde fit ve estetik bir görünüme sahip olmayı yalnızca fiziksel bir gereklilik olarak değil, aynı zamanda dikkat çekme, etkileşim kurma ve karşı cinsle tanışma gibi sosyal kazanımlara ulaşma aracı olarak görmektedirler. Bu bağlamda, fiziksel görünüm, sosyal prestij ve avantaj sağlamada önemli bir unsur olarak algılanmaktadır.

Sosyal çevre, bireyin tutum, düşünce ve davranışlarının şekillenmesinde olduğu gibi beden algısının inşasında da belirleyici bir unsurdur. Sosyal çevre, birey için adeta bir ayna işlevi görmekte ve bireyin kendisini bu aynada değerlendirerek bedenini biçimlendirmesine yol açmaktadır. Birey, çevresinden aldığı geri bildirimler doğrultusunda bedenine yönelik algısını yeniden inşa etmekte ve sosyal çevrenin beklentilerine uygun bir görünüm kazanma çabası içine girmektedir. Sosyal çevrenin olumlu değerlendirmeleri, bireyin mevcut tutumlarını pekiştirirken; olumsuz değerlendirmeler, bireyin fiziksel görünümünü değiştirme yönünde bir motivasyon kaynağı oluşturmaktadır. Bu süreçte, bireyin kendisini sosyal çevrenin bakış açısıyla değerlendirerek uygun stratejiler geliştirdiği gözlemlenmektedir.

Katılımcılar, bedenlerini başkalarının bakış açısından değerlendirerek, dışsal yorum ve eleştiriler doğrultusunda çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Günlük yaşamda bedenlerine yönelik *çirkin*, *şişman* veya *biçimsiz* gibi olumsuz değerlendirmelerle karşılaştıklarında, bu algıyı değiştirmek amacıyla çeşitli önlemler almaktadırlar. Spor yapmak, diyet uygulamak, makyaj yapmak, farklı kıyafetler tercih etmek ve aksesuar kullanmak gibi yöntemler, bireylerin bedenlerini olumlu bir çerçevede sunma çabalarının birer göstergesidir. Öte yandan, olumlu geri bildirimler alan bireyler, mevcut beden formunu koruma eğiliminde olup, bu doğrultuda davranışlarını şekillendirmektedirler. Bu

süreç, bireylerin benlik inşası, öz saygılarını koruma ve sosyal kabul görme arzusuyla yakından ilişkilidir. Katılımcılar, bedenlerini adeta dramaturjik bir obje olarak konumlandırmakta ve sosyal çevrelerinde kabul edilebilir bir kimlik inşa etme çabası içinde bulunmaktadır.

Katılımcılar, önem verdikleri bireylerin değerlendirmelerini dikkate alarak bedenlerine özen göstermekte ve içinde bulundukları sosyal çevrenin kendileriyle ilgili algısını yönetmeyi hedeflemektedirler. Bu süreçte, benlik inşasında bedenlerini bir araç olarak kullanarak sosyal kimliklerini şekillendirmektedirler. Dramaturjik bir bağlamda ele alındığında, bireyler çeşitli yöntem ve stratejiler aracılığıyla bedenlerini yapılandırmakta ve sosyal sahnede sergilemektedirler. Sürekli bir yeniden inşa süreci içinde olan katılımcılar, bedenlerini benliklerini muhafaza etmenin, toplumsal normlara uyum sağlamanın ve toplumla bütünleşmenin bir aracı olarak görmektedirler. Ayrıca, kendilerine yöneltilen olumsuz algıları bertaraf etmek, toplumsal kabul görmek, iş olanakları elde etmek veya karşı cinsle etkileşime girebilmek vb. amaçlar doğrultusunda bedenlerini şekillendirerek sosyal çevrelerini yönlendirme çabası içindedirler. Bu bağlamda, bireyler içinde bulundukları koşullara uygun stratejiler geliştirerek bedenlerini yönetmektedirler.

Katılımcıların, benlik inşa süreçlerinde bedenlerini yeniden biçimlendirerek toplumsal damgalamalardan kaçınmaya çalıştıkları görülmektedir. Beden algısına yönelik olumsuz bakış açıları, telkinler, uyarılar ve eleştirel yaklaşımlar karşısında, bireyler bedenlerine özen göstererek bu tür değerlendirmelerden kaçınma çabası içine girmektedirler. Örneğin, aşırı kilolu olmanın günümüzde olumsuz bir algı yarattığı düşünüldüğünde, katılımcılar bu tür bir damgalamaya maruz kalmamak adına bedenlerini inceltmekte, estetik kaygılar doğrultusunda biçimlendirmekte ve dış görünümlerini belirli standartlara uygun hale getirmeye çalışmaktadırlar. Bu süreçte bireyler, toplumsal izolasyondan kaçınmak yerine, arzu ettikleri bedensel görünüme ulaştıklarında bunu sosyal çevrelerinde sergileme eğilimindedirler. Bu bağlamda beden, toplumsal kabul görme, öz saygıyı güçlendirme ve olumlu bir benlik algısı oluşturma süreçlerinde merkezi bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Beden algısını şekillendiren önemli faktörlerden biri, ideal beden anlayışının tüketim pratikleri aracılığıyla inşa edilmesidir. Kapitalist sistemin dönüşümü, tüketim anlayışını derinlemesine etkilemiş ve toplum, üretim odaklı bir yapıdan tüketim

toplumuna evrilmiştir. Tüketim toplumu, bireylerin ve sosyal yapının yoğun tüketim pratikleri doğrultusunda şekillenmesiyle karakterize edilmektedir. Bu dönüşümde, teknolojik gelişmeler ve medya araçları önemli bir rol oynamaktadır. Tüketim kültürü, bireyleri sürekli arzular ve doyumsuz talepler doğrultusunda yönlendirerek, sınırsız tüketimi teşvik etmektedir. Zevk odaklılık, anlık tatmin arayışı ve geçicilik, bu sürecin temel bileşenleri arasında yer almaktadır. Bu bağlamda tüketim kültürü, bireyleri yalnızca tüketim eylemiyle tatmin olmaya değil, aynı zamanda sürekli olarak daha fazlasını arzulamaya yönlendirmektedir. İmaj yaratma, özgünlük arayışı, bireysel farkındalık ve sosyal statü edinme gibi unsurlar, tüketim kültürünün temel motivasyonları arasındadır. Tüketim kültürünün bireyler üzerinde tatminsizlik duygusunu artırarak sürekli tüketim odaklı bir yaşam tarzını teşvik ettiği ve bu süreçte geleneksel değerlerin aşınmasına neden olduğu görülmektedir.

Tüketim toplumunda bireyler, sürekli olarak daha fazla tüketmeye yönlendirilmekte ve bu süreçte beden, tüketimin işlevsel bir aracı haline gelmektedir. Moda, güzellik standartları ve reklamlar, bireyleri ideal beden algısı doğrultusunda tüketim yapmaya teşvik etmektedir. Estetik bir beden, bireyin yaşam tarzını yansıtmamasının bir göstergesi olarak sunulmakta ve bu algının sürdürülebilmesi için devamlı bir tüketim pratiği gerekmektedir. Genç, fit, çekici ve sağlıklı bir beden imajı, bedenle ilgili çeşitli ürün ve hizmetlerin tüketimi yoluyla inşa edilmektedir. Giysi, kozmetik ürünleri, diyet malzemeleri, estetik operasyonlar gibi çeşitli alanlar, bireyleri ideal beden ölçülerine ulaşmak adına sürekli tüketime yönlendirmektedir. Bu bağlamda beden, idealize edilmiş bir görünüme ulaşmak için devam eden bir tüketim döngüsüne ve sürekli yeniden üretim sürecine tabi tutulmaktadır. Günümüzde beden, tüketimin nesnesi haline gelerek bireysel ve toplumsal değer kazanmaktadır. İdeal beden algısı, kozmetikten gıdaya, teknolojiden sağlık sektörüne kadar birçok alanın tüketim süreçlerini beslemekte ve bu sektörlerin sürekliliğini sağlamaktadır.

Katılımcılar açısından ideal beden, genç, güzel ve sağlıklı bir görünüme sahip olmayı ifade etmektedir. Güzellik algısı, geleneksel yüz estetiğinden ziyade fiziksel görünüm ve bedenin genel estetik yapısıyla ilişkilendirilmektedir. Katılımcılar, ideal bedenin moda, sanat, spor ve sinema gibi alanlarda öne çıkan popüler figürler tarafından temsil edildiğini düşünmektedir. Bu figürlere benzeme arzusu, bireyleri onların sahip olduğu beden formuna ulaşma çabasına yönlendirmektedir. Ancak bu sürecin tüketim

yoluyla mümkün olduğu aşılansaktadır. Kitle iletişim araçları, popüler kültürde idealize edilen bedensel standartları sürekli olarak görünür kılmakta ve bireylere bu standartları hedef olarak sunmaktadır. Katılımcılar, ideal bedene tam anlamıyla ulaşmanın imkânsız olduğunun farkında olmalarına rağmen, bu doğrultuda büyük çaba harcamakta ve belirli tüketim pratiklerini benimsemektedir. Bunun yanı sıra, ideal beden algısının maddi bir yük getirdiği bilincine sahiptirler. Yine de sosyal ve psikolojik nedenlerden dolayı bu maliyeti göze almaktadırlar. Bu bağlamda, katılımcıların tüketim toplumunun etkisi altında büyümüş olmaları, zorunlu ihtiyaçların ötesinde bir tüketim alışkanlığı geliştirmelerine neden olmaktadır. Tüketim kültürü, sadece gerekli olanı satın almayı değil, aynı zamanda tüketimin kendisini bir haz kaynağı olarak görmeyi teşvik etmektedir. Bu bağlamda bireyler, ideal bedene ulaşmanın ve bu bedeni korumanın tüketimle mümkün olduğuna inanmakta ve bu inanç, dış görünüme verilen önemi pekiştirmektedir.

Modern toplumda ideal beden algısı, gençlik, güzellik ve sağlık ekseninde inşa edilmektedir. Bu algının sürdürülebilirliği, belirli uygulamalar, yöntemler ve tekniklerin devreye sokulmasını gerektirmektedir. Genç ve sağlıklı bir bedenın teşvik edilmesi, bireyleri giderek artan bir tüketim sürecine yönlendirmekte ve ideal beden algısı sürekli güncellenerek bireyleri yeni tüketim alışkanlıklarına uyum sağlamaya zorlamaktadır. Tüketim toplumunda, bireylerin beden algıları manipüle edilmekte ve ideal bedenın yalnızca tüketim yoluyla elde edilebileceği fikri benimsetilmektedir. Bu süreçte beden, tüketim sürecinin temel bir nesnesi haline gelmekte ve bireyler sürekli eksiklik hissiyle tüketime yönlendirilmektedir. Beden, tüketim döngüsü içinde tamamlanamayan bir yapboz gibi sürekli yeniden şekillendirilmeye çalışılmaktadır. Bu çerçevede birey, ideal bedenine ulaşmaya çalışırken, tüketim kültürü tarafından değişim, yenilik ve mükemmeliyet arayışına teşvik edilmektedir.

Toplumsal yapıda bireylerden her zaman ideal bir bedene sahip olmaları beklenmektedir. Bu beklenti, yalnızca yakın çevreyle sınırlı kalmayıp, medya, reklamlar ve popüler kültür ürünleri aracılığıyla da sürekli olarak pekiştirilmektedir. Televizyon programları, sporcular, oyuncular aracılığıyla topluma belirli bir beden standardını dayatırken, reklamlar bireyleri bu standartlara ulaşmak için belirli ürünleri tüketmeye yönlendirmektedir. Bu süreçte bireyin üzerine düşen görev, daha fazla çaba göstermek, daha fazla zaman, emek ve maddi kaynak harcamaktır. Böylelikle birey, kendi bedenini

özgürce şekillendiren bir özne olmaktan çıkmakta ve tüketim kültürünün yönlendirdiği bir nesne haline gelmektedir.

Moda, beden algısını etkileyen ve bireylerin bedenlerini şekillendirme biçimlerini belirleyen popüler bir olgu olarak öne çıkmaktadır. Sürekli değişim ve yenilik arayışı içinde olan moda, sınırsız bir döngü içinde varlığını sürdürmektedir. Modanın gücü, sahip olma ve yenilenme arzusundan beslenmektedir. Ancak günümüzde moda, yalnızca zaruri bir ihtiyacı karşılamaktan ziyade, yeni zevkler tatma, yeni nesneleri tüketme ve bireyde tatmin duygusu oluşturma üzerine temellenmektedir. Bu bağlamda moda, tamamen tüketim eksenli bir sistem içinde var olmakta ve ancak tüketildikçe anlam kazanmaktadır. Modern toplumda modayı takip etmek, yalnızca estetik bir tercih değil, aynı zamanda toplumsal kabul görmenin ve aidiyet hissetmenin bir aracı olarak da değerlendirilmektedir. Tarih boyunca ilgi çeken bir fenomen olan moda, hiçbir dönemde günümüzdeki kadar yaşamsal ve zorunlu bir uğraş olarak görülmemiştir.

Beden, modanın en temel ve doğal varlık sahasıdır. Özellikle giyim, kozmetik ve benzeri sektörlerde moda olan ürünler, beden üzerinden anlam kazanmakta ve bireylerin dış görünüşleri aracılığıyla tüketim süreçleriyle bütünleştirilmektedir. Bu durum, modanın beden üzerindeki etkisini güçlendirmekte ve bedeni, moda endüstrisinin vazgeçilmez bir unsuru haline getirmektedir. Moda, kendisini beden üzerinde var etmekte ve bu yolla yaygınlık kazanmaktadır. Bu bağlamda, özellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla bedene yönelik moda ürünlerinin reklamları ve pazarlama stratejileri yaygın bir biçimde uygulanmaktadır. Katılımcıların görüşleri de bu durumu desteklemektedir. Katılımcılar, bedenlerini biçimlendirmeye yönelik ürün ve hizmetlerin tüketiminde modayı bir zorunluluk olarak görmekte ve modaya uyum sağlamanın bir ihtiyaç haline geldiğini ifade etmektedir. Günümüzde, modadan uzak durmak ya da ona uygun hareket etmemek, toplumsal ilişkiler bağlamında bireyler için zorlayıcı bir durum olarak algılanmaktadır.

Katılımcıların modayı takip etme gerekçeleri incelendiğinde, modanın bireylerin gerçek ve doğal ihtiyaçlarını gidermekten çok, arzularını sınırsız hale getirdiği anlaşılmaktadır. Moda, bireylerde eksiklik, yetersizlik ve tatminsizlik hissi oluşturmaktadır. Bu süreç, bireylerin belirli standartlara ulaşma çabalarını yönlendirmektedir. Moda aracılığıyla belirlenen beden ölçüleri ve fiziksel standartlar, bireylerin bedenlerini algılama ve yapılandırma biçimlerini etkilemektedir. Bu bağlamda,

moda olan ürünler bedene uydurulmak yerine, piyasanın belirlediği standartlar doğrultusunda beden modaya uydurulmaktadır.

Katılımcılar, moda tarafından belirlenen giysi ve aksesuarları kullanırken, yalnızca estetik kaygılarla değil, toplumsal kabul görme ve belirli bir statüye sahip olma amacıyla da hareket etmektedirler. Bu durum, bireylerin bedensel dönüşümlerini de beraberinde getirmektedir. Katılımcılar moda tarafından belirlenen beden ölçülerine uyum sağlamak adına spor yapma, diyet uygulama, belirli gıda türlerini tüketme veya vücutlarını belirli kalıplara sokma yönünde çaba harcamaktadırlar. Bu süreç, bireylerin dış görünümünün, yanında yaşam tarzlarını da belirli tüketim pratikleri çerçevesinde şekillendirmelerine yol açmaktadır. Spor salonları, sağlıklı yaşam trendleri, estetik müdahaleler ve organik gıda tüketimi gibi pratikler, bireylerin moda aracılığıyla yönlendirilen beden algılarını destekleyen unsurlar arasında yer almaktadır.

Geçmişte giysiler, bireylerin beden ölçülerine göre özel olarak hazırlanırken, günümüzde modanın belirlediği standartlar doğrultusunda üretilen kıyafetlere uyum sağlamak için bireyler, bedenlerini bu standartlara göre biçimlendirmektedir. Moda endüstrisi, bireyleri belirli giyim tarzlarına yönlendirmenin yanında bedensel normları da belirleyerek bireylerin bedenleri üzerinde dönüşümler yapmalarını teşvik etmektedir. Katılımcılar, modaya uyum sağlamanın toplumda yer edinmek, insanlar arasında fark edilmek ve sosyal etkileşim kurmak açısından gerekli olduğuna inanmaktadır. Modanın sunduğu estetik normlara ulaşmanın bir zorunluluk olduğu düşüncesi, bireyleri bedensel müdahalelere yönlendirmekte, böylece bedenin de modaya uygun hale getirilmesi gerektiği algısını pekiştirmektedir. Bu nedenle, bireyler isteseler bile modadan kaçınmanın mümkün olmadığını ifade etmekte ve modayı günlük yaşamın doğal ve gerekli bir parçası olarak görmektedirler.

Moda, yalnızca ürün ve hizmetleri güncelleyip değiştirmekle kalmaz; aynı zamanda yeni eğilimler oluşturur, bu eğilimleri toplumsal normlara dönüştürür ve bireylerin tüketim pratiklerini belirler. Katılımcılar, modaya uymayı standart bir yaşam biçimi olarak algılamakta ve modayı takip etmenin bireysel bir tercih olmaktan çok, toplumsal bir gereklilik haline geldiğini vurgulamaktadır. Yeni bir model, renk veya biçimi satın almak, bireyler için bir tüketim pratiğiyle birlikte kimlik inşasının bir parçası olarak da görülmektedir. Moda, bedeni giysiler ve popüler tüketim ürünleri aracılığıyla

nesneleştirerek, bireylerin fiziksel görünümelerini metalaştırmakta ve bu doğrultuda onları belirli tüketim kalıplarına sıkıştırmaktadır.

Bedenin tüketim nesnesine dönüşmesi süreci, modanın ekonomik mantığıyla doğrudan ilişkilidir. Moda, bireylerin bedenlerini nasıl biçimlendirmeleri gerektiğini belirleyerek, estetik müdahaleler, spor, diyet ve kozmetik sektörleri aracılığıyla yeni tüketim alanları yaratmaktadır. Bu bağlamda, modanın temel önceliği insani değerler değil, ekonomik kazançtır. Moda, bireylerin duygularını tatmin etme arzusunu kullanarak hızlı üretim ve tüketim döngüsünü sürekli kılmaktadır. Bu süreçte, tüketim kültürünün en belirgin özelliklerinden biri olan hız ve geçicilik öne çıkmaktadır. Moda, bir değer üretmekte ancak bu değer, sürekli değişen eğilimler aracılığıyla yeniden şekillendirilmekte ve bireyleri kesintisiz bir tüketim döngüsü içine hapsedmektedir. Bu çerçevede moda, yaşam biçimlerini ve sosyal ilişkilerini belirleyen bir yapıdır. Beden, artık biyolojik bir varlık olmaktan öte, tüketim kültürünün sunduğu normlar doğrultusunda inşa edilen ve sürekli yeniden yapılandırılması gereken bir nesne konumuna indirgenmiştir. Sonuç olarak, moda yalnızca bir giyim tarzı değil, bireylerin bedensel ve toplumsal kimliklerini şekillendiren önemli bir sosyal gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Katılımcıların beden algılarının şekillenmesinde *genç, sağlıklı, güzel kalma* arzularının etkili olduğu tespit edilmiştir. Yaşlanma ve hastalanma kaygısı, katılımcıları bedenlerine özen göstermeye yönlendirmekte ve onları sürekli bakım, estetik müdahaleler ve sağlıklı yaşam pratiklerine yatırım yapmaya teşvik etmektedir. Bu bağlamda, spor salonları, güzellik merkezleri, diyet programları, estetik cerrahi uygulamaları ve kozmetik endüstrisi gibi alanlar, bireylerin bu arzularını karşılamaya yönelik olarak sürekli büyümekte ve çeşitlenmektedir. Özellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulan reklamlar, bireyleri bu endüstrilere yönlendiren önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Medya tarafından sürekli maruz kalınan güzellik, gençlik ve sağlık söylemleri, bireylerin bu kavramlara karşı duyarlılığını artırmakta ve idealize edilmiş beden algısını pekiştirmektedir.

Katılımcılar, güzelliğin toplumsal kabul görme, statü kazanma ve mutluluğun temel koşulu olduğuna inanmakta ve çekici bir beden için ancak belirli estetik standartlarla mümkün olabileceğini düşünmektedirler. Örneğin, katılımcılar fazla kilolu bireylerin fiziksel çekiciliğe sahip olma şansını düşük görmekte, bunun nedeni olarak ise kilolu

bedenlere yüklenen olumsuz anlamları göstermektedirler. Zayıf veya fit olmak yalnızca bir fiziksel durumdan ibaret görülmemekte, aynı zamanda toplum içinde belirli sembolik anlamlar taşımaktadır. Fit, sağlıklı ve genç bir beden, bireylere iş bulma, romantik ilişkilerde tercih edilme, sosyal statü kazanma ve popülerlik elde etme gibi avantajlar sunduğuna inanılan bir unsur haline gelmiştir. Güzel ve biçimlendirilmiş bir beden; başarı, güç, yetenek, zekâ ve çalışkanlık gibi olumlu kişilik özellikleriyle özdeşleştirilmektedir.

Güzellik kavramı, günümüzde büyük ölçüde güzellik endüstrisi tarafından belirlenmekte ve piyasa dinamikleri doğrultusunda şekillenmektedir. Geçmişte güzellik, bireyin yüz hatlarıyla özdeşleşirken günümüzde katılımcıların da vurguladığı gibi güzellik, öncelikli olarak fit ve zayıf bir bedenle tanımlanmaktadır. Bu dönüşüm, güzelliği doğal bir nitelik olmaktan çıkarıp, modifiye edilebilir, biçimlendirilebilir niteliğe bürümüştür. Gösterge değeri ön planda tutulan bir olguya evrilmesine neden olmuştur. Artık bedenın güzelliği, göze hitap ettiği ve toplumsal beğeniye uygun hale getirildiği ölçüde anlam kazanmaktadır. Bu durum bireyleri, bedenlerini güzelleştirme sürecini yaşamlarının merkezine yerleştirmeye yönlendirmektedir. Hatta bireyler, güzellik uğruna oldukça riskli cerrahi müdahaleleri bile göze alabilmektedir; örneğın boy uzatma ameliyatları, güzellik adına yapılan radikal değışimlerin bir göstergesi olarak öne çıkmaktadır.

Piyananın talep ettiği güzellik anlayışı sürekli değışmekte ve medya aracılığıyla bireylere dayatılan yeni standartlar, onları güzellik endüstrisine bağımlı hale getirmektedir. Kitle iletişim araçları—televizyon, sinema, dergiler, internet ve sosyal medya platformları—aracılığıyla bireyler, idealize edilen güzellik algısına maruz bırakılmakta ve bu algıya uyum sağlamaya yönlendirilmektedir. Popüler kültürde yer alan model, sanatçı, oyuncu, sporcu ve medya figürleri, estetik müdahalelerle biçimlendirilmiş bedenleriyle bireylere ulaşılabilir bir güzellik vaadi sunmaktadır. Uzun boy, düz bir karın, belirgin kas hatları, biçimlendirilmiş kol ve bacaklar, dolgunlaştırılmış dudaklar, estetikle şekillendirilmiş göğüs ve kalçalar gibi fiziksel özellikler, toplumun tüm yaş gruplarına estetik bir norm olarak dayatılmaktadır.

Güzellik ve sağlık endüstrisi, bireyleri sürekli tüketim döngüsü içinde tutarak ekonomik büyümesini sürdüren bir sistem inşa etmektedir. Sağlık ve güzelliğe dair ürün ve uygulamalar, yalnızca bireyin iyi olma halini destekleyen unsurlar olarak değıl, aynı

zamanda tüketim endüstrisinin sürekliliğini sağlayan araçlar olarak işlev görmektedir. Güzelliğin ölçütlerinin sürekli değişmesi, bireyleri bitiş çizgisi olmayan bir yarışın içine sürüklemektedir. Bu bağlamda, bireyler her daim genç ve güzel kalma baskısı altında, sürekli yeni tüketim kalıplarına uyum sağlamaya zorlanmaktadır. Sağlık, güzellik, gıda, kozmetik ve tıp sektörü, bireyde *her zaman güzel ol, her yaşta genç kal, kendini baştan yarat, kendin ol* gibi sloganlarla bir algı inşa ederek tüketmeyi teşvik etmektedir.

Genç kalma ve sağlıklı yaşama arzusuyla, sportif faaliyetlere yönelme, sağlıklı beslenme alışkanlıkları geliştirme, zararlı gıdalardan kaçınma, kişisel bakımına daha fazla özen gösterme ve organik beslenme gibi pratikleri yaşamlarının merkezine yerleştirmektedir. Bu tür uygulamalar, yalnızca fiziksel sağlığın korunması açısından değil, aynı zamanda ölüm, yaşlılık, hastalık, yalnızlık ve statü kaybı gibi kaygılara karşı bir direnç mekanizması olarak da işlev görmektedir. Günümüz insanı, kusurlu ve eksik yanlarını idealize edilmiş bedenlerle telafi etme çabası içindedir. Bu durum, bireyin zamansal algısını da değiştirerek, geçmiş ve geleceğin anlamını yitirdiği, bedenin şimdiki zamanda dondurulduğu bir yaşam biçimi oluşturmaktadır.

Günümüzde beden algısını etkileyen en önemli faktörlerden biri teknolojidir. Tarih boyunca teknoloji, insan hayatını kolaylaştıran bir araç olarak var olmuştur. Ancak modern zamanlardaki teknolojik gelişmeler ile önceki dönemlerdeki teknolojiler arasında belirgin bir fark bulunmaktadır. Bu farkın temelinde kapitalizmin dönüşümü yatmaktadır. Kapitalizm, modern çağda yaşadığı tıkanmayı teknoloji üzerinden aşmaya çalışmış ve bilim ile teknolojiyi araçsallaştırarak sistemini yeniden üretmiştir. Kapitalizm, sanayi toplumlarında öncelikle kamusal ihtiyaçları karşılamaya yönelik bir model benimserken, modern dönemde bireysel ihtiyaçları merkeze alarak tıkanan yapısını aşmayı hedeflemiştir. Bu doğrultuda, tüketim kültürü bireyselleştirilmiş ve *özgürlük* kavramı altında yeniden tanımlanmıştır. Bireyin tüketim alışkanlıkları, artık sadece bir ihtiyaç gidermeye yönelik olmaktan çıkıp, sınırsız bir tatmin arayışına dönüşmüştür. Toplumlar üretim kültüründen tüketim kültürüne evrilmiş ve tüketim, bireyin kimliğini inşa ettiği temel etkenlerden biri haline gelmiştir.

Günümüzde bilişim teknolojileri ve internet, küresel çapta yaygın bir şekilde kullanılmakta ve hayatın hemen her alanında etkisini hissettirmektedir. Dijitalleşmenin yol açtığı bu dönüşüm, bireyler için yeni sanal alanlar oluşturmaktadır. Eğitimden eğlenceye, turizmden alışverişe kadar geniş bir yelpazede etkili olan bilişim teknolojileri,

bireylerin yaşam pratiklerini kökten değiştirmekte ve bireyleri dijital bir ekosistemin içine dahil etmektedir. Bu sürecin en önemli unsurlarından biri sosyal medyadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medyayı sıklıkla kullandıklarını belirtmiştir. Gündelik yaşamlarına dair birçok detayı bu platformlar aracılığıyla paylaştıklarını ifade etmişlerdi. Sosyal medya, bireyi hem bir takipçi hem de bir içerik üreticisi haline getirmiştir. Kullanıcılar, paylaşımlarıyla kendilerini inşa ederken aynı zamanda başkalarının yaşamlarını gözlemleyerek belirli bir yaşam standardına ulaşma çabası içerisine girmektedirler.

Sosyal medya, bireylerin yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdiği, kendilerini ifade ettikleri ve kimliklerini inşa ettikleri bir alan haline gelmiştir. Günümüzde sosyal medya, bireylerin her an birbirini takip ettiği, sürekli gözetlediği ve aynı zamanda kendi yaşamlarını başkalarının gözetimine sunduğu bir mecra olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda, bireyler hayatlarını başkalarının onayına sunmakta ve başkalarının beğenisi olmadan adım atamaz hale gelmektedir. Dijitalleşen dünyada ortaya çıkan bu yeni sosyal dinamik, “*rızaya dayalı gözetim ve isteğe bağlı teşhir*” olgularını doğurmaktadır. Bireyler, sürekli gözlemlenme ve değerlendirilme sürecine gönüllü olarak katılmakta, sosyal medya platformları aracılığıyla kendi bedenlerini teşhir etmektedirler. Beden, bireylerin dijital dünyada var olma biçimi haline gelmiş ve bireyler için yalnızca fiziksel bir unsur olmaktan çıkıp sosyal, kültürel ve ekonomik anlamlar taşıyan bir göstergeye dönüşmüştür.

Bedenin bu kadar ön plana çıkmasının temel nedenlerinden biri, bireyin sosyal medya aracılığıyla kendini değerli ve anlamlı kılma çabasıdır. Birey, bedeni üzerinden toplumsal onay kazanarak kendi varlığını kanıtlama, kendisini takipçilerine kabul ettirme ve hayatının bir anlamı olduğunu ispatlama çabası içindedir. Sosyal medyada takipçi kaybetme ya da görünürlüğünü yitirme kaygısı, bireyin kendisini sürekli olarak yeniden inşa etmesine ve bedeni üzerinden sosyal medya performansını sürdürmesine yol açmaktadır. Aksi halde takipçiler, daha ilgi çekici başka hesaplara yönelebilecek ve birey, toplumsal varoluşunu tehdit altında hissedecektir.

Katılımcılar, sosyal medyada yoğun bir şekilde fotoğraf ve video paylaşmaktadır. Bu paylaşımların büyük bir kısmı bedenleriyle ilgilidir. Ancak bu beden temsilleri, sıradan ve doğal hallerde sunulmamaktadır. Aksine, bireyler fiziksel görünümlerini dijital filtreler, düzenlemeler vb. çeşitli müdahaleler aracılığıyla “ideal” hale getirerek

paylaşmaktadır. Günümüz sosyal medya kültüründe bireyler, yalnızca “beğeni” almak için değil, aynı zamanda toplumun dayattığı estetik normlara uyum sağlamak için de bedenlerini dijital olarak şekillendirmektedir.

Bireylerin sosyal medyada paylaştıkları görseller, bir nevi dijital kimlik kartı işlevi görmektedir. Kendi hayatlarından sürekli veri sunmak, takipçileriyle etkileşimde bulunmak, sosyal medya platformlarında var olmanın temel kurallarından biri haline gelmiştir. Bu süreç, bireyin yaşamını bir “performans” haline getirerek, varoluşunu dijital beğeniler üzerinden inşa etmesine yol açmaktadır. Sosyal medyada var olmak yaşamakla eşdeğer hale gelmiştir. Bu durum, bireylerin hayatlarını “onay almaya dayalı” bir yaşama dönüştürmektedir. Bu noktada, sosyal medya, bireyin yalnızca varlığını sergilediği bir alan olmaktan çıkıp, aynı zamanda bireyi sürekli olarak biçimlendiren, yönlendiren ve denetleyen bir mekanizmaya dönüşmektedir. Teknoloji, bireyleri denetleyen, yönlendiren ve teşvik eden bir güç olarak, bedeni ve kimliği yeniden üretmektedir.

Sosyal medya, bireylere yakın çevreleriyle iletişim kurma, sosyalleşme ve paylaşımında bulunma imkânı sunarken, aynı zamanda bireyleri birbirine yabancılaştırmaktadır. Dijital teknolojiler, bireyler arasındaki fiziksel mesafeyi kapatarak “uzağı yakın ederken”, aynı zamanda yüz yüze ilişkilerin yerini sanal etkileşimlere bırakarak “yakını uzak eden” bir araç haline gelmiştir. Bu durum, bireyin teknolojiyle kurduğu ilişkinin temel çelişkilerinden birini oluşturmaktadır. Bir yandan teknoloji, bireylerin birbirleriyle etkileşimde bulunmasını sağlayarak sosyal ilişkileri sürdürürken, diğer yandan bu etkileşimleri sanal bir zemine taşıyarak bireyleri fiziksel ortamdan, yüz yüze ilişkilerden, yakın bağlardan koparmaktadır. Bireyler, yüz yüze ilişkilerde eksikliğini hissettikleri ilgi ve beğeniyi sosyal medya üzerinden aramakta, ancak bu süreçte daha derin bir yalnızlığa sürüklenmektedirler. Teknoloji, bireyin maddi ve manevi değerlerini dönüştürerek, sosyal ilişkileri metalaştıran ve bireyin varoluşunu dijital bir performansa indirgeyen bir sistem inşa etmektedir. Günümüzde sosyal medya, bireylere bedeniyle var olma biçimi olarak kendini dayatmakta ve bireyi fiziksel görünümü üzerinden değerlendiren bir ölçüt oluşturmaktadır.

Sosyal medya bireyler için hem bir teşhir hem de bir gözetim alanı haline gelmiştir. Günümüz toplumlarında birey, kendi isteğiyle bedenini şekillendirip teşhir etmekte ve toplumsal onay almak için performans sergilemektedir. Bu süreç, bireyin kimliğini ve benlik algısını sosyal medya platformlarının sunduğu beğeni, yorum ve takipçi sayısı gibi

göstergeler üzerinden inşa etmesine yol açmaktadır. Sosyal medya, bireyin kimliğini ve varoluşunu inşa ettiği, kendisini bedeni üzerinden ifade ettiği bir platform haline gelmiştir. Bireyler, sosyal medyada sürekli olarak gözetlemekte ve gözetlenmektedir. Bu süreç, bireyleri sürekli bir estetik kaygıya sürükleyerek, bedenlerini idealize etmeye ve toplumsal onay almaya zorlamaktadır. Teknolojinin sunduğu gözetim ve teşhir kültürü, bireyi bedenini metalaştırarak, fiziksel görünümü üzerinden bir kimlik inşasına yöneltmektedir. Sosyal medya, bireyin hayatını rakamsal göstergelere indirgeyerek, onun varlığını onay mekanizmalarına bağımlı hale getirmektedir. Bu süreç, bireyin toplumsal varoluşunu dijital platformlarda aldığı beğeni ve takipçi sayısı üzerinden tanımlamasına yol açmaktadır.

Beden algısını etkileyen önemli faktörlerden biri, gösterişçi bedendir. Thorstein Veblen'in "gösterişçi tüketim" kavramı, geçmişte zenginliğin sahip olunan maddi varlıklar aracılığıyla sergilendiğini öne sürerken, günümüzde bu gösterişin büyük ölçüde beden üzerinden gerçekleştiği görülmektedir. Kişi, lüks araçlara veya gayrimenkullere sahip olmasa da bedenini biçimlendirerek ve süsleyerek bir statü göstergesi oluşturabilmektedir. Üst sınıfın estetik normlarını taklit eden bireyler, bedenlerini bir gösteriş unsuru olarak kullanarak haz ve doyum elde etmektedir. Bu durum, gösterişçi toplum anlayışının, maddi varlıklar üzerinden sergilenen bir tüketimden, bedenin kendisinin sergilendiği bir yapıya evrilmesine neden olmuştur. *Gösterişçi beden*, ekonomik durumdan bağımsız olarak aşırı tüketimin beden aracılığıyla görünür kılındığı bir olgu haline gelmiştir. Bu süreçte bireyler, bedenlerini sürekli olarak yapılandırarak toplumsal sahnede konumlandırmakta ve kimliklerini bedenleri üzerinden ifade etmektedir. Gösterişçi beden, tüketim kültüründe sosyal ilişkilerin beden aracılığıyla şekillendiği bir değer olarak öne çıkmaktadır.

Gösterişçi tüketimde mal ve hizmetlerin sağladığı yarardan çok, bedenin biçimlendirilmesi ve sunumu ön plana çıkmaktadır. Günümüzde sosyal statüyü belirleyen unsurlar değişmiş, geçmişte lüks kabul edilen birçok ürün yaygınlaşarak ulaşılabilir hale gelmiştir. Gösterişçi beden için tüketim, lüks ürünlerden ziyade, ürün sayısı ve sınırsız tüketim üzerinden şekillenmektedir. Bireyler değerli, görünür olma aracı olarak bedenlerini kullanmaktadır. Beden, bireyin imajını oluşturma, kendine ait nitelikleri dışa vurma işlevi görmektedir. Gösterişçi bedenin oluşumunda, bedeni zaman-mekân sınırlaması olmaksızın her an sunulabilmesi önemli bir etkidir. Bireyin bedenini sürekli

yapılandırarak ön plana çıkarması, toplum içinde prestij ve statü kazanmasına olanak tanımaktadır. Fit, düzgün, pürüzsüz ve bakımlı bir beden, toplum tarafından belirlenen estetik standartlara uyum sağlarken, toplumsal statünün de bir göstergesi haline gelmektedir.

Katılımcılar gösterişçi bedenin toplum içinde çeşitli avantajları olduğunu düşünmektedir. Gösterişçi beden, bireyin iyi bir imaj ve yüksek bir statüye sahip olduğu izlenimini oluşturmaktadır. Beden, toplumsal statünün bir aynası, itibarı yansıtan bir vitrin olarak değerlendirilmektedir. Katılımcılar, gösterişçi bedenin dikkat çekmenin ve bireyin bulunduğu konumu yansıtmanın önemli bir stratejisi olduğunu belirtmektedir. Biçimlendirilmiş bir beden, günlük yaşamda bireyin diğer insanlar tarafından farklı muamele görmesine, sosyal ilişkilerinin güçlenmesine ve iş çevresinde daha fazla fırsata erişmesine katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, karşı cinsle kurulan ve sürdürülen ilişkilerde de önemli bir rol oynamaktadır. Gösterişçi beden, bireyin sosyo-ekonomik düzeyinin yüksek olduğu izlenimi yaratmakta ve bu durum, gündelik yaşamda bireye avantajlar sunmaktadır. Bu çerçevede, gösterişçi beden, toplum tarafından ideal bireyin bir göstergesi olarak kabul edilmekte ve her alanda aranan bir imaj oluşturmaktadır. Günümüz toplumlarında bedene azami özeni göstermek, gösterişçi tüketim anlayışının bir gerekliliği haline gelmiştir. Gösterişçi toplum anlayışı, günümüzde beden üzerinden tanımlanan bir gösterişçi beden anlayışına dönüşmüştür.

Katılımcıların beden algılarında cinsiyet açısından önemli bir fark olmadığı görülmektedir. Her iki cinsiyet de bedene özen göstermekte, önem vermektedir. Bunun için ideal, estetik, güzel, sağlıklı bir bedene kavuşmak amacıyla her iki cins de bedenle ilgili benzer pratiklere başvurmaktadır. Her iki cins bedeni sosyal yaşamda aynı derecede ön plana çıkarma eğilimindedir. Bedene benzer anlamlar yüklemekte ve bedeni benzer şekilde sembolleştirmektedirler. Fakat bu durum kadın katılımcılarda maskülen bir niteliğe bürünme eğilimine neden olurken erkek katılımcılarda feminen bir niteliğe bürünme eğilimine yol açmaktadır. Kadınlar fit bir bedenle yalnızca güzel, estetik bir bedeni değil, fiziksel olarak güçlü, kuvvetli, fiziksel anlamda kendine yeten, fiziksel güç gerektiren her işi yapabilen, liderlik edebilen, agresif bir bedeni amaçlamaktadırlar. Erkeklerde ise güçlü, kuvvetli bir bedenin yanında güzel, estetik bir beden hedeflenmektedir. Katılımcıların beden algıları yaşadıkları bölgelere göre farklılık arz etmektedir. Bu durum sosyo-kültürel farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Batıda yaşan

katılımcıların doğuda yaşayan katılımcılardan daha özenli, daha dikkatli bir beden algısına sahip oldukları görülmüştür. Bu özenli beden algısı bölgesel olarak doğudan batıya doğru gittikçe belirgin hale gelmektedir.

Bu bağlamda, kimlik ve beden ilişkisi incelendiğinde, kimlik tanımlamalarında modern kapitalist ekonomi ve bu ekonomi merkezli ideolojilerin oluşturduğu kültürel dönüşümün belirleyici bir rol oynadığı görülmektedir. Geleneksel referans kimlikler önemini korumakla birlikte, kimlik tanımlamalarında yeni unsurların eklenmesiyle kimlik kategorileri genişlemiştir. Dini, milli, etnik, kolektif, sınıf ve cinsiyet kimliklerinin yanı sıra cinsel gruplaşmalar, dil grupları, cemaatler ve beden algısı gibi kurgusal veya somut kimlik unsurları da kimlik tanımlamalarına dâhil olmuştur. Modern kapitalist ekonominin ve hızlı dijitalleşmenin yaşama belirgin etkisi kültürel değerlerin dönüşümüne zemin hazırlamıştır. Teknolojinin ve ekonomik dönüşümün etkisiyle tüketim, moda, estetik, sağlık ve sosyal medya gibi unsurlar ön plana çıkmış, beden bu unsurlar ekseninde algılanarak biçimlendirilmiştir. Böylece beden, kimlik referanslarının önemli bir unsuru haline gelmiş ve kimliğin tanımlanmasında etkili bir faktör olmuştur.

Günümüzde birey, kimliğini tanımlarken farklı seçeneklere sahiptir ve beden algısı bu seçeneklerden biri olarak öne çıkmaktadır. Kimliğin dinamik niteliği, bireylerin farklı kimlik unsurlarını benimsemesine ve bu unsurları sürekli olarak yeniden şekillendirmesine olanak tanımaktadır. Ancak tüm kimlikler aynı dinamikler doğrultusunda gelişmediğinden, bireylerin kimlik inşası farklılıklar göstermektedir. Günümüzde bireyler tüketim kültürü ekseninde bedenlerini bir kimlik aracı olarak kullanarak kişisel kimliklerini inşa etmeye yönelmektedir. Bedenlerini sürekli olarak ön plana çıkararak ve yeniden biçimlendirerek kimliklerini oluşturma ve anlamlandırma çabası içindedir. Böylece tüketim kültürü bağlamında kimlik referansları oluşmaktadır.

Modern kapitalist ekonomi küresel ölçekte ekonomik ve kültürel bir homojenleşmeye zorlamaktadır. Dijitalleşme, Amerikan kültürünü küresel düzeyde yaygınlaştırarak, beden algısını da bu kültürel hegemonya doğrultusunda şekillendirmektedir. Amerikan kültürü, küresel düzeyde bedenin estetik ve işlevsel anlamlarını belirleyen bir norm haline gelmiştir. Amerikan kültürünün küresel ölçekte dayattığı beden algısı, kimlik inşasında önemli bir referans noktası haline gelmiş olsa da bireylere gerçek bir kimlik sunma kapasitesine sahip değildir. Bu kültürel yapı, bireylerin yaşamlarına anlam kazandıran ve gerçek gereksinimlerini karşılayan bir kimlik inşa

etmekten ziyade, kısa vadeli ve geçici kimlik formları üretmektedir. Bu kimlikler, toplumsal iç dinamiklerden ve tarihsel süreçlerden bağımsız, yapay ve yüzeysel bir nitelik taşımaktadır. Derin kültürel bağlardan yoksun olan bu kimlikler, bireylere kapsamlı bir aidiyet duygusu sunmaktan uzaktır. Özgün toplumsal hafızadan ve ideallerden beslenmemektedir. Sonuç olarak, modern kapitalist ekonomi ve küreselleşme bağlamında şekillenen beden algısı, bireyin kimlik inşasında yeni bir referans noktası oluştursa da bu kimlik biçimlerinin toplumsal ve kültürel köklerden kopuk olduğu, kalıcı ve bütüncül bir kimlik inşasına katkı sunmadığı görülmektedir.

Kimlik referanslarının artması, ahenkli ve bireyi doğru şekilde ifade eden bir kimliğin oluşmasını sağlamaz. Kimlik referanslarının çoğalması, sağlıklı ve uyumlu bir kimlik oluşturacağı anlamına gelmez. Kimlik, duygusal bir bütünlük ve toplumsal süreklilik duygusu yaratacak ortak geçmişten, hatıralardan, dil birliğinden ve toplumsal birliktelikten beslenir. Bu bağlamda toplumun tarihinden, değerlerinden, ideallerinden oluşan küresel bir kültürden söz edilemeyeceği gibi küresel bir kimlik de mümkün değildir. Dolayısıyla, günübürlük ve sınırlı anlamlarla şekillenen çoklu kimliklerin de anlamlı bir şekilde var olması oldukça zordur.

Kapitalizmin pompaladığı tüketim kültürü, moda, estetik, sağlık ve teknoloji gibi alanlarda yeni kimlik referansları oluşturmuş olsa da bu kimlikler derin anlamlar ve değerler üreten bir kimlik olgusuna dönüşmemektedir. Bu süreç, parçalanmış, geçici ve yapay kimliklerin oluşmasına yol açmaktadır. Sınıf, etnik, dini ve milli kimlikler gibi kapsayıcı tanımlamalardan, cemaatlere, cinsel gruplara, tüketim gruplarına ve sanal topluluklara doğru bir kayma yaşansa da kimliğin asli rolü ve işlevi bu geçici tanımlamalarla yerine getirilememektedir. Sonuç olarak, bütünlükten, derinlikten yoksun ve zoraki bir şekilde bir araya toplanmış, uyumsuz parçalardan kimlikler oluşmaktadır. Bu tür kimlikler, güçlü köklere dayanmayan, ortak anlam dünyasına hitap etmeyen, birey için işlevsel olmayan geçici kimliklerdir. Modern kapitalist sistemin ve onun kültürünün ürettiği kimlikler, aslında sistemin sürdürülebilirliğine hizmet eden anlamlı kimlikten yoksun, kimliksiz kimliklerdir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- Akşit, O. (2018). “‘Beden, ‘Kemiklerine Kadar’ Ve ‘Cennet’ Fimleri Üzerinden Güzellik Algısı ve Kadın Bedeninin Temsili”, *Medya ve Beden*, ed. Hülya Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Alptekin, D. (2016). *Toplumsal Aidiet ve Gençlik*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Altunoğlu, M. (2022). *Kimliğin Kimliği*. Vulgus Yayınları, Ankara.
- Anık, C. (2015). *Meşruiyetin Sosyal Psikolojisi*. Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Aydın, S. (1998). *Kimlik Sorunu İlkesellik ve Türk Kimliği*. Öteki Yayınları, Ankara.
- Aydın S. (2009). *Türk Kimliğinin Yaratılması ve Ulusal Kimlik Sorunu Üzerine*. Öteki Yayınları, Ankara.
- Ayvaz, Ç. (2018). “‘Tüketim Kültüründe İdeal Beden Arayışı: İnce Hastalık! ‘Min Lilla Syster’ Film Örneği”, *Medya ve Beden*, ed. Hülya Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Baban, E. (2012). “McLuhan ve Baudrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu” *Sosyal Medya Akademi*, ed. Tolga Kara, Ebru Özgen, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Bahar, H. İ. (2008). *Sosyoloji*. Hayat Yayınları, İstanbul.
- Bal, H. (2023). *Araştırma Yöntemleri: Nicel-Nitel-Karma Yöntemler*. Otorite Yayınları, İstanbul.
- Barbarosoğlu, F. (2023). *Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet*. İz Yayıncılık, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2018). *Tüketim Toplumu*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2023). *Küreselleşme ve Toplumsal Sonuçları*. (Çev. A. Yılmaz). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. (Çev. Ü. Öktem), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2018a). *Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup*. (Çev. P. Sıral) Habitus Yayıncılık, İstanbul.
- Bauman, Z. (2014). *Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlak Denemeleri*. (Çev. İ. Türkmen). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketim ve Yeni Yoksullar*. (Çev. Ü. Öktem). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2018b). *İskarta Hayatlar: Modernite ve Safraları*. (Çev. O. Yener). Can Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2022). *Azınlığın Zenginliği Hepimizin Çıkarına mıdır?*. (Çev. H. Keser). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2013). *Akışkan Gözetim*. (Çev. E. Yılmaz). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2021). *Tüketim Toplumu*. (Çev. H. Deliceçaylı, F. Keskin). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bayhan, V. (2007). *Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma*. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Bayhan, V. (2003). *Genç Kimliği Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili (İnönü Üniversitesi Uygulaması)*. İnönü Üniversitesi Yayınları, Malatya.
- Baymur, F. (2000). *Genel Psikoloji*. İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- Berberoğlu, B. (2012). *Klasik ve Çağdaş Sosyal Teoriye Giriş*. İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Bilgin, N. (2013). *Sosyal Psikoloji*. Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Bilgin, N. (1997). *Cumhuriyet, Demokrasi ve Kimlik*. Bağlam Yayınları, Ankara.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*, Aşina Kitaplar, İzmir.
- Bilgin, N. (1995). *Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar*. Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Bingöl, O. (2020). *Modern Beden ve Estetik Cerrahi*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Bocock, R. (2005). *Tüketim*, (Çev. İ. Kutluk). Dost Kitabevi, Ankara.
- Botton, A. (2023). *Statü Endişesi*. Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Bourdieu, P. (1997). *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine*. (Çev. H.U Tanrıöver). Hil Yayınları, İstanbul.
- Bourdieu, P. (1997). *Toplumbilim Sorunları*. (Çev. I. Ergüven). Kesit Yayıncılık, İstanbul.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2003). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. (Çev. N. Öktem). İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bozkurt, R. (2024). *Pürüzsüz Yaşlanma*. Nobel Bilimsel Yayınevi, Ankara.

- Bozkurt, V. (2014). *Değişen Dünyada Sosyoloji*. Ekin Yayınları, Bursa.
- Budak, S. (2019). *Psikoloji Sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Burcu Sağlam, E, vd. (2018). *Sosyoloji*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Busch, O. (2017). *Moda Praksisi*. (Çev. D. Kılıç). Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul.
- Canatan, K. (2015). *Beden Sosyolojisi*. Açılım Kitap, İstanbul.
- Canatan, K. ve Yıldırım, E. (2013). *Aile Sosyolojisi*. Açılım Kitap, İstanbul.
- Castells, M. (2013). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür (Birinci Cilt: Ağ Toplumun Yükselişi)*. (Çev. E. Kılıç). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Cirhinlioğlu, Z.ve Cirhinlioğlu, F. G. (2015). “Postmodern Sağlığın Yükselişi ve Düşüşü”, *Beden Sosyolojisi*, ed. Kadir Canatan, Açılım Kitap, İstanbul.
- Coward, R. (2006). *Kadınlık Arzuları*. (Çev. A. Türker). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Çağan, K. (2003). *Popüler Kültür ve Sanat*. Altinküre Yayınları, Ankara.
- Çağan, K. (2013). “Aile’nin işlevleri”, *Aile Sosyolojisi*, ed. Kadir Canatan, Ergün Yıldırım, Açılım Kitap, İstanbul.
- Çakır, M. (2014). *Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar*. Doğu Kitabevi, İstanbul.
- Çelik, R. ve Dalgaldere, S. (2015). *Yeni ve Geleneksel Medya Okumaları*. İskenderiye Kitap, İstanbul.
- Çetin, E. (2017). *Gündelik Hayat Sosyolojik Bakmak*. Siyasal Kitabevi, İstanbul.
- Çetinkaya, Y. (2023). *Reklamcılık ve Manipülasyon*. Büyüyenay Yayınları, İstanbul.
- David, F. (2016). *Moda, Kültür ve Kimlik*. (Çev. Ö. Arıkan). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Debord, G. (2016). *Gösteri Toplumu*. (Çev. G. Ekmekçi, O. Taşkent). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Demirel, G. (2018). “Reklam Fotoğraflarında Ürün Üzerinden Cinsiyetçi Yaklaşım: Tom Ford Örneği”, *Medya ve Beden*, ed. Hülya Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Dugby, G., Perrot, M. (2005). *Kadınların Tarihi 3/Rönesans ve Aydınlanma Çağı Paradoksları*. (Çev. A. Fethi). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Eco, U. (2012). *Çirkinliğin Tarihi*. (Çev. K. K. Akbulut). Doğan Kitap. İstanbul.
- Eco, U. (2016). *Güzelliğin Tarihi*. (Çev. A.C. Akkoyunlu). Can Yayınları, İstanbul.

- Eco, U. (2019). *Orta çağ Estetiğinde Sanat ve Güzellik*. (Çev. K. Atakay). Doğan Kitap Yayınları, İstanbul.
- Elçik, G. (2012). Gülnur Elçik: “Bedenin Gölgeleeri: İmgeleri İzlemek”, *Bellek İzleri: Kurgudan Kurama Görüntüler*, ed. N. Gamze Toksoy, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Elçiyar, K. (2018). “Sosyal Medya ve Kadının Bedensel Tatmini”, *Medya ve Beden*, ed. Huriye Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Erkan, R. (2010). *Kentleşme ve Sosyal Değişme*. Bilim Adamları Yayınları, Ankara.
- Erdenir, B. (2010). *Avrupa Kimliği*. Alfa Yayınları, İstanbul.
- Ergun, D. (2016). *Kimlikler Kıskaçında Ulusal Kişilik*. İmge Kitabevi, İstanbul.
- Ergun, D. (2000). *Kimlikler Kıskaçında Ulusal Kişilik*. İmge Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Erkilet, A. (2007). *Toplumsal Yapı ve Değişme Kuramları*. Hece Yayınları, Ankara.
- Ersoy, E. (2005). “Kimlik ve Değerler İlişkisinin Sosyolojik Boyutu”, *Prof. Dr. Halil Narman Armağanı*, ed. Cemalettin Çopuroğlu, Fırat Üniversitesi Yayınları, Elâzığ.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (Çev. M. Küçük). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Foucault, M. (2006). *Hapishanenin Doğuşu*. (Çev. M. A. Kılıçbay). İmge Kitabevi, İstanbul.
- Fichter, J. (2011). *Sosyoloji Nedir?*. (Çev. N. Çelebi). Anı Yayıncılık, Ankara.
- Giddens, A. ve Sutton, P. W. (2014). *Sosyoloji 'de Temel Kavramlar*. (Çev. A. Esgin). Phoenix Yayınevi, Ankara.
- Giddens, A. (2010). *Modernliğin Sonuçları*. (Çev. E. Kuşdil). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Goffman, E. (2009). *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu*. (Çev. B. Cezar). Metis Yayınları, İstanbul.
- Goffman, E. (2014). *Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*. (Çev. Ş. Geniş, L. Ünsaldı, S. N. Ağırnaslı). Heretik Yayınları, Ankara.
- Gökçe, B. (1984). *Orta-öğretim Gençlerinin Beklenti ve Sorunları*. MEB Yayınları, İstanbul.
- Göker, E. (2016). “Ekonomik indirgemeci mi Dediniz?”, *Ocak ve Zanaat/Pierre Bourdieu Derlemesi*, ed. Güney Çeğin, vd., İletişim Yayınları, İstanbul.
- Gutman, A. G. (2005). *Çok Kültürcülük Tanınma Politikası*. (Çev. L. Köker). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- Güngör Sağlam, N. (2018). “Eğitim”, *Sosyoloji*, ed. Esra Burcu Sağlam, vd., Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Görgün Baran, A. (2018). “Medya”, *Sosyoloji*, ed. Esra Burcu Sağlam, vd., Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gür, B. S., Vd., (2012). *Türkiye'nin Gençlik Profili*. Seta Yayınları, Ankara.
- Güvenç, B. (2003). *Türk Kimliği*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Hortaçsu, N. (2007). *Ben, Biz, Siz, Hepimiz*. İmge Kitabevi, Ankara.
- Heilbroner, R. L. (2019). *İktisat Düşünürleri: Büyük İktisat Düşünürlerinin Yaşamları ve Fikirleri*. (Çev. A. Tartanoğlu). Dost Kitabevi, Ankara.
- İnaç, H. (2005). *Ab'ye Entegrasyon Sürecinde Türkiye'nin Kimlik Problemleri*. Adres Yayınları, Ankara.
- İpekeşen, S. S. (2018). “Kadın Bedeni ve Reklam Dünyası: Güncel Bir Araştırma”, *Medya ve Beden*, ed. Hülya Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kaplan, Y. (1991). *Enformasyon Devrimi Efsanesi*. Rey Yayınları, Kayseri.
- Karaarslan, F. (2019). *Toplumsal Hafıza*. Ketebe Yayınları, İstanbul.
- Karabekiroğlu, K. (2014). *Ergenin Ruhsal Gelişimi*. Say Yayınları, İstanbul.
- Karahisar, T. (2013). “Sosyal Medyanın Psikolojik ve Toplumsal Yansımaları”, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya*, ed. Mihalıs Kuyucu, Tüba Karahisar, Zinde Yayınları, İstanbul.
- Karakaş, M. (2015). *Modernlik, Küreselleşme ve Türkiye'nin Kimlikler Evreni*. Küre Yayınları, İstanbul.
- Kaya, Y. (2007). “Kimlikler Dağıtılırken Milli Kimlikler”, *Kürenin Halleri*, ed. Yaşar Kaya, Doğu Kütüphanesi, İstanbul.
- Kellner, D. (1991). “Reklam ve Tüketim Devrimi”, *Enformasyon Devrimi Efsanesi*, ed. Yusuf Kaplan, Rey Yayınları, Kayseri.
- Kayan, R. (2007). *Vahyin Gölgesinde Kimlik İnşası*. Çıra Yayınları, İstanbul.
- Kızılçelik, S. (1994). *Sosyoloji Teorileri 1* Yunus Emre Yayıncılık, Konya.
- Kızılçelik, S. (2018a). *Frankfurt Okulu*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Kızılçelik, S. (2018b). *Çağdaş Sosyal Teorisyenler 1*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kızılçelik, S. (2020). *Sosyoloji 6*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Korkmaz, A. (2017). *Değişme ve Farklaşma*. Doğu Kütüphanesi, İstanbul.

- Köknel, Ö. (2001). *Kimliği Arayan Gençliğimiz*. Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Köse, H. (2010). *Medya ve Tüketim Sosyolojisi*. Ayraç Kitapevi, Ankara.
- Kulaksızoğlu, A. (2007). *Ergenlik Psikolojisi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Kuş, E. (2012). *Nitel-Nitel Araştırma Teknikleri*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Kuyucu, M., Karahisar, T. (2013). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya*. Zinde Yayınları, İstanbul.
- Laporte, W. M. (2011). *Moda*. (Çev. I. Ergüden). Dost Kitabevi, Ankara.
- Lasch, C. (2021). *Narsisizm Kültürü*. (Çev. S. Öztürk, Ü. H. Yolsal). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Lefebvre, H. (2007). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. (Çev. I. Gürbüz). Metis Yayınları, İstanbul.
- Lüküslü, D. (2009). *Türkiye’de ‘Gençlik Miti’ 1980 Sonrası Türkiye Gençliği*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Lüküslü D., vd. (2017). *Sessiz ve Görünmeyen Gençler Araştırması*. Genç Hayat Yayınları, İstanbul.
- Lyon, D. (2018). *Gözetlenen Toplum*. (Çev. G. Soykan). Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Maalouf, A. (2012). *Ölümcül Kimlikler*. (Çev. A. Bora). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (Çev. O. Akınhay, D. Kömürcü). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Martı, H. (2015). “Hz. Peygamber’in Hadislerinde Bir Değer İmgesi Olarak Beden ve Mahremiyeti” *Beden Sosyolojisi*, ed. Kadir Canatan, Açılım Kitap, İstanbul.
- Mcluhan, M. (2019). *Yaradanımız Medya & Medyanın Etkileri Üzerine Bir Keşif Yolculuğu*. (Çev. Ü. Oskay). Nora Kitap, İstanbul.
- Mauss, M. (2017). *Sosyoloji ve Antropoloji*, (Çev. Ö. Doğan). Doğu Batı Yayınları, İstanbul.
- Merter, F. ve Talas, M. (2013). *Sosyoloji*. Lisans Yayıncılık, İstanbul.
- Mead, George H. (2017). *Zihin, Benlik ve Toplum*, (Çev. Y. Erdem). Heretik Yayıncılık, Ankara.
- Mollaer, F. (2014). *Kimlik Politikaları*. Doğu Batı Yayınları, İstanbul.
- Morley, D. ve Robins, K. (2011). *Kimlik Mekânları*. (Çev. E. Zeybekoğlu). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Nair, G. (2018). *Aile-Okul-Sokak Üçgeninde Gençlik ve Şiddet*. Nobel Yayınları, Ankara.

- Niedzwiecki, H. (2009). *Dikizleme Günlüğü*. (Çev. G. Gündük). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Okumuş, E. (2015). “Bedene Müdahalenin Sosyolojisi”, *Beden Sosyolojisi*, Ed. Kadir Canatan, Açılım Kitap, İstanbul.
- Özcan, A. (2015). Ali Özcan: “Sosyal Medyanın Ekonomi Politikası”, *Yeni ve Geleneksel Medya Okumaları*, ed. Ramazan Çelik, Sertaç Dalgaldere, İskenderiye Kitap, İstanbul.
- Özcan Demir, N. (2018). “Kimlik”, *Sosyoloji*, ed. Esra Burcu Sağlam, vd., Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Özkalp, E. (2021). *Sosyolojiye Giriş*. Ekin Yayınevi, Bursa.
- Özyurt, C. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma*. Açılım Kitap, İstanbul.
- Pacteau, F. (2005). *Güzellik Semptomu*. (Çev. B. Erol). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Pamuk, A. (2014). *Kimlik ve Tarih*. Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul.
- Poloma, M. M. (1996). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. (Çev. H. Erbaş). Gündoğan Yayınları, İstanbul.
- Poyraz Tacoğlu, T. (2018). “Aile”, *Sosyoloji*, ed. Esra Burcu Sağlam vd., Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Ritzer, G. (2011). *Modern Sosyoloji Kuramları*. (Çev. H. Hülür). De ki Yayınları, Ankara.
- Ritzer G., Stepnisky, J. (2019). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri*. (Çev. I. E. Howison). De ki Yayınevi, Ankara.
- Sagaert, C. (2020). *Kadın Çirkinliğinin Tarihi*. (Çev. S. Kenç). Maya Kitap Yayıncılık, İstanbul.
- Sayın, Ö. (2020). *Aile Sosyolojisi*. Doğu Batı Yayınları, İstanbul.
- Sennet, R. (2022). *Ten ve Taş*. (Çev. T. Birkan). Metis Yayınları, İstanbul.
- Sezal, İ. (2012). *Sosyolojiye Giriş*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Sim, S. (2006). *Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü*. (Çev. M. Erkan, A. Utku). Ebabel Yayınları, İstanbul.
- Simmel, G. (2003). *Modern Kültürde Çatışma: Sanat 2*. (Çev. T. Bora, N. Kalaycı, E. Gen). İletişim Yayınları, İstanbul.
- Slaterry, M. (2017). *Sosyolojide Temel fikirler*. (Çev. Ü. Tatlıcan, Sentez Yayınları, Ankara.

- Smith, P. (2007). *Kültürel Kuram*. (Çev. S. Güzel Sarı, İ. Gündoğdu). Babil Yayınları, İstanbul.
- Sombart, W. (2008). *Burjuva*. (Çev. O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Sontag, S. (2015). *Metafor Olarak Hastalık: AIDS ve Metaforları*. (Çev. O. Akınhay). Can Yayınları, İstanbul.
- Soyşekerci, S. (2013). *Beden Sanatı*. Doğu Batı Yayınları, İstanbul.
- Şemin, R. (2010). *Gençlik Psikolojisi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Şimşek, H.ve Yıldırım, A. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, İstanbul.
- Şişman, N. (2018). *Emanetten Mülke*. İz Yayıncılık, İstanbul.
- Tezcan, M. (2015). *Sosyoloji'ye Giriş*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Toktaş, S. A., vd. (2012). *Türkiye'de Dijital Gözetim: T.C.Kimlik Nuumarasından e-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi*. Alternatif Bilişim Derneği, İstanbul.
- Tolan, B. (1993). *Sosyoloji*. Gazi Kitapevi, Ankara.
- Töre Özsel, K. (2018). “Dijital Kimlikler ve Benliğin Sunumu: Black Mirror-Nosedive Örneği”, *Medya ve Beden*, ed. Huriye Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Turner, B. S. (2017). *Tıbbî Güç ve Toplumsal Bilgi*. (Çev. Ü. Tatlıcan). Sentez Yayınları, Bursa.
- Turner, B. S. (2019). *Beden ve Toplum-Sosyal Teoride Arayışlar*. (Çev. İ. Kaya). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Türkdoğan, O. (1997). *Etnik Sosyoloji*. Timaş Yayınları, İstanbul.
- Ünal, S. (2007). “Ötekinin Aynasındaki Yüzler”, *Kürenin halleri*, ed. Yaşar Kaya, Doğu Kütüphanesi, İstanbul.
- Vatandaş, C. (2004). *Ulusal Kimlik, Türk Ulusçuluğunun Doğuşu*. Açılım Kitap Yayınları, İstanbul.
- Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*. (Çev. Z. Gültekin, C. Atay). Babil Yayınları, İstanbul.
- Veblen, T. (2015). *Aylık Sınıfın Teorisi: Kurumların İktisadi İncelenmesi*. (Çev. E. Kızrmızıaltın, H. Bilir). Heretik Yayınları, İstanbul.
- Vigarelo, G. (2013). *Güzelliğin Tarihi*. (Çev. E. Ataçay). Dost Yayınları, Ankara.

- Vigarelo, G. (2013). *Bedenin Tarihi:3*. (Çev. S. Özen). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Vigarelo, G. (2016). *Orta çağdan 20.Yüzyıla Şişmanlığın Tarihi*. (Çev. Y. Kayacan). Doğan Kitap, İstanbul.
- Wallace, R. A., Wolf, A. (2013). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. (Çev. L. Elburuz, M.R. Ayas). Doğu Batı Yayınları, İstanbul.
- Watson, N. (2006). “Postmodernizm ve Yaşam Tarzları”, *Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü*, ed. Stuart Sim (Çev. M. Erkan, A. Utku), Ebabil Yayınları, İstanbul.
- Weber, M. (2011). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (Çev. M. Köktürk). Bilgesu Yayıncılık Ankara.
- Yaman, M. (2015). *Apaçi Gençlik*. Yeşilay Yayınları, İstanbul.
- Yavuzer, H. (2007). *Çocuk Psikolojisi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Yazıcı, T. ve Demir, I. (2018). “Değişen Kusursuz Güzellik Algısının Kadın Bedeninde Sunumu: Moda ve Kadın Bedenler”, *Medya ve Beden*, ed. Hülya Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, G. ve Yılmaz, E. (2017a). “İzlenim Yönetimi”, *Davranış Bilimleri*, ed. Memet Zencirkıran, Dora Yayıncılık, Bursa.
- Yörükoğlu, A. (1993). *Gençlik Çağı Ruh Sağlığı ve Ruhsal Sorunlar*. İnkılap Kitapevi, İstanbul.
- Yörükoğlu, A. (2007). *Değişen Toplumda Aile ve Çocuk*. Özgür Yayınları, İstanbul.
- Zencirkıran, M. (2017a). *Davranış Bilimleri*. Dora Yayınları, Bursa.
- Zencirkıran, M. (2017b). *Sosyoloji*. Dora Yayınları, Bursa.

MAKALELER

- Acun, R. (2011). Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik. *Milli Folklor*, 23(89), 66-77.
- Açıkalın S., Erdoğan, L. (2005). Veblen’ci Gösteriş Amaçlı Tüketim. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(7), 1-18.
- Akça, G. (2005). Moderninden Post-moderne Kültür ve Kimlik. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (15), 1-24.
- Akın, M. H. Gençlik Toplumsallaşmasında Akran ve Arkadaşlık Grupları. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 23-41.

- Arık, E. (2014). Sıradan İnsanın Yükselişi: Sosyal Medya Şöhretleri. *İletişim ve Diploması Dergisi*, (1), 97-111.
- Atış, N. (2008). Descartes Felsefesinde Öznenin Epistemolojik Olarak Konumlandırılması. *Ethos: Felsefe ve Temmuz Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, (4), 65-78.
- Aydın, B. (2014). Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Anlayışının Dönüşümü. *İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(5), 130-147.
- Aytaç, Ö. (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (1), 231-260.
- Baran Görgün, A. (2013). Genç ve Gençlik: Sosyolojik Bakış. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 6-25.
- Bayhan, V. (2013). Beden Sosyolojisi ve Toplumsal Cinsiyet. *Doğu Batı*, (63), 145-163
- Baran Görgün, A. (2013). Genç ve Gençlik: Sosyolojik Bakış. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 7-25
- Bayhan, V. (2015). Türkiye’de Gençlik Sosyolojisi Çalışmaları. *Sosyoloji Konferansları*, (52), 335-390.
- Bayhan, V. (2018). Gençliğin Topluma Katılma Örüntüleri. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 6 (14), 5-22.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: ‘Tüketiyorum Öyleyse Varım. *Sosyoloji Konferansları*, (43), 211-248.
- Bilgin, R. (2016). Geleneksel ve Modern Toplumda Kadın Bedeni ve Cinselliği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 219-243.
- Bitirim Okmeydan, S. (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a. *Online Academic Journal of Information Technology*, 8(30), 44-70.
- Bulgu, N. (1999). Amatör Futbolcularda Toplumsal Cinsiyet. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 75-101.
- Burcu, E. (2013). Engelli Gençlik ve Sosyal Riskler. *Gençlik araştırmaları Dergisi*, 1(2), 30-45.
- Becan, C. (2019). Gösterişçi Tüketim Aracı Olarak Instagramın Tüketicilerin Satın Alma Motivasyonuna Etkisi. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 3(2), 84-101.

- Cirhinlioğlu, Z. (2003). Post-modern Çözülüş ve Sağlık. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 131-148.
- Coşkun, A. (2003). Din ve kimlik. *M.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (24), ss 5-23.
- Çamuroğlu Çığ, E. Dijital çağda bakışın politikası: Panoptikon ve Aleniyet İlkesi. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 10(21), 91-113.
- Çetinkaya, A., Cılızoğlu, G. Y. (2019). Beni Baştan Yarat! Bedenin İdealize Edilerek Sosyal Medya Aracılığıyla Yeniden Yaratılması. *Kosbed*, (38), 33-54.
- Düzgüner, S. (2015). Değişen Dünyada Gençlik ve Değerler. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 105-126.
- Erol, P., Önder, E. (2016). Modernite Projesinin Kökenleri, Dinamikleri ve Sonu. *Sosyoloji Dergisi*, (33), 49-66.
- Ersoy, E. (2014). Tüketim Aynasında ‘Göz’e Yansıyan Seyirlik ve Sembolik Kimlikler. *Sosyoloji Konferansları*, (49), 47-74.
- Esgin, A. (2011). Beden sosyolojisi Açısından Popüler Kültür ve Kadın. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1, 669-678.
- Demir, A. (2017). Panaptikon, Sinoptikon Geriliminde Özgürlük Paradoksu. *Kaygı Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, (28), 55-65.
- Demirel, G., M. Karanfiloğlu. (2020). Sosyal Medyada Yemek Fotoğraflarının Kimlik İnşası Bağlamında Tüketimi: Instagram Örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (34), 236-259.
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1)1, 23-144.
- Gökalp, N. (2004). Descartes ve Spinoza Düşüncesinde Gerçek, İyi Kavramı. *Felsefe Dünyası*, (40), 18-40.
- Güleç, C. (2015). Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (38), 62-82.
- Güler, M. (1996). Üniversite Gençliğinin Kişilik Özellikleri ve Uyum Sorunları. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, (8), 109-119.
- Güllülü, U., vd. (2010). Kendini Gösterim ve Kişilerarası Etkileşimin Gösterişçi Tüketim Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(1), 105-139.

- Hallaç S., Öz, F. (2014). Aile Kavramına Kuramsal Bir Bakış. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 2(6), 142-153.
- Hepekiz, İ., Gökalliler, E. (2019). Sosyal Medya Aracılığıyla Yaratılan Kişisel Markalar ve Benlik Sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 761-782.
- İmançer, D. (2003). Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon. *Doğu Batı*, Sayı (233), 233-253.
- İmren, M. (2018). İşte Benim Kimliğim: Moda ve Medyanın Kadınların Kimlik İnşası ve İdeal Beden Söylemlerindeki Rolü Üzerine. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 103-111.
- Karaduman, S. (2010). Modernizmden Post-modernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. *Journal of Yasar University*, 17(5), 2886-2899.
- Kır, İ. (2007). Yüksek Öğretim Gençliğinin Boş Zaman Etkinlikleri: Ksü Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 47-68.
- Kurtdaş, E. M. (2009). Toplumsal Gelişme Bağlamında Gençlik Sorunları. *International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic*, 12(25), 513-534.
- Nazlı, A. (2009). Sosyolojik Bakışın Eşiğinde Beden. *Toplumbilim Dergisi*, (24), 61-68.
- Nazlı, A. (2005). Görünmeyen Bedenden Görünen Bedene: Bedenin Sosyolojisi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 71-87.
- Lüküslü, D. (2020). İmtiyazlı Bir Kitleden İşsizler Ordusuna Değişen Gençlik Algısı. *Alternatif Politika*, 12(2), 336-352.
- Öncü, A. (2000). Elias ve Medeniyetin Öyküsü. *Toplum ve Bilim*, (84), 8-18.
- Özakın, D. (2017). Estetik Bedenden Tüketici Bedene: Tarih Boyunca Beden Kavramına Bakış. *1.Uluslararası İpekyolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu*, 2017, Nevşehir, ss 132-143.
- Özdemir, Z. (2015). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 112-131.
- Öztürk, Y. (2007). Tarih ve Kimlik. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1), 1-25.
- Öztürk, A. (2012). Eril Bedenselleşme: Hegemonik Erkek Bedeninin İnşası. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (13) 2012, 39-53.
- Öztürk S. (2013). Filmlerle Görünürlüğün Dönüşümü: Panoptikon, Süperpanoptikon, Sinoptikon. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36), 132-151.

- Poyraz, T., vd. (2003). Üniversite Gençliğinin Güncel Sorunlara Bakışı: Hacettepe Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Öğrencileri Örneği, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 20 (1), 1-32.
- Şahin, M. C. (2007). Sanayi Toplumundan Sanayi Sonrası Topluma Farklılaşan Gençlik Hallerinin Sosyolojik Görünümü, *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (2), 157-177.
- Şener, K. N. (2016). Eğlencenin Gözetleme Hâli Ya da Eğlence Endüstrisinde Görünen ve Gören Olmak. *Akademi Dergisi*, 1(1), 50-70
- Tatar, T. (2011). Farkın Tabiiliğinden Farklılığın Yapaylığına Kimlik. *Türk Yurdu Dergisi*, 31(288), 77-84
- Tatar, T. (2008). Kimlik: Ötekini Belirlemek Ya da Kendini Bilmek. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (48), 185-200
- Tekin, F. (2016). Geleneksel Dönemden Post-Modern Döneme Beden Anlayışının Değişimi. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 11(2), 1153-1172.
- Topçu, U. C., vd. (2020). Gösterişçi Tüketime Kökenleri: Benlik, Sosyal Statü ve Tüketici Materyalizmi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 151-185.
- Yorgancılar, S. (2018). Kültürün Yeniden Üretim Aracı Olarak Sosyal Medya'nın Gençliğe Etkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 2511-2532.

TEZLER

- Birkök M. C., (1994). *Bilgi Sosyolojisi Işığında Kimlik Sorunu* (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Burcu, E., (1997). *Çıracık Ve Kalfa Altı Gençlik Grubu Hakkında Sosyolojik Bir Araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi. Ankara.
- Fidan, S., (2011). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Gençliğin Kimlik Algısı, Üniversite Gençliği Üzerine Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Korkmaz, G., (2005). *Siyasal Katılma ve Üniversite Gençliği-Bilkent, Başkent, Ankara, Gazi Üniversiteleri Örnekleri*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Kurtdaş, E. M., (2017). *Üniversite Eğitiminin Değerlerin Değişimine Etkisi (İnönü Üniversitesi Örnekleme)*, (Yayımlanmamış doktora tezi), İnönü Üniversitesi, Malatya.

Özer H., (2013). *Bir Popüler Kültür Yaratma Aracı Olarak Televizyon Programlarının Üniversite Gençliği Üzerindeki Etkisi (İnönü Üniversitesi ve Hacettepe Üniversitesi Uygulaması)*, (Yayımlanmış doktora tezi), Malatya.

İNTERNET KAYNAKLARI

Kaynak: Wikipedia (26.10.2020), <https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9Cniversite>



EKLER

Ek 1: Bilgilendirme ve Onam Formu

Katılımcı No:

Değerli katılımcı,

Bu görüşme formu, İnönü Üniversitesi Sosyoloji Bölümünde, Prof. Dr. Ersan Ersoy'un danışmanlığında yapılmakta olan 'Üniversite Gençliğinin Kimlik Oluşumunda Beden Algısının Rolü ve Etkisi (Aksaray Üniversitesi Örneği)' isimli doktora tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmamız kapsamında, Üniversite gençliğinin kimlik oluşumunda beden algısını etkileyen faktörlerin sosyolojik kuramlar çerçevesinde incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu görüşmede sizlere buna yönelik sorular sorulacaktır. Görüşmeye başlamadan önce yapacağımız görüşme ile ilgili sizleri kısaca bilgilendirmek isteriz.

Görüşmenin süresi yaklaşık olarak 45-60 dakikadır. Katılımcının sorulara vereceği cevaplara bağlı olarak bu süre daha kısa veya daha uzun olabilir. Araştırmacı, görüşmenin akışına göre soru formunda olmayan sorular da sorabilir. Cevaplamak istemediğiniz herhangi bir soruyu atlayabilir, istediğiniz zaman görüşmeden ayrılmayı talep edebilir, sizi rahatsız eden bir durum karşısında araştırmacıdan bu durumun düzeltilmesini isteyebilir, anlaşılmayan bir soru için araştırmacıdan daha detaylı açıklama talep edebilirsiniz. Ses kayıt cihazı ile görüşmenin kayıt altına alınmasına rıza göstermemeniz durumunda ses kaydı yapılmayacaktır.

Bu görüşmeye katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Vereceğiniz bilgiler bilimsel araştırmalar dışında kesinlikle kullanılmayacak, özel hayatınızla ilgili sizden herhangi bir bilgi istenmeyecek, açık kimlik bilgileriniz gizli tutulacaktır. Bu bilgilendirme neticesinde araştırmamıza katılarak vereceğiniz bilgilerin bilimsel amaçlar için kullanılmasını, gizlilik kurallarına uyulmak kaydıyla yayınlanmasını, hiçbir baskı ve zorlama altında kalmaksızın, kendi özgür iradenizle kabul etmiş bulunmaktasınız.

Lütfen soruları dikkatle dinleyiniz ve mümkün olduğunca detaylı cevaplar veriniz. Samimi cevaplarınız araştırmamızın amacına ulaşması açısından büyük önem arz etmektedir. Vereceğiniz değerli bilgiler, ilginiz, yardımınız ve araştırmamıza yapmış olduğunuz katkıdan dolayı sizlere çok teşekkür ederiz.

Tarih: **Süre:** **Ses Kaydı Yapılsın mı: ()Evet ()Hayır**

Görüşmenin Yapıldığı Yer:

Ek 2: Görüşme Formu

- Yaşınız?
- Cinsiyetiniz?
- Bölümünüz?
- Sınıfınız
- Yaşadığınız il?
- Ailenizin ortalama geliri?
- Kendinizi birkaç cümle ile tanımlar mısınız?
- Yakın çevreniz ve arkadaşlarınız sizi nasıl tanımlar?
- Bedeninize özen gösterir misiniz? Bunda diğer insanların beğenisini kazanmanın etkisi var mı?
- Bedeninize özen göstermenizde başkalarının telkinlerinden etkilenir misiniz?
- Diğer insanlara güzel görünmenin, onların gözünde estetik bir görünüme sahip olmanın sizin için önemi nedir?
- Güzelliğiniz/estetik görünümünüz için alışveriş yapar mısınız?
- Modayla ilgilenir misiniz, moda'nın dış görünüş üzerinde etkisi var mı?
- Modaya uymak önemli?
- Modayı takip etmenizde sosyal çevrenizin etkisi var mı?
- Bedeniniz yeterince fit mi, istediğiniz her kıyafeti giyebiliyor musunuz?
- Diyet yapar mısınız? Diyet yapmanızda güzel görünme/sağlıklı olma gibi unsurların etkisi var mıdır?
- Güzel/sağlıklı/fit görünmek için bir güzellik merkezine, bir spor salonuna gitmeyi düşünür müsünüz?
- Güzelleşmek için vücudunuzun herhangi bir bölgesine estetik ameliyat yaptırmayı düşünür müsünüz?
- Kilolu birinin alımlı görünme, çekici olma, beğeni oluşturma olasılığı var mı?
- Sağlıklı/estetik bir vücut karşı cins tarafından önemseniyor mu?
- Sosyal medya araçlarını kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız ne amaçla kullanıyorsunuz?
- Sosyal medya üzerinden bedeninize ait fotoğraf, video paylaşıyor mısınız, paylaşıırken dış görünüşünüze önem verir misiniz?
- Paylaştığınız video, fotoğraf vs. beğeni/almasını önemser misiniz?

-Bedeninizin benzemesini istediğiniz ve sosyal medyadan sık takip ettiğiniz herhangi bir model/ünlü var mı?

-Toplumda formda, özen gösterilmiş bir bedenin günlük hayatta bir avantajı var mıdır?

-Sizce kişinin dış görünümü, sosyo–ekonomik durumu ile ilgili fikir veriyor mu?

-Sizce bir kişinin bedene özen göstermesi, ona bir saygınlık kazandırıyor mu?

-Güzelliği beden/fiziksel güzellik olarak mı değerlendiriyorsunuz?

-Sosyal ilişkilerinizde dış görünüşün önemli olduğunu düşünüyor musunuz?

-Çevrenizdekilerin algısını etkilemek ya da başkaları nezdinde dikkat çekici ve arzulanabilir bir beden için fiziksel görünümünüz üzerinde bir çabanız oldu mu?

-Dövmenin sizin için/bir anlamı var mı/önemi nedir?

-Bedeninizle ilgili sosyal çevrenizde herhangi bir uyarıya maruz kaldınız mı?

-İdeal/ güzel bir bedeni nasıl tanımlarsınız, ideal/güzel bir beden nasıl olmalı?

-İdeal/güzel bir beden için kullandığınız ürünlerde reklamların etkisi var mı?

-İdeal/sağlıklı/ güzel bir beden için gösterdiğiniz çabanın maddi bir külfeti var mı?

-Fiziksel görünümünüzün bozulmasından endişe ediyor musunuz?

-Yaşlanmak sizi korkutuyor mu?

Ek 3: Etik Kurul Raporu

