



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Zehra Alkim AK

TÜKETİM TOPLUMUNDA ESTETİK MÜDAHALELER

Sosyoloji Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2025



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Zehra Alkim AK

TEZ KONUSU / DÖNEM PROJESİ KONUSU

Danışman

Prof. Dr. Nurşen ADAK

Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2025

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Zehra Alkım AK'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Gönül DEMEZ (İmza)

Üye (Danışman) : Prof. Dr. Nurşen ADAK (İmza)

Üye :Doç. Dr. Meral TİMURTURKAN (İmza)

Tez Başlığı: Tüketim Toplumunda Estetik Müdahaleler

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 16/06/2025

Mezuniyet Tarihi : 17/07/2025

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Tüketim Toplumunda Estetik Müdahaleler” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

(İmza)

Zehra Alkım AK





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



09/07 / 2025

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Zehra Alkım AK
Öğrenci Numarası	202252023004
Anabilim Dalı	Sosyoloji
Programı	Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Nurşen ADAK
Yüksek Lisans TezBaşlığı	Tüketim Toplumunda Estetik Müdahaleler
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2712357755
Rapor Tarihi	9.7.2025
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %3 Alıntılar dahil: %8
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,	
<p>Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 99 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır.</p> <p>Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdeler sınırının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.</p>	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Prof. Dr. Nurşen ADAK	Danışman Öğretim Üyesi
	İmza

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	i
TABLolar LİSTESİ.....	iii
KISALTMALAR LİSTESİ	iv
Özet.....	v
Summary.....	vi
Teşekkür / önsöz.....	vii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM TOPLUMU VE BEDEN

1.1.Tüketim Kültürünün Toplumsal Görünümleri.....	4
1.2.Tüketim Söylemi ve Medya.....	8
1.3.Tüketim Nesnesi Beden ve Biyoiktidar	13

İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM TOPLUMUNDA ESTETİK MÜDAHALELER

2.1.Benlik ve Beden Algısı Üzerine.....	17
2.2.Sağlık Sektöründe Estetik Cerrahinin Yükselişi.....	19
2.3. Günümüzde Yaygın Olan Estetik Müdahale ve Ameliyatlar.....	21
2.3.1.Yüz Estetiği:	21
2.3.2. Vücut Şekillendirme Ameliyatları:	22
2.3.3.Minimal İnvaziv (Küçük Kesi) Müdahaleler	22
2.3.4.Diğer Estetik Müdahaleler.....	23
2.4.Medyanın Estetik Cerrahinin Yaygınlaşmasındaki Rolü.....	25
2.5.Güzel Bedenin Yeniden İnşa Edilmesi	27

2.6.Yüzün Yeniden İnşası	32
--------------------------------	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ ve SAHA ÇALIŞMASI

3.1.Araştırma Yöntemi.....	35
3.1.1.Araştırmanın Konusu, Önemi ve Amacı	35
3.1.2.Araştırmanın Yöntemi, Evren ve Örneklemei	36
3.1.3.Veriler Toplama ve Veri Analizi	38
3.1.4.Araştırma Etiği	39
3.1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları	40
3.2 Verilerin Analizi	40
3.2.1 Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri	40
3.2.2.Cinsiyete Göre Estetik Müdahalelerin Değerlendirilmesi.....	43
3.2.3.Yaş ve Estetik Müdahaleler.....	47
3.2.4.Estetik Müdahalenin Tercih Edilme Nedenlerinin Değerlendirilmesi	48
3.2.5.Estetik Müdahalenin Sonuçlarının Değerlendirilmesi.....	63
3.2.6.Tüketim Toplumunda Yüz Estetiğinin Risklerinin Değerlendirilmesi	66
SONUÇ.....	75
K a y n a k ç a	80
EK 1-Derinlemesine Görüşme Soruları.....	88
EK 2-Derinlemesine Görüşme Soruları.....	89
ÖZGEÇMİŞ.....	90

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 3.1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri.....	40
Tablo 3.2: Katılımcıların Yüz Bölgesine Yaptırdığı Estetik Müdahale Sıklığı.....	42



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ASPS	: The American Society of Plastic Surgeons
Çev	: Çeviren
Ed	: Editör
ISAPS	: The International Society of Aesthetic Plastic Surgery
vb	: ve benzeri
yy	: Yüzyıl



ÖZET

Bireyselleşmenin baskın olduğu endüstri sonrası toplumlarda genç kalmaya ya da ideal güzellik normlarına uygun bir bedene sahip olmaya yardımcı olan seçeneklerden birisi estetik müdahalelerdir. İdealleştirilen bedene ulaşabilmek adına cinsiyet ve yaş gözetmeksizin günümüzde pek çok kişi gönüllü olarak estetik müdahale geçirerek tüketim toplumunun benimsenen değerlerine katkı sunmaktadır. Estetik müdahaleler, bireylerin bedenlerini değiştirmek arzusundan öte tüketim toplumunun bir uzantısı olarak yaygınlaşmakta ve nedenlerinin toplumsal değişim yoluyla anlaşılması mümkün görünmektedir. Bu çalışma ekonomik, toplumsal ve kültürel bağlamda estetik müdahalelere yüklenen anlamları bu müdahaleleri deneyimleyenler üzerinden araştırmayı amaçlamaktadır. Estetik müdahalelerin en fazla uygulandığı bölgelerden olan yüz, eşsiz olan ve bireyin kendini tanımladığı bedendeki en önemli yerdir. Bireyin kimliğini tanımlayan yüzdeki herhangi bir şekil değişikliği ise kişinin tanınırlığının ve yaşanmışlıklarının silinmesi nedeniyle toplumsal olarak riskler barındırmaktadır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada fenomenolojik desen benimsenmiş ve Antalya’da bulunan estetik cerrah, güzellik uzmanı ve yüz bölgesine estetik müdahale olmuş bireylerle derinlemesine görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır. Veriler, estetik müdahale süreçlerinin özellikle kadınlar tarafından daha yaygın bir biçimde deneyimlendiğini, estetik müdahalelerin tüketim toplumu dinamikleriyle ve bu bağlamda sağlık alanının ticarileşmesiyle yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Araştırmada estetik müdahaleye yönelme nedenlerinin büyük ölçüde toplumsal ve kültürel bağlamda şekillendiği görülmektedir. Estetik müdahalelerin artan yaygınlığı ve ulaşılabilirliği, söz konusu müdahalelerin tercih edilmesinde belirleyici olmakta ve gündelik yaşamın sıradan bir pratiği haline almaktadır. Çalışmada, özellikle yüz bölgesine yönelik estetik müdahalelerin bireyin toplumsal tanınırlığı ve görünürlüğü açısından belirli riskler taşıdığı ortaya konmaktadır.

Anahtar kelimeler: Beden, estetik müdahale, güzellik, tüketim toplumu, yüz

SUMMARY

AESTHETIC PROCEDURES IN CONSUMER SOCIETY

In post-industrial societies where individualization prevails, aesthetic procedures have emerged as one of the key options for those seeking to maintain a youthful appearance or attain a body that aligns with ideal beauty standards. Today, regardless of gender or age, many individuals voluntarily undergo aesthetic interventions in pursuit of the idealized body, thereby reinforcing the values upheld by consumer society. These procedures have extended beyond personal bodily desires and have become widespread expressions of consumer culture. Their underlying motivations can be better understood within the framework of social transformation. This study aims to explore the meanings attributed to aesthetic interventions within economic, social, and cultural contexts, through the experiences of individuals who have undergone such procedures. The face—one of the most frequently targeted areas in aesthetic interventions—is a unique and central feature of the body where individual identity is constructed and expressed. Alterations to the face may pose specific social risks by potentially erasing markers of recognition and personal history. A qualitative research method was employed in this study, utilizing a phenomenological design. Data were collected through in-depth interviews conducted with aesthetic surgeons, beauty specialists, and individuals who had undergone facial aesthetic interventions in Antalya. The data indicate that aesthetic procedures are experienced more commonly by women and are closely linked with the dynamics of consumer society, particularly with the commercialization of the healthcare sector. The motivations for seeking aesthetic interventions are largely shaped by social and cultural contexts. The growing prevalence and accessibility of such procedures play a significant role in their adoption and have rendered them a routine part of everyday life. The study further demonstrates that facial aesthetic interventions, in particular, carry specific social risks concerning an individual's recognizability and social visibility.

Keywords: Aesthetic procedure, beauty, body, consumer society, face

TEŞEKKÜR / ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasının hazırlanma süreci boyunca, rehberliğini ve desteğini esirgemeyen, katkı ve önerileriyle çalışmanın daha derinlikli ve nitelikli biçimde şekillenmesini sağlayan değerli tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Nursen ADAK'a en içten minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Araştırmanın gerçekleşmesine katkı sağlayan, görüş ve deneyimlerini samimiyetle paylaşan tüm kıymetli katılımcılara; manevi desteğini her daim hissettiren aileme, anlayış ve teşvikleriyle yanımda olan arkadaşlarıma ve içtenlikle moral desteği veren, birlikte çalışmaktan mutluluk duyduğum çalışma arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Zehra Alkım AK

Antalya, 2025

GİRİŞ

İnsanlara gündelik yaşantısında oldukça sıkıcı, olağan ve sıradan görünen deneyimlerin sorgulanmaması, pek çok sorunun “normal” ve rutin algılanmasına neden olabilmektedir. Ancak bu deneyimlerin derinlemesine yeniden gözden geçirilmesi, yeni ve farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır. Bu deneyimleri yeniden düşünmek, aynı deneyimi yaşayan diğer kişilerle karşılaştırma yapma imkânı sunmakta ve biricik görünen deneyimlerin aslında makro düzeyde, toplumsal yapılarda karşılığının olduğunu göstermektedir. Bu şekilde gündelik, sıradan ve kişisel sayılan deneyimler yeniden anlam kazanmaktadır (Bauman ve May, 2019).

C. Wright Mills (2019:16)'in, sosyolojik inceleme kavramı bu noktada oldukça önem taşımaktadır. Sosyolojik inceleme, bireylerin kişisel ya da özel gördükleri meseleleri toplumsal bir bağlamda ele almayı ve bu meseleleri daha geniş bir perspektiften anlamlandırma sürecini ifade etmektedir. Bu kavrayış farkındalık kazandırarak bireyleri kamusal sorunların çözümü üzerine de düşünmeye sevk edebilmektedir. Böylece üzerinde düşünmeye fırsat bulamadığımız, düzenli ya da günlük yaşam içerisinde sürekli olarak karşımıza çıkan konular hakkında, kesin kanaatler getirmekten çok; sorgulamaya ve kavrayışımızı genişletmeye çalışmak, teşvik etmek amacıyla sosyolojik düşünmeye ihtiyaç duyulmaktadır (Bauman ve May, 2019: 29-30). Bu bağlamda oldukça yaygın ve güzellik, gençlik idealine ulaşmada bir araç olan estetik müdahalelerin de değerlendirilmesi gerekmektedir.

Günümüzde estetik müdahalelerin, bireylerin bedenlerinden memnun olmamalarının veya bedenlerini değiştirme isteklerinin, bireysel arzularla ilgili olduğu gibi toplumsal ve kültürel unsurlarla da yakından alakalı olduğunu söylemek mümkündür. Estetik müdahalelerin yaygınlaşması, idealize edilen, istenilen bedeni satın alma ihtiyacı, tüketim toplumunun getirisi olarak genel bir memnuniyetsizliği ve sürekli değişim ihtiyacını içeren bir problemdir. Tüketim toplumunda yaratılan ideal bedene ulaşmak amacıyla gerçekleştirilen estetik ameliyatları sosyolojik perspektifte ele almak bu bakımdan önemlidir.

Estetik müdahaleler, günümüzde cinsiyet ve yaş farkı gözetmeksizin oldukça yaygın olarak uygulanan bedensel müdahalelerdir. Estetik müdahalenin, bedenin bireysel olarak değiştirilmesini arzulamaktan ziyade tüketim toplumunun bir uzantısı olarak yaygınlaşması ve nedenlerinin toplumsal değişim üzerinden anlaşılması mümkün görülmektedir.

Tüketim toplumunda estetik müdahaleleri ele alan bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde, tüketim toplumu ve tüketim kültürünün kavramsal çerçevesi çizilmiş olup, üretim toplumundan tüketim toplumuna geçiş, tüketim toplumunun özellikleri, tüketimin anlamının değişimi ve dönüşümü, tüketim kültürünün ürünleri ve bu kültür içerisinde bireylerin tüketim alışkanlıklarına yönelik nedenlerin farklılaşması konuları ele alınmıştır. Tüketim toplumunun ve tüketim kültürünün yaygınlaşmasında hâkim söylemin etkisi, kitle iletişim araçlarının rolü ve kültür endüstrisiyle tüketimin standartlaşması değerlendirilmiştir. Birinci bölümün sonunda, tüketim toplumunda bedenın nesneleşmesi ve tüketim süreçlerine dahil edilme biçimi incelenmiş; bu bağlamda tüketim ile beden arasındaki ilişki, biyoiktidar kavramı çerçevesinde değerlendirilmiştir.

İkinci bölümde ise tüketim toplumunda estetik müdahalelere irdelenmiş olup, benlik ve beden algısı, ‘ben’in toplumsallığı, sağlık alanında estetik cerrahinin yükselişi, yaygın olarak bilinen estetik müdahaleler ve estetik müdahalelerin yaygınlaşmasında medyanın rolü incelenmiştir. Bu bağlamda ünlü kültürüne de yer verilmiş, güzel bedenın yeniden inşa edilmesi kapsamında yüzün yeniden inşası konusu işlenmiştir. Son olarak yeniden inşaada, estetik müdahaleler sonucunda oluşabilecek riskler ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde, araştırma yöntemiyle ilgili araştırmanın konusu, önemi ve amacı, araştırma evreni ve örnekleme, araştırma sınırlılıkları, araştırma etiği, veri oluşturma tekniği ve veri analizine ilişkin bilgiler sunulmuştur. Araştırmanın konusu olan tüketim toplumu ve estetik müdahaleler arasındaki ilişkiyi, özellikle bedende tanımlayıcı olan yüz bölgesi üzerinden anlamlandırmak adına araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış, bu bağlamda araştırmada en az bir defa yüz bölgesinden estetik müdahale geçirmiş 18 kişi ve 1 estetik cerrah, 1 güzellik uzmanı olmak üzere 20 kişiyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır.

Üçüncü bölümde araştırma metodolojisinin tanıtılmasıyla birlikte, araştırma verilerine yer verilmiştir. Öncelikle katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve geçirmiş oldukları estetik müdahaleler, cinsiyet ve yaş bağlamında ele alınmıştır. Katılımcıların estetik müdahaleleri tercih etmesinde öne çıkan belirgin nedenler alt başlıklar olarak incelenmiş, estetik müdahalelerin yaygınlaşması, estetik müdahalelerin tüketim alışkanlığına dönüşmesi ve estetik müdahale deneyiminin sonuçları değerlendirilmiştir. Bulgular, literatürde daha önce bu konuda yapılan çalışmalarla tartışılmıştır. Bu bölümde ayrıca, tüketim toplumunda yüz estetiğinin risklerinin değerlendirilmesi, bedende özellikle yüz bölgesinde ortaya çıkabilecek riskler de ele alınmıştır.

Sonuç bölümünde ise, saha çalışmasından elde edilen veriler bütüncül bir biçimde değerlendirilmiş; estetik müdahalelerin tüketim toplumuyla olan ilişkisi irdelenmiştir. Bu bağlamda, bireysel gibi görünen estetik müdahale tercihlerinin toplumsal ve kültürel yapı ile olan ilişkisi, elde edilen bulgular doğrultusunda tartışılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM TOPLUMU VE BEDEN

1.1. Tüketim Kültürünün Toplumsal Görünümleri

Tüketim kavramı, geçtiğimiz yüzyılın başlarında tümüyle ekonomik bir olgu olarak ele alınmaktaydı. Bu anlayışa göre tüketim, basitçe malların üretiminin belirlenmiş olan değişim değeri karşılığı olarak üreticiden tüketiciye aktarılmasını ifade etmekteydi. Böylece bu işlem, bütünüyle rasyonel sayılan tüketiciye işaret etmekteydi. Kapitalist piyasanın ‘gizli eli’, tüketim sürecini düzenlemekte ve hem üretici hem de tüketici için bir eşit ölçüde tatmin ve fayda sağlamaktaydı. Ancak zamanla bu anlayış, tüketimin yalnızca fayda sunan ekonomik bir süreç değil; daha kapsamlı olarak, tüketimin zaman ve mekân fark etmeksizin kültürel, sosyal ve simgesel süreçleri içeren bir olgu olmasıyla değişmiştir. Böylece tüketim, sosyal teorilerin konusu haline gelmiştir (Deaton, 1992: 29).

Modernite öncesi ve Orta çağ dönemine bakıldığında, Avrupa’da nüfusun büyük bölümünü oluşturan çiftçilerin, yaşamlarını çalışarak ve bunun karşılığında çok az mülk edinerek geçirdikleri, açlık ve hastalıkla mücadele ettikleri ve yaşam sürelerinin kısa olduğu söylenebilmektedir (Botton, 2008:40-41). Özellikle Orta çağ döneminin başlarında, paranın kullanım alanı olmadığından örneğin; kiliselerdeki gümüş ve altın saklanmış veya süs olarak kullanılmıştır. Benzer şekilde, savaştan kesimlerin elinde bulunan zenginlikler dedurgun, üretken olmayan bir sermaye olarak kalmıştır. Feodal toplumda malikanenin, yiyecek ve giyecek gibi temel ihtiyaçların neredeyse tamamını karşılayacak düzeyde olması, bu ihtiyaçların giderilmesinde yeterli olarak görülmüştür. Bu dönemde malikaneye yakın yerlerde kurulan haftalık pazarlarda, mal değiş tokuşu yapılsa da ticaretin gelişmemesi, sınırlı olması ve çok düşük düzeyde yapılması nedeniyle de zanaatkarlar ve serfler tarafından artık ürün üretmeye gerek duyulmamıştır (Huberman, 2017:26-27).

Britanya’da 18. Yüzyılda gerçekleşen Endüstri Devrimi ile tarımda yeni yöntemlerin bulunması ve tarımsal faaliyetlerin hızlı bir şekilde yükselmesi büyük bir dönüşüme neden olmuştur. Tarımda verimliliğin artması sonucu oluşan insan gücünün ve anamalin şehirlere aktarılması, endüstri ve ticaretin altyapısını oluşturmuştur. Elektrikli dokuma tezgahının ve buhar makinesinin icadıyla birlikte şehirler hızlı bir şekilde büyümüş ve şehir nüfusu da artmaya başlamıştır. Sonuçta geniş kitlelerin de daha önce yalnızca elit kesimin sahip olabildiği mallara ve hizmetlere ulaşma imkânı olmuştur. 19. Yüzyılda ise tüketici devrimi

daha da genişlemiş ve yayılmıştır. 21. yüzyıla gelindiğinde maddi ilerleme hız kazanmıştır. Bu anlamda işçi kesiminden herhangi bir kişinin boş zamanlarında alışveriş yapabildiği, radyo dinleyip gazete okuyabildiği ve gelişmeleri takip edebildiği yepyeni bir düzen oluşmuştur (Botton, 2008: 40-43).

Böylece modern dönemin ilk aşamalarındaki ‘üretici toplum’ olarak ele alınan endüstriyel dönemin toplumunun yerini, günümüz ‘tüketim toplumu’ almıştır. Endüstriyel dönemde toplumun üretici toplum olarak görülmesinde, üretici (kitlesel endüstriyel iş gücü) ve asker olma rolünün toplum üyelerinden beklenen ve uymaları yönünde dayatılan norm olması etkili olmuştur. Günümüzde ise daha önce baskı oluşturan zorunlu asker olma ve endüstriyel iş gücüne katılma yönündeki ihtiyacın azalması nedeniyle toplum üyelerinden beklenen rol, tüketici olma rolüne dönüşmüştür. Böylece toplum üyelerinin, kendilerinden beklenen rol çerçevesinde tüketiciler olarak değerlendirilmesi söz konusu olmuştur (Bauman, 2010:84).

Önceki dönemlerde hayatta kalma ve biyolojik ihtiyaçları karşılama yönünde nispeten evrensel ve değişmez olan gereksinimler, refah düzeyinin artmasıyla birlikte biyolojik etmenlerden uzaklaşarak daha fazla bireyselleşmiştir. Toplumun karmaşık ve hızlı değişen yapısı içerisinde bireyin ihtiyaçları, dış çevreyle olan ilişkisinden dolayı hızla değişmektedir. Bu bakımdan hızla değişen toplumlarda ihtiyaçların da aynı düzeyde geçici olduğunu söylemek mümkündür. Bu ihtiyaçlar oldukça kısa vadeli olmakla birlikte tüketici olan birey, ihtiyaçlarından hangilerinin karşılanmasını isteyeceği konusunda bir belirsizlik yaşamaktadır (Toffler, 1990:70). Bu belirsizlik, tüketim toplumunda bolluğun artmasıyla da yakından ilişkilidir.

Brzezinski (1996: 64) “Kontrolden Çıkmış Dünya” kitabında bolluğu, ‘baştan çıkarıcı bolluk’ olarak ele almaktadır ve toplumların buna yönelişini ise her şeye izin veren ve her şeyin elde edilebildiği toplumlar olarak tanımlamaktadır. Gelişmiş ve demokratik toplumlarda bireylerin varlığının kapsamı ve amacı olarak ortaya çıkan baştan çıkarıcı bolluk, maddi ve ruhi tatminlerin ön plana çıkararak ahlaki değerlerin azaldığı bir topluma işaret etmektedir. Böylece bolluk, bilinmeyen bir gelecekte bir kurtuluş olarak değil; bir davranış biçimi olarak kolektif ve bireysel hedonizmin hâkim olduğu, bireysel isteklerin derhal karşılanması ve tatmin edilmesi gerektiğine odaklanıldığı maddi bir açgözlülük olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan bolluk ve tüketim, üretim güçleri tarafından oluşturulan ve onun denetiminde olan

yeni bir alan olarak görülebilmektedir ve püriten (saf) tasarruf, çalışma, mal varlığının yerini haz, harcama, hesapsızlık temaları almaktadır (Baudrillard, 2008: 96).

Tüketim toplumunda bireylerin içselleştirdiği ya da düşünmeden doğrudan uyguladıkları davranış biçimi, tüketici kültür olarak adlandırılmaktadır. Tüketim kültürü içerisinde, dayatılan tüketim tarzının ve kuralların sorgusuz olarak kabul edilmesi istenmekte, başka bir kültür anlayışı iyi karşılanmamakta ve bu anlamda kurallara uyum sağlamak zorunlu olmaktadır (Bauman, 2023: 67-68). Tüketim kültürü teorisi, pazarın yapılandırıcı etkisiyle tüketici kimliği hedefleri arasında ilişki olduğunu vurgulayarak pazarın, belirli türde tüketici konumları ürettiğini ve tüketicilerin bu konumlarda yaşamayı seçebildiklerini savunmaktadır. Tüketicilerin seçtikleri yaşam içerisindeki konumları aracılığıyla kişisel olarak da tatmin edici hedeflere ulaşma yönündeki çabaları, kültürel söylemler yoluyla tüketici güdümlü küresel ekonominin yapısındaki dayatmaları uyumlu kılmakta ve bireylerin kimliklerini kişiselleştirmektedir (Arnould ve Thompson, 2005: 871).

Tüketici kültür içerisinde bireyler, kimliklerini artık büyük ölçüde tükettikleri ürünler üzerinden tanımlamaktadır. Geçmişte zamanlarının önemli ve büyük bir bölümünü üretmek geçiren insanlara kıyasla günümüzde üretimden çok tüketim odaklı yaşam süren bireyler, artık çoğunlukla tüketici rolüyle ve sahip oldukları markalar ya da ürünlerle öne çıkmaktadır (Ritzer, 2011: 254).

Bireylerin toplumsal alanda tanınma ve farklılaşma arayışları, tüketim alışkanlıklarına yansımaktadır. Ne giydiğimiz, neye sahip olduğumuz ya da nasıl bir yaşam tarzı sürdürdüğümüz gibi unsurlar, kimliğimizi görünür kılan temel etkenler haline gelmektedir. Bu dönüşümün hız kazanması, Mike Featherstone'a göre, Soğuk Savaş'ın sonlarına doğru küreselleşmenin etkisiyle meydana gelmiştir ve böylece artık sabit sınıf yapılarının değil, bireyin benimsediği yaşam tarzının ön planda olduğu bir tüketim kültürü oluşmuştur. Bu yeni kültür, bireysel gibi görünse de aslında kitlesel tüketim kalıplarıyla şekillenmektedir (Ongur, 2011: 32). Örneğin; bir kişinin lüks bir araba markasıyla ya da pahalı bir saatle özdeşleşmesi bu durumu yansıtmaktadır. Bunun yanı sıra turizm de bu tüketim kültürünün bir parçası haline gelmiştir; insanlar seyahatlerini yalnızca gezmek için değil, farklı ülkelerdeki ürün ve hizmetleri deneyimlemek için gerçekleştirmektedir (Ritzer, 2011: 254). Bu durum, tüketimin sadece ekonomik temelli değil, aynı zamanda bireyin kendisini tanımlamada kimlik oluşturan bir faaliyet haline geldiğinin önemli bir göstergesidir.

Tüketim, böylece bireyin özsaygısı ve toplumsal statüsü açısından anlam taşıyan her şeye yapılan sembolik bir yatırımdır; ancak tüketim toplumunda tüketimin temel amacı, tüketicilerin meta haline gelmesi ve yeniden metalaşma sürecini içermektedir. Bu bağlamda tüketici, bir meta haline gelerek satılabilir bir statüye ulaşmış gibi değerlendirilmektedir. Tüketim, bireyin kişisel istek, ihtiyaç ve arzularından ziyade; sosyal aidiyet ve kabul görme arzusu doğrultusunda şekillenmektedir. Tüketim toplumunun bir üyesi olarak varlığını sürdürmek ise, bireyin sürekli olarak kendisini güncellemesini ve bunu da kendi görevi saymasını bir gereklilik olarak sunmaktadır. Bu noktada, bireyin metalaşması yönünde kendisini yeniden üretme süreci, bireyin özgür biçimde verdiği kararların sonucu değildir; çünkü birey henüz bir seçim yapma aşamasına gelmeden önce, seçenekler çoktan hazırlanmış şekilde bireyin önüne sunulmaktadır. Böylece birey, tercihlerinin öznel değil, toplumsal normlar ve tüketim kültürünün yönlendirmesi doğrultusunda şekillendirildiği bir zorunluluk alanında yer almaktadır (Bauman ve Lyon, 2016: 47).

Bir başka ifadeyle, tüketim toplumunda bireyler tarafından çok sayıda alternatif arasından seçim yapmanın bir özgürlük olarak değerlendirilmesi, bireylerin bu süreçleri bir zorunluluk olarak algılamamasından kaynaklanmaktadır. Bireyler, kişiselleştirilmiş ürünler arasında seçim yaptıklarını düşünseler de bu tercihler sınırlı, mevcut seçeneklerden oluşmaktadır ve seçme eyleminin kendisi, ekonomik sistem içerisinde biçimlendirilen bir dayatma olarak ortaya çıkmaktadır (Baudrillard, 2011:174). Bireylerin algılama biçimleri de yine ekonomik sistem içerisinde belirlenmektedir.

Kapitalizmin işleyişinin devam edebilmesi için pazarda sunulan ürünlerin, insanlar tarafından nasıl anlamlandırıldığı ve kültürel sınırlar içerisinde nasıl etkileşime girecekleri konusunda ilişki kurulması ve bir arada var olabilmesi gerekmektedir. Bu bakımdan kültürel olarak tüketimin biçimlendirilmesi, piyasayı besleyen ve piyasa karını artıran bir yapıya sahiptir. Böylece pazarlamacılar, çeşitli pazarlama teknikleriyle insanların düşünme ve hissetme biçimlerini düzenleyen kültür mühendisleri olarak görülebilmektedir. Bu açıdan şirketler, pazarlama sistemi içerisinde bireyleri nesne konumuna indirgeyerek, onları etkisiz varlıklar olarak değerlendirmektedir. Bu bağlamda büyük şirketler tarafından sistemin işleyişi, tüketicileri kitlesel olarak biçimlendirmek amacıyla uygulanan tüketimi rasyonelleştirme prosedürleriyle kontrol edilmektedir (Holt, 2002: 71-72). Büyük şirketlerin, tüketici davranışları üzerinde kitlesel düzeyde etkide bulunma gücü ve kapasitesi değerlendirilirken, bu sürecin küreselleşme olgusuyla birlikte ele alınması gerekmektedir.

Küreselleşme kavramı, 1960'lı yıllarda ilk olarak kullanılmaya başlanmasının ardından 1980'li yıllarda kullanımı yaygınlaşmıştır. Dünya genelinde artış gösteren insan ve mal hareketlilikleri ve kültürel süreçlerin değişim ve dönüşümleri küreselleşmeyi ifade etmektedir. Böylece ulusal kavramı yerine küresel kavramı önem kazanmış ve değişen bütün bu süreçleri anlamlandırmada bu kavram gerekli görülmüştür. Küreselleşme, yalnızca ekonomik ilişkileri aşarak, siyasal, kültürel ve sosyal ilişkileri değiştirmiş ve bu olguların önceki anlamlarından daha farklı bir biçimde ele alınmasını sağlamıştır (İçli, 2001: 163-164). Böylece bütün sistemlerde dönüşüme neden olan küreselleşme, bireylerin tüketim alışkanlıklarında da dönüşüme yol açmıştır; ancak birey için yeni risklerin ortaya çıkışı da söz konusudur.

Ulrich Beck (2006), gündelik yaşamda ortaya çıkan bu yeni bireyselleşme türünün, bireylerin küresel dünyada belirsizliklere karşı kendi başlarına mücadele etmeleri gerekliliğini ortaya çıkardığını vurgulamaktadır. Bu anlamda yaşanan dünyada oluşan riskleri, uzman olarak kabul edilen sistemlerin (hukuk, kitle iletişim araçları, bilim, siyaset vb.) hiçbirinin tanımlayamayacağını ve riskler üzerinde kontrol sahibi olamayacağını ifade etmektedir. Sonuçta birey, güvenemeyecekleri bir sistem içerisinde sorumluluğun kendilerine ait olduğu, kendi tercihlerini yaptığı bir durumdadır. Bu bakımdan özellikle tüketici durumundaki birey, yaptığı tüketim tercihlerinden dolayı, uzun vadede sistemin öngöremediği ve bilmediği risklerin farkında olmayarak bu risklerden sorumlu tutulmaktadır (Beck, 2006: 336).

1.2. Tüketim Söylemi ve Medya

Tüketim toplumunda ihtiyaçlar hakkındaki söylemlerin temelinde mutluluk ideolojisi bulunmaktadır ve mutluluk, bu bağlamda kurtuluşla ilişkilendirilmektedir. Bireylerin tek tek mutluluğa ulaşmasına yönelik doğal bir eylemden ziyade; mutluluğun ideolojik gücü, tarihsel ve toplumsal açıdan modern toplumlarda onun eşitlik söyleminin yerini alarak daha canlı olarak sunmasından kaynaklanmaktadır. Sanayi devrimi ve 19. yy. devrimlerinden bu zamana eşitlik söyleminin politik ve ideolojik işlevi mutluluğa dönüşmüştür; ancak bu dönüşümün gerçekleşmesi mutluluğun ölçülebilir olması gerekliliğini getirmektedir. Mutluluk böylece çeşitli göstergeler, nesnelere ve konfor aracılığıyla ölçülebilir bir refaha dönüşmelidir. Bu noktada mutluluğun iç haz olarak yaşanması tüketim idealinin dışında kalırken; eşitlik talebi olarak sunulan mutluluk, kanıtlar ve görünür ölçütler sunmak zorundadır. Tüketim toplumu, herkes için bütünsel bir refahı ve niceliksel olarak otomatik bir eşitlenmeyi, denge düzeyinin son hali olarak ele almayı ve mal yoğunluğunun, bolluğun artması yoluyla bu konudaki

çelişkilerin aşılmasını içermektedir (Baudrillard, 2008: 51-53). Tüketim toplumunda mutluluğun ideolojik bir araç haline gelmesi ve refah göstergeleri üzerinden ölçülebilir kılınması, bireylerin öznel deneyim olarak varsaydığı duyguların, küresel ve yapısal olarak şekillendiğine işaret etmektedir.

Giddens (2008: 159), hızla dönüşen günümüz toplumlarında bireylerin yaşamlarını etkileyen unsurların, artık yerel topluluklardan çok; dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan diğer insanlar tarafından belirlendiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda medya, dünyayı ve başkalarıyla olan ilişkilerimizi anlamlandırma biçimlerimizi şekillendiren, organize eden, anlamın aktarımını ve dolaşımını sağlayan sosyal süreçleri içermesi nedeniyle büyük bir öneme sahiptir. Medyanın anlam süreçlerini içermesi, onun güç ile bağlantısını da ortaya koymaktadır. Bu bakımdan medyanın gelişmesinde özellikle ekonomik ve politik süreçlerin etkili olduğundan bahsetmek mümkündür (Carah, 2021: 21). Bu bakımdan medya endüstrisi, bireylerin dünyayı algılama ve anlamlandırma biçimlerini şekillendirmektedir. Özellikle yirminci yüzyıldan itibaren anlam ve güç ilişkisi ön plana çıkmış ve anlamın sanayileşmesine odaklanılmıştır. Radyo, sinema, film, dergi, gazete ve diğer kitle iletişim araçları aracılığıyla kitlelerin yönlendirilmesi ve kimliklerin inşa edilmesi için anlam üretmede sembolik kaynaklardan yararlanılmıştır. Böylece endüstriyel anlam üreticileri olarak medya endüstrisi, önemli bir rol oynamıştır (Carah, 2021). Bu doğrultuda kitle iletişim araçları, yalnızca bilgi aktaran araçlar değil, aynı zamanda küresel ölçekte kamuoyunu şekillendirme ve bireysel davranışları yönlendirme gücüne sahiptir (Temel Britannica, 1993: 313). Küreselleştirici gücü nedeniyle medya, bir kimsenin dünyanın başka bir yerinden gelen haberleri aynı anda takip edebilmesini ve haberdar olmasını mümkün kılmaktadır. Böylece birey, dünyanın başka bir yerinde ve başkaları tarafından deneyimlenen olaylara karşıya olmaktadır (Giddens, 2021). Bu bağlamda, günümüzde enformasyonun dağılımı açısından kitle iletişim araçlarının kullanılması oldukça önem taşımaktadır. Gelişen iletişim teknolojileri ve küreselleşmeyle birlikte çok sayıda insana farklı araçlarla (televizyon, radyo, video oyunları, film, gazete vb.) ulaşma hedefini içeren kitle iletişim araçları, aynı olayı, hikâyeyi ya da müziği farklı noktalara dağıtabilmekte ve insanların eş zamanlı olarak deneyimlemesine imkân vermektedir. Bu bağlamda eş zamanlı deneyim, McLuhan'ın ifade ettiği gibi 'küresel bir köy' oluşturmaktadır (Giddens, 2008: 631-632). Böylece standartlaşma, günlük yaşama, insan eylemlerine ve tepkilerine hâkim olmaktadır. Bu anlamda dil, bu standartlaşmayı beslemekte ve medya aracılığıyla önceden programlanmış konuşmalar ve yazıların sunulmasıyla biçimlenmektedir (Illich, 2000: 21-22).

Medyada örneğin, 1980 yılında Afrika'da açlık sorunuyla mücadele eden insanların fotoğraflarının ve yazılarının muhabirler tarafından paylaşılması, dünya kamuoyunu etkileyen ve bu yönde ülke yönetimlerinin ve dünyanın farklı yerlerinden birçok insanın Afrika'ya yiyecek ve para yardımı yapmalarında etkili olmuştur (Temel Britannica, 1993: 313). Uzaklığın, bağlılığın ve mesafenin anlamının değişmesi, özellikle elektronik medyanın ortaya çıkışıyla bağlantılıdır. Bu bakımdan telefon aracılığıyla çok uzakta olan bir kişinin, fiziksel olarak yanımızda olan kişilerden daha yakın olduğunun hissedildiği bir değişimden bahsetmek mümkündür. Bu bakımdan yakınlık, aynı zamanda birey için, arasında gerçek anlamda mesafe olan bir kişiyle kurulabilmektedir (Giddens, 2021: 139).

Geleneksel medyanın etkinliğini sürdürmesiyle birlikte, 1970'li yıllarda gelişen dijitalleşme süreci, 1990'lı yıllarda bu süreçle bütünleşen internet kullanımının ve hizmetlerinin yaygınlaşması devamında yeni medyayı da beraberinde getirmiştir. Böylece gelişen süreç, kültürel ve sosyal yaşam biçiminin de yeniden şekillenmesini ve düzenlenmesini içermektedir (Kılıç, 2021). Yeni medya biçimlerinden olan sosyal medya platformları, kullanıcıların günlük yaşamlarına ilişkin düşüncelerini, fikirlerini ve yaşamlarına dair ayrıntıları çeşitli görsel ve işitsel materyalleri kullanarak oluşturmalarına ve ücretsiz olarak paylaşmalarına olanak sağlamaktadır; ancak ücretsiz olan platformlar, kullanıcıya dair veri toplama, reklam satma ve reklam şirketlerine kullanıcı bilgilerine ilişkin veri kaynağı sunma işlemini yapmaktadır (Kopelman, Matchmaker, Kopelman, Callaghan ve Kim, 2021: 39). Reklamlar, tüketim alışkanlıklarının oluşturulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Toplumsal ve kültürel stereotipler, bireyler üzerinde özellikle reklamlar aracılığıyla pazarlanmak istenen ürünlerle ilişkilendirilmektedir. Bu bakımdan reklamların toplumda var olan stereotipleri yansıttığını; ancak yalnızca yansıtmakla kalmadığını, pekiştirdiğini, ürettiğini ve şekillendirdiğini söylemek mümkündür. Reklamların asıl amacı, ürünü pazarlayabilmek için rakamsal veriler ya da bilgilendirmeler yapmak değil; duygulara hitap etmektir. Ürünün satılabilmesi için ürünü kullanma nedenlerinin kişisel algılanması ve kişisel bir problem haline getirilmesi hedeflenmektedir (Aronson, Wilson ve Akent: 2020).

Horkheimer ve Adorno (1995), yaşamın ticarileşmesiyle birlikte kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımının ve kültür ürünlerinin metaya dönümesinin tüm dünyada aynılaşma ve standartlaşmaya yol açtığını; bunun sonucunda ise bir kitle kültürünün oluştuğunu ifade etmektedir. Kültür endüstrisi aracılığıyla bireyler, yaşamına zenginlik getirildiğine, kültür ürünleri aracılığıyla daha iyi bir hayata erişeceğine inandırılmaktadır;

ancak bireye, daha az çalıştığı ve gerçek ihtiyaçlarını görmesini engelleyen bir yapı sunulmaktadır. Kültür endüstrisinin sunduğu özgürlük ve bolluk içerisinde bile mutluluk, gerçek mutlulukla ilişkili değildir. Kültür endüstrisi, sunduğu imkanlar bakımından demokratik olarak da nitelendirilememektedir. Birey, bu yapı içerisinde sağlanan kolaylıklar ve hazır araçlar nedeniyle direnme imkanını da kaybetmektedir. Yaşamın kendisi tüketim nesnesi haline gelerek görünmez kılınmaktadır; yemek, içmek, sevmek tüketime dönüşmüştür. Tüketim, her alana yayılarak bireyleri birer makineye dönüştürmektedir.

Bireyselliğin kitleler içinde eridiği ve kitlelerin izleyici ve dinleyici konumunda oldukları bir dönemden söz etmek mümkündür. Bu bakımdan özellikle radyo ve televizyon aracılığıyla, bireyler tek taraflı olarak hâkim olan, aslında birlik içerisinde hareket eden yayın ve kanalların aynı dili konuşan çarkında tüketici kitlelere dönüşmektedir. Bireyler, bu sistem içerisinde sisteme ait olmayan herhangi bir işleyişi görememektedir. Bu anlamda kültür endüstrisinde sıkı bir birlik vardır ve tüketici kavramını dille pekiştiren ve dile hâkim olan, değişimin aynının bir çeşidi olarak sunulduğu bir yapı mevcuttur. Reklamlar, özellikle bu yapı içerisinde gerçekleşmesi mümkün olmayan vaatlerin ve hazzın sunuşunu yapmaktadır. Hazzın gerçek olmaması, öngörülemeyen bir durumdan ziyade; tüketim toplumunun sürdürülebilmesi için sürekli yeni arzu nesnelere ve yeni hazzın çağrısını içermektedir; ancak hazzın ve mutluluğun tüketim yoluyla elde edilmesi bir yanılgıdır (Adorno, 2021).

Kültür endüstrisi aracılığıyla sunulan endüstrileşmiş haberler ve eğlence odaklı ürünler, tüketicileri etkileme gücüne sahip olmakta ve çeşitli hazlar ve sürprizlerle onların zihinlerinde yer etmektedir. Bu bağlamda üretilen haberler, radyo programları ve filmler gerçek yaşamdan ayrılamaz düzeye gelerek bireyleri yanıltma gücüne sahiptir. Tüketiciler, yaşadıkları dünya hakkında bilgi sahibi olmadan, günlük yaşamın sıradan ve rutin halinden kaçmak suretiyle mutlu olduklarına ve başarılı hissettiklerine inandırılmaktadır. Bu durum, tüketici bireyin eleştirel özelliklerini, sorgulayıcı yapısını elinden alarak yaşamın içerisinde gerçeklik olan adaletsizliklere ve acılara karşı duyarsızlaşmasına ve hayatta bu olumsuzlukların var olduğunu göz ardı ederek unutmaya neden olmaktadır (Keane, 2015:74-75). Bu bakımdan gerçeklikten uzaklaşma, aslında düşüncenin kendisinden de uzaklaşma ve bir çeşit düşünmeyi, sorgulamayı ve bu süreçleri yabancılaştırmayı içermektedir. Aynı zamanda kitle içerisindeki birey, farklılıktan uzak ve yeri doldurulabilir durumdadır. Aynılaştırma, bireyin hiçleşmesine ve bir tür olarak var olmasına neden olmaktadır (Adorno, 2021). Medyanın bir tahakküm aracı olarak, bireyleri eğlenceyle meşgul etmesi, erginliğin son bularak yerini ergin olmayan ergen bireylere bırakmaktadır; gerçekliğin ve kurgunun

arasındaki farkın belirsizleşmesiyle birlikte eğlence ve bilgi ikiliğinde üretilen içeriklerle rasyonalitenin tehdidi, insanın yargı sistemi üzerinde de yıkıcı etkiye sahiptir. Bu anlamda söylemin kendisi de kısaltmakta, argümanın değeri azalmakta ve ticari reklam olarak gösteri haline gelen söylemden bahsedilmektedir. Güncellik vurgusu, anlık yaşama isteği, düşünmeyi ve zamanı gerektirecek argümanın yerini alarak duygulanımı ön plana çıkarmaktadır; böylece sahte olan haberin daha çok dikkat çekmesi, toplumun bütününe ilgilendiren konulardan bireylerin uzaklaşmasına, gerçeklikle bağlantılı bu tür önemli konulara olan ilginin dağılmasına neden olmaktadır (Han, 2023: 18-19).

Gelişen internet üzerinden filtre (seçicilik) uygulamaları, hangi bilgilere erişim sağlanacağı, günümüzde yiyecek fabrikalarındaki üretim sisteminde ne tüketileceğinin şekillendirilmesi gibi şekillendirilmektedir. Bu yolla edinimler, kişisel tercih filtrelerinde bireylere kendi fikirlerini işlemekte, aşına olduğuna arzuyu arttırmaktadır. Filtre balonları, kişisel bilgilerin hâkim olduğu bir alan oluşturmakla birtakım faydalar sağlıyor olsa da bilinmeyeni uzaklaştırarak, dahası gizleyerek bilinmeyen tehlikelere karşı da bireyleri kayıtsız bırakmaktadır (Pariser, 2011). Böylece bu uygulamalar nedeniyle bireyler öz propagandacı, söylemin ve öteki kavramının olmadığı, dinleme problemleri yaşayan ve yalnızca kendi sesini işiten duruma getirilmektedir. Bu anlamda filtre yoluyla kişiselleştirilen internetin kullanımının, enformasyon dolaşımı ve bireylerin enformasyona ulaşmasında kesintiler meydana getirmesi nedeniyle demokrasi açısından sorunlu olduğu değerlendirilmektedir (Han, 2023: 33).

Baudrillard (2022)'a göre, iletişim araçları sayesinde enformasyon ve haber sayısında artış olmasına karşın; anlam üretiminin azalması ve anlam kaybının yaşanması söz konusudur. Bu bağlamda haberlerin, anlam üretmek yerine tükenmek üzere ortaya çıkıp kaybolduğunu ve iletişim kurmaktan uzak olduğunu, bir simülasyon içerisinde olduğumuzu ifade etmektedir. Bu simülasyon süreci içerisinde anlam da iletişim de hipergerçeklik olarak; yani gerçekmiş gibi görünen şeylerin gerçekliğe son vererek var olduğu bir süreci ortaya koymaktadır. Böylece haberlerin yinelenmesi, gerçekliğin oluşturulmasında bir kanıt olarak sunulmaya çalışılmaktadır (Baudrillard, 2022: 121-124).

Byung-Chul Han (2022) “Şeffaflık Toplumu” kitabında, aşırı düzeye ulaşan ve yığıntı haline gelen bilgi ve enformasyonun, karar verme ve anlamlandırma kabiliyetlerimizi körelttiğini ve birey için unutkanlık ve dışarda bırakma gibi sonuçlarının olabildiğini ifade etmektedir. Şeffaflık toplumu, karmaşık olan veya yavaşlatan süreçleri içerisinde barındırmayan ve sistemin bu yönde düzenlendiği bir toplumu ifade etmektedir. İletişim ve

enformasyonun hız kazanmasının önündeki engel olarak ise anlamın iletimi yer almaktadır; çünkü anlam yavaş olması bakımından hızın önünde durmaktadır (Han, 2022: 19). Haberin kendisinin bir toplumsallaşmayı ve anlam üretmeyi sağlamasından ziyade; kitle içerisinde kaybolması, yayımlandığı anda olayı nötrale eden ve değerden düşmesine neden olan bir entropiye dönüşmesi söz konusudur. McLuhan'ın "medium is message" yani "araç mesajdır" ya da "mesaj iletişim aracının kendisidir" şeklinde ifade edilebilecek sözü, iletişim aracının mesajın kendisini yok eden bir yapıda olduğunu belirtmektedir. Bu durumda hâkim olan iletişim aracı içerisinde anlam tamamen yok olmakta veya gerçek dönüştürülebilmektedir. İletişim araçları, içeriklerin biçimleri olumlu ya da olumsuz fark etmeksizin onları ürettikleri andan itibaren değersizleştirmektedir. İletişim aracının mesajı yok etmesinin sonucu olarak aracın kendisinin de yok olması söz konusudur; çünkü iletişim aracını değerli kılan şeyin mesaj olması, mesajın yok olmasının ise iletişim aracını da belirsiz ve değersiz kılacağı anlamı taşımaktadır (Baudrillard, 2022: 125-126).

1.3. Tüketim Nesnesi Beden ve Biyoiktidar

İnsan bedene sahiptir, görür ve görülür; beden aracılığıyla dünyayı algılar ve başkaları tarafından da algılanır. Beden, zihin tarafından bilinen ve yönetilebilen bir formdur ve zihin, özdeğer ve öz kimliği artıracak ve tatmin oluşturacak şekilde beden imgesini inşa etmekte ve bedeni yönetebilecek kapasiteye sahip olmaktadır (Featherstone, 2006: 233).

Günümüzde beden, toplumsal anlamda merkezi ve önemli bir konumda yer almaktadır. Bedenin bu önemli konumda yer alışı, tüketim toplumunun haz odaklı yapısından kaynaklanmaktadır ve beden, tüketim toplumunun temel nesnesini oluşturmaktadır. Bu bakımdan tüketim toplumunda bedenin bakımlı, güzel ve sağlıklı olması bir amaç olarak ortaya çıkmaktadır (Işık, 1998: 15).

Beden, tüketim toplumunda disipline edilmesi gereken, bireyselliğin yok olduğu kitleler içerisinde, kitle ile bütünleşik olarak dijital veri ağında yığınların arasında yer almaktadır. Bedenin disipline edilmesi, onun performansının sürekli olarak kontrole ve değerlendirmeye tabii tutulmasıyla, farklı benliklerin düşüncesini ortadan kaldırarak herkesten yüksek performans göstermesi, rekabetçi ve girişimci olması gibi özelliklerin beklenmesiyle gerçekleşmektedir. Bir iktidar tekniği olarak kontrol, bedeni disipline etmektedir (Deleuze, 1995: 181 akt. Kartal, 2018:80).

Michel Foucault (2007: 102-103), 17. yüzyıldan itibaren bireysel bedenin merkeze alınması ve örneğin; okul, hapisane, fabrika ve ordu gibidişiplin kurumları aracılığıyla

bedenin bir makine gibi verimli hale getirilmesinin, eğitime tabi tutulmasının, denetlenmesinin ve böylece de itaate uygun olarak biçimlendirilmesinin hedeflendiğini ortaya koymuştur. 18. yüzyıldan itibaren ise, iktidarın işleyişinde baskıcı araçların değil, beden ve yaşam üzerinden bu süreçlerin yönetiminin belirleyici olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda birey bazında değil, toplumu bir bütün olarak ele alarak bireyleri toplumun belli normlarına göre şekillendirmek, yönlendirmek ve düzenlemek amaçlanmakta ve nüfusun genel sağlık durumu, yaşam süresi gibi biyolojik süreçler iktidara işlemektedir. Bu yaklaşım biyo-iktidar olarak değerlendirilmekle birlikte, yaşam koşullarının düzenlenmesi üzerinden nüfusun genel refahı yönünde yapılan düzenlemeler, bir denetleme biçimi olarak ortaya çıkmaktadır. Toplumsal kontrol mekanizmaları, bireylerin ve nüfusun üretkenliğini bedensel süreçler üzerinden ölçme eğilimindedir. Bu süreçte beden, biyolojik anlamının dışında, tarihsel bir araç, kültürel bir yansıma ve toplumsal yapının simgesel bir temsili olarak ele alınmaktadır. Beden üzerinden yapılan, sağlıklı ya da hasta, genç ya da yaşlı, güzel ya da çirkin gibi nitelendirmeler fiziki durumları işaret etmekle kalmayarak toplumsal gerçekliğin metaforik düzeyde inşasına katkı sunmaktadır. Bu gerçeklikler ise, tarihsel olarak meydana gelen gelişmeler, toplumsal etmenler ve kapitalizmin oluşturduğu kültürdoğrultusunda dönüşüme uğrayarak farklı biçimlerde yeniden şekillenebilmektedir (Timurturkan, 2020: 135-136).

Kapitalizmin gelişimiyle biyoiktidar doğrudan ilişkili olmakla birlikte, kapitalist sistem, bedenlerin üretime dahil edilmesini, nüfusun ekonomik ihtiyaçlara göre şekillendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu sistem içerisinde bireyden itaatkâr olmanın ötesinde daha verimli, üretken ve güçlü olmak beklenmektedir. Böylece biyoiktidar, bireylerin güçlü olmalarını destekleyen ve sistem içinde kontrol edilebilir tutan bir mekanizma olarak işlemek durumundadır. Birey, üretim ilişkilerinin devamlılığı açısından kritik öneme sahip olmakla birlikte fiziksel olarak ekonomik sistemle uyumlu hale getirilmekte; aile, okul, sağlık sistemi gibi birçok kurum aracılığıyla yaşamları denetlenmektedir. Bu denetim, aynı zamanda toplumsal yapının hiyerarşi ve egemenlik ilişkilerini de biçimlendirmektedir. Sonuçta yaşamın tüm yönleri, artık ekonomik, politik ve ideolojik stratejilerle iç içe geçerek şekillenmektedir (Foucault, 2007: 103-104).

Biyoiktidar, günümüzde bireylere baskı ve zorlama yoluyla değil; özgür olduğu yanılgısıyla etki etmektedir. Bireyler gönüllü olarak kendilerini açık etmek ve göstermek üzere, içsel olarak hissettikleri ihtiyaçla hareket etmektedir. Gündelik hayatta kolaylık olarak sunulan teknolojik araçlar, bireyleri gözetim ve denetim altında tutmakta ve eski dönemin

panoptikonundaki olumsuz söylemin yerini alarak olumlu teşvik ve telkinle bireyleri kontrol altına almaktadır. Günümüzde beden, güzellik endüstrisinin etkisiyle estetik ve fitness odaklı bir nesneye indirgenmiş durumdadır ve bu dönüşüm özellikle sosyal medya aracılığıyla görünürlük kazanmaktadır. Sosyal medya platformlarında beden, estetik normlara uygun biçimde sergilenirken; bu sergileme biçimi, çoğunlukla rahatsızlık uyandırmayacak şekilde ve normatif güzellik standartlarını yeniden üreten içeriklerle pekiştirilmektedir. Bu süreçte "influencer" figürü, tüketim pratiklerinin taşıyıcısı ve meşrulaştırıcısı olarak öne çıkmakta; reklam, ürün yerleştirme ve yaşam tarzı üzerinden içerikler aracılığıyla tüketim, bir özgürlük ve kurtuluş biçimi olarak sunulmaktadır. Böylece birey için özgürlüğün anlamı, sınırsız tüketime, seyahat deneyimlerine, idealize edilmiş beden imajlarına ve fitness pratiklerine bağlanmakta; bunun sonucunda da "ölümüne tüketim" anlayışının kültürel hakimiyeti kurulmaktadır. (Han, 2023).

Beden, fiziksel ve cinsel özgürleşme biçimiyle beraber yeniden keşfedilerek modada, reklamlarda, kitle kültüründe hâkim olan gençlik, zariflik, rejimler, bedeni saran arzu söylemi ve sağlık, perhiz, bedenle ilgili bakımlara vurgu aracılığıyla bir kurtuluş nesnesine dönüşmektedir. Beden, ahlaki ve ideolojik işlev olarak ruhun yerini almaktadır ve beden statüsü kültür tarafından belirlenmektedir. Böylece beden, psikolojik olarak sahip olunan, güdülenen ve tüketilendir; ancak özgürleşme ve kendini tanıma sistemi olarak sunulan beden, her zaman için rekabetçi, etkili ve ekonomik türde bir yatırımdır. Beden, karlı kılınmak amacıyla bu yatırıma tabii tutulmaktadır ve bu, kültür tarafından şekillenmekte, düzenlenmekte ve toplumsal statü göstergesi haline gelmektedir. Yeniden tanımlanan ve sahip çıkılan beden, kapitalist amaçlara bağlı olan bir yatırımdır ve haz aracı olan, yeniden tanımlanan beden, özgürleşme söylemleri altında beden emeğinin sömürülmesinden daha yoğun bir şekilde yabancılaşmış emeğe, kuşatma emeğine yani saplantı ve ilgi nesnesine dönüşmektedir (Baudrillard, 2008: 165-166).

Güzelliğin standart hale gelmesiyle birlikte, beden kültürü farklılıkları da kültür endüstrisi aracılığıyla erimekte ve kültürel farkların, güzelliğin farklı toplumlarda anlamlandırılma biçimleri değişerek belli özelliklere sahip olmanın güzellik sayıldığı toplumlara dönüşmektedir. Kitle iletişim araçları ve medya, birçok imkân sunmasıyla ve demokratik olmakla ilişkilendirilebilmektedir; ancak günümüzde radyo ve televizyonları yönlendiren, piyasa güçleri ve reklam paralarıdır. Reklamlar aracılığıyla bireyler tüketime teşvik edilmekte, alışverişin yaşam tarzı olduğuna inandırılmaktadır. Bireysel arzularla kamu ruhu boğulmaktadır ve narsist, başkalarını önemsemeyen bireyler oluşmaktadır. Bireyler,

bizzat ürünün kendisi haline gelerek doyumsuz, tedirgin, kaygılı ve canı sıkkın hale gelmektedir (Keane, 2015: 89-90). Bu şekilde sahte ihtiyaçlar oluşturularak birey, tüketime teşvik edilmektedir. Reklamlar, bireylerin hayatlarını anlamlandırarak ve onlara daha iyi bir yaşam sunacak imkanları ortaya koymaktan çok uzakta; bireyleri sürekli ve düşünmeksizin tüketime teşvik etmektedir. Böylece bireyler, yalnızca bir şeyleri yapma imkanı olduğu için yapan ve anlık hazların peşinde anlık tatminlerle kendisini var eden tüketimin nesnesi haline gelmektedir.

Featherstone'a göre, tüketim toplumunda "iyi görünme" ve bedeni koruma arzusu, tüketici yaşam biçiminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bedenin yaşlanma sürecini geciktirmek; bu sürecin kaçınılmaz olduğu durumlarda ise estetik ve kozmetik müdahalelere başvurmak, bireylerin beden politikalarını şekillendiren temel pratiklerdendir. Bu çerçevede, iyi görünmek ve kendini iyi hissetmek düşüncesi, metalaşarak pazarlanabilir bir değer haline gelmekte; bu değer ise medya ve ticari şirketler aracılığıyla yaygınlaştırılmakta ve dolaşıma sokulmaktadır (Featherstone, 1993: 171; akt. Işık 1998: 161). Günümüzde bireyler, medya aracılığıyla ve uzman görüşlerinin etkisiyle birlikte, sağlıklarını korumaya yönelik davranışlarını şekillendirmektedir. Bu durum ise bireyi, tüketim toplumunun belirleyici olduğu, hastalık ve sağlıklı beslenme kaygısına dayalı, özellikle beslenme yönünde sağlık için sürekli tüketmeye yönlendiren bir "sağlık tüketicisi" kimliğine dönüştürmekte ve tüketim kültürünün yeniden inşa edilmesi süreçlerine dahil etmektedir (Adak, 2020: 213). Bu bağlamda, bedenin arzu edilen estetik görünümüne ve forma ulaştırılması, korunması ve biçimlendirilmesi, yalnızca bireysel tercihlere indirgenememektedir. Bu durum, tüketim toplumunun birey üzerinde baskı oluşturduğu ideallerin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu noktada estetik cerrahi, güzellik, gençlik vb. toplumsal normlara ulaşmada merkezi bir araç haline gelerek bedenin dönüşümünü mümkün ve arzulanabilir kılmakta, böylece tüketim kültürünün temel dinamiklerinden biri olmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM TOPLUMUNDA ESTETİK MÜDAHALELER

2.1. Benlik ve Beden Algısı Üzerine

Toplumsal yaşamda bireyler, bedenleri aracılığıyla aktif biçimde yer almakta ve bedene yönelik gerçekleştirilen eylemler ise bireyin toplumsal kimliğine ait kişiliğinin dışavurumu olarak anlam kazanmaktadır. Bedenin fiziksel varlığı, gündelik yaşam pratikleri içerisinde bireyin deneyimlerini oluşturmanın yanında; toplumsal yapı ve birey ilişkisinin analiz edilmesinde sosyal bilimciler için önemli çözümlene imkânı sunmaktadır. Canlı beden, yalnızca bireyin dünyayı algılama ve anlamlandırma süreçlerinde asli bir araç olarak kalmayarak toplumsal varoluşun gözlemlenebilir ve maddi tezahürlerini de içermektedir. Beden, benliğin somutlaştığı ve anlam kazandığı bir temel olarak, öznenin varlık kazanmasına ve toplumsal yaşamda etkin biçimde yer almasına olanak sağlamaktadır (Kara, 2013).

Benlik, temel olarak sosyolojiktir ve yalnızca biyolojinin konusu olmaktan çok daha fazlasıdır. Bu bakımdan ‘ben’ bireyin başkalarının tutumlarına tepkisidir; etkileşim sonucu oluşmakta ve başkalarının örgütlü tutumlarıyla var olmaktadır (Turner, 2008: 35). Eski dönemlerden bu yana, insanların topluluk içerisinde yaşamaları ve yaşadıkları çevreden etkilenmeleri söz konusudur. İnsan, çevresinde yaşanan toplumsal olaylardan veya kişilerden etkilenerek davranış, inanç ve düşünüş biçimleri geliştirmektedir. Bu noktada bireylerin buldukları topluluk tarafından etkilenmesi, onlar farkına varmadan gerçekleşmektedir (Temel Britannica, 1993: 332).

Mead’e (2022:160) göre de benlik, toplumsal süreçlere tabii olmakta ve bu deneyimler aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Bireyin toplumdaki diğer bireylerle etkileşim süreci içerisinde benlik oluşmaktadır. Goffman (2014) Benliğin Sunumu Kuramı’nı, toplum ve bireyin etkileşim alanı üzerinden kurmaktadır. Birey, bulunduğu çevreye daha iyi bir izlenim çizme çabası içerisinde olan ve bu şekilde kendisini dışarıdan başlayarak içeri doğru geliştiren bir durumdadır. Bu bağlamda toplumun, bireyden beklentileri ve bireylerin de bu beklentileri karşılama çabasını içermektedir. Birey ve toplum ilişkisini açıklamada tiyatro metaforunu kullanan Goffman, bireyleri oyuncu, toplumu ise seyirci olarak konumlandırmaktadır. Tiyatro metaforu içerisinde bireylerin rollerini ise statüye uygun eylemleri oluşturmaktadır. Benliğin sunumu, bireylerin toplumsal rollerini oynamalarıyla gerçekleşmekte ve bireyler, farkında

olarak veya olmayarak olumlu benlik yaratmaya çalışmaktadır. Böylece en iyi izlenimi yaratma, izlenimi yönetme çabası için birçok araç kullanmaktadır.

Bireylerin kendilerine yönelik bakış açılarını belirleyen şey, başkalarının bireye dair düşüncelerinin ne olduğudur. Birey için kimlik bilinci bu bakımdan başkalarının yargıları tarafından belirlenmektedir. Dolayısıyla toplumla etkileşiminde birey, sabit bir karaktere sahip olmamakta ve toplumun bireyi değerlendirmesi sonucunda kendi önemi üzerine yargıya varmaktadır (Botton, 2008: 19-20).

Bireyin başkaları tarafından değerlendirilme sürecinde benlik ve beden bir arada ele alınmaktadır; çünkü benlik, bedenle bir olarak var olmaktadır. Bedenin algılanışı, dış dünyayla ve diğer insanlarla olan etkileşim sonucunda oluşmaktadır. Bu anlamda gerçekliğin algılanışı, gündelik pratiklere dayanmaktadır. Birey iletişim kurarken, dahası hiçbir kelime kullanmadan bedensel hareketlerin ve yüz ifadelerinin kullanımı konusunda kontrol sahibi olmayı öğrenmek durumundadır. Sonuçta örneğin, yetişkin bir birey sağladığı kontrolü aynı zamanda göstermektedir; çünkü diğerleri tarafından da yetişkin bir birey olarak algılanmaktadır (Giddens, 2019: 82).

Beden, bireye özgü, bireyi sınırlayan bir yapı olarak, hem huzur ve haz gibi olumlu hislerin kaynağı olmakta hem de rahatsızlık ve gerginliklerin kaynağı olabilmektedir. Beden basit bir şekilde, yalnızca fiziksel olarak sahip olduğumuz bir yapı değildir; aynı zamanda eylemleri uygulama alanı ve tarzıdır. Günlük yaşam içerisinde beden, kişisel kimliğin ve benliğin tutarlı bir biçimde sürdürülmesinde merkezi bir role sahiptir (Giddens, 2019:137). Beden böylece, başkaları tarafından yargılanan ve başkalarını da yargıladığımız bir alan olarak, en iyi versiyonun sunulması için çaba harcanan, görme ve görülme talebine ilişkin üzerinde değişiklik yapılabilir. Bu bakımdan beden, estetik cerrahinin de konusu olmakta ve toplumda daha iyi beden sunumuna sahip olmak üzere başvuru alanlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Gilman, 2001: 3).

Modern tıbbın beden üzerindeki etkisi, insan yaşamını kolaylaştırmakla birlikte bedenini sürekli olarak denetlenmesine ve kontrol altında tutulmasına temel oluşturmuştur. Bu temel, hastanelerle sınırlı olan tıbbın, günlük hayatın içerisine dahil olmasına neden olmuş, dahası tıp alanındaki gelişen teknolojilerle birlikte tıbbın modern anlamı, hastalıkları tedavi etmeyi değil, onları daha oluşmadan önlemeyi amaçlayan bir forma dönüştürmüştür. Sağlıklı olmak böylece sürekli gözetimi ve takibi arz eden bir süreç haline gelmiştir. Sağlık alanında yaşanan bu değişim, sağlık kurumlarını hastalık nedeniyle başvuru alanlarından biri olmaktan

çıkarak, bireylerin yaşam tarzlarını şekillendiren ve belirleyen, böylece bireyin bedeni üzerinde denetim uygulayan yapılar haline getirmiştir (Türünç ve Adak, 2022: 120-121).

Bedene odaklanan tıp alanında, müdahale imkanlarının gün geçtikçe genişlemesi, bedenin sınırları üzerine çeşitli tartışmaları beraberinde getirmektedir. Bu durum, bedenin kendi sınırlarını aşarak yeniden biçimlendirilmesine yol açmakta ve böylece beden ile toplum arasındaki sınırların giderek daha belirsiz hale gelmesine neden olmaktadır. Estetik cerrahi, bu anlamda beden görünümünün değişmesine önemli bir örnek oluşturmaktadır. (User, 2016: 154).

2.2.Sağlık Sektöründe Estetik Cerrahinin Yükselişi

Plastik cerrahinin iki alt dalından birini estetik cerrahi, diğerini ise rekonstrüktif cerrahi oluşturmaktadır (Sevim ve Sevim, 2014: 69). Estetik cerrahiden ayrılan rekonstrüktif cerrahi, vücut yapılarındaki anormal işlev ve görünümü daha iyi hale getirmeyi, iyileştirmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda doğuştan gelen kusurlar, gelişim bozuklukları, tümör, enfeksiyon ya da hastalıklar vb. vücut yapısındaki anormalliklerin kaynağı olabilmektedir. Estetik cerrahide ise ticari olmayan tıbbi müdahalelerde uygulanan teknikler benzerlik gösterse de estetik cerrahinin yapılış amacı bakımından ayrılmaktadır (Sullivan, 2001:13).

Vücuda ilişkin yapılan müdahaleler oldukça eski olmakla birlikte, yüz rekonstrüksiyonun, yaşayan insanlar üzerinde ilk kaydedildiği anlatımlar Antik Hint Sanskrit metinlerinde yer almaktadır ve rinoplastinin erken formunu tanımlayan Hindu cerrah Sushruta'ya, en az M.Ö. 600 yıllarına kadar uzanabilmektedir (Haiken, 1997; akt. Shilling, 2012:2). Estetik cerrahinin kökeni ise J. F. Dieffenbach'ın ilk olarak yüz bölgesinde yaptığı belirgin dış kesilere ve 1881 yılında Eyl'in yapmış olduğu kepçe kulak düzeltme ameliyatına dayanmasına karşın; bugün bildiğimiz anlamdaki başlangıcı, 1887 yılında John Orlando Roe tarafından burun bölgesinde gerçekleştirdiği bir ameliyatla olmuştur ve Orlando Roe, rinoplastinin kurucusu olarak kabul edilmektedir. O dönemden günümüze gelişerek gelen ve bugünkü halini alan estetik cerrahinin modern anlamda asıl olarak yüz ve boyun bölgesinde ve sırayla azalan oranda meme, kalça ve uyluk bölgesinde gerçekleştiği söylenebilmektedir (Rogers, 1976: 3-6).

Estetik cerrahinin uygulanışı, Birinci Dünya Savaşı'ndan önce oldukça nadir olmakla birlikte; estetik cerrahiye dair yayınların da az olduğunu söylemek mümkündür. Birinci Dünya Savaşı'ndaki siper savaşları nedeniyle yüz travması geçiren çok sayıda yaralının

bulunması, bu alandaki tıbbi müdahalenin gelişmesini gerekli kılmıştır; ancak o dönemde birkaç sayıda maksillofasiyal (yüz-çene) cerrahi ünitesi tedavi işlemini yapmıştır (Glicenstein, 2003: 257). Savaştan önce tıp alanında rekonstrüktif cerrahiye olan güvenin az olması, yüz travmaları olan hastalarda plastik cerrahi rekonstrüksiyonu yerine protez kullanılmasının tercih edilmesi ve bu alana kuşkuyla bakılması söz konusuyken; savaştan sonra yüzün rekonstrüktif cerrahisinin ciddi derecede yükselişi ve uygulanmasında başarı, tıp alanındaki şüpheleri ortadan kaldırmıştır (Rogers, 1976: 15). Bu anlamda savaşın bitimiyle birlikte 1921 yılında plastik cerrahların, edindikleri deneyimleri ve yeni becerilerini kullanmak üzere bir pazar bulma arayışları ve kaygıları doğmuştur. Böylece estetik cerrahinin, plastik cerrahinin alt uzmanlık alanı olarak kabul edilmesi söz konusu olmuştur ve bu alanda ilk profesyonel dernek Chicago'da kurularak estetik cerrahi alanının temelleri atılmıştır (Haiken, 1997; akt. Davis, 2007: 57). Estetik cerrahinin gelişmesinde etkili olan ve çoğunlukla göz ardı edilen gelişmelerden biri de yüzyılın başında kitlesel güzellik kültürünün gelişmeye başlaması sayılabilmektedir. Bu anlamda demokratik bir ortamda sosyo-ekonomik düzeye ve koşullarına bakılmaksızın tüm kadınların güzelliğe ulaşma araçlarına erişiminin olmasını savunan ideoloji ortaya çıkmıştır (Banner, 1983; akt. Davis, 2007: 56).

Ticari olmayan tıbbi bakımlara ve rekonstrüktif cerrahiye olan talebin, hastaların fiziksel ihtiyaçlarından kaynaklanması söz konusuyken; estetik cerrahide kültürel baskı ve pazarlama kampanyalarının öne çıktığı söylenebilmektedir. Profesyonel reklamcılığa yönelik kısıtlamaların, 1970 yılının sonuna gelindiğinde kaldırılmasıyla birlikte sağlık hizmetlerinde reklamların artması ve ticari olan sağlık hizmetleriyle ticari olmayan sağlık hizmetleri arasındaki sınırın belirsizleşmesi söz konusu olmuştur. Buna rağmen kamuya açık reklamlarda yanık, dudak yarığı veya yaralanmalara yönelik tedavilerin gösteriminin oldukça az olduğu söylenebilmektedir. Bunun aksine estetik hizmet alanları ise reklam panoları, televizyon, internet siteleri, gazete ve dergiler gibi araçlar yoluyla halka tanıtılmaktadır (Sullivan, 2001: 14).

Tıbbın içerisinde gelişen ticari sektör olarak ele alınan estetik cerrahi, diğer ticari girişimler gibi maliyetinden fazlasına satış yapmak suretiyle kar etmeyi amaçlamaktadır. Kar oranını ve satış hacmini arttırmak amacıyla pazarlama tekniklerini kullanmaya ve bireyleri ürünün avantajlarına ve bedelinin değeceğine ücretli reklamlar ve ücretsiz tanıtımlar aracılığıyla ikna etmeye yönelik bir çabayı içermektedir. Bu anlamda estetik cerrahide girişimcileri doktorlar oluştururken ürün ameliyattır. Bu bağlamda estetik cerrahi, sağlıklı olan anatomik yapının isteğe bağlı olarak yeniden şekillendirilmesini, bireyin dış

görünümünde çağdaş olan ideale ulaşma çabasını içeren seçmeli bir prosedürdür (Sullivan, 2001:13).

2.3. Günümüzde Yaygın Olan Estetik Müdahale ve Ameliyatlar

Bu başlık altında günümüzde yaygın olarak bilinen ve tercih edilen yüz estetiği ve vücut şekillendirme işlemleri kısaca tanıtılmıştır.

2.3.1.Yüz Estetiği:

- **Yüz germe (Facelift):** Kalıtım etkisiyle ya da stres, sigara içme, yerçekimi, güneş hasarı gibi çeşitli nedenlere bağlı olarak, yüz ve boyun bölgesindeki yağ kaybı, cilt incilmesi, yüzdeki gençlik hatlarının kaybıyla birlikte belirgin hale gelen yaşlanma görünümünü iyileştirmeyi amaçlayan cerrahi işlemdir. Bu anlamda yüz germe ameliyatının tercih edilmesinde; yanak ve çene bölgesinde oluşan gıdı, yüz derisindeki gevşeme nedeniyle sarkma, boyun bölgesinde gevşek deri görünümü ve fazla yağ oluşumu, burun ve ağız köşesinde oluşan kıvrım çizgilerinin derinleşmesi, yüzde yağ azalması veya kaybı gibi nedenler sayılabilmektedir.
- **Burun estetiği (Rinoplasti):** Yüzdeki uyumu ve burun oranını değiştirmeyi ve burnu yeniden şekillendirmeyi içeren cerrahi işlemdir. Bu işlem aracılığıyla burundaki yapısal sorunlar nedeniyle oluşan nefes alma bozukluklarının da tedavisi gerçekleştirilmektedir.
- **Göz kapağı estetiği (Blefaroplasti):** Gözün üst ve alt kapaklarına veya her iki göz kapağına birden görünümü iyileştirmek amacıyla yapılmakta olan cerrahi işlem, göz çevresinde bulunan bölgeyi gençleştirebilmektedir.
- **Kaş kaldırma:** Genç ve canlı bir görünümün sağlanması için belirginleşen kaş çatma çizgisini, alın yatay çizgilerini, burun köprüsünde ve gözlerin arasındaki kırışıklık çizgilerini azaltan, üst göz kapağının kapanmasına neden olan sarkmış kaşların kaldırılmasını içeren işlemdir.
- **Boyun germe:** Boyunda ve çene çizgilerinde belirgin hale gelen yaşlanma belirtilerini ve genç görünümde sahip olunun hatların kaybını düzeltmeyi amaçlayan cerrahi bir işlemdir.
- **Çene estetiği:** Genellikle çene bölgesinde ve alt çene çizgisinde yüz orantısını iyileştirmek ve çene yapısına yeniden şekil verilmesini sağlamak amacıyla yapılan çenenin implant ile güçlendirilmesi ya da kemiğin küçültülmesi ameliyatıdır.

- **Kulak estetiği (Otoplasti):** Kulakta doğuştan ya da sonradan belirgin hale gelen kusurlar nedeniyle kulağın görünümünü, Őeklini, oranını ve konumunu düzeltmek amacıyla yapılan işlemdir.

2.3.2. Vücut Şekillendirme Ameliyatları:

- **Göğüs büyütme:** Göğüs boyutunu arttırmak amacıyla göğüs implantlarının ya da vücudun başka bir bölgesinden yağ transferi yoluyla gerçekleştirilen göğüse hacim kazandıran ve doğal göğüs asimetrisini iyileŐtirmeye yarayan ameliyattır.
- **Göğüs k  tme:** Göğüs boyutunun yeniden Şekillendirilmesi, daha k  k ve orantılı hale gelmesi için yapılan ameliyattır. Kadınların göğüs k  tme ameliyatını tercih etmelerinde; yaşam kalitelerini arttırmak, cilt tahriŐlerinin ve sırt ağrılarının azalmasını sağlamak ve daha rahat nefes almak gibi nedenler sayılabilmektedir.
- **Yağ aldırma (Liposuction):** İnsanların daha orantılı ve daha ince bir vücuda sahip olmak için vücudun yaygın olarak; kalça, uyluk, popo ve diğer bölgelerinden fazla yağın alınmasını içeren cerrahi işlemdir.
- **Karın germe (Abdominoplasti):** Karın bölgesinde daha sıkı ve pürüzsüz bir görünümün sağlanması için o bölgedeki fazla yağ ve derinin alınması ameliyatıdır.
- **Kol germe:** Kol bölgesinde yaşlanma, genetik faktörler, kilo alıp vermede düzensizlik vb. nedenlerle oluşan ve egzersizle düzeltilmesi mümkün olmayan sarkmış deri görüntüsünü ve kol bölgesindeki bölgesel yağlanmaları azaltmak, bu bölgede daha sıkı ve daha pürüzsüz bir görünüm sağlamak amacıyla yapılan cerrahi bir işlemdir.
- **Popo estetiği (BBL-Brezilya Popo Kaldırma):** Kalçanın görünümünü iyileştirmek veya kalçayı b y tmek amacıyla silikon dokulu kalça implantlarının kalça dokusunun derinlerine yerleŐtirilmesi ameliyatıdır. Bu iŐlemlerle vücudun başka bölgesinden alınan yağların kalça bölgesine transferi sağlanmaktadır ve aynı zamanda kalçadaki yumuŐak dokunun cerrahi müdahale aracılığıyla birlikte çıkarılmasıyla da kalça kaldırma işlemi gerçekleŐtirilebilmektedir.

2.3.3. Minimal İnvaziv (K  k Kes) Müdahaleler

- **Botoks:** Botulinum toksin maddesinin kozmetik formu olup, yaygın olarak alın kırıŐıklıklarında, kaş çatma çizgilerinde ve göz kenarlarındaki kaz ayaklarında

oluşan yüzdeki ince çizgi ve kırışıklıkların geçici bir süreyle azaltılması ya da kaybolmasını sağlamak amacıyla enjekte edilerek uygulanmaktadır.

- **Dolgu:** Doğal süreçte yaşlanmayla birlikte, yüzde bulunan deri altı yağlar kaybolmaktadır ve kaybolan deri altı yağlarla birlikte belirginleşen gülümseme çizgileri ve kaz ayaklarının ve yüzde oluşan çizgilerin azaltılması, yüze hacimli ve dolgun bir görünüm kazandırılması için dermal dolgu maddeleri uygulanmaktadır.
- **Cilt Gençleştirme ve Yenileme:** Vücudun ve yüzün çeşitli bölgelerinde oluşan cilt bozukluklarının, güneş lekelerinin, aknelerin, kırışıklıkların vb. cilt sorunların azaltılması ve giderilmesi amacıyla görünümün iyileştirilmesine yönelik lazerle cilt yenileme, kimyasal peeling, mekanik yüzey yenileme ve enjekte edilebilir ürünlerin kullanılması yöntemlerini içermektedir.
- **İple Cilt Germe:** Hem kadın hem erkeklerde yüz ve boyun derisindeki gevşeme, sakmış kaşlar ve gıdı bölgesinin iyileştirilmesi için yara izi olmadan daha sıkı, daha genç bir görünüm sağlamak amacıyla kolajen üretimini de uyaran emilebilir dikenli dikişlerin kullanılması işlemidir.

2.3.4.Diğer Estetik Müdahaleler

- **Saç ekimi ameliyatı:** Kafa derisinde saç olmayan veya seyrek olan bölgelere yeniden saç eklemek amacıyla yapılan ameliyattır. Bu işlem erkeklere özgü cerrahi işlem sınıfında yer almaktadır.
- **Genital estetiği:** Genital bölgedeki rahatsızlığın giderilmesi ve görünümünün iyileştirilmesi amacıyla lapioplasti, labia majoroplasti, klitoris küçültme ameliyatı, vajinoplasti, monsplasti gibi işlemlerin uygulanabildiği cerrahi işlemleri içermektedir.

Dünya çapında, 117 ülkede 5.000'den fazla estetik ve rekonstrüktif cerrahtan oluşan *The International Society of Aesthetic Plastic Surgery* (ISAPS) tarafından, estetik ve kozmetik prosedürler üzerine 2023 yılında değerlendirmesi yapılan küresel anket sonuçlarına göre, dünya çapında plastik cerrahların gerçekleştirmiş olduğu 15,8 milyondan fazla cerrahi işlem ve 19,1 milyon cerrahi olmayan işlemle beraber, cerrahi uygulamalarda %5,5 oranında artış olduğu ve son dört yılın karşılaştırmasında ise genel olarak işlemlerde bu artışın %40'a ulaştığı belirtilmiştir. 2023 yılına ait estetik ve kozmetik işlemlere dair küresel veriler hem cerrahi hem de cerrahi olmayan prosedürlerde önemli artışlar yaşandığını ortaya koymaktadır. Yağ aldırma, 2022 yılında ve 2023'te 2,2 milyondan fazla uygulanarak en sık gerçekleştirilen

cerrahi müdahale olmuştur. Bunu sırasıyla meme büyütme, göz kapağı estetiği, karın germe ve burun estetiği takip etmiştir. Cerrahi olmayan işlemlerde ise botulinum toksini, hiyalüronik asit enjeksiyonları, epilasyon, cerrahi olmayan cilt sıkılaştırma ve yağ azaltma uygulamaları öne çıkmıştır. Yüz ve baş bölgesine yönelik işlemler, %19,6 oranında artışla 6,5 milyondan fazla uygulamaya ulaşarak önemli bir büyüme göstermiştir. En fazla uygulanan işlemler arasında göz kapağı estetiği, burun estetiği ve dudak/ağzı çevreleyen bölgeye yönelik müdahaleler yer almıştır. Ayrıca verilere göre toplam uygulanan estetik müdahalelerin %85,5'i kadınlara uygulanmıştır; ancak erkeklerde de yüz ve baş bölgesinde %18'lik bir artış gözlemlenmiştir. Kadınlarda yaygın olarak başvuru alan estetik müdahale yağ aldırma olurken; erkeklerde göz kapağı ameliyatı tercih edilmiştir. Yaşa bağlı değişkenler incelendiğinde, 18-34 yaş aralığında meme büyütme ve burun estetiği ameliyatları yapılmış olup; 35-50 yaş aralığında ise botoks enjeksiyonları yaygın olarak uygulanmıştır (3).

Yine dünya çapında 11.000'den fazla plastik cerrahtan oluşan *The American Society of Plastic Surgeons* (ASPS) tarafından, estetik ve kozmetik prosedürler üzerine 2023 yılında değerlendirmesi yapılan küresel anket sonuçlarına göre, ekonomik belirsizliklere rağmen, plastik cerrahinin tercih edilmeye devam ettiğini, özellikle Amerika'da yüksek faiz oranlarının ve sıkılaşan bütçenin kozmetik prosedürleri yaptırmak için bir engel oluşturmadığına ulaşılmıştır. Ayrıca verilerde plastik cerrahide istikrarlı bir büyüme kaydedildiği ve pandemi sonrası yaşanan estetik prosedürde yaşanan ani yükselişin, estetik müdahalelerin sağlık alanında yeni normale dönüştüğü belirtilmektedir (4).

Tıp alanında estetik cerrahi sektörünün yükselişi; yaşanan, istenmeyen ve sahip olan kişi tarafından çirkin olduğu düşünülen bedeninin daha diri, daha güzel görünmesi için yapılan müdahaleyi içermektedir. Bu anlamda popüler kültür ve kültür endüstrisi ürünleri tarafından desteklenen sağlıklı olmanın güzel olmakla ilişkili olduğu fikri, 'hasta' ve sağlıkçıların zihinlerinde yer almaktadır (Sevim ve Sevim, 2014: 70). Bu bağlamda gelişen teknikler, estetik cerrahinin uygulanmasında da belirli kolaylıklar sunmaktadır.

Gelişen, yeni estetik teknolojilerin sıradan ve kaygı uyandırmayacak bir biçimde sunulması, estetik cerrahinin toplumsal algı düzeyinde önemli bir dönüşüme işaret etmektedir. Özellikle sosyal etkinliklere dönüşen, söz konusu müdahaleler gündelik bir eğlence pratiği haline getirilmekte; örneğin kadınlar için estetik müdahaleler arkadaşlar arasında keyifli bir etkinlik deneyimine dönüşmektedir. Estetik işlem yapan merkezler ise, botox ve kolajen gibi yaygın olarak tercih edilen işlemleri randevusuz ve kolay erişilebilir biçimde, müdahaleyi daha ulaşılabilir ve normalleştirilmiş bir hizmet olarak sunmaktadır. Bu bağlamda, iyileşme

süresi gerektirmeyen hızlı müdahaleler, estetik cerrahiyi tercih edebilecek potansiyel bireyler açısından daha cazip ve konforlu kılmaktadır (Brooks, 2004: 217-218).

Bedenin değişiminin kolay hale gelmesi, basitleştirilmesi ve daha tercih edilebilir olması toplumların yapısındaki değişim ve dönüşümle gerçekleşebilmektedir. Ritzer (2017), “*Toplumun Mcdonaldlaştırılması*” kitabında toplumlarda kolaylığın ve erişimin, konforun ön plana çıktığı yaşadığımız dönemi ele alarak toplumda verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve denetim sayesinde dönüşüm olduğunu ileri sürmektedir. Bu ilkelerin temsil ettikleri önemlidir. Örneğin; verimliliğin sağlanmasının yollarından biri olarak ürünün basitleştirilmesi söz konusudur. Hesaplanabilirlik, sayısallaştırma ve kısa zaman harcamayı içermektedir. Öngörülebilirlik, sonuçları görebilmeyi ve iç rahatlığını sağlamaktadır. Doğumdan ölüme kadar yaşamın her alanı mcdonaldlaşmış, tüketim nesnesine dönüşmüştür. Denetim ise, daha az alternatif sunulmasıyla ve verili olan normları içselleştirme ve kurallara uyma yoluyla sistemde varlık sürdürmektedir (Ritzer, 2017). Sağlık alanındaki gelişim ve dönüşümlerle birlikte bedenin değişimi de bu ilkelere tabii kalınarak bireylerin kısa sürede, ‘acısız’ olarak, daha az cerrahi müdahaleyle, bekledikleri ve istedikleri sonuçları almalarına yarayacak şekilde gerçekleşmektedir.

Tıp alanında yaşanan teknolojik gelişmeler, bireylerin bedenleri üzerinde daha önce benzeri görülmeyen şekilde kontrol sağlamayı mümkün kılmaktadır. Ne var ki beden üzerinde kontrol sağlanması, kimlik krizi yaşanmasına ve beden ne olduğu ve olabileceği konusunda belirsizliklere neden olmanın önüne geçememektedir. Bu anlamda günümüzde beden biçiminin, özellikle 20. yüzyıl sonunda yaşanan tıbbın teknolojik gelişimiyle birlikte sorunlu hale getirildiği söylenebilmektedir (Williams, 1997: 1042).

2.4. Medyanın Estetik Cerrahinin Yaygınlaşmasındaki Rolü

Bireylerin ideal bedene ilişkin düşünceleri aile, arkadaş çevresi ve medya tarafından oluşmaktadır. Medyada verilen mesajlarda sürekli olarak yapılan ideal beden vurgusu, beden algısının şekillenmesinde oldukça etkili olmaktadır. Kadınların ideal beden olarak zayıf; erkeklerin daha kaslı ve üçgen vücuda sahip olmaları yönünde medya bir baskı unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle kadın bedenine ilişkin standartların zaman içerisinde değiştiğinden söz etmek mümkündür. Günümüzde kadınların zayıf bir bedene sahip olması gerekliliği medya tarafından sunulsa da örneğin; 1940-1950'li yıllarda görece daha kilolu kadın model ve aktrisler medyada yer almış ve güzellik standardı olarak sunulan ölçüler günümüzden farklı olarak belirlenmiştir (Aronson, Wilson ve Akent: 2020).

Medyada gösterişli, ince beden imgesi, özellikle kadınların dış görünüşlerinden duydukları memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu bağlamda kadınların bedenlerine yönelik memnuniyetsizlikleri, her zaman gerçek fiziksel görünüşleriyle ilişkili olmasa da toplumsal baskıların etkisiyle ciddi ve riskli sonuçlara yol açabilmektedir. Bu riskler arasında; yeme bozukluğu, ciddi sağlık sorunları, özgüven düşüklüğü ve depresyon yer alabilmektedir (Aronson, Wilson ve Akent: 2020).

Tüketim toplumunda egemen olan söylemler, kadın bedenini bir kurtuluş aracına dönüştürerek, kadınların mutluluğu bedenlerini dönüştürmekte ve özgürleştirmekte aramalarına yol açmaktadır. Bu durum idealize edilen kadın bedeni ölçülerine yaklaşmanın, kadınlar için tatmin ve mutluluk kaynağı haline gelmesine neden olmaktadır. Bu bakımdan ideal bedene ulaşmak üzere harcanan çaba, değişen toplumsal normlar ve popüler olan sistemde, kâr amaçlı, durağan olmayan ve sürekli değişen beklentiler nedeniyle hiçbir zaman tam anlamıyla mutlulukla sonuçlanmamaktadır. Bu durumla orantılı olarak kadınlar, toplumda hâkim olan beden ölçülerinden uzaklaştıkça daha mutsuz hissetmektedir. Bir amaç olarak gösterilen ve yüceltilen ideal bedene sahip olmak üzere kadınlar, hissettikleri baskı nedeniyle gereken zamana, paraya ve çekilecek olan acıya katlanmakta ve rıza göstermektedir (İnceoğlu ve Kar, 2016).

Vücuda ilişkin konularda popülaritenin artmasıyla; televizyonlarda, gazetelerde, dergilerde ve magazinlerde sürekli olarak vücudun sergilenmesiyle, insanların dış görünüşünün nasıl olması gerektiğiyle ilgili örneğin; güzel, fit, gergin, genç ve seksi görünmenin nasıl mümkün olacağına dair söylemlerin medyada yer almasıyla birlikte estetik cerrahi ve kilo verme prosedürleri büyük bir endüstri haline gelmiştir (Shilling, 2012:1).

Yapılan araştırmalarda, insanların beden imajı üzerinde etkisi olduğu bildirilen geleneksel medyanın yanında dijitalleşme süreciyle birlikte oldukça popüler olan sosyal medya, kullanıcıların bizzat kendilerini içeren, ancak olduklarından farklı olarak idealize edilmiş olarak var oldukları; en iyi, en güzel ya da en çekici görünüşlerin paylaşıldığı ve insanların ailesi, akranları, yakın çevresi, ünlüler ve yabancılarla birlikte etkileşim halinde olabildikleri bir alandır. Bu bakımdan insanların sosyal medyada beden imajına yönelik düşünceleri ve hissettikleri özellikle akranlarıyla kurdukları etkileşimden etkilenmektedir (Fardouly ve Vartanian, 2016:1). Bunun yanı sıra, sosyal medya kullanımında özellikle selfie çekmenin, çevrimiçi toplantılara ve konferanslara katılmanın yaygınlaşmasıyla birlikte, bireylerin kendi görünüşlerine ilişkin farkındalıkları artmış ve estetik müdahaleler için bir baskı hissetmelerine neden olmuştur. Bireylerin artan farkındalıklarına yönelik sosyal medya

platformlarının görünümde kusurların azaltılmasını ve düzenlemelerin yapılmasını mümkün kılan filtre seçeneklerini sunmasıyla birlikte, filtrelerdeki görünüme sahip olma arzusu artmıştır. Yapılan araştırmalarda filtre ve fotoğraf düzenleme uygulamalarının estetik müdahalelere yönelimi arttırdığı bulgusu elde edilmiştir. Bu bakımdan sosyal medyanın estetik müdahalelere ilişkin kabulü arttırması; ancak sunulan estetik müdahalelerin gerçekçi olmayan beklentiler oluşturması söz konusudur. (Kopelman, Matchmaker, Kopelman, Callaghan ve Kim, 2021).

Toplumunu beden imajı konusunda etkileyen bir diğer önemli unsur olarak ünlü kültürü; kültürel beden ideallerini pekiştiren, modayı yönlendiren, insanlara kendi deneyimlerini sunarak belirli rejimleri, egzersizleri izlemeleri yönünde model oluşturan ve ünlülerin kendi deneyimlerinden yola çıkarak tıbbi kararlar almalarını sağlayan güçlü bir etkidir (Barron, 2015). Öyle ki bireylerin estetik müdahalelere yönelişindeki itici güç olarak, ünlülerin görünümüne sahip olmayı istemek ve bu yönde ünlü bedenlerinin birer kimlik, taklit ve arzu nesnesi haline gelmesi, ünlülerin estetik müdahalelere yönelik deneyimlerine ilişkin güçlü hayranlık ve ilgi duyma, bununla bağlantılı olarak beden memnuniyetsizliklerinin oluşması sayılabilmektedir. Ünlü kültürü, yaşın ilerlemesiyle birlikte bedenin yaşlanacağı geleneksel kabulünü yıkararak tüketici toplumunda var olan bir tüketim modeli haline gelmekte ve bu yönde sıradan insanlar üzerinde kendisini yeniden inşa etme düşüncesinin bir yansıması olarak estetik müdahalelere yönelimi içermektedir (Elliott, 2011).

Bu noktada ünlü kültürünün oluşumunda ve ünlü görünümünün medyada gerçekte örtüşmeyen biçimlerde sunulmasında kullanılan photoshop gibi dijital düzenleme araçlarının etkisi önemli bir sorunsal olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle reklamlarda, kırışıklıklar, kusurlar ve bedensel “olumsuzlukların” silinerek idealize edilmiş beden imgelerinin sunulması, bireyler üzerinde zararlı etkiye sahip olabilmesi bakımından tartışılabilmektedir. Bu bakımdan bireylere gerçek dışı temsil ve gerçekliğin simüle edilmesiyle birlikte ‘imkânsız rol modeller’ üretildiği, yapılan bu tür dijital manipülasyonların, ideal bedenleri seyreden bireyler üzerinde olduğu kadar ünlülerin kendi bedenleri üzerinde de ciddi bir baskı oluşturduğundan söz edilebilmektedir (Barron, 2015).

2.5.Güzel Bedenin Yeniden İnşa Edilmesi

Güzellik kavramı üzerine sosyal söylemin oldukça eski olduğunu ve estetik ilişkilerin görünmeyecek şekilde kanıksandığını söylemek mümkündür (Synnott, 1990: 55). “Güzel” kelimesi, tarihin farklı dönemlerinde insanların beğendiği şeyleri tanımlamak için “zarif” ve

“hoş” gibi sözcüklerle birlikte kullanılmış, aynı zamanda iyilikle özdeşleştirilerek iyi kavramıyla ilişkili olarak değerlendirilmiştir. Günümüzde ise “güzel” kelimesi, yalnızca beğendiğimiz şeyleri tanımlamakla kalmayıp aynı zamanda kendimiz için talep ettiğimiz, arzuladığımız şeyleri de ifade etmektedir. Bu bakımdan günümüzde, güzel ve iyi olan şeyleri sadece beğenmekle kalmayıp, onları kendimiz için de istemekteyiz (Eco, 2006: 8). Çirkinlik ise, çoğunlukla güzelliğin karşıtı olarak; orantı, uyum ve estetik bütünlükten yoksun olmakla tanımlanmaktadır. Bununla birlikte güzellik ve çirkinlik kavramları, tarihsel ve kültürel olarak değişkenlik göstermektedir. Örneğin, Yunan kültürü için fiziksel çirkinlik, aynı zamanda ahlaki bir kötülüğün de simgesi ve göstergesi olarak yorumlanmıştır (Eco, 2009).

Rönesans’la birlikte başlayan ve Sanayi Devrimi’yle ivme kazanan güzelliğin sekülerleşme süreci, güzellik anlayışının aşkın bir düzlemden koparak içkin bir forma evrilmesine yol açmıştır. Böylece Tanrısal bağlamdan koparılan güzellik, fiziksel ve teknik alanlarda müdahalelere tabi kılınmıştır. Bu bakımdan metafizik zeminden uzaklaştırılan güzellik, dünyevi, ölçülebilir ve dönüştürülebilir özelliklere sahip olmuştur. Bu kavrayışla birlikte güzellik, faydacı bir temelde yeniden tanımlanmış ve toplumsal statü göstergesi haline gelmiştir. Özellikle yüz, teknik olarak müdahale edilebilen, katalogdan seçim yapılarak nasıl görünmesi gerektiğine karar verebildiğimiz, böylece yeni kimlikler inşa edebileceğimiz bir tekniğe dönüşmüştür (Synnott, 1990: 69-71). Bu noktada özellikle gençlik ve güncellik parlatılmakta ve yaşlı görünmek korkutucu bir duruma işaret etmektedir. Genç bir görünüme sahip olmamak, toplumsal anlamda neşe, güç ve şehvetle ilişkilendirilen gençlik ideallerinden yoksunluk anlamına gelmekte; bu durum ise bireyde rahatsızlık ve yetersizlik hissine yol açmaktadır. Gençliğin bu düzeyde yüceltilmesi, onun ticarileşmiş bir imaja dönüşmesi ise tüketim kültürüyle bütünleşmesiyle ilişkilidir (Lefebvre, 2020: 195-196). Farklı kültür ve dönemlerde yaşlanma biçiminin ve yaşlılık algısının farklılık göstermesi, yaşlılığın toplumsal bir inşa olduğunun önemli bir göstergesidir. Geleneksel toplumlarda yaşlılığa ilişkin algılar daha olumlu yönde şekillenirken; modern toplumlarda yaşam süreçlerinin parçalanması ve örneğin; aktif ve pasif ya da genç ve yaşlı gibi anların ve süreçlerin ikili karşıtıklara dayalı olarak tanımlanması, yaşlılık algısını da değiştirmiştir. Böylece bu karşıtıklar, toplumsal ilişkilerde hem söylemsel hem de eylemsel düzeyde etkili olmuştur. Bu karşıtıkların olumlu yönleri ön plana çıkarılırken, olumsuz görülenler ise ikinci planda kalmıştır. Bu durum, yaşama ilgili yıkıcı olarak nitelendirilen tüm süreçlerin değersizleştirilmesi, görmezden gelinmesi ve toplumdan dışlanmasıyla yakından bağlantılıdır (Timurturkan ve Demez, 2018: 446).

Beden, günümüzde giderek plastikleşen, anatominin belirleyiciliğinden arındırılan ve varoluşun asli unsuru olmaktan çıkarılarak bir tür aksesuar niteliği kazanan bir yapıya bürünmektedir. Bu noktada bedenin yeniden şekillendirilmesi, işlenebilmesi, anlık olarak dizayn edilebilecek hammaddeye indirgenmesi söz konusudur. Birey, günümüzde bedenini keyfi biçimde dönüştürebilmekte; bu yönüyle beden, modanın sürekli değişen biçimlerine uyum sağlayan ve yeni estetik formların üretildiği bir malzeme niteliği taşımaktadır (Breton, 2016: 24-25). Moda ise, toplumsal yapıda üst konumda yer alanlar tarafından belirlenen ve sonrasında alt zümre tarafından yükselmek adına benimsenmek istenen ve taklit edilen her tür tarzı içermektedir. Bu süreç, alt sınıf tarafından sahiplenilmeye başlayan modanın, nihayetinde üst sınıf tarafından terk edilmesiyle ve üst sınıfın kendisini ayrıcalıklı yapabilecek bir başka moda anlayışına doğru yönelmesiyle döngüsel olarak tekrarlanmaktadır (Simmel, 2017: 116-117).

Çağdaş bilimsel gelişmeler ve söylemlerle birlikte beden, iyileştirilmek için üzerinde çeşitli etkilerde bulunan kullanım nesnesi olmaktadır. Böylece simgesel niteliği silinmekte ve bir değerden yoksun kalmaktadır. Gelişen bilim teknikle beraber beden, ölüm yükünden kurtarılmak için dönüştürülen, parçalara ayrılarak adeta bir makine gibi kusursuzlaştırılmak üzere teknisyenlerin elinde bir nesne haline gelmektedir. Bu makine, kusursuz hale getirilemediğindeyse modifiye edilmektedir; böylece beden, idealize edilmiş olan biçime erişemediğinde sürekli olarak eksikliklerin giderilmeye çalışıldığı bir alana dönüşmektedir. Bu müdahale ve çabalar ise yalnızca estetik kaygılarla sınırlı kalmamakta olup asıl olarak bireyin ölüme ve faniliğine dair korkunun somut bir ifadesi olarak kendisini göstermektedir (Breton, 2016: 13). Philippe Aries, tarihsel süreçte ölümün anlamının köklü bir dönüşüme uğradığını, başlangıçta kamusal ve doğal bir gerçeklik olarak kabul edilen ve “hepimiz öleceğiz” düşüncesi çerçevesinde şekillenen ölümün, modern dönemde bireyselleşmiş ve dramatize edilmiş, nihayetinde ise yasak bir olguya dönüştüğünü ifade etmektedir. Bu dönüşüm özellikle kapitalizmin yaygınlaşması, kent yaşamının biçim değiştirmesi, modern tıbbın gelişimiyle haz temelli mutluluk arayışının egemen olmasıyla doğrudan ilişkilidir. Nitekim bu değişimde önemli bir faktör olarak ölüm yerinin değişmesi sayılabilmektedir; önceki dönemlerde aile ortamında gerçekleşen ölüm, günümüzde hastane ortamında ve bireyin yalnızlığı içerisinde yaşanmaktadır (Aries, 1991). Modern dönemde ölüm ve ölüme ilişkin gerçeklikler, toplumsal boyutta dışlanmış; bu bağlamda ölüm ve ölü beden, toplumsal yaşamdan uzaklaştırılarak görünmez kılınmıştır. Bu durum, yalnızca ölümün değil, onu çağrıştıran yaşlılık olgusunun da sosyal olarak sorgulanmasına, bastırılmasına ve müdahale

edilmesi gereken bir sorun alanı olarak modern dönemde yeniden tanımlanmasına neden olmuştur (Timurturkan ve Demez, 2018: 446).

Estetik müdahalelerle birey, müşteri durumundadır ve bedeninin kötü olan yönünü değiştirebilmek adına yüzüne veya vücuduna uygun olan malzemeleri seçmektedir. Böylece örneğin; silikonlu, modifiyeli ve şekillendirilmiş göğüsler, enjeksiyonlu dudaklar, kaldırılmış yüzler elde edilmektedir. Bu şekilde bireyler kendisiyle, içsel olarak hissettiği sapsmadan nispeten kurtulmayı hedeflemektedir. Bireyler toplumda hâkim olan görünüme ve gençlik çağrısına kulak vermenin yanı sıra çeşitli bunalımlardan çıkmak, yaşadığını hissetmek ve hayatını değiştirmek, kimlik duygusunu yenilemek için de bu yola başvurabilmektedir. Eski, beğenmediği bedenden kurtulmak birey için yeniden doğmayı ifade etmektedir; ancak bu doğum insan eliyle yaratılmış olmayı, bu haliyle bedenin toplumsal kabulünü içermektedir (Breton, 2016: 27-28). Bu noktada birey, nasıl bir kimliğe sahip olacağına, toplumda nasıl var olacağına ve nasıl bir benlik oluşturacağına tek taraflı olarak karar vermemektedir. Bireyin kendi isteği ile benliğini değiştirdiği veya sadece kendisi için bu süreçlere tabii olduğunu söylemek mümkün değildir.

Tüketim toplumunda en iyi izlenimi verme çabasının, çeşitli araçlar kullanılarak bedene yapılan müdahaleler yoluyla gerçekleştiği düşünülebilmektedir. Güzellik, mutlak ve dinsel bir zorlayıcılığa sahiptir; seçilmiş olma, başarıya ulaşmanın göstergesi haline gelmektedir. Bu noktada, sermayenin bir biçimi olarak güzelliğin ele alınması gerektiği ve bu nedenle bir zorlayıcılığı olduğunu söylemek mümkündür (Baudrillard, 2008: 168).

Pierre Bourdieu (1996), toplumda bedenin, sınıfsal farklılıkların ortaya konulmasında ve algılanmasında önemli bir kültürel üretim olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda Bourdieu, bedenin doğalmış gibi görünen; ancak duruşu, şekli ve görünüşüyle toplumda sınıfsal farklılıklara özgü özellikler ve alışkanlıklar taşıması nedeniyle, sınıfsal yargılara göre değerlendirilen kapsamlı ve simgesel anlamlara sahip olduğunu vurgulamaktadır. Doğallık, böylece bakımsızlıkla, alt sınıfla, 'salıvermişlikle' özdeşleştirilmektedir. Kişinin kendi bedenine ilişkin algıyı belirleyen de toplumun bedene dair yargılarının içselleştirilmiş hali olmaktadır (Bourdieu, 1996). Erving Goffman (2021:87), bu noktada güzelliğin karşıtı olan çirkinliği bir tür görünür damga olarak örnek göstermektedir ve sosyal ortamda kaçınılan ve doğrudan etkiye sahip olan çirkinliğin odaklanılan bir damga çeşidi olduğunu vurgulamıştır. Güzellik ise haz uyandırması ve sosyal çevre üzerinde olumlu etkiye sahip olması nedeniyle belirleyicidir.

Bedenin değerlendirilmesi, toplumsal cinsiyet bağlamında anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda beden, toplumsal cinsiyetin hem bir yansıması hem de üreticisi işlevi görmektedir. Erkek egemen toplum yapısında tanımlama gücü büyük ölçüde erkeklerde olduğundan erkek bedeni bu tanımlamaların dışında bırakılmakta ve kadının bedeni, cinsel ve toplumsal anlamlar üzerinden, toplumsal ve kültürel değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Bedenin denetimini yapan erkekler, kendilerini dışarıda tutmaktadır; çünkü vücudun tanımlamanın yapılması aynı zamanda kontrol edilmesini de beraberinde getirmektedir (Coward, 1989: 202). Bu doğrultuda özellikle kadınlar, güzellik algısının şekillenmesinde ve sosyal söylemlerde merkezi bir konumda yer almaktadır. Kadınlar, tıpkı gençliğin kutsallığı vurgusunda olduğu gibi tüketim toplumunda tüketime yön veren, toplumun önemli simgesel anlamını barındıran, bedenen meta değişim değeri olan önemli aktörler olarak gösterilmekte ve tüketim ve reklam ideolojisi içerisinde sömürülmektedir. Kadınların, toplumda hâkim olan genellemelere maruz bırakılarak ve bu genellemelere uymaları beklenmekte farklılıkları ve bireysellikleri engellenmektedir. Böylece doğal olmayan ve kültür ürünü olan beklentiye göre oluşturulmuş çeşitli “Kadınlık” rolleriyle kadın, tüketim toplumunda merkezileştirilmekte ve simgesel anlam taşımaktadır (Lefebvre, 2020: 198-199).

Örneğin, Vogue’un 1988 yılında yayınlanan “A’dan Z’ye Kadın Güzelliği” adlı dergisinin ön sözünde yer alan ifadeler, dönemin güzellik anlayışı ve kadın bedenine dair idealize edilmiş normları açıkça göstermektedir. Güzellik kavramına ilişkin kullanılan ibarelerde, ideal kadın bedeninin nasıl olması gerektiği yönünde genel bir yargıda bulunmaktadır: Kendine güven duymanın temelinde güzel olmanın yer aldığını ve güven olmazsa da başarının olmayacağını vurgulayan ön sözde, güzelliğin sağlık olduğu belirtilmektedir. Bu anlamda bilim ve teknolojiyi güzellik olarak tanımlayarak devam eden yazı, güzelliğin sahip olunması gereken benzersiz bir görünüşte, cildin kusursuzluğunda ve çok iyi bir vücutta olduğunu vurgulayarak kadınlara bu yönde kendilerini geliştirmeleri için bilgiler sunmakta ve onlara ‘kendilerini tanımak’ için rehberlik ettiğini eklemektedir (Vogue, 1988: 3). Dergi, bu çerçevede kadın bedenini nesneleştiren ve standartlaştıran söylemlere sahip olmakla birlikte, kadınlara "kendilerini geliştirmeleri" için sürekli kendi bedenlerini kontrol ve yeniden inşa etmeleri yönünde çağrıda bulunmaktadır. Ancak kültürel olarak inşa edilen “Kadınlık” rollerine dair söylemler ve beklentiler oldukça sınırlı ve sınırlayıcı olmaktadır ve kadının günlük yaşam içerisindeki öneminin vurgulanması gerekmektedir. Bu farkındalık, eleştirel düşüncede, yapaylığın sorgulanmasında oluşmaktadır (Lefebvre, 2020: 199).

2.6.Yüzün Yeniden İnşası

Benliğin güçlü simgelerinden biri olan güzellik ve özellikle yüz, her tarihsel dönem ve kültürel bağlamda farklı biçimlerde inşa edilmiş ve anlamlandırılmıştır (Synnott, 1990: 55). Yüz, ruhun yansıması olan bedenin kritik parçalarındandır. Georg Simmel, yüzün estetik önemine vurgu yaparak onun iç bütünlüğe sahip olduğunu dolayısıyla herhangi bir şekil bozukluğunun bu bütünlüğü bozabileceğini belirtmektedir. Yüz, maneviyat ve kişiliğin sembolüdür (Turner, 1992: 108). Böylece yüz, çok katmanlı, değişken ve bedenin en dinamik unsurlarından biri olarak değerlendirilmekte; bu nedenle bedenin dışına soyutlanarak ele alınması mümkün olmayan bir yapı niteliği taşımaktadır (Black, 2011: 1). Günümüzde benliğin sunumuna ilişkin izlenimin yönetilmesinde yüz, belirleyici bir araç haline gelmiştir. Artık yalnızca giyim tarzı ya da stil değil, farklı toplumsal bağlamlara ve amaçlara uygun yüz ifadeleri ve görünüşler de önem kazanmaktadır. Başlangıçta bütünsel bir organizma olarak ele alınan beden, bilimin indirgemeci yaklaşımıyla parçalara ayrılmış; güzelliğin uzmanlaşması süreciyle birlikte, bedenin çeşitli bölümleri maddileştirilmiş ve adeta bir makine gibi toplumsal olarak inşa edilir hale gelmiştir. Bu noktada elde edilmek istenen ideal yüz, örneğin Mariel Hemingway'in kaşları, Paul Newman'ın mavi gözleri veya Clara Bow'un dudakları gibi, birbirinden bağımsız maddi ve estetik parçalar şeklinde değerlendirilmektedir (Synnott, 1990: 69–71).

Estetik cerrahi ise sonsuz yeniden biçimlendirme ve silme yoluyla özellikle yaşlanma sürecinde bireylerin, yaşlı ve buruşuk olan yüzlerinin benliklerini temsil etmediği düşüncesinin karşısında durmaktadır. Bu bakımdan yaşlı bedene hapsolmuş genç bir benlik, tutarsızlıktan kurtulma yolu olarak bu tekniğe başvurmaktadır. Böylece içsel olarak yaşlanmayan benlik, beden içerisinde uyum içerisinde var olabilmektedir. Yüze yapılan müdahalelerden biri olan botoks özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde artan kullanıma sahiptir. Botoks sayesinde kırışıklıklar temizlenmektedir. Bunu ise yüz kaslarının kasılma kabiliyetinin kısıtlanmasıyla mümkün kılmaktadır; ancak yüzün belirli ifadeleri oluşturması imkânsız hale gelmektedir ve duygu ifade etme kapasitesi de sınırlanmaktadır. Bireylerin deneyimlerini, duygusal tepkilerini ve yaşanmışlıklarını aktaran yaşanmış yüz, kozmetik endüstrisinin amaçları doğrultusunda kendisini yeni güzellik idealine bırakmaktadır. İşaretsiz, kusursuz, hafıza ve kayıt izleri olmayan yüz ideali, lekесiz ve düzenli bir yüzdür. Estetik cerrahi, bazı gençlerin, ideal olarak gördüğü ünlülerdeki gibi bir yüze sahip olmasından ya da yaşlanma yoluyla bozulmuş yüzü onarmaya çalışmasından çok daha fazlasını, bu süreçleri normalleştirme yoluna giderek gerçekleştirmektedir (Featherstone, 2010: 203-204).

Yine Vogue Dergisi (1988 :282-283) örneğine bakıldığında; “plastik ameliyat” başlığı altında, bedenın çeşitli bölgelerinin gençleştirilmek amacıyla cerrahi müdahaleye tabi tutulduğu ve detaylı olarak sürecin aktarıldığı dergide, dikkat çekici olan, müdahalenin ardından sürecin sonlanmadığı; aksine, bireyin bedenine sürekli bakım uygulaması gerektiği vurgulanmasıdır. Bu durum bireylerin yalnızca estetik müdahaleye değil aynı zamanda kozmetik ürün tüketimine de yönlendirildiğini göstermektedir. Özellikle yüz bölgesine müdahaleleri kapsayan bölümdeyüzün yaşlanma belirtisinin ve “yüze kişilik kazandıran çizgilerin” 30’lu yaşlardan itibaren belirlemeye başladığı ifade edilmekte; yüze yapılan cildi germe gibi işlemlerin kalıcı ve uzun süreli olmayacağı vurgulanarak bu süreçlerin daha genç durabilmek adına sürekli olarak tekrarlanması gerektiği bilgisi yer almaktadır. Bununla birlikte, yaşlanmış bir yüzü değiştirmeye çalışmanın potansiyel riskleri arasında mimiklerin kaybı ve ifadesiz bir yüz görünümüne neden olma ihtimali de yer almaktadır. Bu bağlamda, Hürriyet Gazetesi’nde 1997-2011 yılları arasında çıkan toplamda 205 haber içeriğinin incelemesi sonucunda, yaşlanma sürecine dair haberlerin büyük ölçüde anti-aging, yaşlanma sürecini geciktirme, estetik ve kozmetik uygulamalara odaklanıldığı görülmektedir. Bu durum, yaşlanma ve yaşlılıkla ilişkili sosyal, ekonomik, kültürel ya da psikolojik boyutların medyada yeterli düzeyde yer almadığını, daha çok genç görünmeye ve uzun ömürlü olmaya yönelik kozmetik ürünlerin, estetik cerrahi uygulamalarının ve yaşlanma belirtilerinin ortadan kaldırılmasına yönelik tıbbi gelişmeleri içeren çözümlerin ağırlıklı olarak yer aldığını ortaya koymaktadır (Demez, 2012: 108).

Estetik müdahalelerin, özellikle yüzün değişiminin normal karşılanması birçok riski barındırmaktadır. Yüz, bedenın diğer bölgelerinden farklı olarak bireyin kimlik algısının somutlaştığı temel alandır. Kişi, kendisini bu alan aracılığıyla tanır ve tanımlar. Toplum içerisinde birey yüzü sayesinde tanımlanır; bu bağlamda yaş, cinsiyet, ten rengi, ruh hali gibi çeşitli göstergeler yüz aracılığıyla atfedilir. Yüz görünümü aracılığıyla birey sevilebilir, dışlanabilir ya da kalabalık içerisinde fark edilmeyerek anonim kalabilir. Yüze yapılan müdahalelerle ise bilindik olan, alışlagelmiş kimlik ortadan kalmaktadır. Bir maske olarak yüzün yapaylığı, istendiğinde şekil değiştirmesinin sonucunda ihtimali olan her yüzün giyilebilmesi ve istenilen her şeye dönüşebilmesi söz konusudur. Estetik müdahale ile yüzün ideal olana göre şekillenmesi ve insanları birbirlerinden ayıran yüzlerin olmadığı bir dünya düşüncesi ise karmaşanın hakim olduğu bir dünya olarak değerlendirilebilir. Böylece yüz, maske çokluğu altında yok olarak her tür karışık toplumsal bağ oluşturmanın kaybolmasıyla ve güven duygusunun ise imkansızlığıyla neticelenmektedir (Breton, 2014: 1-4).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE SAHA ÇALIŞMASI

3.1.Araştırma Yöntemi

3.1.1.Araştırmanın Konusu, Önemi ve Amacı

Bu çalışma, estetik müdahalelerin mikro düzeyde bireylerin memnuniyetsizliklerinin sonucu olarak başvurdukları müdahaleler şeklinde görülmesinden ziyade; söz konusu memnuniyetsizliklerin, makro düzeyde, günümüz tüketim toplumunun bir uzantısı olarak değerlendirilmesi ve bedenin tüketim nesnesi haline gelmesi ve bedene ilişkin yaşanan hoşnutsuzluğun beden üzerindeki etkilerini estetik müdahale deneyimine sahip bireyler üzerinden anlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla yapılan çalışma, özellikle yüz bölgesine yönelik estetik uygulamalara dair bireysel deneyimlerin ardındaki sosyo-kültürel dinamikleri ortaya çıkarmayı ve görünür kılmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda, yüz bölgesinden en az bir defa estetik müdahale geçirmiş bireylerin deneyimlerine odaklanılarak; estetik müdahalelere ilişkin bireylerin deneyimleri, estetik müdahale süreçleri ve bu süreçleri etkileyen faktörlerle ilgili olarak ele alınmıştır. Ayrıca çalışmada, konuya ilişkin bir plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanı hekim ve bir güzellik uzmanının görüş ve deneyimlerine başvurulmuştur. Uzmanlardan yaygın olarak tercih edilen estetik müdahale türleri, cinsiyete ve yaşa bağlı müdahale tercihleri, estetik müdahale süreçlerinin bireyler tarafından nasıl deneyimlendiği konularında görüşler alınmıştır. Bu bağlamda tüketim toplumunda estetik müdahalelerin özellikle yüz bölgesinde artan yaygınlığının, bireylerin beden algısı ve toplumsal ve kültürel normlarla ilişkisi çerçevesinde sosyolojik olarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda bireylerin yüz bölgesine ilişkin estetik müdahale deneyimlerini nasıl anlamlandırdıkları araştırmanın temel sorusunu oluşturmaktadır. Temel soruya bağlı olarak araştırmanın alt soruları da aşağıda sıralanmıştır.

- Estetik müdahaleler nedentercih edilmektedir?
- Farklı yaş ve cinsiyet gruplarına göre estetik müdahale tercihleri değişmekte midir?
- Medya bireylerin estetik müdahale deneyimlerini nasıl etkilemektedir?
- Estetik müdahale deneyimleri bireyler tarafından nasıl anlamlandırılmaktadır?

- Estetik müdahalelerden bireylerin beden algısı ve toplumsal etkileşimlerinin nasıl etkilenmektedir?
- Yüz bölgesindeki estetik müdahaleler bireyler tarafından nasıl değerlendirilmektedir?
- Bireylerin yüz bölgesindeki müdahalelere ilişkin risklere ilişkin düşünceleri nelerdir?

Bu sorular çerçevesinde, estetik müdahalelerin toplumsal ve kültürel yapılarla nasıl iç içe geçtiği, tüketim toplumu ve tüketim kültürü bağlamında ele alınarak, estetik müdahalelerin toplumsal boyutunun değerlendirilmesi hedeflenmektedir.

3.1.2. Araştırmanın Yöntemi, Evren ve Örneklemi

Nitel ve nicel araştırmalar, araştırma sürecinde izlenen yöntemler ve felsefi temeller açısından farklılıklar göstermektedir. Nitel araştırmalar, yapılandırıcı ve dönüştürücü varsayımlara dayanmakta ve katılımcıların deneyimlerini, anlamlarını ve bağlamlarını derinlemesine anlamayı amaçlamaktadır. Nicel araştırmalar ise, postpozitivist varsayımlara dayanmakta ve daha çok neden-sonuç ilişkilerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Nitel araştırmalar, daha yorumlayıcı ve katılımcı odaklı iken, nicel araştırmalar ölçülebilir, nesnel ve genel geçer sonuçlar elde etmeye çalışmaktadır (Creswell, 2017: 18). Bu çalışma, estetik müdahalelere yüklenen anlamı, estetik müdahalelerin tercih edilme nedenlerini, tüketim toplumunda estetik müdahalelerin birey üzerindeki etkisi bağlamında, katılımcıların düşünce ve deneyimlerinden hareketle yorumlamayı içermesi bakımından nitel araştırma yöntemiyle yürütülmüştür. Böylece bu çalışmada, ilk olarak literatür taraması gerçekleştirilerek mevcut kaynaklarda tüketim toplumu ve estetik müdahalelerin, tüketim kültürünün, bedenin ve yüzün tüketim nesnesi haline gelişinin ve süreçlerinin ele alınış biçimleri değerlendirilmiştir.

Nitel araştırma yönteminin temel yaklaşımlarından biri olan fenomenoloji yaklaşımı, bireylerin veya grupların araştırılan olguya ilişkin anlamlarını ortaya çıkarmaya yönelik olarak, üzerinde fazla düşünülmemiş olguların yeniden değerlendirilmesine imkân sunmaktadır. Fenomenoloji yaklaşımında sonuçlar genellenebilir olmasa da olguların daha iyi kavranması ve anlamlandırılması önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Fenomenolojinin geniş kapsamda, incelenen fenomene ilişkin “*tek bir kişiye ait yaşanmış olan deneyimlerin toplamına atıfta bulunma*” olarak tanımlanmaktadır (Giorgi, 1997: 236; akt. Tekindal ve Uğuz Arsu, 2020: 156). Bu çalışmada, estetik müdahale yaptırmış olan bireylerin deneyimlerini nasıl anlamlandırdıklarını araştırmak amaçlandığından, fenomenoloji yaklaşımı benimsenmiş ve hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formlarıyla, Antalya’da yaşayan ve yüz bölgesinden

en az bir defa estetik müdahale yaptırmış bireylerle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada olasılığa dayanmayan örneklem tekniklerinden olan kartopu örneklem tekniğiyle katılımcılara ulaşılmıştır. Kartopu örnekleme, mevcut katılımcılar aracılığıyla araştırma evrenine dahil olan diğer kişileri bulmayı hedefleyen ve bu yolla örnekleme genişletmeye yarayan bir tekniktir (Kümbetoğlu, 2008: 99). Çalışmada yüz bölgesine ilişkin estetik müdahale deneyimi yaşamış kişilerle görüşmeler yapılmış görüşme sonrası katılımcılara, sosyal çevrelerinde benzer deneyime sahip bireyler olup olmadığı sorularak başka katılımcılara ulaşılmıştır. Kartopu örnekleme yöntemine başvurulması, katılımcılar aracılığıyla ulaşılan diğer kişilerin, katılımcılarla aynı demografik, sosyoekonomik ve benzer özelliklere sahip daha homojen bir yapıyı ortaya çıkarabilmektedir. Bu bakımdan homojen yapı, çalışmanın genellenebilir yapısını sınırlandırmaktadır; ancak homojen yapı bir sınırlılık oluştursa da genellenebilirlik bir sınırlılık oluşturmamaktadır. Nitel araştırmalarda, sosyal olayların doğası gereği aynı zaman ve mekânda tekrarlanamaz ve sayısal olarak sınırlı oluşu nedeniyle genelleme mümkün olamamakta veya sınırlı olmaktadır; ancak nitel çalışmaların asıl amacı, genelleme yapılabilir olmasından ziyade, katılımcıların algılarının ve bakış açılarının anlaşılması ve yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek: 2011).

Araştırmada estetik müdahale deneyimi bulunan 18 yetişkin bireyle derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların, 13'ü kadın ve 5'i erkektir. Kadın katılımcıların sayıca fazla olması, estetik müdahalelere kadınların daha fazla rağbet etmesiyle yakından ilgilidir. Araştırmada estetik müdahale deneyimine sahip katılımcılarla görüşülmesinin yanı sıra estetik müdahale olgusunun derinlemesine anlaşılıp yorumlanabilmesi için alanda hizmet sunan bir plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanı hekim ve bir güzellik uzmanının görüş ve deneyimlerine de başvurulmuştur.

Çalışmanın temel odak noktası, estetik müdahale gibi ilk bakışta bireysel bir tercih gibi kabul edilen deneyimlerin toplumsal ve kültürel bağlamda nasıl şekillendiğini anlamaya çalışmaktır. Bu bağlamda uzman görüşleri estetik müdahale olgusunun anlaşılıp yorumlanmasına önemli katkı sunmuştur.

Creswell'in de (2013: 195) vurguladığı gibi araştırmada yeni bilgi ve daha fazla fikir gelmeyene kadar görüşmelere devam edilmiş, veri doygunluğuna ulaşıldığında görüşmeler sonlandırılmıştır.

3.1.3. Veri Toplama ve Veri Analizi

Bu çalışmada, veri toplama işlemi ile veri analizi eş zamanlı olarak yürütülmüştür. Katılımcılarla görüşme öncesi iletişime geçilerek randevu oluşturulmuş, yüz yüze ve katılımcıların talep ettiği, kendilerini rahat hissettiği mekanlarda (ev, işyeri, kafe vb.) görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Böylece katılımcılar, görüşmelerde deneyimlerine başvurulacak konuya ilişkin görüşlerini içtenlikle ve derinlikli olarak paylaşmışlardır. Görüşmeler yarı yapılandırılmış soru formu çerçevesinde yürütülmüştür. Yarı yapılandırılmış soru formu hazırlandıktan sonra belirlenen 2 katılımcı ile pilot görüşme gerçekleştirilmiş olup sorular yeniden gözden geçirilmiştir. Görüşmeler, 14 Aralık 2024-30 Mayıs 2025 tarihleri arasında yapılmıştır. Görüşme öncesi katılımcılara istedikleri anda görüşmeyi sonlandırabilecekleri bilgisi ve katılımcıların kimliğini açığa çıkaracak bilgilerin kullanılmayacağı belirtilmiştir. Katılımcılardan görüşmeye gönüllü olarak katıldıklarına ilişkin teyit alındıktan sonra görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca görüşmelerin ses kaydının alınması için de katılımcılardan onay alınmıştır. Araştırmaya gönüllü olarak katılım sağlayan en kısıtlı 15 dakika, en uzun 40 dakika olmak üzere ortalama 25-30 dakika süren görüşmeler yapılmıştır.

Estetik müdahale deneyimi olan katılımcılara ilişkin veri toplama süreci, benzer şekilde plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanı ile gerçekleştirilen görüşmelerde de işletilmiştir. Uzmanlarla yarı yapılandırılmış soru formu aracılığıyla gerçekleştirilen görüşmeler, yaklaşık 40 dakika sürmüş ve görüşmeler uzmanların çalışma ofislerinde gerçekleştirilmiştir.

Nitel araştırmanın güvenilirliğini arttırmada, kaliteli düzeyde ses kaydı alma, kullanılabilen birçok teknikten biridir (Creswell, 2013). Araştırmanın güvenilirliği açısından önemli olan gerek ses kaydı gerekse not almayla toplanan ve kayda alınan veriler, bilgisayar ortamında anlamlı parçalar halinde düzenlenmiş ve yarı yapılandırılmış sorulara verilen 74 sayfalık bir veri arşivi oluşturulmuştur. Veri analizinin bu aşaması, toplanan verilerin araştırmaya dahil edilebilir kısımlarının ayrıştırılmasıyla belirlenmiştir.

Bir sonraki aşamada her bir görüşmeye katılan katılımcı, katılımcı 1, “K1”, katılımcı 2 “K2”... şeklinde kodlanmıştır.

Görüşmelerde uzman deneyimine başvurmak adına görüşülen plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanın görüşlerine yer verilirken kısaca “estetik cerrah” ifadesi kullanılmaktadır. Aynı şekilde çalışmaya farklı bir bakış açısı ve katkı sunacağı düşünülen,

bakım ve güzellik alanlarında işlem uygulayan güzellik uzmanının görüşlerine de yer verilmiş olup güzellik uzmanına yönelik alıntılarda ‘‘güzellik uzmanı’’ ifadesi geçmektedir.

Katılımcılardan elde edilen veriler betimsel analiz kullanılarak doğrudan alıntılar yoluyla raporda yorumlanmıştır. Betimsel analiz, belirlenen temalara uygun olarak verilerin zet haline getirilmesini ve buna uygun olarak yorumlanmasını içermektedir. Betimsel analiz yoluyla, öncelikle betimlemeler yapılarak yorumlama ve açıklama yapılmakta ve sonuçlara varılmaktadır (Yıldırım ve şimşek, 2011: 224). Bu bağlamda çalışmada katılımcıların deneyimlerini olduğu gibi ortaya koyup tanımlayabilmek için betimsel analize başvurulmuştur.

Veri analizi sürecinde, katılımcıların estetik müdahaleye ilişkin deneyimleri, estetik cerrahın ve güzellik uzmanının değerlendirmeleriyle birlikte ele alınarak çok yönlü biçimde yorumlanmıştır. Ayrıca katılımcıların bireysel deneyimleri, uzman görüşleriyle karşılaştırmalı olarak da incelenmiştir.

Çalışmadan elde edilen veriler, araştırma konusuyla ilgili daha önce yapılmış akademik çalışmaların bulgularıyla karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Bulguların literatürle ilişkilendirilmesi ve daha önce yapılmış olan çalışmalarla desteklenmesi, araştırmanın geçerliği ve güvenirliği açısından anlamlı ve önemlidir. Bu doğrultuda, veriler 5 ana temada;estetik müdahaleler ve cinsiyet nedenleri, yaş ve estetik müdahaleler, estetik müdahalelerin tercih edilme nedenleri, estetik müdahalenin sonuçlarının değerlendirilmesi, tüketim toplumunda yüz estetiğinin risklerinin değerlendirilmesi temaları ve alt temaları altında detaylandırılarak tartışılmıştır.

3.1.4.Araştırma Etiği

Bu alışma, T.C. Akdeniz Üniversitesi Rektrlğu Sosyal ve Beşer Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 29.05.2024 tarihinde 11/282 sayılı kurul kararı ile etik olarak uygunluk onayı almıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara, çalışmanın gönüllülük esasına dayandığı, kişisel bilgilerin kesinlikle paylaşılmayacağı ve yanıtların anonimleştirileceği açık bir şekilde araştırma öncesinde ve araştırma esnasında bildirilmiştir. Katılımcıların bu hususlarda bilgilendirilmesinin ardından, görüşmeler sırasında katılımcıların rahat bir ortamda, kendilerini açık ve rahat bir şekilde ifade edebilmeleri amacıyla, yalnızca katılımcıların onayı doğrultusunda ses kaydı alınmıştır. Ses kaydı alınmasından rahatsızlık duyacağını dile getiren katılımcılarla yapılan görüşmelerde ise not alma yöntemi kullanılmıştır. Bu iki yöntemle, araştırmada veri güvenirliğini arttırmak ve katılımcıların

ifadelerini kayıt altına alarak bu ifadeleri doğal yoldan aktarabilmekte amaçlanmıştır. Katılımcılara istedikleri takdirde görüşmeyi sonlandırabilecekleri veya cevaplamak istemedikleri soruları yanıtsız bırakabilecekleri hatırlatılmıştır.

Fenomenoloji yaklaşımıyla yapılan araştırmalarda, güven duygusunun oluşması ve katılımcılara empati temelli bir iletişim ortamı sunulması, katılımcıların olguya dair farkındalıklarının artmasında ve yeniden değerlendirme süreçlerinin oluşması araştırma için önemli kabul edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 74-75). Böylece çalışmada görüşmelerin samimi, güven duygusuna dayalı bir şekilde gerçekleştirilmesine özen gösterilmiştir. Bu doğrultuda çalışma, katılımcıların mahremiyetine ve rızasına dayalı olarak gerçekleştirilmiştir.

3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, Antalya ilinde hizmet vermekte olan plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanı ve güzellik uzmanıyla birlikte 23-57 yaş aralığına sahip kadın ve erkek, 18 kişilik yüz bölgesinden estetik müdahale deneyimi bulunan kişileri kapsamaktadır. Estetik müdahale türleri oldukça çeşitlidir; bu bakımdan beden değişiminde yüzün, merkezi bir öneme sahip olmasından dolayı araştırma, vücudun tüm bölgelerini kapsayan estetik müdahale türlerine odaklanmak yerine, yüze odaklanarak yüz bölgesiyle ilgili estetik müdahale görmüş kişilerle sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda çalışma, vücudun diğer bölgelerinde estetik müdahale deneyimine sahip bireyleri kapsamamaktadır; ancak yüz bölgesinin yanında katılımcıların vücudunun diğer bölgelerine ilişkin çeşitli estetik müdahale deneyimine sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bu kapsamda alana ilgi gösteren bilim insanları tarafından, gelecekte vücudun farklı bölgelerine yönelik gerçekleştirilen estetik müdahale ve ameliyatlara ilişkin deneyimleri araştırmaları, konunun daha derinlikli anlaşılmasına katkı sunacaktır.

3.2 Verilerin Analizi

3.2.1 Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılım sağlayan estetik müdahale yaptırmış bireylerin, sosyo-demografik özellikleri ve bireylerin yaptırmış oldukları estetik müdahalelere ilişkin verilerin dağılımı aşağıda tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Mesleği	Medeni Durumu	Gelir Durumu	Estetik Müdahale Deneyimi
K1	Erkek	57	Yüksek Lisans	Doktor	Bekar	Çok iyi	Alın bölgesinde botoks
K2	Erkek	23	Lise	Öğrenci	Bekar	-	Burun estetiği
K3	Kadın	26	Lisans	Gazeteci	Bekar	İyi	Burun estetiği
K4	Kadın	40	Lisans	Eczacı	Bekar	İyi	Alın ve göz çevresinde botoks
K5	Kadın	42	Lisans	Bankacı	Evli	Çok iyi	Botoks, burun dolgusu
K6	Kadın	23	Lise	Büro Görevlisi	Bekar	İyi	Dudak dolgusu
K7	Kadın	25	Lisans	Çalışmıyor	Bekar	-	Burun estetiği, dudak dolgusu – ek olarak göğüs estetiği
K8	Kadın	39	Lise	Temizlik Görevlisi	Bekar	İyi	Burun estetiği, dudak dolgusu, yüz gerdirme, göz kapağı ameliyatı
K9	Kadın	30	Lisans	Çalışmıyor	Evli	-	Burun estetiği, dudak dolgusu
K10	Kadın	27	Lisans	Mühendis	Bekar	İyi	Burun estetiği
K11	Kadın	30	Lisans	Mühendis	Evli	İyi	Alın ve göz çevresi botoks
K12	Kadın	40	Lisans	Öğretmen	Bekar	İyi	Göz kapağı ameliyatı, dudak dolgusu, alın ve göz bölgesi botoks, kaş ucu kaldırma, şakak dolgusu
K13	Kadın	27	Lisans	Grafik Tasarımcı	Evli	İyi	Burun estetiği
K14	Kadın	30	Ön Lisans	Uluslararası Dış Ticaret	Evli	İyi	Göz altı bölgesine botoks
K15	Kadın	31	Yüksek Lisans	Dış Hekimi	Evli	İyi	Alın ve göz çevresi botoks
K16	Erkek	51	Lisans	Kamu Görevlisi	Evli	İyi	Göz kapağı ameliyatı
K17	Erkek	50	Lise	Büro Görevlisi	Bekar	İyi	Alın ve göz çevresi botoks
K18	Erkek	29	Ön Lisans	Büro Görevlisi	Bekar	İyi	Göz kapağı ameliyatı

Araştırmada, uzman görüşleri ve deneyimlerine de yer vermek amacıyla bir plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanı ve bir güzellik uzmanıyla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Katılım sağlayan uzmanların da estetik müdahale deneyimi bulunmakta olup, bu durumun yapılan derinlemesine görüşmelerde çok yönlü değerlendirme açısından olumlu katkısının olduğu düşünülmektedir. Estetik cerrahın estetik müdahale deneyimleri, yüz bölgesinden botoks ve diğer estetik müdahale çeşitlerinden olan saç ekimi uygulamasıdır. Güzellik uzmanı ise, botoks, dudak dolgusu, çene dolgusu, cildi daha canlı göstermek için gençlik aşısı, burun dolgusu işlemlerini deneyimlediğini ifade etmiştir.

Yüz bölgesinden estetik müdahale deneyimi bulunan 13 kadın ve 5 erkek katılımcı olmak üzere toplam 18 katılımcı ile gönüllü olarak derinlemesine görüşme yapılmıştır. Katılımcıların çoğunluğunun genç yaşlarda olduğu, kadın katılımcıların yaş aralığının daha değişken ve 50 yaş üzeri hariç her yaş grubundan olmakla birlikte, erkek katılımcılardan 2'si 20'li yaşlarda 3'ü ise 50 yaş üzeridir. Katılımcıların yaş aralığı incelendiğinde;

- 20-29 yaş arası: 7 kişi,
- 30-39 yaş arası: 5 kişi,
- 40-49 yaş arası: 3 kişi ve
- 50 yaş ve üzeri: 3 kişi bulunmaktadır.

Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde, lisans ve üzeri eğitim düzeyine sahip kişilerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu bakımdan katılımcıların; 4'ü lise mezunu, 2'si önlisans mezunu, 10'u lisans mezunu ve 2'si yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların medeni durumları değerlendirildiğinde, 11'inin bekar ve 7'sinin evli olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çoğunluğunun çalışma durumu ve gelir düzeyi incelendiğinde; 15 katılımcının çalıştığı, 2'sinin çalışmadığı ve 1'inin öğrenci olduğu anlaşılmıştır. Çalışan katılımcılara gelir düzeyleri sorulduğunda katılımcıların çoğunluğu iyi ve çok iyi düzeyde olduğunu beyan etmiştir.

Katılımcıların yüz bölgesinden geçirdikleri estetik müdahalelerin sıklığı da sorulmuş olup dağılım aşağıda tabloleştirilmiştir.

Tablo 3.2: Katılımcıların Yüz Bölgesine Yaptırdığı Estetik Müdahale Sıklığı

	Müdahale Bölgesi	Müdahale yaptıran Katılımcı sayısı
1	Botoks (alın ve göz çevresi)	8 Kişi

2	Burun ameliyatı	7 Kişi
3	Dudak dolgusu	5 Kişi
4	Göz kapağı estetiği	4 Kişi
5	Şakak dolgusu	1 Kişi
6	Burun dolgusu	1 Kişi
7	Yüz germe ameliyatı	1 Kişi
8	Kaş ucu kaldırma ameliyatı	1 Kişi

Katılımcılar, yüz estetiğinde ameliyat gerektiren; burun estetiği, yüz germe, kaş ucu kaldırma ve göz kapağı estetiği işlemlerini yaptırmıştır ve ameliyatsız olarak, alın ve göz çevresine botoks ve dudak, burun, şakak dolgusu uygulamalarını tercih etmiştir. İlave olarak bir katılımcı vücut şekillendirme estetiklerinden olan göğüs büyütme estetiği ameliyatı olmuştur.

Katılımcıların yüz bölgesinde en çok tercih ettikleri estetik müdahaleler sırasıyla; alın ve göz çevresine botoks uygulaması, burun estetiği ameliyatı, dudak dolgusu uygulaması ve göz kapağı estetiği ameliyatı olmuştur.

3.2.2.Cinsiyete Göre Estetik Müdahalelerin Değerlendirilmesi

Bu çalışmada, yüz bölgesinden estetik müdahale yaptırmış kadın katılımcılar, estetik müdahaleleri genellikle olumlu bir deneyim olarak değerlendirmekle birlikte; bu müdahaleleri özgüven arttırıcı, kendini daha güzel, iyi ve mutlu hissetme aracı olarak belirtmektedir. Bu bakımdan kadın katılımcıların çoğu, estetik müdahaleleri bir ihtiyaç ve gereklilik olarak görmekte, müdahale öncesinde kendilerini eksik hissettiklerini ifade etmektedir. Kadın katılımcılardan birisi, estetik müdahalelerin özgüven üzerindeki etkisini dile getirmiştir:

“Genel olarak kendimden örnek vererek olursam, burnumda estetik var aynada baktığımda fazlalık olarak buluyordum, beni çirkin gösteriyordu ve bu bende, özgüven eksikliğine yol açıyordu. Kendimi eksik buluyordum yani, estetik bence bir noktada kendindeki eksikliği tamamlıyormuş gibi bir şey gözümde.” (Kadın, Katılımcı 7)

Katılımcının sözleri (K7) estetik müdahalelerinyalnızca fiziksel değişim değil, aynı zamanda beden algısına yönelik eksiklik ve yetersizlik duygusunu giderici ve özsaygısını pekiştirici bir işleve sahip olduğuna işaret etmektedir. Toplumun kadın bedenine yönelik beklentileri, tüketim kültürü içerisinde dayatılan ideal beden ölçülerine dair, özellikle medya ve hâkim olan popüler söylemler aracılığıyla kadınlar üzerinde psikolojik baskılar oluşturmaktadır. Bu bakımdan kadın bedeni, güzel olmanın zorlayıcı etkisi altındadır ve

kadınlar, kendi bedeninden hoşnut olma ve kendini sevme yönünde enerjisini, parasını, zamanını güzel olmak adına harcamaktadır (İnceoğlu ve Kar, 2016:77-79).Güzellik uzmanı da estetik amaçlı işlem yaptırmak üzere gelen müşterilerinden, kadın müşterilerinin tüm işlemleri yaptırdığını; ancak erkek müşterilerinin genel olarak belirli işlemler için geldiklerini belirtmiştir.

“Erkekler genel olarak cilt bakımı ve lazer yaptırıyor ve bir de altın oran kaş alımını tercih ediyorlar, kadınlar tüm işlemleri yaptırıyor; en çok lazer, jel tırnak, ipek kirpik vb....” (Güzellik uzmanı)

Güzellik uzmanın sözlerine göre, kadınların estetik müdahalelere ilişkin tercihlerinde tüm işlemleri yaptırmaları güzellik ve bakımlı olma anlayışının içselleştirilmesiyle ilişkilendirilebilirken; erkeklerin ise lazer, kaş alımı ve cilt bakımı gibi belirli işlemleri tercih etmeleri, bu işlemlere daha çok işlevsel bir nitelik attiklerini göstermektedir. Güzel olmanın, güzellik kavramının daha çok kadın bedeni ile ilişkilendirilmesi nedeniyle, günümüzde güzel ve genç görünmek kadınlar üzerinde baskı oluşturmakta ve güzellik, kadınlar üzerinde bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır (Kesim ve Kar, 2010; akt. Kurtdaş, 2021: 206). Estetik cerrah, hem vücut için hem de yüz için estetik müdahaleye başvuran kişilerde kadınların çoğunlukta olduğunu ve kadınların, erkeklere göre toplumda bedenleriyle ilgili daha fazla baskı hissettiklerini ifade etmiştir.

“Benim hasta kitlemde kadınlar daha çok başvuruyor, erkekler genelde iğneden korkuyor, onun da etkisi var. Bir de kötü görünüme sahip olum korkusuyla da herkes böyle ikna olmuyor, çok fazla estetik yaptırmaya gelmiyorlar, gelenler var mı var, ama sayı olarak kadınlar çok daha fazla... Yüz bölgesi için yine kadınlar çok başvuruyor, erkekler daha korkak olabiliyor ya da işte ben böyle mutluyum diyebiliyor. Kadınlar toplum olarak da tüm dünyada da böyle yargılanıyor, kadın güzel olmak zorunda, zayıf olmak zorunda, burnu güzel olmak zorunda. Kadın kadını daha çok eleştiriyor, erkek belki o kadar eleştirmiyor. Erkekler erkeklere en fazla okulda senin burnun böyle, kaşın böyle diyor ama sosyal medyada falan baktığımda yaygın olarak bunun kaşı çirkinmiş gözü çirkinmiş gibi söylemlere kadınlar daha çok başvuruyor.” (Estetik Cerrah)

Estetik cerrahın bu sözleri, estetik müdahaleye başvurmada toplumsal cinsiyet normları çerçevesinde kadınların kendilerinden beklenen rollere ve görünüme sahip olma yönünde baskı hissettiklerini göstermektedir. Kadınlar, toplumsal kabulün koşulu olarak dayatılan zayıf ve güzel olmaya yönelik baskın söylemler aracılığıyla bedenlerine ilişkin beklentileri içselleştirmekte ve bu beklentileri bir zorunluluk olarak deneyimlemektedir. Bu durum, özellikle sosyal medyada kadınların birbirini dış görünüşü üzerinden daha çok eleştirmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır ve kadınlar arası denetimin daha yüksek düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Güzellik normları böylece içselleştirilmenin yanında denetimin bir parçası haline gelmektedir.

Erkek katılımcılar işlevsel olarak zorunluluk ve sağlık açısından ciddi birgerekliliğin oluşması halinde estetik müdahalenin tercih edilmesi gerektiğini dile getirmektedir. Erkek katılımcılar için ihtiyacın oluşması, birçok nedenle ve özellikle sağlığı etkileyen sorunlarla ilişkilendirilmektedir.

“Zorunluysa yapılmalı, yani mesela keyfi amaçlarla yapılmamalı. Tamam, benim hani şöyle dış görünüşten rahatsızım evet ama sağlığım açısından da iyi değil nefes almakta zorlanıyordum. Yani ikisi beraberse yapılmalı, atıyorum birisi diyor ki işte "burnumun ucunda bir et vardı onu aldıracağım" dedi mesela, böyle ufak tefek meseleler için bu işe girilmemeli. Çünkü iyileşme süreci zaten uzun sürüyor, hastaneye gidip gelmek kolay bir şey değil. O yüzden yani ihtiyaçsa yapılmalı. O da çok büyük bir ihtiyaçsa diye düşünüyorum. Tüm estetikler için düşüncem bu.” (Erkek, Katılımcı 2)

“Gerekli olduğu takdirde, gerekliliği görüyorsam öneririm. Gereksiz estetiklere karşıyım. Şekil bozukluğu, görüntü bozukluğu yoksa ve hayat kalitesini etkilemiyorsa gereksiz. Mesela burun estetiğinde burun açılıyor nefes alma kolaylaşıyor ama sadece küçük bir şekil bozukluğunu düzeltmek için gereksiz, göz kapağında görme bozukluğu ve görme açısından olumsuz bir durum varsa gerekli, çok kırışıklık varsa düzeltmek için gerekli. Gereksiz olarak dudak dolguları, aşırı botoks görülebilir.” (Erkek, Katılımcı 1)

“Göz kapaklarım çok düşüktü, gözlerim kapanıyordu ve baş ağrısı yapıyordu. Sağlık açısından rahatsız ediciydi. Sağlık gerekçesi olmasaydı estetik müdahaleyi düşünmezdim.” (Erkek, Katılımcı 18)

Erkek katılımcıların ifadeleri, estetik müdahalelerin kadınlar ve erkekler için anlamlarının ve süreçlerinin farklı değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Bu bakımdan estetik müdahaleler erkekler için işlevsellik ve zorunluluk halinde meşru kabul edilen, keyfi olarak başvurulmaması gereken bir araç olarak ele alınmaktadır. Toplumsal cinsiyet bağlamında, ataerkil sistem kadınları çoğunlukla güzellik üzerinden tanımlarken; erkekleri ise mantık ve güç gibi niteliklerle ilişkilendirmektedir. Bu durum, erkeklerin estetik müdahaleleri daha çok işlevsel ve akıcı bir çerçevede değerlendiren bir konumda bulunmalarına neden olurken; kadınların ise toplumsal güzellik standartları ve ölçütlerine göre değerlendirilen, ikincil bir konumda yer almalarına yol açmaktadır. Bu farklılaşma, estetik müdahale tercihlerinde belirleyici rol oynamaktadır (Bingöl, 2020: 99).

Katılımcı (K16), yaşlanmaya bağlı bedensel değişimlerin özellikle kadınlar üzerinde daha belirgin olumsuz bir etki yarattığını ifade etmektedir. Bu durumu kendi eşi üzerinden örneklendirerek, kadınların yaşlanma sürecini kabul etmekte erkeklere kıyasla daha fazla zorlandığını ve bu nedenle estetik müdahalelere yönelme eğiliminin arttığını belirtmektedir:

“...genç görünmek özellikle yaşlı insanların genç görünme çabaları, örneğin 50 yaşındaki hanımdan biliyorum bir türlü kabul edemiyor yaşlanmayı. Erkeklerde olduğunu düşünmüyorum ama kadınlarda daha güzel görüneceğiz diye kendi güzelliklerini görmüyorlar. Kendi kendine kompleksleri, kendine zarar veriyor bir de kötü bir doktoru bulursa eyvah o zaman.” (Erkek, Katılımcı 16)

Katılımcının ifadesi, kadınların ve erkeklerin beden algılarına yönelik değerlendirmelerindeki farklılıklara bir örnek teşkil etmektedir. Bu bağlamda özellikle kadınların genç görünme arzusunun, yaşlanmayı kabullenememeye ilişkili olduğu ve kadınlarda daha güzel görünme çabasının hâkim olduğu vurgulanırken; erkeklerin ise bu sürece daha mesafeli ve kayıtsız kaldığı düşüncesi aktarılmaktadır. Kadın bedeni, toplumsal ve kültürel söylemlerde yoğun bir biçimde tanımlanıp anlam yüklenirken; erkek bedeni çoğunlukla bu söylemlerin dışında bırakılmaktadır. Bunun nedeni ise erkek egemen toplum yapısında tanımlama gücünün, büyük ölçüde erkeklerde olmasıdır. Bu yapı içerisinde erkek birey, kendi görünümü için yapabileceği herhangi bir şey olmadığı ve bunun da bir öneminin olmadığı düşüncesinden hareket etmektedir. Bu durum ise erkek bedeninin arzu edilebilir olarak konumlandırılmamasını meşrulaştırmakta ve erkekler, toplumsal cinsiyet rolleri gereği arzusunun öznesi, araştırmacı olan, yargılayan ve denetleyen konumunda yer almaktadır. Bu anlayış, erkeklerin kendi bedenlerine mesafeli ve zaman zaman da kayıtsız bir ilişki kurmalarına neden olmaktadır. Ancak bu durum erkeklerin kendi bedenlerine yönelik farkındalık sahibi olmadıkları anlamına gelmemekle birlikte, bu hoşnutsuzluklar bir sorun olarak değil, yüceltilen bir özellik olarak kendileri tarafından değerlendirilmektedir. Erkekler ve kadınlar arasındaki fiziksel görünüm farklılıklarının düzeyi, kültürel bağlama göre çeşitlilik göstermekle birlikte, bireyintarafından cinsiyetine atfedilen normların ötesine geçerek karşı cinse özgü kabul edilen niteliklerin benimsenmesi toplumda norm dışı olarak algılanmaktadır. Örneğin; erkeklerin kendi bedenlerini güzelleştirmeye dönük çabaları (manikür yaptırmak gibi) toplum tarafından alay ya da dışlanma konusu olurken; benzer pratikler kadınlar için “doğal dişilik” olarak kabul görmekte ve estetik değerlerle ödüllendirilmektedir (Coward, 1989: 202-203).

Kadınlar üzerinde estetik müdahale, bir baskı unsuru olarak toplumsal normlar, beklentiler ve denetimler çerçevesinde şekillenmektedir. Bu durum, estetik müdahalelerin cinsiyete göre farklı anlamlandırıldığını ve güzellik normlarının özellikle kadınlar üzerinde daha baskın, yoğun ve sürekli olarak etkisini gösterdiğini ortaya koymaktadır. Estetik cerrahi işlemlerin çoğunlukla erkekler tarafından uygulanması ve bu işlemleri yaptıranların kadınlar olması, toplumsal cinsiyet bağlamında erkeklerin baskın bir konumda yer almasını ve güzellik standartlarının sürdürülmesinde kadınların sorgulamaktan ziyade kabule ve uyum sağlamaya yönlendirilmesine neden olmaktadır (Ergenekon, 2006: 181). Bu çalışmada katılımcı estetik cerrahın erkek olması ve güzellik ve bakım üzerine hizmet veren güzellik uzmanının kadın olması bu durumu desteklemektedir.

3.2.3.Yaş ve Estetik Müdahaleler

Görüşmeye katılım sağlayan kişilerin yaş aralığına göre estetik müdahaleleri tercih etme ve estetik müdahalelere olan yaklaşımları değişiklik göstermektedir. Bu bakımdan estetik müdahaleler, genç yaşlarda ideal görünüme sahip, sağlıklı ve özgüvenli olmakla, kendini iyi hissetmekle ilişkilendirilmektedir.Orta yaş grubunda ise, yaşlanma kaygısıyla yaşlılık belirtilerinin azaltılması yönünde estetik müdahalelere başvurulmakta, gençlere göre uzmanlığın estetik müdahalede önemi daha fazla vurgulanmaktadır ve yaş düzeyi arttıkça estetik müdahalelerin tercih edilmesi yalnızca yaşlanma kaygısıyla değil; aynı zamanda bedensel görünümle ilgili belirgin olumsuzluk algısının varlığıyla birlikte değerlendirilmektedir.

“Bana gelen kişiler arasında yaş aralığı çok değişken, 14 yaşından 79 yaşına kadar aralık genişliyor. İki yöne doğru da genişliyor; yaşlı olanlar, bizim kabul ettiğimiz 79 yaşında ama çok dinç bir insan o da fonksiyonel bir estetik göz kapağı ameliyatı olmak istiyor. Bana gelecek olan 79 yaşındaki kişi 25 yıl önce zaten ameliyat olmuş şimdi tekrar ikinci defa olmak istiyor niye, gevşek bir cilt görüntüyü bozuyor fonksiyonel olarak onu çok etkilemiyor aslında estetik bir ameliyat bu nedenle. Gençler hep burun ameliyatı için geliyorlar, çocuklar en çok kepçe kulak ameliyatı için okulda arkadaşları çok dalga geçiyor diye.” (Estetik Cerrah)

Estetik cerrah, gençlerintoplumda beğenilme ve akran zorbalığından korunma çabalarına bağlı olarak daha çok burun ve kulak gibi görünür bölgeleri için estetik müdahalelere başvurduklarını belirtmiştir. Öte yandan, ileri yaş grubunda bulunan bireyler için estetik müdahale daha çok yaşlanma belirtileri doğrultusunda, genç ve dinç bir görünüme sahip olmaya yönelik olarak tercih edilmektedir. Bu durum, estetik müdahalelerin yaşa bağlı olarak farklı ya da çeşitli gerekçelerle şekillendiğini ortaya koymakla birlikte, artık her yaş grubunun estetik müdahalelere yöneldiğini de göstermektedir. Estetik cerrahi böylece, her yaş grubuna bedenüzzerinde kontrolü sağlama ve artırma imkânı vermektedir.

“...daha düşük yaşlarda, küçük yaşlarda en çok kepçe kulak için geliyorlar sonra da burun ameliyatı için geliyorlar. Bıraksan 20'li yaşlar gelir herhalde, hatta 15-25 arası gelir ama onların da parası olmadığı için, ailesi karşıladığı için çok gelemiyor ya da ailesinin parası varsa ailesini ikna edebiliyorsa öyle gelebiliyor" (Estetik Cerrah)

Estetik müdahalelerin yaygınlaşmasıyla birlikte, bu müdahalelere başvurma yaşı da oldukça düşmüştür. Estetik cerrah, küçük yaşlardaki bireylerin de ailelerinin maddi imkanları doğrultusunda estetik müdahaleye başvurduklarını belirtmektedir. Maddi olanakların kısıtlı oluşu, genç yaşta kişiler için estetik müdahaleye başvurmada sınırlılık olarak değerlendirilebilmektedir, bu bakımdan ekonomik güç de bu süreçte belirleyici unsurlardandır.

Estetik müdahaleler, katılımcılar tarafından hem maddi olarak hem de zaman açısından maliyetli olarak değerlendirilmektedir. Bu bakımdan, katılımcılardan birisi, estetik müdahale yaptırmak amacıyla bir süre çalıştığını ve kazandığı parayla burun estetiği ameliyatı olduğunu belirtmiştir. Bu durum, bireyin kendi bedenini değiştirme motivasyonunun, onun için önemli ve anlamlı bir amaç olduğunu göstermektedir.

“Burnumu hep değiştirmek istiyordum, kendimi bildim bileli değiştirmek istiyordum para yoktu ama işe girdiğimde mutlaka burun ameliyatı olacağım diyordum. Sadece para bulup yaptırmak gibi bir hayalim vardı. Adapte olmam çok kolay oldu estetiğe, ilk çalışmaya başladığımda 3-4 ay çalıştığında direkt parayı çıkardım. Şu an çalışmıyorum ama bir daha param olsa yine yaptırım. Estetik ameliyat olmanın güzel bir şey olduğunu düşünüyorum. 10.000 küsurdu sadece burun ameliyatı, şimdi 40-50 bin TL estetik için maddiyat ayırmalısın en az... Maliyetli, çok para gerektiriyor, zaman gerektiriyor hayattan alıyor çünkü. Göğüs, popo ameliyatları bile 1-2- ay hapsediyor. 3 gün sonra kendime geldim burun ameliyatında mesela.” (Kadın, Katılımcı 9)

“Sağlık gerekçesi en önemlisi, ikinci olarak maddi durumunda iyiyse bütçen de uygunsa kendinde birtakım iyileştirmeler yapabilirsin.” (Erkek, Katılımcı 2)

Bir katılımcının (K9) ifadesinde işe girip para biriktirerek estetik ameliyat olma kararı, estetiğin bir tüketim nesnesi haline gelmesine örnektir. Bu bakımdan katılımcıların çoğu açısından estetik müdahaleler, yüksek maliyetli olduğu gibi belli bir iyileşme zamanına da ihtiyaç duyulan işlemler olarak değerlendirilmektedir. Riesman’ın da belirttiği üzere, günümüzde talebin yoğun olduğu ürün, bir hammadde veya makine olmaktan çıkmış ve kişiliğin kendisine dönüşmüştür. Bu bağlamda tüketici birey, hızla değişen süreç içerisinde bir özne olma çabasında ve dayatmasında ‘ekonomik talebin nesnesi’ durumuna indirgenmektedir (Baudrillard, 2011: 188).

3.2.4. Estetik Müdahalenin Tercih Edilme Nedenlerinin Değerlendirilmesi

Katılımcılar, estetik ameliyatların tercih edilme nedenleri olarak; sağlık sorunları, güzellik, yaşlanma ve estetik kaygıları, kültürel, sosyal, ekonomik, psikolojik nedenler, özgüven eksikliği, sosyal medya ve popüler kültür etkisi, toplumda kabul görme ve itibar sahibi olma isteği, yaygın güzellik algısı ve toplum baskısı gibi nedenleri belirtmektedir.

3.2.4.1. Sağlık Problemlerini Çözme

Katılımcılar tarafından, estetik müdahaleyi tercih etme nedenleri arasında sağlık problemleri yer almaktadır; ancak sağlık problemlerinin giderilmesinin yanında estetik müdahale ile istenilen görünüme kavuşma arzusu bir arada değerlendirilmektedir.

“Şöyle, ben zaten hani küçükken bir düşme yaşamıştım ve burnumda kırık vardı, burnumun kemer kısmında kırık oluşmuştu zaten. Sonradan nefes alamama sorunları yaşayınca ee görüntüsünü beğenmiyordum ama öyle şey değil, kaydırak gibi burnum

olsun falan istemedim hiçbir zaman, ama sadece bu çıkıntı kemerin gitmesini istiyordum bir de nefes almada rahatlık çekmek istiyordum. Geceleri ağzım açık uyduğum çok oluyordu, hırladığım falan çok oluyordu öylelikle hep düşünüyordum hem estetik açısından hem nefes alma açısından, girmişken hem sağlık hem de estetik yapıldı burnumun şekil verme kısmına.” (Kadın, Katılımcı 10)

Katılımcı ifadesinde hem sağlık hem de estetik görünüm açısından burun ameliyatı olmak istediğini, bunun sonucunda ise yapılan işlemin işlevsel olarak ve estetik görünüm açısından fayda sağladığını ifade etmektedir. Bu bağlamda birey için sağlık problemleriyle birlikte estetik müdahaleler daha meşru ve kabul edilebilir olarak görülebilmektedir.

“Zaten istiyordum çocukluğumdan beri, ben estetik açıdan memnun değildim. Doktor da zaten burnumun yamuk olduğunu dile getirmişti, nefes almakta zorluk yaşadığımı fakat ben bu yüzden değil, tamamen yan profilden güzel gözükebilmek için estetik kaygılar dolayısıyla estetik ameliyat oldum.” (Kadın, Katılımcı 3)

Katılımcının sözleri, sağlık gerekçeleri bulunsa da bu gerekçelerin ikincil planda kaldığını ve temel motivasyonun estetik kaygılar ile toplum tarafından beğenilen bir bedene sahip olma arzusu olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda birey için, kendisini çevreleyen dış dünyanın onun bedenini nasıl algılandığı önem taşımakta ve birey, toplum tarafından beğeni toplayan bir beden görünüşünü inşa etmek amacıyla estetik müdahaleye başvurabilmektedir. Böylece katılımcının estetik müdahaleye yönelmesi, yalnızca tıbbi bir tercih olmanın ötesinde, bedenin denetim ve kontrolünü içeren bir eylem olarak ve Goffman’ın (2014)da vurguladığı üzere, bireyin toplumsal alanda kendini sunma biçimini önemsemesiyle ilişkili olabilmektedir. Günümüzde sağlıklı olmanın güzel ve bakımlı bir bedene sahip olmakla ilişkilendirildiği ve bu yönde olumlu bir ilişki kurulduğu iddia edilmektedir; ancak sağlığın bir endüstri olarak ortaya çıkmasıyla birlikte özellikle kadınların bu anlamda önemli birer müşteri durumunda olduklarını vurgulamak gerekir (Kurttaş, 2021: 205). Foucault’un (2007:103) da ifade ettiği gibi beden ve yaşam üzerinde iktidarın işleyişi, sağlıklı yaşam pratiklerinin özellikle söylemler aracılığıyla yansımaları içermektedir. Günümüzde sağlıklı yaşam pratiklerinden estetik müdahalelere kadar birçok pratik, iktidarın yansımaları olarak ele alınabilmektedir. Bu bağlamda sağlık, denetim altında olan ve hâkim olan söylemlerin etkisiyle kontrol altında tutulan bir alan olmaktadır.

3.2.4.2. Benlik ve Beden Algısı Üzerine

Günümüzde sağlığın, anlamının dönüşerek daha kişiselleştirilmiş deneyimler sunması, bireyler için takıntıya dönüşmesi, toplumda yer değiştirme yani statü talebine cevap verme ile ilişkilendirilmesiyle birlikte sağlık, toplumsal bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu bağlamda güzelliğin, bedenin işlevselliğinden ziyade bir sağlık göstergesi ve arzu nesnesi olarak konumlandırılması, bedene değer atfetme ihtiyacı doğurmaktadır. Bireyin toplumsal itibarıyla

ilişkili olarak yaşadığı olumsuz deneyimler sonucunda hissettiği üzüntü ve yetersizlik duyguları ise böylece beden üzerinden ifade bulmakta; toplumsal ya da psikolojik başarısızlıklar bedenselleştirilmektedir (Baudrillard, 2008: 177-178).

“Kendisini rahatsız ediyorsa, çok rahatsız oluyorsa olmalısın. Psikolojini etkileyecek kadar rahatsızlık duyuyorsa görünüşünden hiç hoşlanmıyorsan yaptırabilirsin.” (Kadın, Katılımcı 5)

“Gerçekten görüntü olarak bozukluk vardır ve kişiyi rahatsız eder, birinci için gereklilik vardır. Ancak ikincisinde de kişi kendisini psikolojik olarak rahatsız hisseder, bu durumda da estetik operasyon yapılabilir bence.” (Erkek, Katılımcı 1)

Katılımcıların sözleri, estetik müdahaleye başvurmada psikolojik etkenlerin etkili olduğu görüşünü yansıtmakla birlikte; “görüntü bozukluğu” gibi ifadeler bireyin dışarıdan seyredilişine yönelik olumlu bir imge oluşturma yönünde hissettiği baskıyı da içermektedir.

“Kendimi değiştirmek için yaptırmak istiyordum, burnum çok büyük çok çirkin geliyordu, hiç beğenmiyordum, hep yaptıracam diyordum, fotoğraf çekirtmiyordum, görüşmeye gittiğimde utanıyordum, özgüven eksikliği de var bir tık ama insanlar söylemese de çok özgüvensizdim, kiloluydum bir de hiç kimse beni beğenmeyecek ‘almayacak’ algısına giriyordum.” (Kadın, Katılımcı 9)

Katılımcının ifadesine göre, bedene yönelik algının, başkalarının değerlendirmesi üzerinden şekillendiği ve başkalarının görüşlerinin bu konuda etkili olduğu açıkça görülmektedir. Bu bakımdan katılımcı, burnunun görüntüsünü “büyük” ve “çirkin” olarak nitelendirmekte, bu nedenle yetersizlik ve bedenine ilişkin memnuniyetsizlik hissettiğini ifade etmektedir. Toplumsal ve medyatik güzellik normlarına ilişkin görünüşün içselleştirilmesi, bireyde bedeninden utanç duyma ve özsaygı eksikliğine yol açmaktadır. Bu bağlamda katılımcı, estetik müdahalenin beğenilme ve sevilme ihtiyacına yönelik bir araç olarak işlevselliğine de işaret etmektedir; çünkü beğenilmemek ve sevilmemek bir kaygı unsuru olarak ortaya çıkmaktadır.

“Bazı insanlar bu kadar güçlü olmayabiliyor ‘ben çok çirkinim’ diye depresyona girip intihar bile edebiliyor. İnsanlar psikolojik olarak çok güçlü değiller ve şu anda güzel olmadığın zaman da bunu hissedebiliyorsun özellikle bir kadın olarak dikkat çekmek çok önemli.” (Kadın, Katılımcı 7)

Bir katılımcı (K7) ifadesinde, bireyler üzerindeki güzellik baskısının, en uç noktada yani hayati bir öneme sahip olabileceğini ve bu yönde toplumda özellikle kadınların fiziksel görünüşleri üzerinden değerlendirildiğini belirtmektedir. Bu bakımdan güzellik, yaşamsal faaliyeti sürdürmede bir zorunluluk olarak algılanmaktadır. Estetik cerrahi böylece bireyin psikolojik durumunu da dengeleyebilecek, hissedilen baskının azaltılması amacıyla başvuru bir araç olarak görülmektedir.

3.2.4.3. Yaşlanma, Güzellik ve Estetik Kaygısı

Bedenin güncel, güzel, etkin ve dinç olması, modern topluma ve kültüre uyum sağlayabilmekle ve toplumda bu özellikler sayesinde var olabilme, takdir görme ve başarı elde etmeye yönelik bedeninin sunumuyla ilişkilendirilebilmektedir. Bu bakımdan genç olan kişi, değişen, hareket halinde olan kültüre ayak uydurabilmektedir ve gençlik böylece yüceltilen değerler arasında yer almaktadır. Yaşlılık ise bu noktada istenmeyen ve gençliğin karşıtı olan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Bingöl, 2020:82). Gençliğin arzulanması ve zamanın geçmesine karşı genç kalma, estetik ve yaşlılık kaygısının ortaya çıkmasına duyulan endişe, katılımcıların neredeyse tamamı tarafından estetik müdahaleye başvurma nedenleri arasında yer almaktadır.

“Bence günümüzde daha çok estetik kaygılardan dolayı tercih ediliyor. Tabii ki sağlık açısından da tercih eden vardır ama çoğunlukla estetik kaygılar estetik ameliyatlara yönlendiriyor insanları.” (Kadın, Katılımcı 3)

“Kişilerin dış görünüşlerini ve aynada gördükleri görüntülerinin daha genç, daha güzel olmasını istemeleri. Herkeste olduğu gibi yaşlanma belirtileri, kırışıklık olması nedeniyle yaptırılıyor.” (Kadın, Katılımcı 4)

“İnsanın kendini o şekilde hissetmesi. Genç görünmek için olabilir.” (Kadın, Katılımcı 11)

Genç bir bedene sahip olma arzusu, katılımcının (K4)“herkeste olduğu gibi” ifadesinde olduğu üzere, toplumsal düzeyde genel bir kabul olarak içselleştirilmiş bir beklentiye dönüşmüştür. Gençlik, tıpkı güzellik gibi birey üzerinde bir baskı unsuru haline gelmiştir. Böylece genç bir görünüme sahip olma çabası, estetik müdahalelerin meşru ve yaygın bir yol olarak sunulmasında etkili olmaktadır. Aynı zamanda katılımcılar, hissettikleri yaşa ve bedene sahip olmak adına dış görünümünün değişmesiyle içsel olarak gençleşebileceğini, bedeninin yeniden inşa edilmesi yoluyla kimliğin yeniden inşa edilmesine yönelik estetik müdahalelere başvurabilmektedir.

Katılımcılar, toplumda değişen ve günümüzde hâkim olan güzellik algısının estetik müdahalelerin tercih edilmesi üzerinde belirleyici bir etkisi ve baskısı olduğu görüşünü taşımaktadır. Bu bakımdan değişen güzellik algısı ve standartlarına uymak üzere bireyler estetik müdahaleleri tercih edebilmektedir.

“Sağlık da olabilir görünüş de olabilir, kişinin daha rahat hissetmesi yaşam kalitesini artırması her anlamda, rahatsız olduğu, atıyorum burun estetiği kendini daha iyi hissetmek için yapılabilir. Gerçek anlamda güzellik algısı var, yarış var herkeste. Bu işlemlerde o yüzden yoğun talep var. Su içmek gibi düşün güzelliği, herkes güzel olmak zorunda gibi.” (Güzellik Uzmanı)

Güzellik uzmanının bu ifadesi, güzellik algısının yalnızca bireysel tercih değil, toplumsal bir zorunluluk haline geldiğini ortaya koymaktadır. Güzellik, temel bir ihtiyaç gibi

konumlandırılmakta; bu da bireylerin bedenlerine yönelik müdahaleleri sıradanlaştırmakta ve norm haline getirmektedir. Nitekim 21. yüzyılın gösteri dünyasında, doğal ve estetik müdahale yaptırmamış insanların bulunması oldukça zor olmakla birlikte, rekabet ve zamana direnme zorunluluğu nedeniyle estetik müdahaleler gösteri dünyasının bir gerekliliği haline gelmiştir. Bu pratiklerin asıl dikkat çeken yanı ise gösteri dünyası dışında kalan “sıradan” insanların da yaşamına nüfuz etmesi ve estetik müdahalelerin toplumsal bir zorunluluk haline dönüşmesidir (Sevim ve Sevim, 2014: 70).

Güzellik kavramı kültürel olarak inşa edilmektedir ve bu nedenle nesiller açısından bakıldığında, belli bir nesilde kendisini “görünmez” olarak tanımlayan bir kişi değişen nesilde “görünür” hale gelebilmektedir (Gilman, 2001: 22). Değişen güzellik algısına uyum sağlayabilmek adına bireyler estetik müdahalelere başvurabilmektedir.

“Aslında toplum çok ön planda şu anda, çünkü güzellik algısı çok değişti. 70’lerde 80’lerde böyle bir şey yoktu, ince kaşlı, dudaklı insanlar doğaldı, tamamı. Şimdi mesela büyük dudaklar, küçük burun, kalın kaşlar, dolgun yanaklar vs. biraz da toplum evirdi bu estetiği, tamamen güzellik algısıyla alakalı. Benim yaşadığım toplumda benim burnum hani güzel bir burun olsaydı ben de yaptırmazdım. Herkesin burnu düzgün hokka gibi benimki değil diyerek ben de yaptırdım.” (Kadın, Katılımcı 7)

Katılımcının ifadesi, estetik müdahalelerin bireysel tercih olarak değil, toplumsal beklentiye göre şekillendiğini ve güzellik algısının dönemselsel olarak değiştiğini, günümüzde doğal olanın geçerliliğini yitirdiğini ve belirli fiziksel özelliklerin güzellik ideali olarak kabul edildiğini açıkça göstermektedir. Bu bağlamda uyum sağlama isteğinin özellikle toplumsal normlar etrafında şekillenerek doğal görünümün sorunlu hale geldiği belirtilmektedir. Böylece sürekli değişen güzellik standartlarında bedene yönelik dönüşüm ihtiyacı duyulması, kişisel değil toplumsal kökenli olmaktadır. “Yaşadığım toplumda benim burnum güzel bir burun olsaydı, yaptırmazdım” ifadesi, bu durumu çarpıcı bir şekilde ortaya koymaktadır.

3.2.4.4. Tüketim Toplumunda İyi Hissetmek ve Mutlu Olmak

Tüketim toplumunda bireyler, kendi istek ve tercihlerini gerçekleştirmek için çaba göstermektedirler. Bu bakımdan birey istemediği, kendisine doğru gelmeyen ya da eksikliğini hissettiği durumlarda mutlu olmak adına tüketim aracılığıyla daha çok mal ve hizmet tüketmeye yönelmekte farkında olmasa ya da kabul etmek istemese bile hayali bir düzenin ve baskın olan tüketim mitlerinin içine doğmakta ve onlar tarafından şekillenmektedir. Harari’nin de dikkat çektiği gibi “sana iyi gelen şeyleri yap” ve “kalbinin sesini dinle” gibi sloganlar tüketici mitleri olarak karşımıza çıkarak insanları tüketime yönlendirmektedir (Harari, 2017: 123-124).

Katılımcıların çoğunluğu, bu tüketici mitlerinin sağladığı motivasyonla estetik müdahalelere başvurabilmekte, bireyler daha mutlu ve iyi hissetmek için gereken tüketimi gerçekleştirmektedir.

“Bence her insan mutlu olduğu şekilde kendini nasıl iyi hissediyorsa işlemi yaptırmalı rahatsız olduğu görünüşü varsa...” (Güzellik Uzmanı)

“Estetik ameliyatlarını çok seviyorum kusur değil de kendinde yanlış gördüğü yerlerine müdahale etmelerini seviyorum, kendini mutlu edecekse sakınca olduğunu düşünmüyorum.” (Kadın, Katılımcı 9)

Tüketim toplumunda birey için kişisel ve bağımsız gibi görünen amaçlara yönelik bedenın yeniden şekillendirilmesi, bir kurtuluş ve başarı olarak algılanmaktadır. Ancak bu durum bireyleridaha verimli, rekabetçi ve ekonomik kılmak üzere yapılan bir yatırımdır. (Baudrillard, 2017: 150). Katılımcılardan biri, estetik müdahaleyi bir yatırım olarak gördüğünü ifade etmiştir.

“Estetik aslında insanın kendine yatırımdır kendini iyi hissetmesine psikolojisine her türlü şekilde yatırım olarak görüyorum ben estetiği.” (Kadın, Katılımcı 6)

Aynı zamanda bedenın değişimi ve kontrol altında olması, kişinin istediğini yapabilme yetisi ve değişebilme özgürlüğü olarak değerlendirilmiştir.

“İnsanın kendinde beğenmediği ya da eksik bulduğu bir şeyi, değiştirebiliyor olma özgürlüğü süper bir şey.” (Kadın, Katılımcı 7)

Katılımcının özgürlük olarak nitelendirdiği değişim ihtiyacının karşılanması, özgürlüğün beden üzerindeki baskıların tümüyle ortadan kalkması yoluyla ulaşılabilecek bir ideal olması bakımından yanılısamadır. Estetik müdahaleler, bireylerin değişim ihtiyacını karşılasa da bu değişim, katılımcılar tarafından tümüyle görünümün dönüşümünü içermemektedir. Katılımcıların tümü, doğal görünümün önemini vurgulayarak estetiğin “aşırı” olmasını olumsuz olarak değerlendirmektedir. Bu kapsamda aşırılık, doğal görünümün ortadan kalkmasıyla ilişkilendirilmektedir.

“Çok belli olsun istemedim, çok yapay bir görüntü olsun istemedim. Hani doğal bir görünüm istedim. Yani bu estetik olduğumu gizlemek amacıyla değildi fakat 11 yüzüme otursun sırtımasın isteyerek o şekilde bir karara vardım.” (Kadın, Katılımcı 3)

“Dozunda olduğu sürece bütün estetiklerin herkese iyi geleceğini ve güzel olabileceğini düşünüyorum. Yani abartıya kaçmadığı sürece herkesin istediği ayarda yüzüne uygun şekilde yaptırırsa daha mutlu hissedeceğini düşünüyorum. Estetiği güzel yapılmış doğal gibi duran kadınları beğeniyorum.” (Kadın, Katılımcı 10)

“Öncelikle estetik ameliyatları gerekli buluyorum, mantıklı buluyorum hem sağlık açısından hem insanların kendisini daha iyi hissetmesi açısından. İdeal olan doğal estetik, abartı abartı duran cc’leri arttırılmış 4-5 cc olan dudak dolgusu olsun çene, elmacık veya göğüs ya da kalça estetiği hoşuma gitmiyor. Doğal, kendi vücut tipini görünüşünü bozmayan her tür estetiğe asla karşı değilim ve gerekli buluyorum. Çünkü

vücudumuz orantısız yaratılmış oluyor, oluşmuş oluyor bu yüzden bence gerek var. İnsan kendisine yakıştığı sürece yaptırabilir.” (Kadın, Katılımcı 6)

Katılımcıların ifadeleri, estetik müdahaleler aracılığıyla bedeninin görünümünün, doğal ve vücudun bütünüyle uyum içerisinde olması gerektiği görüşünü taşımaktadır. Gürler’in (2018: 103), estetik cerrahi deneyimi bulunan bireylerle gerçekleştirdiği araştırmada elde edilen bulgular, estetik müdahaleye başvuran kişilerin öncelikli amacının fark edilir bir görünüme kavuşmaktan ziyade, toplumda ideal olarak kabul edilen dış görünüme ulaşmak olduğunu ortaya koymuştur. Görünüşte farklılık yaratabilecek etnik özelliklerden uzaklaşarak, ideal beden normlarına uyum sağlama arzusu bu tercihlerde belirleyici olmuştur.

3.2.4.5. Toplumda Statü Elde Etme ve Beğenilme İhtiyacı

Estetik cerrahinin tabu olmaktan çıkarak toplumun farklı kesimlerindeki bireyler tarafından çeşitli amaçlarla talep edilmesi, bireylerin bedenleri üzerinde hâkim, söz sahibi olmak istemesini ve dönüşüm arzusunu ortaya koymaktadır. Modern beden anlayışının ve toplumsal değişimin bir yansıması olan bu durum, bedeninin toplumsal ilişkilerde daha etkin bir araç haline gelmesi ve bu bakımdan uygulanan beden politikalarının meşru kabul edilmeye başlamasıyla ilişkilendirilebilmektedir (Odabaş, 2008:60).

“Bence birincisi insanların kendisini güzel hissetme ihtiyacı, topluma kabul ettirme ihtiyacı bir de biraz daha artık sanki belli bir zümreye aitmiş gibi olunuyor, yaptırma bir statü göstergesiymiş gibi olduğu için belli bir kesim daha çok yaptırıyor, yani biraz daha sosyo-ekonomik düzeyi yüksek ama sosyo-kültürel düzeyi soru işareti bence bana öyle geliyor.” (Kadın, Katılımcı 15)

“Daha güzel görünerek toplumda daha iyi itibar edineyim diye. İnsan toplumda diğer insanlar tarafından beğenilmek, sevilmek için kendindeki eksikliği gidermek için bir takım estetik ameliyat olabilir. Özellikle kadınlar ama son zamanda erkekler de fazlasıyla ameliyat oluyorlar.” (Erkek, Katılımcı 2)

Katılımcıların ifadeleri, estetik müdahalelerin tüketim davranışı içerisinde sosyal statü elde etme ve yükselme amacıyla yapılan harcamalara işaret ettiğini göstermektedir. Böylece bedene yönelik yapılan harcamaların toplumsal yapıda bir karşılığı olmakta ve bu harcamalar yoluyla birey, toplumda daha iyi bir yer edinme ve daha yüksek statüye ulaşma açısından da estetik müdahalelere başvurabilmektedir.

3.2.4.6. Sosyal Çevrenin Etkisi Üzerine

Katılımcılar, bireysel hoşnutsuzluklarla birlikte sosyal çevrenin olumsuz eleştirilerinin estetik müdahaleye yönelmede önemli bir rolünün olduğunu belirtmiştir. Bu bakımdan beden algısı, başkaları tarafından bedeninin nasıl yorumlandığına göre şekillenmektedir. Estetik cerrah, kendisine başvuran hastalar üzerinden onların yaşadığı olumsuz deneyimleri

değerlendirirken, bireylerin bedenlerine yönelik yapılan alaycı ya da şakayla karışık yorumların, kişinin kendi beden algısını büyük ölçüde etkilediğini belirtmiştir. Bu durum, bireysel isteklerin, bedenin toplumsal olarak nasıl değerlendirildiğine bağlı olarak şekillendiğini gösteren önemli bir örnek olarak değerlendirilebilir.

“Estetik yaptırılma nedenlerinden; kişinin kendisini beğenmemesi, çevresinin beğenmemesi, toplumda eleştirilmesi veya dalga geçilmesi hepsi sayılabilir... Ama çoğunlukla kişinin kendisini beğenmemesi, ya da çevresinin beğenmeyip burnu büyük kulağı kepçe gibi kişiyle dalga geçilmesi olabilir.”(Estetik Cerrah)

“Hem görüntü açısından hem de nefes sıkıntısı çektiğimden ama görünüm açısından daha ağır basıyordu çünkü şey filan diyorlardı “burnunu çeker misin çok gölge yapıyor” falan, çok dalga geçiyorlardı. Arkadaşlar hani goygoyuna yapıyordu öyle şeyler ama ben de gülüyordum alınmıyordum ama ister istemez orda takıyorsun, görüntü olarak senin de hoşuna gitmediği için takıyorsun. Takmıyor olsan tamamen güler geçersin, ama ben gülüyordum yine de hani kendimle dalga geçiyordum ama istiyordum ama yani. Çevre etkisini düşünebiliriz tabii, goygoyu baya geçiyordu tabii, kendimi beğenmediğim için zaten kendin biliyorsun.” (Kadın, Katılımcı 10)

Estetik cerrahın ve bir katılımcının (K10) sözleri estetik müdahalelere ilişkin sosyal etkinin değerlendirilmesinde birbirini destekler niteliktedir. Bu bakımdan bedene yönelik çevresel olumsuz değerlendirmeler, bedenin alay konusu olması birey için estetik müdahaleye başvurmada etkili olabilmektedir. Mizahın küçük düşürücü yönü, bireyde bedenine yönelik tereddütlere ve takıntıların oluşmasına neden olmaktadır.

Sosyal etkinin bir diğer boyutu, estetik ameliyatların başkalarının görünümüne sahip olmak ve onları örnek almak üzere gerçekleştirilebiliyor olmasıdır. Bu bakımdan bireyleri estetik ameliyatlara yönlendiren bir diğer etken, başkalarına benzemeye çalışma isteğiyle ve taklit etmeyle ilgilidir. Bu durum bireylerin özgün ve kendilerine has özelliklerden ayrılmalara, benzer özelliklere sahip, homojen beden görünümünün ön plana çıkmasına neden olmaktadır.

“İnsanların birbirlerinden gördüğü şeyi kendilerine yakıştırmaları ve insanların birbirine çok benzemeye çalışması, sosyal etki çok fazla çünkü herkes birbirine özenerek yapıyor, aslında kendilerine çok yakıştırdıkları için değil.” (Kadın, Katılımcı 14)

“İhtiyacı olmayan, yüzünde küçücük bir kemer olan, gerek yok dediğin hasta bile artık ‘benim bütün arkadaşlarım ameliyat oldu ben de ameliyat olmak istiyorum’ diyor burun ameliyatına başvuruyor.” (Estetik Cerrah)

Katılımcıların ifadeleri, estetik müdahaleye başvurmada sosyal etkinin, gereklilik olmaması halinde bile, etkili olarak yakın çevre tarafından deneyimlenmesi nedeniyle tercih edilebildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, aynı zamanda estetik müdahalelerin ulaşılabilirliği ve bu tür işlemlerin sağlık alanından tamamen farklı motivasyonla

deneyimlendiğine işaret etmektedir. Katılımcılardan biri (K4) arkadaşının tavsiyesi ve yönlendirmesiyle estetik müdahale sürecine girdiğini belirtmiştir.

“Kız arkadaşımın kurbanı oldum. Aklımda bile yokken, "bana eşlik eder misin?" dedi "tabii ki" dedim. Ona işlem yapılırken de özellikle yanında olmamı istedi. Sonrasında "senin de yaptırman gerekli" derken kendimi muayene masasında buldum. Muayene yapan kişi gerisini getirdi. "Şuraya şu, buraya bu" diyerek. Çok fazla düşünmeye vaktim olmadı. Kız arkadaşımın yönlendirmesiyle karar verdim. Arkadaşım daha önce yaptırdığından en eski halinden en son haline kadar bütün aşamaları onda gördüğüm için değişimin net farkındayım ve işlemin detaylarını biliyordum, aynı şekilde yapıldı zaten arkadaşımın yıllardır yaptırdığı ve seçtiği yeri.” (Kadın, Katılımcı 4)

Katılımcının (K4) ifadesinden hareketle, estetik müdahaleye karar verme süreçlerinden bir diğer önemli faktör, arkadaş etkisi olarak değerlendirilebilir. Arkadaş etkisi, yakın çevre tarafından deneyimlenen süreçlere dahil olmak, bir bakıma aidiyet ve güven duygusuyla da ilişkilidir. Bu bakımdan yakın çevrenin estetik müdahale süreçlerini bilmek ve süreçlere hâkim olmak, bireysel karar vermeden ziyade arkadaş yönlendirmesi ve etkisiyle bağlantılı olmaktadır. Katılımcıların çoğu, estetik müdahale yaptırmadan önce bu anlamda deneyimi olan aile ve arkadaş çevresinin görüşlerini aldıklarını, müdahale için seçecekleri yer konusunda sosyal çevrelerine danıştıklarını ve bunun karar verme süreçlerinde etkili olduğunu belirtmiştir.

“Ben bir arkadaş tavsiyesiyle yaptım tamamen, güldüğümde kırışıklıkların yok olması için. Bunları çok araştıran bir arkadaşım vardı onun söylemesiyle normalde kimse fark etmedi kırışıklıklarımın olduğunu.” (Kadın, Katılımcı 11)

Katılımcı (K11) estetik müdahaleye başvururken etkili olan durumun arkadaş tavsiyesi olduğunu belirtmiştir. Bu bakımdan katılımcının görünür olmayan ve dışarıdan fark edilmeyen kırışıklıklara müdahalesi, yalnızca arkadaşının dile getirmesiyle ve yönlendirmesiyle mümkün olmuştur. Bu durum, daha önce bu kapsamında yapılan bir başka araştırmada elde edilen bulgularla da örtüşmektedir. Söz konusu çalışma, arkadaş çevresinin estetik müdahale kararlarındaki etkisini vurgulaması bakımından önemlidir. Buna göre, estetik müdahaleye karar verme süreci, yalnızca bireysel tercihlerden oluşmamakta; aile, arkadaş ve eş gibi çevresel faktörlerin yönlendirici etkisi altında şekillenebilmektedir. Bu doğrultuda sosyal çevrede yadırganmamak ve beğeni kazanmak gibi motivasyonların da bireyleri estetik müdahalelere yöneltebildiği ortaya konulmaktadır (Ergenekon, 2006).

3.2.4.7. Geleneksel Medya ve Dijital Platformların Etkisi

Geleneksel medya, güzellik algısının oluşturulmasında ve ideal bedene ilişkin görünümünün sergilenmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Medyada beden imajına ilişkin yapılan bir çalışmada, özellikle reklamlar, televizyon programları, dergiler ve gazeteler

aracılığıyla bedenini idealize edilerek arzu nesnesi haline getirilmesinin, insanları ideal bedene ulaşmak üzere bilgilendirdiği ve tüketim alışkanlıklarına yönlendirdiği belirtilmektedir. Yine magazin programları aracılığıyla ünlü kişilerin sıradan ve olağan kabul edilen haberlerinin çarpıcı bir şekilde ortaya konmasıyla ve bu kişilerin bedenleri ve görünüşleri idealize edilerek güzel veya yakışıklı bedene sahip olmak üzere medyada sunulmasıyla bedeninin nesneleşmesi söz konusu olmaktadır (Şensoy, 2013).

“Estetik algısı çok yayıldı, çünkü insanların güzellik görecesi tek tip kavrama geçti. Önceden olsa ne derdik sarışın, renkli gözlü orada da kalıplaşmış bir şey var. Şu ansa yok dudak dolgusu, yok çenesi şu şekilde, ben de şuna benzeyeceğim demekten güzellik algısının etkisi arttı bu yönde. Televizyonların, ünlülerin etkisi çok fazla bu konuda.” (Kadın, Katılımcı 6)

“Güzel kadınların burunları da güzeldi mesela, baktığım zaman ünlülerden Megan Fox’a, Adriana Lima’ya bayılırım Charlize Theron’u severim. Megan Fox’un gözleri bakışları belirli. Angelina Jolie’nin her yeri güzeldi.” (Kadın, Katılımcı 7)

“Sosyal medya olsun, popüler kültür, televizyonda çıkan ünlüler olsun çok etkiliyor, estetik ve güzellik konusunda ister istemez onlara bir özentiyi ya da bir ilgi oluyor yani.” (Kadın, Katılımcı 8)

Katılımcıların sözleri, medya, ünlüler ve sosyal medya araçlarının bireyin bedenine yönelik algılamaya biçimini doğrudan etkilediğini göstermektedir. Bu bakımdan katılımcı (K6) güzellik algısının tek tipleştiğini ve bu tek tipleşmenin de televizyonlarda ünlülerin sunumuyla ilişkili olduğunu belirtmiştir. Başka bir katılımcı (K7) ise, özellikle ünlü kadınlara ilgi ve hayranlığını dile getirmiş ve ünlülerin bedensel özellikleri parça parça değerlendirmiştir. Böylece bedene yönelik algının oluşmasında “güzel kadınların burunlarının da güzel olduğu” düşüncesi ünlü kadın figürlerinden yola çıkarak katılımcının içselleştirdiği bir örnek teşkil etmektedir ve ünlü figürler yalnızca ilgi duyulan değil, aynı zamanda benzeme arzusuna dönüşen ideal bedenler olarak model oluşturmaktadır. Medya ve tüketim kültürü içerisinde bedene ilişkin algı biçimlendirilmekte ve belirli araçlarla sunulan ideal bedenlere ulaşma isteği estetik müdahalelere yönelmekte etkili olabilmektedir.

Yaşanan teknolojik gelişmeler, medyanın küreselleştirici etkisi ve kültürel boyutun ekonomik yapıya dahil olmasıyla birlikte, toplumsal yapıda, beden ve benlik arasındaki ilişkide dönüşüme neden olmuştur. Günümüzde yeniden inşa edilen ve doğal olmayan güzellik anlayışının artan popülerliği, bu dönüşümlere örnek olmakla birlikte popüler kültür içerisinde ünlülere olan ilginin yoğunluğunda kendisini göstermektedir. Bu bakımdan ünlü bedenlerin medya üzerinden detaylı olarak takip edilmesi ve estetik müdahalelere ilişkin paylaşımlar, magazin programlarında, eğlence haberlerinde, televizyonlarda, internet sitelerinde ve sosyal medyada sıkça yer almaktadır. Estetik müdahaleler, ünlü görünüşleri üzerinden sürekli olarak gözlemlenmekte ve gündelik hayata yansımaktadır. Ünlülerin bu

yönde çekici ve yapay güzellik anlayışı, estetik müdahalelere yönelimi ve ilgiyi artırmakta ve televizyona yansıyan aşırı değişimleri içeren temalara sahip programların sunumuyla normalleşerek günlük yaşamda yaygınlaşmaktadır (Elliott, 2011: 466).

Dijitalleşmeyle birlikte sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, bireyleri yalnızca seyirci olmaktan çıkararak, bireylerin birer katılımcı olarak görünür hale gelmelerini sağlamaktadır. Sosyal medyayı, geleneksel medyadan ayıran en önemli özelliklerden biri bireylerin birer kullanıcı olarak var olmaları, bir diğeri ise sosyal medyada kullanıcıların kendilerini en iyi ve idealize edilmiş halleriyle sunmalarına olanak sağlıyor olmasıdır (Fardouly ve Vartanian, 2016: 1). Katılımcılar tarafından, bedene yönelik memnuniyetsizliğin artmasında, sosyal medyada görünürlüğün artması ve özellikle özçekimin yaygın olarak kullanılması güçlü nedenler olarak değerlendirilmektedir.

“Sosyal medya kullanımı ve selfie çekmeyle inanılmaz arttı, selfie çektiğiniz mesafe yakın olduğu zaman burun büyük çıkıyor onun için sosyal medyadan sonra burun ameliyatları patladı.” (Estetik Cerrah)

“Burnumu yaptırmadan önce kötü hissediyordum. Yani hayatımı etkiliyordu tabii ki makyaj yapıyorsun yüzünü beğenmiyorsun, fotoğraf çekiyorsun direkt burnun ‘skill bird’ gibi önde çıkıyordu, hoş değildi.” (Kadın, Katılımcı 13)

“...mesela oturuyoruz bir fotoğraf çekiniyoruz, benim burnum kocaman çıkmış kendimi çirkin buluyordum yaşlı görünüyordum burnumu, kendimi beğenmiyordum ilk sebebi bu. Kendimi beğenebilmek daha iyi olabilmek ve daha güzel olacağım için sağlık değil, güzellik yani tamamen. Burnumda estetik var, dudak dolgusu var, burnum kemikliydi yandan fotoğraf çektiğimde beni rahatsız ediyordu, kocaman görünüyordu yandan. Sürekli fotoğraflarda kasılıyordum ‘oradan çekme’, ‘buradan çekme’ diyordum rahatsız oluyordum, burun çok önemli. Bir insana baktığın zaman burnuyla karşı karşıya geliyorsun, mesela göğüs içinde aynı şekilde rahatsızdım yani mutsuzdum.” (Kadın, Katılımcı 7)

Estetik cerrah ve katılımcıların sözleri, birbirini destekleyen niteliktedir. Bu bağlamda estetik cerrah tarafından sosyal medya etkisiyle oluşan bedene yönelik memnuniyetsizliğin estetik müdahalelere yönelimi artırdığı yönünde yapılan değerlendirme, katılımcıların ifadeleri ve deneyimleriyle somutlaşmaktadır. Katılımcılar, estetik müdahaleye olan taleplerin sosyal medya etkisiyle arttığını, bu bakımdan özellikle selfie çekiminin bireylerin kendi yüzlerini daha detaylı ve yakından incelemelerine neden olduğunu; böylece de bedene yönelik memnuniyetsizlikleri artırdığını ifade etmektedir. .Bu anlamda dijital çağda gelişen teknolojik ürünler, bireyin bedenine yönelik algılarında çeşitli etkilere neden olabilmektedir. Bu doğrultuda ekranlardaki görünüm, beden algısının oluşmasında ve estetik müdahalelere ilişkin taleplerde belirleyici olabilmektedir. İnsanların fotoğraflarda, videolarda ve çevrimiçi görüşmelerde nasıl göründüklerine dair farkındalıklarının artmasında, selfie ve fotoğraf düzenleme uygulama ve yazılımlarının kullanılmasının önemli rolü vardır. Sosyal medya

platformları, bireylerin kendilerine dair artan farkındalıklarına yönelik sanal görünümünde iyileştirmeler yapabilecekleri, bireylerin kusurlarını azaltan ya da tamamen gizleyen, arzu ettikleri bedenlerde görünmelerini sağlayan, yüz hatlarını daha güzel gösterebilen filtre seçenekleri sunmaktadır. Bireylerin bu yönde filtre kullanımının ve filtrelenmiş görünümü elde etme isteğinin estetik müdahale talebini arttırdığı yapılan çalışmalarda desteklenmiştir (Kopelman, Watchmaker, Kopelman, Callaghan ve Kim, 2021: 41).

“Sosyal medyada insanların en iyi hali, işte en bakımlı halini gösterdikleri yer gibi ya ve efektleri de çok kullanıyorlar bazen onu anlayamıyoruz da. O biraz daha insanlara daha güzel olmalısın daha iyi görünmelisin düşüncesini empoze ediyor bence, beni de etkiliyor bu durum.” (Kadın, Katılımcı 15)

“Tabii ki sosyal medyada estetik yaptıran kişilerde görüyorsun bende yaptırsam nasıl olur nasıl gözükür, ama efektler çok büyük etken onlar gibi olmaya çalışıyoruz.” (Güzellik uzmanı)

Katılımcıların sözleri, dijital dünyada filtreler ve efektler aracılığıyla sunulan en iyi halin ve görünümün bir gerçeklik olarak kabul edildiğini ve bu anlamda gerçeklikle sanal dünyanın arasındaki sınırların belirsizleştiğini ortaya koymaktadır. Böylece bireyler, sosyal medya aracılığıyla gördükleri kusursuz biçimlendirilen sanal bedenlerin görünümüne erişme yönünde bir eğilime sahip olmaktadır. Bu doğrultuda beden kontrolü, denetimi ve biçimlendirilmesi, sosyal medya platformları tarafından sürdürülmektedir.

Katılımcılardan biri, sosyal medyanın kişiliği tanımlamada, kişiye ait belirleyici özellikleri yansıtmada önemli bir rolünün olduğunu vurgulayarak filtre uygulamalarının kullanımını estetik müdahale için maddi olanak bulamamakla ilişkilendirmiştir.

“Instagram profili mesela bir çeşit cv gibi bir şey, kendini nasıl pazarlarsan, mesela şu da var estetik yaptırmaya parası gücü imkânı yetmeyenler, face-app diye bir uygulama var onunla yüzünü değiştiriyor mesela karşına bir geliyor bambaşka bir insan.” (Kadın, Katılımcı 7)

Katılımcının (K7), sanal ortamdaki paylaşımı bir özgeçmiş olarak değerlendirışı, bireyin metalaşmasına ve pazarlanabilir bir ürün haline gelmesine, bunun da dijital ortamda gerçekleştirilmesine işaret etmektedir. Bu bakımdan estetik müdahalelere başvurmada beden sunumuna ilişkin sosyal medya platformları, bireyin idealize edilmiş görünümünü bir gerçeklik olarak takdim etmektedir. Birey, idealize edilen forma dönüşme yönünde maddi imkanları doğrultusunda estetik müdahalelere başvurabilmektedir.

Bir katılımcı (K13), sosyal medyanın ve güzellik endüstrisinin kendi üzerinde doğrudan biretkisi olmadığını belirtmiştir. Ancak çevresindeki kişiler üzerindeki etkisini artırırken; bu unsurların birey üzerinde baskı oluşturduğunu, birey için bu durumun

işsel bir rekabete dönüştüğünü ve bireyin sosyal medyada gördüklerinden etkilenerek kendi bedenine dair tatminsizlik yaşadığını belirtmiştir.

“Beni doğrudan etkilemedi ama milleti çok etkilediğini yakından biliyorum. Yani ben de işin içinde olduğum için, millet bakıyor bakıyor dopamin patlaması yaşıyor, gidiyor aynaya bakıyor diyor ki benim bundan ne eksikim var. Bakıyor kendini beğenmiyor, depresyona giriyor, içine kapanıyor sosyal hayatını etkiliyor. Çok kötü, sonra gidip estetik yaptırıyor.” (Kadın, Katılımcı 13)

Geleneksel medyadaki ünlü figürlerine ek olarak, sosyal medya fenomenleri de günümüzde geniş kitleler üzerinde etkili olmaktadır. Katılımcıların bir kısmı, sosyal medya fenomenlerinin, beden imajı ve bireylerin estetik müdahalelere yönelmesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır.

“Bir sosyal medya fenomeni görüntüsünü ya da estetik deneyimini paylaştıktan sonra insanlar, “kim yaptı” “doktoru kimmiş” “nerede yaptırmış” diye soruyor. Makyaj videolarıyla tanınan bir fenomenlerden biri mesela, biri burun ameliyatı olmuş, onun yaptırdığı şeyler hep insanları etkiliyor, iyi sonuçlar kişileri motive ediyor.” (Estetik cerrah)

Estetik cerrahın budeğerlendirmesi, fenomenlerin teşvik edici ve estetik müdahaleleri yaygınlaştırıcı etkisi olduğunu, bu yönde örnek model oluşturduklarını ortaya koymaktadır. Bu anlamda fenomenlerin deneyimleri, kişisel olmaktan çıkarak toplumsal düzeyde anlamlandırılmakta, toplumsal etkilere sahip olmakta ve bu tür deneyimlerin pazarlanmasına da katkı sunmaktadır. Sosyal medya, estetik müdahalelerin tabu olmaktan çıkarak toplumda kabulünü arttıran ve estetik müdahalelere ilişkin farkındalığı yükselten bir araçtır. Bu bakımdan sosyal medya, özellikle estetik cerrahlarına hastalarla görüşme imkânı tanıyan, eğitim, pazarlama ve iş birliği olanakları sunan bir mecradır (Kopelman, Watchmaker, Kopelman, Callaghan ve Kim, 2021: 44). Estetik cerrah, sosyal medya ve dijital platformların hastalarla görüşme imkânı sunduğunu, kendisi çok tercih etmese de birçok hekimin hasta kitlesi oluşturmak için sosyal medyayı aktif olarak kullandığını ve bu amaçla reklam verdiğini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra dijital platformlardaki yorumların ve sosyal çevrenin önemini de vurgulayarak hasta kitlesinin şekillendiğini belirtmiştir.

“Muayenehaneyi açtığımızdan beri çoğunlukla Google hesabımızdan, WhatsApp numaramız ve web sitemizden bu üçünden birisinden bir şekilde iletişim kanallarımızdan ulaşıyor oradan başvuruyorlar. Instagram’dan da ulaşanlar var. Sosyal medyada iyi bir takipçi kitlen varsa başvuru alınacağını düşünüyorum, ama benim hesabım özel, çok takipçim yok, takipçi kitlesi çekmek için reklama para harcamıyorum. Kişiden kişiye değişkenlik gösteriyor, benim hastalarım Google yorumları ve tavsiye üzerine geliyor ama sosyal medyadan da hasta kitlesi olan çok hekim duyuyorum.” (Estetik cerrah)

Güzellik uzmanı da müşterilerin daha bilinçli olarak sosyal medya aracılığıyla hizmet alacağı yerleri araştırdığını ve bu yönde tatmin olursa seçimlerini yaptığını ifade etmiştir:

“Sosyal medyayı nasıl kullanırsak o şekilde müşteri geliyor aktif olunca kapıdan geçen kişi direkt gelmiyor sosyal medyadaki işlemlere bakıp geliyorlar.” (Güzellik uzmanı)

Sosyal medya, bireylere estetik müdahaleye dair merak ettikleri ve istedikleri bilgileri araştırma ve öğrenme imkânı sunmaktadır. Bu açıdan sosyal medya, aynı zamanda estetik müdahaleye başvurmak isteyen kişilere hekim araştırması yapmalarını, deneyimi olan diğer kişilerin görüşlerini okuma ve kendi deneyimlerini paylaşma olanağı sağlamaktadır (Kopelman, Watchmaker, Kopelman, Callaghan ve Kim, 2021: 39). Katılımcıların ifadeleri de sosyal medyanın estetik müdahaleye karar verme süreçlerinde oldukça etkili olduğunu, platformlar üzerinden araştırma ve öğrenme imkanı bulduklarını, güven duygusunun ise diğer insanların yorumlarına göre oluştuğunu desteklemiştir.

“Sosyal medyadan inceledim. Paylaşımlarından ve işlem gören insanların yorumlarından çıkardım yani. Sayfaları var mesela Instagram sayfası var, işletmelerin orada yapılan işlemlerini gösteriyorlar. Mesela kampanyalar falan yapıyorlar oradan takip edebiliyorsun.” (Kadın, Katılımcı 12)

Katılımcının(K12)estetik müdahalelerin sosyal medyada kampanyalar aracılığıyla sunulan, pazarlanabilir ve satın alınabilir özellikte oluşuna dikkat çekmesi estetik müdahalelerin tüketim nesnesi haline geldiğinin göstergesidir. Bunun yanında sosyal medya paylaşımları önemli olsa da bire bir görüşmenin gerekliliğini katılımcılardan (K13) biri dile getirmiştir:

“Web sitelerinden doktorları tek tek araştırdık, bütün doktor yorumlarını öncesi sonrası fotoğraflarını Instagram’ımı, Tik Tok’unu bütün her şeyine baktık, sonra doktorun kendisiyle de konuştuk tabii tepkisi önemliydi.” (Kadın, Katılımcı 13)

Katılımcı (K17) sosyal medyada özellikle Youtube platformunda yer alan estetik müdahalelere ilişkin içeriklerin büyük ölçüde olumlu örneklerden oluştuğunu ve bu durumun bireylerin estetik müdahaleye ilişkin karar verme süreçlerini etkilediğini ifade etmiştir:

“Sosyal medya çok etkiliyor bence, Youtube’da izlediğimiz genelde olumlu sonuçları izliyoruz zaten, olumlu %95’se olumsuz %5, o da kötü cerrahlardan dolayıdır.” (Erkek, Katılımcı 17)

Bu ifade, sosyal medyada olumlu deneyimlerin baskın biçimde görünür kılınmasının, bireylerin estetik müdahalelere yönelik daha iyimser ve cesaretlendirici bir algı geliştirmesine neden olduğunu göstermektedir.Öte yandan, olumsuz sonuçların genellikle bireysel doktor hatalarına indirgenerek sistematik sorun olarak değerlendirilmediği görülmektedir.

Bireyler, tüketim alışkanlıklarını oluştururken dijital platformlardan ve sosyal medyadan yararlanmakta ve artık daha bilinçli bir şekilde tercihlerini yapmaktadırlar. Bu bakımdan estetik müdahaleler, tıbbi ve sağlık amaçlı olmanın ötesine geçerek tüketim kültürünün bir parçası haline gelmekte ve tüketici davranışlarını etkilemektedir. Medya, özel

olarak da sosyal medya, bireyleri hem estetik müdahalelere yönlendirmekte hem de söz konusu müdahalelerin kimler tarafından gerçekleştirileceği konusunda onları etkilemektedir.

3.2.4.8.Estetik Müdahalelerin Yaygınlaşması ve Ulaşılabilirliğinin Artması

Anthony Elliott, günümüz tüketim kültürü içerisinde estetik cerrahinin önemli ölçüde yükselişini;kolay erişilebilir olması ve geçmişe kıyasla çok daha ucuz hale gelmesiyle açıklamaktadır. Bu bakımdan bedenın tekrar tekrar şekillendirilmesi ve sürekli yenilenebilmesi bir tür fanteziye dönüşmektedir (Bauman, 2023:122).

“...çok arttı, güzellik merkezleri çok fazlalaştı. Estetik yaptırınların sayısı çok arttı bunların hepsinin sosyal medya üzerinden bir reklamları var. Eee bunlar da insanların ben de yaptırırım kafasına girmesine neden oluyor. İnanılmaz kolay ulaşıyor. Antalya gibi bir yerde adım attığın her yerde bir güzellik merkezi, bir doktor, uzman hekim bulabiliyorsun daha önce böyle değildi, süreci farklıydı. Hem de daha ulaşılabilir maddi açıdan. Eskiden estetik yaptıran insanın parası var denirdi şu an mesela çok cüzi rakamlara da yerler bulabildiğin için çok etkili.” (Kadın, Katılımcı 6)

“...daha kolay ulaşılabilir, teknoloji ilerliyor yeni yöntemler çıkıyor. Yüz germe hep vardı mesela, ip askı diye bir şey yoktu. Yüz germeye para veremeyecek insanlar ip askıyla yüzünü geriyor, 6 ay öyle devam ediyorsun, aslında teknolojinin ilerlemesiyle de çok bağlantılı” (Kadın, Katılımcı 8)

Katılımcının(K6)ifadesi, estetik müdahalelerin günümüzde oldukça yaygınlaştığını ve kolayca ulaşılabilir hale geldiğini desteklemektedir. Bu durumun, özellikle reklamlar aracılığıyla estetik uygulamaların yoğun biçimde pazarlanması ve maddi açıdan daha erişilebilir olmasıyla ilişkili olduğu belirtilmiştir. Estetik müdahalelerin bu denli yaygın ve ulaşılabilir oluşu ve çeşitli mecralarda tanıtımlarının yapılması, bu müdahalelerin toplum tarafından daha sıradan ve “normal” olarak algılanmasında etkili olabilmektedir. Katılımcı 8’in ifadesi, bu duruma örnek oluşturmaktadır.Bu doğrultuda, estetik müdahalelere başvurmanın sağlık alanındaki teknolojik gelişmelerle yakından ilişkili olduğu ve ekonomik imkanları sınırlı bireyler için de alternatif oluşturduğu ifade edilmekle birlikte sürecin kısıtlı olduğu belirtilmektedir.Elliott’a göre, bedenın sürekli şekillenışı, uzun vadeli olmamakla birlikte bireyleri önlerinde herhangi bir engel olmaksızın sonsuz yenilenme imkanı içerisinde mutlu etmeye yetmeyeceği hızlı bir sürece dahil etmektedir. Yeniden şekillenme bir sonraki operasyonu takip eden hızlı ve kısa vadeli değişimleri içermektedir (Bauman, 2023:122). Bu bakımdan kısa vadeli mutluluk deneyiminin yerini, aynı deneyimi yaşamak üzere sürekli olarak yenilenme ihtiyacı ve buna eşlik eden bir baskı hissi almaktadır.

“Burun ameliyatı dışında bir dönem biraz da şey diyorsun biraz da dudak olsa tamamlanacakmış düşüncesine girdim bir an. Sonra da dedim ki bu dövme muhabbeti gibi sürekli hale geliyor” (Kadın, Katılımcı 10)

“Hasta gelip burnunu yaptırıyor memnun kalırsa sonra gelip diyor ki başka ‘ben ne yapabilirim’ diye soruyor güvenerek, ‘benim neremde neyi değiştirsek sizin bakış açınızla, yüzüm nasıl altın orana daha yakın olur, nasıl daha güzel olur’ diye soruyor. Hasta eğer ilk ameliyatından memnun kalmış ve sonuç da çok iyiye tekrar yaptırmak istemesini etkiliyor.” (Estetik Cerrah)

Katılımcının sözleri estetik müdahalelerin yaygınlaşmasında, kısa süreli tatmin duygusunun sonucunda bireyin yeniden bedenini şekillendirmek üzere bir döngüye girdiğini göstermektedir. Bu bakımdan birey, estetik müdahale sonrasında bir türlü tamamlanma duygusuna erişememektedir. Estetik cerrahın sözleri bu durumu desteklemektedir. Bu doğrultuda estetik müdahaleye ilişkin olumlu deneyim sahibi olan kişilerin bir sonraki süreci düşündüğü ve tekrar, başka müdahaleleri talep ettiği görülmektedir.

Katılımcıların çoğu tüketim alışkanlıklarıyla ilişkili olarak estetik müdahale süreçlerinin, yani bedeni değiştirme arzusu ve yöneliminin bir ürün almakla eş değer olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durum, bedenin tüketim nesnesi olarak değerlendirildiğine örnektir.

“Estetik, trend gibi oldu Mercedes'e binmek gibi ya da saçını sarıya boyatmak gibi, arkadaşında görüyor beğeniyor, ya da dudak dolgusu beğeniyor bende de nasıl durur demiyor ondakinin aynısını kendisinde istiyor. Satın alma alışkanlığı gibi.” (Estetik Cerrah)

“...ama şöyle de bir şey var estetikle çok uğraşan insanlar başka şeye para bulamıyor ama estetiğe buluyor. Eskiye göre talep çok çok daha fazla şu anda. Tanıdığım biri mesela telefon mu alsam estetik mi yaptırsam diye düşünüyordu.” (Kadın, Katılımcı 10)

Estetik cerrahın sözleri, estetik müdahalelerin giderek bireysel tercihlerden uzaklaşıp bir eğilime dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Bu eğilim, müdahalelerin hem statü göstergesi olarak algılanmasına hem de başkalarına özenmenin etkisiyle, vitrindeki bir ürünü satın alma alışkanlığına benzer biçimde tüketim nesnesi haline gelmesine yol açmaktadır. Bir katılımcının (K10) ifadesinde de yer alan telefon almak ya da estetik yaptırmak ikilemi, bedenin değiştirilmesinin oldukça sıradan olduğunu ve tüketim ürünleriyle bir arada değerlendirildiğini göstermektedir.

3.2.5. Estetik Müdahalenin Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Gündelik yaşamda, bireylerin fiziksel görünümleri diğer insanlarla kurdukları ilişki ve iletişimleri de etkileyebilmektedir. Ergenekon (2006:130), güzellik algısı ile kimlik arasındaki ilişkiye dikkat çekerek, çalışmasında yer alan bireylerin kimlik inşasında ve başkalarıyla kurdukları ilişkilerde fiziksel özelliklerin önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu açıdan kimileri için kişiliğin ve bedenin birbirini tamamladığı görüşünün hâkim olduğunu vurgulamaktadır. Estetik cerrah, yapılan estetik müdahalelerden memnun kalan bireylerin

kişiliklerinde ve çevreleriyle olan ilişkilerinde olumlu yönde değişimler gözlemlendiğini belirtmiştir.

“Kişi iyi bir ameliyat sürecinden geçtiyse, ameliyatı iyi yapıldıysa kendi hastalarımın da gördüm, yürüyüşü bile değişiyor. Özgüvensiz bir kişi iken özgüvenli bir kişiye dönüşüyor, sosyal çevresi artıyor, arkadaş çevresi artıyor. Gerçekten deforme, travmatize burunlar oluyor çok eğri, yamuk, çok büyük. Kızın yüzü güzelleşiyor erkeğin yüzü değişiyor, öyle hastalarım var inanılmaz bir değişim mesela. Bazen hastalar bize de soruyor niye paylaşmıyorsunuz, hastalar yok hocam biz görmek istemiyoruz eski halimizi ben evlendim eşimin bile haberi yok diyor mesela eşim eski halimi görsün istemiyorum diyor.”(Estetik Cerrah)

Estetik cerrahın sözlerinden hareketle hastalarından bazılarının estetik müdahaleleri sosyal çevrelerinden gizlemeleri, toplumda yeni bir benlik inşa etme çabalarına işaret etmektedir. Aynı zamanda birey, eski görünümüne ve benliğine tümüyle yabancılaşmaktadır. Sarıgül (2004:141), kişinin bedeninde yapacağı değişimler yoluyla iç yapısının da değişmesini, bedenin güzelleşmesiyle birlikte kişinin iç güzelliğinin de artmasını olumlu süreçler olarak değerlendirmektedir. Bu bakımdan kişinin fiziksel görünümünde gerçekleşen değişimin, zamanla kişilik özelliklerine de olumlu yansımaları olacağını belirtmektedir. Güzellik uzmanı, çeşitli işlem yaptırmak üzere gelen müşterilerinin işlem öncesinde ve sonrasında yaşadıkları değişimi özgüven açısından değerlendirmiştir. Bu bakımdan memnun kalan müşterilerinin daha özgüvenli olduklarını ve olumlu yönde değişim yaşadıklarını belirtmiştir:

“Genel olarak insanların tırnaklarını yaptırmadan önce elleri hareketsiz kalıyor ama yaptırdırca konuşma şekilleri değişiyor kullanmaya başlıyorlar. Ciltteki sorunlar konusunda çekingen ve çok mutsuz olarak geliyorlar, 2 ay kadar sürebiliyor aynaya küsüyorlar. Utandıklarını söylüyorlar sivilce akne problemlerinde. Tedaviden sonra tüm özgüvenleri değişiyor her anlamda.” (Güzellik Uzmanı)

Katılımcılardan biri, estetik müdahale sonrasında yaşadıklarını kendi deneyimlerine dayanarak ifade etmiştir. Bu bağlamda, katılımcının söylemleri, bedende gerçekleşen değişimin yalnızca benliğin sunumunda değil, aynı zamanda içsel dünyasını da etkilediğini ve bir dönüşüme yol açtığını ortaya koymaktadır:

“Göğüslerim çok küçüktü bana kalırsa bana çok kadınsal geliyor, kadının göğsünün olması gerekiyor diye düşünüyorum ama günümüzde küçük memeli insanlar da hor görülüyor. Ben çok büyük bir şey yaptırmadım ama hissiyatını seviyorum kadınlığın temelinden geliyormuş gibi erkeğin göğsü düz. Ben mesela kendimi eksik görüyordum. Yürüyüşüm bile değişti. Kendi içimde bir şey yaşıyordum yani.” (Kadın, Katılımcı 7)

Katılımcı (K7) meme ile cinsellik arasında ilişki kurarak memesinin küçüklüğünü kadınlık bağlamında eksiklik olarak değerlendirmektedir. Bu durum kadın bedenine ilişkin toplumsal beklentilere, toplumsal cinsiyet normlarına uyum sağlama yönünde arzuyu ve baskıyı göstermektedir. Aynı zamanda estetik müdahale deneyimi sonrasında yaşadığı

dönüşüm, yürüyüşün değişmesi, bireyin bedenine yönelik algılarının ve bağlantısının psikolojik ve sosyal olarak yeniden inşa edildiğini ve bunun da toplumsal yapılarla iç içe geçen süreçlere göre şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların çoğu, estetik müdahale deneyimlerinin sonuçlarına yönelik sosyal çevrelerinden olumlu tepkiler aldıklarını belirtmiştir. Katılımcılar için başkaları tarafından yapılan olumlu değerlendirmeler, deneyim sahibi kişiler için motivasyon sağlayıcı bir nitelik taşırken; bazı katılımcılar olumlu sonuçların çeşitli diğer sosyal ve ekonomik faydalarını dile getirmiştir.

“Yaptırdıktan sonra aynaya baktığım zaman daha genç ve psikolojik olarak daha iyi hissettiğimi hissettim görüntü olarak. Olumlu tepkiler aldım, biraz daha gençleştiğimi söylediler. Genç görüntüye sahip olduğum için çevreden fark edilmişti.” (Erkek, Katılımcı 1)

“Girdiğim ortamlarda kendimi daha dinamik hissettim. Aldığım tepkiler de daha güzeldi. Hep böyle "sen çok değişmişsin" diyorlardı ama neyden dolayı değiştiğimi bilmiyorlardı mesela. Bu çok hoş bir şey.” (Kadın, Katılımcı 12)

Katılımcılardan biri, estetik müdahale sonucunda sosyal çevresinden aldığı olumlu tepkilerin yanında ameliyat ve iyileşme sürecinin tamamlanmasından sonra yeni arkadaşlıklar kurduğunu ve bu anlamda sosyal çevresinin genişlediğini ifade etmiştir:

“Burun ameliyatından sonra çok güzel tepkiler aldım. Şöyle söyleyeyim, daha öncesinde bir iki kızla konuşurken artık konuştuğum kişi sayısı daha da arttı.” (Erkek, Katılımcı 1)

Katılımcıların biri, estetik müdahale deneyimi sonrasında sosyal çevresinden aldığı olumlu tepkilerin yanında sosyal medya üzerinden fotoğraf paylaşma sıklığının arttığını ve bu durumu maddi kazanç elde etme amacıyla da değerlendirdiğini belirtmiştir:

“Sonucu müthişti, hızlı iyileşiyor zaten şiş hali bile çok güzeldi yani. Çevreden çok doğal durmuş, yüzün küçülmüş, çok güzelleşmişsin, gençleşmişsin diyorlardı. Çoğu kişi de fark etmedi ben söyleyene kadar söylediğimde de burnumun estetik olduğuna inanmayanlar vardı. Sonra bir anda dedim ki Instagram’a neden video çekmiyorum. Baktım burnum güzel, artık dedim yan profilden video çekebilirim, hayatıma böyle maddi bir etkisi de oldu yani zaten evdeyim, evden çalışıyorum neden yapmayayım dedim.” (Kadın, Katılımcı 13)

Katılımcı (K11) için estetik müdahale deneyimi, maddi kazanç elde etmesine yarayan işlevsel bir nitelik taşımaktadır. Estetik müdahaleler, bireyin kendisini geliştirmesi veya ekonomik başarı elde etmeye yönelik rasyonel ve ileriye dönük atılan bir adım olarak değerlendirilmektedir. Bu bakımdan estetik müdahale pratik bir eylem olmanın yanında, ekran önünde olmanın gerekliliği olarak güzel ve genç görünmekle ilişkilendirilmektedir (Brooks, 2004: 221-222).

Katılımcıların çoğu estetik müdahale deneyimlerinin sonuçlarını, sosyal çevreden gelen olumlu tepkiler, sosyal çevrenin genişlemesi, özgüven artışı, beden ve benliğin yeniden değerlendirilmesi ve sunumunun değişmesi, maddi kazanç sağlayıcı olması gibi çeşitli yönlerden olumlu olarak değerlendirmiştir; ancak estetik müdahalelerde olumlu sonuçların değerlendirilmesine karşın; tüketim toplumunda çeşitli riskler barındırdığı ve estetik müdahalelerin beden ve özellikle yüz bölgesi için taşıdığı risklerin değerlendirilmesi gerektiğini söylemek mümkündür.

3.2.6. Tüketim Toplumunda Yüz Estetiğinin Risklerinin Değerlendirilmesi

Bedenlerimiz, dış dünyanın geçici, belirsiz ve istikrarsız yapısının yanında, bizimle daima kalacak olan, kontrol edebildiğimiz bir alan olması nedeniyle içinde güvenli hissettiğimiz; ancak başkaları tarafından değerlendirilmesi ve arzu nesnesi olması nedeniyle güvensiz de hissedebileceğimiz bir yapıdır. Bu bakımdan beden, eğer risk barındırıyorsa, insan eylemlerinin, tüm uğraşlarının, harcamalarının, yatırımlarının yükünü ve ihmal edilen veya dikkat edilmeyen her tür eylemin sonucunu üstlenmektedir (Bauman ve May: 2019). Bu anlamda katılımcılar tarafından bedene yönelik çeşitli nedenlerle yapılan estetik müdahale deneyimlerinin özellikle yüz bölgesine yapılan müdahalelerde barındırdığı riskler bu bölümde değerlendirilmektedir.

3.2.6.1. Sağlıklı Bedenin Dönüşümü, Parçalanması Üzerine

David Le Breton (2019), “Bedene Veda” kitabında, modern bedenin bir bütünlük teşkil etmediğini ve toplum onayına sunulmak ve toplum tarafından değerlendirilmek üzere parçalara ayrılarak dönüştürülebilir birer nesne haline geldiğini vurgulamaktadır. Bu durumda beden, tek tek parçaların toplamı olarak müdahaleye açıktır. Bedenin her bir parçasının ayrı ayrı müdahaleye açık oluşunu estetik cerrah, burun estetiği ameliyatı örneği üzerinden, burun yapısına göre değerlendirmiş ve bireyin güzellik idealine ya da istediği görünüme sahip olmak istemesinde biyolojik sınırlılıkların olabileceğini, bu nedenle ciddi tıbbi risklerin de ortaya çıkabileceğini ve bu risklerin mesleki etik açısından da yükümlülüklerinin meydana gelebileceğini belirtmiştir. Bu doğrultuda bazı durumlarda biyolojik sınırlılıklar nedeniyle bireyin istediği görünüme kavuşma talebi ve beklentisi riskli kabul edilebilmektedir.

“İşlemlerde belli standartlar için ölçümler var ama %100 yetemiyorsun, burnunu küçültürken kişinin kemiği çok kalın oluyor.... Estetik bir sonuç elde etmeye çalışırken enfeksiyonla karşı karşıya kalabiliyorsun, enfeksiyon öldürücü bir enfeksiyon da olabilir yani dolayısıyla orada risk fayda zarar oranına bakıp kendi sınırimi çiziyorum ama bu her hekimin inisiyatifine kalmış bir şey. Bazı hekim arkadaşlar da şartları

zorlayıp o bölgeyi çok törpüleyebiliyorlar, mesela bir hekim arkadaşımın başına gelmiş o bölge enfekte olmuş 1-2 ay o bölge akmış.” (Estetik cerrah)

Estetik cerrahın, biyolojik sınırlılıklar çerçevesinde istenilen ve idealize edilen beden formuna sahip olmanın mümkün olamadığı durumlara ilişkin söylemlerine, katılımcılardan birinin yaşadığı deneyimörnek oluşturmaktadır. Bu durum, reklamlarda ve güzellik standartlarında sunulan görünüme erişmede, biyolojik farklılıkların bir engel oluşturduğunu da ortaya koymaktadır. Katılımcı(K9) estetik müdahale süreçlerinin belirsiz ve öngörülemez olduğunu yaşadığı deneyim sonrasında dile getirmiştir. Bu bakımdan sözlerinde ‘prens de olabilirsin, kül kedisi de’ söylemiyle güzellik ideali olan prenses görünümüne sahip olmak adına yapılan işlemlerin sonucunda istenmeyen bir görünüme sahip olma riskinin de bulunduğunu, bu risklerin bilincinde olarak sürece dahil olduğunu; ancak yaşanan olumsuz yan etkilerin geri dönülemez ve problematik olabileceğini belirtmiştir:

“İyi bir doktor seçmeleri lazım, sana uygun olanı yapmalı, doktorla iletişim çok önemli, sonraki süreçte destek vermesi önemli yanlış şeyler olabilir. O yüzden her türlü riske göre ameliyat oluyorsun, ona göre girmen lazım ameliyata, çünkü çıkınca prenses de olabilirsin kül kedisi de olabilirsin o çok büyük bir şans. Senin burnunun nasıl bir tepki vereceğini bilemezsin bende mesela doktor ilk defa kıkırdak durmuyor dedi. Arkadaşım yaptırdığında aynı doktora güzel olmuştu onun cesaretiyle yaptırmak istemiştim. 3-4 gün aşırı zordu eğilemiyorsun ama sonunun çok güzel olacağını düşünerek hayal ediyordum ve bebek gibi oldu. İlk başta kıkırdağın oynağının farkında değildim, ikinci ameliyat ücretsiz oldu onda da orta burnum çöktü, dava açmadım ama kötü geçti. Üçüncüyü olmadım ekstra daha kötü olabilir diye deformasyon olduğu için riskli, korktum ama iyi ki yaptırmışım.” (Kadın, Katılımcı 9)

Katılımcıya(K9) göre, sağlık açısından ve ideal görünüme ulaşmada, estetik müdahaleye karar verme sürecinde etkili olan sosyal çevrenin bizzat deneyimleri tarafından güven inşa edilse de risklerin oluşabileceği; ancak her ne kadar ciddi ve bilinmezlik niteliği taşısa da risklere rağmen istenmeyen eski görünümün değişmesi nedeniyle deneyimin olumlu olarak değerlendirildiğinden bahsetmek mümkündür.

Estetik cerrah, estetik müdahaleler sonucu oluşabilecek sağlık risklerinin, yaygınlaşan ve ulaşılabilirliği artan estetik işlemlerin yetkisiz kişiler tarafından, ticari amaçlarla yapılması nedeniyle oluşabileceğini vurgulamıştır:

“Şu anda çok fazla olumsuz süreç yaşayanlar var, çünkü alanı olmayan kişiler estetik ameliyat yapıyor. Güzellik salonlarında denetim yetersizliği nedeniyle doktormuş gibi dolgu yapanlar var. En son Antalya’da bir güzellik salonunda hastanın burnuna dolgu yapılmış, hasta hastaneye yatırılmış, hastada körlüğe neden olmuş. Plastik cerrahinin içindeki ‘estetik’ kelimesiyle ‘estetisyen’ kelimesi benzer olduğu için o kelimeleri kullanarak kişileri yanıltıyorlar. İğneyle enjeksiyon sadece hekimin yapabileceği bir şey güzellik salonlarında yapılamaz.” (Estetik cerrah)

Güzelliğin bir zorunluluk haline gelişiyle ve estetik müdahalelere olan talebin artmasıyla birlikte, ticarileşen güzellik sektöründe bireylerin taleplerinin karşılanmasına

yönelik yetkisiz kişiler tarafından yapılan estetik uygulamaların, özellikle estetik ve estetsiyen kelimelerinin kullanımının yanıltıcılığıyla uzmanlık alanlarının sorunsallaşmasına ve bireysel ve toplumsal anlamda risklerin artmasına neden olduğu görülmektedir. Bu bakımdan estetik cerrahın, güzellik salonunda yetkisiz kişilerce yapılan enjeksiyon sonucu hastada oluşan körlüğü örnek göstermesi, geri dönüşü olmayan bir risk unsuru olarak ortaya çıkmaktadır.

Estetik cerrah, ayrıca daha fazla kişiye ulaşabilmek adına kelimelerde yapılan ufak değişimlerin, tüketici için yanıltıcılığının olabileceğini dile getirmiştir. Bu bakımdan bilgi edinmenin de söylemlere bağlı olarak risk altında olduğunu, kar elde etmek adına kullanılan bu tür yanıltıcılığın yalnızca birey için değil toplumsal düzeyde sağlık güvensizliğine yol açabileceğini söylemek mümkündür.

“Hekimlerin paylaştıkları da çok yönlendiriyor bence hele bu tekniği ben buldum, farklı bir teknik iz kalmıyor, bunlar da yanlış yönlendirici şeyler mesela. İzsiz yüz germe diyor, izsiz yüz germe diye bir şey yok yani, izi saklıyoruz diyebilirsin. Kulağın arkasından ya da saçın içinden kesiyor, gözükmüyor diyor bu yanıltıcı bir söylem aslında hekimler arasında da sonuçta bu bir pazarlama aslında rekabete aykırı bir durum var. Mesele reklam vererek ‘ünlülerin plastik cerrahı’ ya da ‘en gözde semtte’ gibi ifadeler yanıltıcı. En son teknik diyor neye göre ölçülebilir olmayan şeylerle hekimlerin yaptığı reklamlar da yönlendiriyor veya sosyal medyada, buna bir düzenleme gelmesi gerekiyor ama yurtdışında da bir çılgınlık var, yurtdışında hiç düzenleme yok.” (Estetik cerrah)

“Acısız ve ağrısız 10 yaş gençleşme, diş sıkmayla ilgili problemim vardı onunla birlikte göz çevresi ve alın çizgilerime botoks yaptırdım. Sağlık için bir zararı olmadığını düşündüğüm için yaptırdım diyebilirim.” (Erkek, Katılımcı 17)

Bedeni dönüştürmeye yönelik cerrahi müdahalelerin önemli bir bölümü, fiziksel acı ve kanama gibi zorlu süreçleri içermektedir. Ancak son yıllarda teknolojik gelişmelerle birlikte, estetik müdahaleler daha acısız, kanamasız ve kısa sürede normal yaşama dönülebilecek işlemler olarak sunulmakta; bu da estetik müdahalelere olan arz talep dengesini şekillendiren yaygın söylemler haline gelmektedir. Böylece beden, biyoteknolojik ilerlemelerle birlikte tüketim toplumunun yönlendirme ve cezbedici söylemlerine, tıbbın sıradanlaştırdığı yaşam pratikleri aracılığıyla uyum sağlamaktadır (Kurt, 2016: 1313).

Estetik müdahalelerin popüler hale gelmesi ve sağlık alanlarının ticarileşmesiyle bireyler anlık karar vererek de estetik müdahalelere yönelebilmektedir. Katılımcının(K6) ifadeleri, estetik müdahalelerin tüketici kültürün anlık ve şu anda tüketme mitine uymasına ek olarak güzelliğin sıradan, rutin ve yalnızca estetik açıdan değil işlevsel olarak kolaylık sunması bakımından da tercih edildiğine bir örnek oluşturmaktadır. Ancak katılımcı, yaşadığı deneyimin sonucunda sağlık sorunu oluştuğunu ve bu nedenle işlemlerin tekrarlanmasından kaygı duyduğunu belirtmiştir.

“Daha önce gittiğim yerde tırnak yaptırıyordum hadi yapalım deyip yaptırdım güzellik merkezinde. Detaylı araştırmamıştım onların kendi yaptıkları işlemleri görüyordum 2 gün evden çıkmadım dudağımın şişliği insin diye. Kalabalık ortamlara girmemeye çalıştım. Ertesi günü şiş ve mor uyandığım için ne yapacağımı bilemedim. Geçen haftalarda da dudak renklendirme yaptım memnun muyum evet tamamen kolaylık için ruj kullanmamak için gitmek istiyordum ama yaptırdıktan sonra uçuk kaptı o yüzden rötuşa gitmedim.” (Kadın, Katılımcı 6)

Bu durum estetik cerrah tarafından belirtilen yetkisiz kişilerce yapılan işlemlerde oluşabilecek sağlık sorunlarına örnek oluşturmakla birlikte, estetik müdahaleye karar verme süreçlerinin hızlı ve anlık olması da risklerin meydana gelmesinde etkili olabilmektedir. Bir katılımcı(K4)ise, estetik müdahalelerin yaygınlaşmasıyla artan risklere karşı daha farkında ve bilinçli olarak, daha önce yaşanmış deneyimlerden yola çıkarak sorgulayıcı bir tavır geliştirmektedir. Bu da tüketim toplumunda sunulanı almanın aksine daha temkinli tercihler yapmaya örnek oluşturmaktadır.

“Eğitimi almamış uzmanlığı olmayan kişiler tarafından yapıldığında sonuçlarının çok kötü olabileceğini düşündüğüm ve gördüğüm için kesinlikle bu şekilde tedavi yöntemleri düşünmüyorum.” (Kadın, Katılımcı 4)

Katılımcının(K4) sağlık sektöründe çalışıyor olması, sağlık açısından risklerin değerlendirilmesinde önemli bir nokta olarak görülebilmektedir. Bunun yanında sıradan ve rutin kabul edilen işlemlerin, ihmal sonucu ve düşünmeksizin yapılmasının geri dönülemez sonuçlarıyla bireyin kendisi yüzleşmek durumundadır. Bu bakımdan katılımcı, savunmasız olan bireyin, bedeni üzerinde karar verme süreçlerinde daha temkinli olması gerektiğini vurgulamaktadır.

3.2.6.2. Beden Algısı Sorunları

Toplumun güzellik standartlarına uyma yönünde birey üzerinde baskı oluşturduğuna dikkat çeken bir katılımcı (K10), bu durumun sürekli bir tatminsizlik hissine ve bedene yönelik memnuniyetsizliğe yol açtığını ifade etmiştir. Katılımcıya göre, birey bu baskı nedeniyle bedenine sürekli müdahalelerde bulunmakta ve zamanla beden algısında bozulmalar yaşamaktadır. Bu durum, bireysel bir tercih olmaktan çok, toplumsal normların birey üzerinde kurduğu baskının sonucu olarak ortaya çıkmakta; özellikle yüzün biçimlendirilmesinde özgür iradenin geri planda kaldığını ve estetik müdahalelerin uzun vadede deformasyon riskini artırdığını göstermektedir.

“Bence estetik daha da arttı ama kötü yönde arttı. Daha da çirkin olalım diye hani toplumun direttiği güzellik algısından dolayı. Mesela bir dudak yaptırıyor bu olmadı daha fazla daha fazla, diyerek ipin ucu kaçıyor. Veya bir burun yaptırıyor şekli tam olarak istediğim gibi olmadı diyor tekrar yaptırıyor bu sefer daha beter oluyor. Bu şekilde devam ediyor.” (Kadın, Katılımcı 10)

Katılımcının(K10)sözleri bedene ilişkindeğerlendirmelerin, bedenin düzenlenebilir oluşu nedeniyle sürekli ve tam anlamıyla tatminin olmadığı bir düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bakımdan birey, dayatılan güzellik normlarının etkisiyle, daha fazlasını isterken toplumun kabul etmediği, ya da aşırılık olarak nitelendirdiği bir forma dönüşebilmektedir.Estetik cerrah, tüketim toplumunda bedeni istenilen forma sokabilme imkanının, tüketici bireyin isteklerindeki sınırsızlıkla karşı karşıya kalarak etik açıdan sorun oluşturabileceğini ve bireylerin isteklerinin beden algısına yönelik uç nokta olan patolojilere göre de değerlendirilmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Bu bakımdan estetik cerrah için medyada renkli sunulan kurgusal bir film karakterinden etkilenen bir kişinin yüzünü buna göre değiştirmek istemesi, biyolojik işlevsellik açısından olumsuz olarak değerlendirilmiştir.

“Mesela bir dizi vardı bu konuyla ilgili, orada bir kadın geliyor ben Pembe Panter'e benzemek istiyorum diyor, kedi yüzü gibi olsun diyor burnunu küçültüyor yüzünü değiştiriyor, sonunda psikiyatrik hasta olduğu ortaya çıkıyor, bu da akıllara her psikiyatrik hastanın istediği yapılacak mı sorusunu getiriyor çünkü yapılan işlem güzel olmuyor. Bana göre form ve fonksiyonu bozacak estetik mantıklı değil ben yapmıyorum.” (Estetik Cerrah)

Estetik müdahalelerin sonucunda bireyin yapılan işlemi beğenmemesi olasılık dahilinde olsa da, psikolojik sorunları bulunan bireylerde bu memnuniyetsizlik çok daha yüksek düzeyde ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle,psikiyatri alanında değerlendirilen kişilerin, bedenineyönelik hoşnutsuzluklarının yalnızca estetik cerrahi kapsamında değil, ruh sağlığı bağlamında da psikiyatrik değerlendirmeye tabi tutulması gerekebilmektedir (Bingöl, 2020: 97). Estetik cerrah bu durumun, mesleki etik ve işlevsellik açısından ele alınırken sorunlu olduğunu dile getirmektedir.

3.2.6.3. Tek Tipleşme

Günümüzde bedenin, biyolojik tanımından ayrı olarak yorumlanması ve teknolojiyle birlikte sürekli dönüştürülebiliyor olması, onu seri üretime açık, sürekli düzenlenen, taklit edilebilir ve toplumun beklentilerine göre biçimlendirilebilen bir nesne haline getirmektedir. Bu bakımdan gelişen teknolojiyle birlikte kendine özgü halinden uzak, benzer, dahası ayırt etmesi güç bir özdeşlikte bedenlerin üretimi söz konusudur (Baudrillard, 1995: 114). Katılımcıların çoğu, özellikle yüz bölgesinde birbirine benzeyen insanların çoğalmasını istenmeyen bir durum olarak tanımlamaktadır.

“Günümüzde güzellik algısı, maalesef herkesin aynı olmasını; kodlanmış bir şekilde aynı ağız, aynı burun, aynı elmacık kemiğine sahip olmasına neden oluyor ama bana sorarsan herkesin aynı olması bir güzellik belirtisi değil bence. Daha özgün olmak, aurası güzel olmak daha farklı o yüzden hani dozunda güzel. Estetikle tamamen değişim, aynı olmaktan başka bir şey değil.” (Kadın, Katılımcı 10)

“Kişiyi özel olmalı, nasıl bir kıyafet alıyoruz bedenimize göre bence estetik ameliyat da kişiyi özel yani. Bazı bilinçsizce işlemlerden dolayı hepsi birbirine benziyor durumu var onu olumlu karşılamıyorum.” (Kadın, Katılımcı 12)

Katılımcılar, günümüzde estetik müdahalelerin tek tipleştirici ve bireysel farklılıkları ortadan kaldıracı yapısını olumsuz olarak değerlendirmektedir. Bu bakımdan Katılımcının (K10) ifadesine göre aynılaşma, bireysel özgünlüğün silinmesine yol açmakta; toplumsal normlara göre biçimlenen yüzlerin ise gerçek bir güzellik olarak algılanmadığı dile getirilmektedir. Katılımcı (K12) de kıyafetin bedenle ve bireyin tarzıyla uyumlu olması gerektiğini örnek göstererek, yüzün kişiliğe uygun olarak iyileştirilmesini, ancak tümüyle değiştirilmemesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu ifadeler, estetik müdahalelerin bireyin özgün yapısını yok sayarak bilinçsizce standart kalıplara indirgenebileceğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda kültür endüstrisinin birey üzerindeki etkisinin ele alınması önemlidir. Adorno'nun (2021:80) belirttiği gibi, kültür endüstrisi, bireyi özgün niteliklerinden arındırarak türsel bir örneğe dönüştürmekte, farklılıkları silikleştirip homojen bir estetik norm üretmektedir. Kusursuz benzerliğin egemen hale gelmesi, bireyin ayırt edici özelliklerini yok ederek onu sistem içerisinde kolayca yer değiştirilebilir, sıradan bir unsura dönüştürmektedir. Bu dönüşüm bireyde, yerinin kolayca doldurulabileceği duygusunu pekiştirerek, sistem içerisinde artan bir farkındalıkla daha fazla değersizleştiğini ve görünmez hale geldiğini hissetmesine yol açmaktadır.

3.2.6.4. Yüz Mimiklerinin Kaybolması ve İfadesizlik

Toplumsal etkileşimde, duygu ve düşünceleri aktarma ve ifade etmede yüz ifadesi ve mimikler önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda yüz ifadesi, çevreyle kurulan ilişkilerde belirleyici rol oynamaktadır. Katılımcıların biri (K4) deneyimlediği estetik müdahale sonucunda yüzünde oluşan donuk ve gergin ifadenin sosyal çevresi tarafından olumsuz olarak değerlendirildiğini, kendine has olan mimiklerinin ortadan kalktığını ifade etmiştir.

“Cildimin gerildiğini, yüz mimiklerimin eskisi gibi olmadığını, daha iyi bir görünüme sahip olacağımı düşünürken, yüz ifadem daha sınırlı dışarıya yansıdığını fark ettim. Evet aynada kırışıklıklar gitmişti ama herkesin alışkın olduğu gülüşüm de gitmişti. ‘Depresyonda mısın, moralin mi bozuk’ gibi gülüşümün ve yüz ifadem beni yansıtmadığı şekilde tepki aldım.” (Kadın, Katılımcı 4)

Katılımcılardan biri de (K16) estetik müdahale sonrasında bireylerin fiziksel görünümünün değiştiğini, bu durumun da bireyleri görsel olarak tanınmaz hale getirdiğini ifade etmektedir:

“İnsanların eski hali ve yeni hali televizyonlarda gösterildiğinde çok değişmiş oluyor. Gerçekte de başka bir kişiyle sanki konuşuyormuşsun gibi geliyor. O yüzden keyfi olarak yapılması bana göre ters. Kişinin kişiliği bile değişiyor. Ama sağlık açısından

gerçekten sorun yaşıyorsa yaptırmalı. Kişiler kendi güzelliklerini görmüyorlar. Dışarıdaki insanların alıştığı karakter yapısı var, fiziksel görünüm geçici, yaşlanınca estetikle ne kadar düzeltereksin.” (Erkek, Katılımcı 16)

Katılımcının ifadesi, estetik müdahalelerin bireyde, adeta bambaşka biriyle konuşuyormuş hissi uyandıracak düzeyde bir farklılaşmaya neden olabildiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, özellikle yaşlanmanın kaçınılmaz ve kabul edilmesi gereken doğal bir süreç olduğu vurgulanmaktadır. Katılımcıların değerlendirmesi doğrultusunda estetik müdahale sonucu bireyin kendine özel olarak tanımladığı ya da başkaları tarafından tanımlayıcı özelliklerinin yitimi, ideal, genç ve dinamik olan görünüme sahip olmanın her zaman beklenen ve istenen sonuç olmadığını göstermektedir. Bu açıdan birey için estetik müdahale süreci, toplumun bireye ilişkin imgesine ve bireyin de kendi görünümüne ve bedenine yabancılaşmayla sonuçlanabilmektedir.

3.2.6.5. Medya Kaynaklı Riskler

Medyada sunulan beden algısı, bireyleri edilgenleştiren stratejik bir yönlendirme aracı haline gelmektedir. Belirli simgesel kodlarla sınırlanmış olan sosyal beden kurgusu aracılığıyla, bireylerin fiziksel gereksinimleri, ekonomik çıkarlar doğrultusunda daha kolay biçimlendirilmektedir. Bu tür bedensel ihtiyaçların, yaygın tüketim pratikleriyle örtüşmesi halinde ise bireylere gerçekte sahip olmadıkları bir kimliğe sahip oldukları izlenimi verilmektedir. Bu bağlamda, beden merkezli medyatik yönlendirme, bireye toplumsal, kültürel ve siyasal sistem içerisinde “makul” olarak görülen konumlama biçimi sunarak kendisini göstermektedir (Köse, 2011: 27). Estetik cerrah, geleneksel medyada ve sosyal medyada estetik müdahalelerin birer pazarlama nesnesine dönüşerek sağlık alanının metalaştığını ve reklamlar aracılığıyla tüketicinin estetik müdahalelere yönlendirildiğini vurgulamaktadır. Bu anlamda önemli olan toplumsal sağlık, doğru bilginin aktarılması olmaktan çıkarak tanıtım gücü, firma karı ve uzmanlığın varlığını riske atan gösteri unsuruna dönüşmektedir.

“...veya işte televizyonlar en büyük sıkıntı bence, en çok televizyonlar etkiliyor aslında. Mesela televizyon kanallarından biri her ay arıyor, şu kadar para verin sizi televizyona çıkartalım diyorlar, televizyona çıkanların çoğu para vererek çıkıyor ya kendisi veriyor ya da sponsoru firma, örneğin dolgu firması geliyor diyor ki bizim dolgumuzu anlat parasını biz karşılayacağız. Doktor olmayı bile doktormuş gibi çıkıyorlar, sevgili hekim arkadaşımız hoş geldiniz diyerek tanıtıyorlar. Ayrıca sosyal medyada da hekimler çok fazla photoshop ve filtre yaparak paylaşıyorlar hastaları, yani tüketicileri yanıltıcı da yönlendirebiliyor.” (Estetik cerrah)

Estetik cerrahın ifadesine göre, sosyal medyada estetik müdahale görmüş bedenleri kusursuzlaştırma çabaları, estetik müdahalelere ilişkin gerçek olmayan beklentilerin ve buna yönelik yanıltıcı beden algılarının sosyal medya üzerinden oluşmasında rol oynamaktadır. Beden üzerinde, uzman olmayan kişilerce ve pazarlama kaygısıyla uzmanlarca kitlelere

seslenerek söz sahibi olmak, bedeninin denetimini ve disipline edilmesini de içeren bir tahakküm aracı haline alabilme riskini barındırmaktadır.

“Bazen daha önce olmuş bir ünlünün, mesela barbie nose, baby nose başkasının hokka olmuş küçücük bir şey kalmış kalemle çizilmiş çok yapay duruyor mesela öyle burunlar atıyorlar ben öyle burunları hiç kabul etmiyorum ben bunları yapmıyorum diyorum. Ben o tarz yapmıyorum yani fonksiyonel olarak ilk önce plastik cerrahide form ve fonksiyon gelir; yani form ve fonksiyonu uygun olmayan bir estetik yapmıyorum.” (Estetik cerrah)

Estetik cerrah, kendisine estetik müdahale olmak üzere başvuran kişilerin, medyada yer alan ünlülerin yaptırmış olduğu estetik müdahaleleri talep ettiklerini; ancak kişinin yapısına uygun olmayan, yalnızca güzel olduğu kabul edilen biçimlerin uygulanmasında işlevsel sorunların oluşabileceğini belirterek, bireylerin medyada popüler olan görünüşleri kendilerine uygun olup olmadığını değerlendirmeden isteyebildiklerini ifade etmiştir.

3.2.6.6. Tüketim Nesnesi Haline Gelen Yüzün Tükenmesi Üzerine

Yüz, bedende bireyin toplum tarafından tanınırlığını, kimliğini ve kişiliğini taşıyan temel bir alandır. Yüz aracılığıyla birey kendisini tanımlar ve başkaları tarafından tanınır; ancak tüketim toplumunda yüz, sürekli biçimlendirilen tüketim nesnesine dönüşmüştür. Bir katılımcının (K7) ifadesi, estetik müdahaleler sonucunda tanınırlığını yitiren, kimlik göstergesi olma özelliğini ve doğallığını kaybederek biçimsel dönüşüme uğrayan ve bu yolla tüketim nesnesi haline gelen yüzün tükenişine önemli bir örnek teşkil etmektedir.

“Başımıza çok komik bir olay gelmişti havalimanında kontrol esnasında, iş arkadaşımızın fazla estetikten kimlik fotoğrafındaki eski haliyle şu anki görüntüsü uyuşmadı mesela. 20 dk bekledik parmak izi aldılar. Bu benim gözümde o kadar tasvip ettiğim bir şey değil. Doğallığın acayip bir şekilde üstüne çıkmak bir hastalık gibi çok da normal değil. Olması gereken doğallığı bozmayacak şekilde ufak tefek şeyler yapılabilir.” (Kadın, Katılımcı 7)

Katılımcının (K7) ifadeleri, estetik müdahalelerin ulaştığı en uç noktaya işaret etmekte ve özgünlüğün tamamen yitirildiği durumlara dikkat çekmektedir. Bireyin kendine özgü bedensel özelliklerinin bütünüyle kaybolabileceği bu dönüşüm, yalnızca kimliksel değil, aynı zamanda güvenlik açısından da ciddi riskler barındırmaktadır.

Bedenin yeniden biçimlendirilmesi ve değiştirilmesiyle ilgili işlemlerin görülmeyen yüzünde, hatalı ve kimi zaman ölümlerle sonuçlanan müdahaleler, yeme bozuklukları, aşırı egzersiz bağımlılıkları gibi problemler gizlenmektedir. Aynı zamanda bedeninin istenilen görünüme kavuşması ideal üreten reklamların, toplumda her zaman istenilen bedeninin kabul görmemesi nedeniyle gerçeklikle ilişkisi bulunmamaktadır. Bedenin reklamlarda sunulan seçme özgürlüğü söylemleriyle kuşatılması, görünümde bireysel ve kültürel farklılıkların yok

sayılmasına ve seçme alanlarının kısıtlanmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda norm haline gelen, tek tipliğin hâkim olduğu imgeler, tesadüfi ve keyfi olmaktan öte; tartışmanın anlamsız olduğu düzeyde toplumsal cinsiyet ve sınıf gibi yapısal güç ilişkilerini ve kültürel sembolleri derinden ve tümüyle yansıtmaktadır (Bordo,2003: 250).



SONUÇ

Bu tez, estetik müdahalelerin bireysel memnuniyetsizliklerin sonucu olarak görülmesinden ziyade, estetik müdahaleleri tüketim toplumunun beden üzerindeki etkileri bağlamında ele alarak, özellikle yüz bölgesine yönelik bireylerin estetik müdahale deneyimlerinin ardında yer alansosyo-kültüredinamikleri anlamayı hedeflemiştir. Araştırmada, bireylerin estetik müdahale deneyimleri; bu müdahaleleri tercih etme nedenleri, yaş ve cinsiyete bağlı farklılıklar, medyanın yönlendirici etkisi, beden algısı ve toplumsal etkileşim boyutlarında değerlendirilmiş; profesyonel bakış açısı sunması bakımından estetik cerrah ve güzellik uzmanının görüşleriyle desteklenmiştir. Bu doğrultuda tez, oldukça yaygın olarak deneyimlenen estetik müdahalelerin yalnızca bireysel kararlar olarak değerlendirilemeyeceğini, aksine tüketim kültürünün yön verdiği toplumsal yapı içerisinde şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Bu araştırma, Antalya ilinde bulunan estetik cerrah ve güzellik uzmanının yanında, yüz bölgesinden estetik müdahale deneyimi bulunan 23-57 yaş aralığına sahip bireylerin deneyimlerinin incelenmesini içermektedir. Yüz bölgesinin, bedende ve estetik müdahalelerde merkezi önemine odaklanması, çalışmanın bu boyutta derinleşmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte, vücudun diğer bölgelerine yönelik müdahalelerin de beden ve benlik algısı açısından önemli olduğu değerlendirilmekte birlikte, bu alanların araştırmaya dahil edilmemesi; çalışmanın yalnızca yüz bölgesine ve 23-57 yaş aralığındaki bireylere odaklanması, bütüncül bir yaklaşım geliştirme açısından araştırmayı sınırlandırmaktadır. Ancak çalışmada uzman görüşlerine ve deneyimlerine yer verilmesi, araştırmaya çok boyutlu bir bakış açısı kazandırmaktadır. Araştırmanın, estetik müdahalelerin toplumsal yönlerinin incelenmesi bağlamında yapılacak sonraki çalışmalara katkı sunacağı düşünülmektedir.

Bu kapsamda çalışma, estetik müdahale deneyimlerini; Baudrillard'ın tüketim toplumu, Adorno'nun kültür endüstrisi, Bourdieu'nun sermaye biçimleri, Goffman'ın benliğin sunumu, Foucault'un biyoiktidar kavramı ve bu bağlamda sağlığın denetim ve kontrol mekanizmasına dönüşümü, Giddens'in modernite ve bireysel kimlik inşası, Breton'un bedeninin parçalanması ve temsili, Featherstone'un bedeninin tüketim nesnesi haline gelerek şekillendirilmesi, Bauman'ın tüketim toplumu ve beden anlayışı çerçevesinde ele almaktadır. Araştırmada, günümüzde yaygın olarak deneyimlenen estetik müdahale uygulamaları, bu yaklaşımlarla anlamlandırılmakta ve desteklenmektedir. Bu konuda daha önce yapılmış olan çalışmalarda elde edilen bulguları desteklemekte olup, çalışmanın veri analizinde yer almakta;

bu durum ise estetik müdahalelerin tüketim toplumu içerisinde sosyo-kültürel bağlamını güçlendirmektedir.

Bu çalışmada, bedene yönelik estetik müdahalelerin kadınlar tarafından daha yaygın biçimde deneyimlendiği, bunun da toplumsal cinsiyet normlarına uyma, bu normlara göre belirlenen ve beklenen görünüm standartlarına ulaşma ve kadınlık rollerine ilişkin toplumsal baskılarla ilişkili olduğu görülmektedir. Kadın katılımcıların ve uzmanların ifadeleri doğrultusunda, kadınların erkeklere kıyasla bedenleri üzerinden, özellikle hem cinsleri tarafından ideal beden görünümüne sahip olma yönünde daha yoğun eleştiriyile karşılaştıkları, bu eleştirilerin medyave toplumsal söylemler aracılığıyla deneyimlendiği belirtilmektedir. Erkek katılımcılar ise, estetik müdahaleleri daha çok sağlık ve işlevsellik açısından değerlendirmektedir. Bu durum, estetik müdahalelere yönelmedeki nedenlerin ve motivasyonların toplumsal cinsiyet normları doğrultusunda farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Araştırma bulgularına göre, estetik müdahalelerin tercih edilme nedenleri yaşa bağlı olarak da değişiklik göstermektedir. Genç bireyler, ideal beden ve güzellik normlarına uyum sağlama ve akran zorbalığı etkisiyle estetik müdahaleye yönelirken; orta ve ileri yaş grupları ise ideal bedene ulaşmanın yanında, özellikle yaşlanma belirtilerini azaltma ve bedensel işlevselliği sürdürme amacını taşımaktadır. Ayrıca genç yaşlarda ekonomik imkanların bulunup bulunmamasının da estetik müdahaleye başvurmada etkili olduğu değerlendirilmiş; bu bakımdan genç bir katılımcı, estetik müdahale yaptırmak amacıyla çalıştığını ve çalışarak kazandığı geliri bu doğrultuda harcadığını belirtmiştir. Bu durum, estetik müdahalelerin tüketim nesnesine dönüştüğünü göstermekte ve Pierre Bourdieu'nun (1996) ifade ettiği ekonomik sermaye üretimiyle ilişkilendirilebilmektedir. Bunun yanında katılımcının elde ettiği gelire estetik müdahaleye yönelimi, toplumsal kabulü içeren sembolik sermayeye ve uyum sağladığı kültürel yapı içerisinde kültürel sermayeye dönüşmektedir.

Çalışma, sağlık alanındaki teknolojik ve tıbbi gelişmelerin, estetik müdahalelerin tercih edilmesi üzerinde belirleyici etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Sağlık alanının ticarileşmesiyle birlikte, Foucault'un (2007) da belirttiği gibi, sağlık pratikleri beden üzerinde bir denetim ve kontrol mekanizmasına dönüşmektedir. Bu bağlamda katılımcılar, "sağlıklı olmak" ve "güzel olmak" kavramlarını beraber olarak değerlendirmektedir. Estetik müdahaleler, sağlık gerekçesiyle meşrulaştırılmakta ve böylece toplumsal kabulü daha mümkün hale gelmektedir. Tüketim toplumunun dinamikleri doğrultusunda bireyler, bedenlerini güncel, estetik ve genç tutma konusunda sürekli bir zorunluluk hissetmekte, bu

durum yüceltilen gençlik idealinin tezahürü olarak değerlendirilmektedir. Katılımcılar, hissettikleri gibigençgörünmek arzusuyla estetik müdahalelere başvurmakta; güzellik, toplumsal bir zorunluluk ve temel bir ihtiyaç olarak görülmektedir. Bu bağlamda bireylerin “iyi hissetme”, “mutlu olma” ve “özgürlük” gibi kavramlarla ilişkilendirdikleri estetik müdahaleler, tüketim kültürünün mitleriyle örtüşen söylemler olmaktadır.

Katılımcılar, estetik müdahaleleri yalnızca bireysel memnuniyet bağlamında değil, aynı zamanda toplumsal statü kazanımı ve beğenilme arzusu çerçevesinde de değerlendirmektedir. Böylelikle bedene yönelik politikalar, meşru bir zeminde algılanmakta ve bireysel tercihlerle uyumlu hale getirilmektedir. Goffman’ın (2014) ifade ettiği üzere birey, sosyal yaşamda bir sahnede olarak en iyi halini sunmaya çalışmakta ve başkalarının da izlenimlerini yönetmektedir. Estetik müdahaleler de böylece performans aracı olan bedenin daha iyi sunulmasında bir araç olmakta; beden, katılımcıların ifadelerine göre başkalarının değerlendirmelerinden hareketle şekillenebilmektedir.

Katılımcılar tarafından estetik müdahalelere yönelimin nedenleri arasında kişisel memnuniyetsizliklerin yanında sosyal çevrenin eleştirileri, başkalarına benzemek üzere taklit etkisi ve arkadaş tavsiyesi gibi sosyal etkenlerin etkili olduğu görülmektedir. Çalışmada ayrıca, geleneksel ve dijital medya platformlarının oldukça önemli ve çok yönlü etkisinin olduğu değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda medya, estetik müdahalelere ilişkin bilgi edinme süreçlerini kolaylaştırmakta, deneyim içeriklerini barındırmakta, ideal beden ve güzellik normlarını sürekli olarak yeniden üretmekte ve göstermektedir. Özellikle ünlülerin ve sosyal medya fenomenleri olan influencerların etkisi, bu tercihler üzerinde belirleyici olmaktadır. Böylece beden, bu platformlar aracılığıyla lakâr amacıyla ticarileştirilerek bir tüketim nesnesine dönüşmekte ve estetik müdahalelere zemin oluşturulmaktadır. Sosyal medya kullanımı, özçekim alışkanlıkları ve filtrelerin yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin kendi görünümüne daha eleştirel bir farkındalık geliştirdiği; bu farkındalığın da estetik müdahalelere olan talebi arttırdığı katılımcılar ve uzmanlar tarafından dile getirilmiştir. Medya, bedeni reklam ve tüketim alışkanlıkları çerçevesinde sunmakta; estetik müdahaleleri sıradan, ulaşılabilir ve normalleştirilmiş uygulamalar olarak göstermektedir.

Çalışmada, katılımcılar tarafından estetik müdahale deneyimleri, bedensel değişimle birlikte kişilik dönüşümü ve özgüven artışıyla ilişkilendirilmektedir. Toplumda yeni bir benlik inşası, sosyal çevreden gelen olumlu değerlendirmeyle birlikte bu süreci pekiştirmektedir. Bununla beraber estetik müdahalelerin, ekonomik başarı ve maddi kazanç sağlamaya yönelik bir araç olarak değerlendirildiği de görülmektedir.

Araştırmada, tüketim toplumunda özellikle yüzün estetik müdahaleler aracılığıyla değiştirilmesinin çeşitli riskler barındırdığı katılımcılar tarafından dile getirilmektedir. Böylece risklerin değerlendirilmesi nedeniyle çalışma, daha eleştirel bir tavır içermektedir. Bu bakımdan estetik cerrah ve katılımcılar, sağlıklı bedende yapılan değişimlerin her zaman ideal güzellik algısına uymayacağını ve reklamlar ve tüketim toplumu tarafından vad edilen sonuçların biyolojik sınırlar nedeniyle gerçekleşmesinin bir yanılsama olduğu görüşünü desteklemektedir. Sağlık alanındaki söylemlerin, bu alanının ticarileşmesi nedeniyle tüketici olan bireyi yanıltabileceği, bu durumun ise birey için sağlık açısından geri dönüşü olmayan sorunlara ve risklere neden olabileceği ifade edilmektedir.

Araştırma, bireylerin estetik müdahaleleri kendilerini iyi hissetmek amacıyla talep etmelerinin, bedene yönelik değişen toplumsal normlara bağlı olarak sürekli bir yenilenmeyi zorunlu kıldığına; bunun ise zamanla sonuçsuz bir sürece ve aşırılıklara neden olabileceğine işaret etmektedir. Adorno'nun (2021) kültür endüstrisi kavramıyla ilişkili olarak, medyada ve toplumsal söylemde hâkim olan güzellik idealleri, bireylerde standartlaşmaya ve aynılaşmaya yol açmaktadır. Bu durum ise özgünlüğün yitimiyle sonuçlanmaktadır. Yüz bölgesine yapılan estetik müdahale deneyimi olumsuz olarak sonuçlanan katılımcılardan biri, bu durumu yüz ifadesinin ve toplumsal tanınırlığının silinmesi olarak değerlendirmiştir.

Çalışma bulguları, özellikle sağlık alanının metalaştığını ve medyada yer alan içeriklerin tüketiciyi yönlendirme amacıyla kurgulandığını göstermektedir. Bu içeriklerin, doğruluktan uzak ve toplum sağlığını riske atabilecek unsurlar içerdiği; ayrıca estetik müdahalelerin yetkisiz kişilerce medya platformlarında tanıtılmasının ve yetkisiz yerlerde uygulanmasının ciddi riskler doğurabileceği vurgulanmaktadır. Sonuçta ise tüketim nesnesi haline gelen yüzün, katılımcının ifadesiyle estetik müdahaleler sonucunda en uç noktada tanınırlığını ve kişiliğini kaybederek bir güvenlik riski haline gelebildiği; bu bağlamda yüzün “tükenmesi” olgusunun ortaya çıktığı görülmektedir. Son olarak bu çalışma, tüketim toplumu ve tüketim kültürü içerisinde estetik müdahalelerin, yalnızca bireysel tercihlere göre değil; toplumsal, kültürel ve ekonomik dinamiklere sıkı bir şekilde bağlı olarak şekillendiğini ortaya koymaktadır. Estetik müdahaleler, bireyin tek başına aldığı kararların sonucu gibi görünse de aslında, medyanın, hâkim olan güzellik algısının ve sağlığın dönüşümünün tüketim alışkanlıklarıyla iç içe geçmesiyle başvuru bir süreci ifade etmektedir. Bu bakımdan çalışma, bireylerin daha geniş bir açıdan, estetik müdahalelerin tüketim toplumu ve kültürüyle bağlantısını görmelerini sağlayarak, estetik müdahalelerin yaygınlaşmasında oluşabilecek bireysel ve toplumsal risklere karşı farkındalık oluşturmayı ve bu farkındalıktan hareketle

daha bilinçli tercihlerde bulunmalarını sağlayacak aynı zamanda eleştirel bir perspektif sunmayı hedeflemektedir.

Çalışmada ayrıca, estetik müdahalelerin yaygınlaşmasında ortaya çıkan risklerin gerek medya aracılığıyla gerekse bu müdahaleleri gerçekleştiren yetkisiz uygulama alanlarında, ekonomik kaygılardan ziyade toplumsal sağlık perspektifiyle ele alınması gerektiği, bu yönde gerek fiziksel gerekse sanal ortamda denetimlerin arttırılmasının, toplumsal sağlık açısından önemli olabileceğideğerlendirilmiştir. Böylece araştırmanın, söz konusu konuyu güncel bağlamda ele alarak, daha önce yapılan çalışmalara ve tüketim toplumu içinde estetik müdahalelere ilişkin literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir.



K A Y N A K Ç A

Adak, N. (2020). Tüketim Kültüründe Beslenme: Sağlıklı ve Sağlıksız Yiyecekler. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*,40 (1), 197-218.

Adorno, T. W. (2021). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. (12. Bas. Çev. N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Aries, P. (1991). *Batılının Ölüm Karşısındaki Tavırları*. (çev. M. A. Kılıçbay). Ankara: Gece Yayınları.

Arnould, E.J. ve Thompson C.J. (2005). Consumer Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868-882.

Aronson E., Wilson, T. D. ve Akert, R. M. (2020). *Sosyal Psikoloji*. (4. Bas. Çev. O. Gündüz), İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Barron, L. (2015). *Celebrity Cultures*. Sage Publishing.

Baudrillard, J. (1995). *Kötülüğün Şeffaflığı: Aşırı Fenomenler Üzerine Bir Deneme*(1. Bas.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu: Söylenceleri/Yapıları*. (3. Bas. Çev. H. Deliceçaylı ve F. Keskin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2011). *Nesnelerin Sistemi*. (2. Bas. Çev. O. Adanır ve A. Karamollaoğlu) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Baudrillard, J. (2017). *The Consumer Society: Myths and Structures*(Revision Ed.). Sage Publishing.

Baudrillard, J. (2022). *Simülarklar ve Simülasyon*.(16. Bas. Çev. O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bauman, Z (2010). *Küreselleşme/Toplumsal Sonuçları*. (3. Bas. Çev. A. Yılmaz) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2023). *Tüketici Hayat*. (1. Bas. Çev. K. Oğuz). İstanbul: Tellekt Yayınları.

Bauman, Z. ve Lyond, D. (2016). *Akışkan Gözetim*. (2. Bas. Çev. E. Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. ve May, T. (2019). *Sosyolojik Düşünmek*. (21. Bas. Çev. A. E. Pilgir), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Beck, U. (2006). Living In the World Risk Society. *Economy and Society*, 35 (3), 329-345.

Bingöl, O. (2020). *Modern Beden ve Estetik Cerrahi*. (1. Bas.), Konya: Eğitim Yayınevi.

Black, D. (2011). What Is a Face? *Body and Society*, 17(4), 1–25.

Bordo, S. (2003). Unberable Weight: Feminism, Western Culture, and The Body. *University of California Press*: 245-275.

Botton, A. D. (2008). *Statü Endişesi*. (4. Bas. Çev. A. S. Bayer) İstanbul: Sel Yayıncılık.

Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. United States of America: Harvard University Press.

Breton, D. L. (2014). From Disfigurement to Facial Transplant: Identity Insights. *Body ve Society*, 21(4):1-21.

Breton, D. L. (2016). *Bedene Veda*. (2. Bas. Çev. A. U. Kılıç). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Brooks, A. (2004). Under the Knife and Proud of It – An Analysis of Normalization of Cosmetic Surgery.' *Critical Sociology*, 30(4), 207-239.

Brzezinski, Z. (1996). *Kontrollden Çıkılmış Dünya*. (2. Bas. Çev. H. Menemencioğlu) İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Carah, N. (2021). *Media and Society-Power, Platms ve Participation*. (Second Ed.), Sage Publishing.

Coward, R. (1989). *Kadınlık Arzuları "Günümüzde Kadın Cinselliği"*. (çev. A. Türker). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Creswell, J. W. (2007). *Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. (Çev. Ed. S. B. Demir) Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.

Cresswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. (3. Bas. Çev. Ed. M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.

Davis, K. (2007). Cosmetic Surgery in a Different Voice: The Case of Madame Noël. *The American Journal of Cosmetic Surgery*, 24 (2), 53-65.

Deaton, A. (1992). *Understanding Consumption*. Oxford: Clarendon Press.

Demez, G. (2012). Gençlik İdeali: Anti Aging Uygulamaları ve Değişen Yaşlılık Algılarının Medyada Temsili. *ETHOS: Felsefe ve Toplum Bilimlerde Diyaloglar*, 5(1), 94-120.

Eco, U. (2006). *Güzelliğin Tarihi*. (Çev. A. C. Akkoyunlu). İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.

Eco, U. (2009). *Çirkinliğin Tarihi*. (Çev. A. U. Ergün, Ö. Çelik ve A. Uysal vd.). İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.

Elliott, A. (2011). 'I Want to Look Like That!': Cosmetic Surgery and Celebrity Culture. *Cultural Sociology* 5(4): 463-477.

Ergenekon, B. (2006). *Estetik Cerrahiye Başvurmanın Kültüre Bağlı Nedenleri Kendi İstekleriyle Ameliyat Olan Bireyler Üzerine Sosyal Antropolojik İnceleme*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Antropoloji Anabilim Dalı.

Fardouly, J. ve Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology* 9, 1-5.

Featherstone, M. (2006). Body Image/Body without Image. *Theory, Culture ve Society*, 23(2-3), 233–236.

Featherstone, M. (2010). Body, Image and Affect in Consumer Culture. *Body ve Society*, 16(1), 193–221.

Foucault, M. (2007). *Cinselliğin Tarihi*. (2. Bas. Çev. H. U. Tanrıöver). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. (5. Bas.), İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Giddens, A. (2019). *Modernite ve Bireysel- Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. (Çev. Ü. Tatlıcan) İstanbul: Say Yayınları.

Giddens, A. (2021). *Modernliğin Sonuçları*. (10. Bas. Çev. E. Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gilman, S. L. (2001). *Making the Body Beautiful. A Cultural History of Aesthetic History*. Princeton Univ. Press.

Glicenstein, J. (2003). Chirurgie Esthétique et Histoire. *Annales de Chirurgie Plastique Esthétique*, 48 (5), 257-272.

Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (3. Bas. Çev. B. Cezar) İstanbul: Metis Yayınları.

Gürler, G. (2018). *Post-modernitede Güzel Bedenin Sosyal İnşası: Estetik Cerrahi Müdahale Görmüş Bireyler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel Sosyoloji ve Metodoloji Anabilim Dalı.

Han, B. C. (2022). *Şeffaflık Toplumu*. (8. Bas. Çev. H. Barışcan) İstanbul: Metis Yayınları.

Han, B. C. (2023). *Enfokrasi: Dijitalleşme ve Demokrasinin Krizi*. (3. Bas. Çev. M. Özdemir) İstanbul: Ketebe Yayınları.

Harari, Y. N. (2017). *Hayvanlardan Tanrılara: Sapiens İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi*. (42. Bas. Çev. E. Genç), İstanbul: Kolektif Kitap Yayınları.

Holt, D. B. (2002). "Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding." *Journal of Consumer Research*, 29 (1), 70-90.

Horkheimer, M. ve Adorno, T. W. (1995). *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Huberman, L. (2017). *Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla*. (18. Bas. Çev. M. Belge). İstanbul: İletişim Yayınları.

Illich, I. (2000). *Tüketim Köleliği*. (Çev. M. Karaşahan). İstanbul: Pınar Yayınları.

Işık, E. (1998). *Beden ve Toplum Kuramı: Öznenin Sosyolojisinden Bedenin Sosyolojisine*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

İçli, G. (2001). Küreselleşme ve Kültür. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 25 (2), 163-172.

İnceoğlu, Y. ve Kar, A. (2016). *Dişilik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında: Kadın ve Bedeni*. (2. Bas.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kara, Z. (2013). *Toplumla “Yüzleşme”*: Yüz Nakli Üzerine Fenomenolojik Bir Çözümleme (1. Bas.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kartal, O. (ed.). (2018). *Biyopolitika: Foucault'dan Günümüze Biyopolitikanın İzdüşümleri Cilt 2*. (2. Bas.), İstanbul: NotaBene Yayınları.

Keane, J. (2015). *Medya ve Demokrasi*. (5. Bas. Çev. H. Şahin) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kılıç, S. (2021). *Medya Siyaset Toplum Ekseninde Dijitalleşme ve İnternet*. (1. Bas.), Ankara: Nobel Yayınları.

Kopelman, H., Watchmaker, J., Kopelman, R., Callaghan, D. ve Kim, D. (2021). Social Media/Elektronik Media and Aesthetic Medicine. *Advances in Cosmetic Surgery* (4) 39-46.

Köse, H. (2011). Tüketim Toplumunda Bir “Sosyal Beden” Kurgusu Olarak Kadın. *Yeni Düşünceler*, 6, 25-46.

Kurt, A. (2016). Tüketim Toplumunda Kusursuzlaştırma Ayinlerinin Kurbanı Olarak Beden. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (4), 1301-1319.

Kurtdaş, E. M. (2021). Kadınların Omuzlarındaki Ağır Yük “Güzellik”. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Endstitüsü Dergisi* 14 (39), 185-224.

Kümbetoğlu, B. (2008). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Lefebvre, H. (2020). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. (5. Bas.), İstanbul: Metis Yayınları.

Mead, G. H. (2022). *Zihin Benlik ve Toplum*. (1. Bas. Çev. T. Çetin) İstanbul: Cem Yayınevi.

Mills, C. W. (2019). *Sosyolojik Tahayyül*. Hil Yayınları.

Odabaş, S. (2008). “Güzelliğin On Para Etmez Şu Estetik Cerrahlar Olmasa:” Medyada Beden Politikalarının Temsili. *Kültür ve İletişim*, 11 (1), 53-72.

Ongur, H. Ö. (2011). *Tüketim Toplumu, Nevrotik Kültür ve Dövüş Kulübü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. London: Penguin Press.

Ritzer, G. (2011). *Küresel Dünya*. (1. Bas. Çev. M. Pekdemir) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ritzer, G. (2017). *Toplumun McDonalddlaştırılması*. (5. Bas. Çev. A. E. Pilgir) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Rogers, B. O. (1976). The Development of Aesthetic Plastic Surgery: A History. *Aesthetic Plastic Surgery* 1 (1), 3-24.

Sarıgül, Y. (2004). *Afrodite Çıldırması Olmalı (Estetik Cerrahide Son Yenilikler ve Uygulama Alanları)*. (1. Bas.), İstanbul: Alfa Yayınları.

Sevim, S. ve Sevim B. A. (2014). 21. Yüzyılın İlk On Yılında Estetik Cerrahinin Yükselişi: ABD Örneği. *Uluslararası Hakemlik Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi*, 10 (4), 68-88.

Shilling, C. (2012). *The Body and Social Theory*. (Third Ed.), Sage Publishing.

Simmel, G. (2017). *Modern Kültürde Çatışma*. (11. Bas.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Sullivan, D. A. (2001). *Cosmetic Surgery: The Cutting Edge of Commercial Medicine in America*. United States of America: Rutgers University Press.

Synnott, A. (1990). Truth and Goodness, Mirrors and Masks Part II: A Sociology of Beauty and the Face. *The British Journal of Sociology*, 41(1), 55.

Şensoy, B. (2013). *Medyada Beden İmajı: Bazı Televizyon Programlarından Örnekler*. Yüksek Lisans Tezi. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı.

Tekindal, M. ve Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Fenomenolojik Yaklaşımın Kapsamı ve Sürecine Yönelik Bir Derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20 (1), 153-182.

Temel Britannica (1993). *Temel Eğitim ve Kültür Ansiklopedisi* (Cilt 7). İstanbul: Hürriyet Yayınları.

Temel Britannica (1993). *Temel Eğitim ve Kültür Ansiklopedisi* (Cilt 15). İstanbul: Hürriyet Yayınları.

Timurturkan, M. (2020). “Salgın” ve Metaforlarının Ürettiği Beden Politikaları ve Yeni Toplumsallıklar. G. Demez, M. Timurturkan ve C. Ertan (Ed.) *Beden Sosyolojisi: Gündelik Hayatın Cisimleşme Deneyimleri, Tıbbileşme ve Dijital Gözetim*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 135-153.

Timurturkan, M. ve Demez, G. (2018). Bir Toplumsal İktidar Alanı Olarak Beden ve “Yaşlanan Bedenin” Yeniden İnşası. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 441-456.

Toffler, A. (1990). *Future Shock*. United States of America: Bantam Books.

Turner, B. S. (1992). *Regulating Bodies: Essays In Medical Sociology*. Psychology Press.

Turner, B. S. (2008). *The body and society: Explorations in social theory*. Sage Publishing.

Türünç, Ö. ve Adak, N. (2022). *Aynadaki Yabancı Mide Küçültme Ameliyatı Olan Bireylerin Beden Algısı*. N. Yılmaz ve B. Sarı (Ed.), *Tıbbi ve Sosyal Yönleriyle Obezite*, Ankara: Nobel, 117-138.

User, İ. (2016). *Biyoteknolojiler ve Kadın Bedeni*. Y. İnceoğlu ve A. Kar (Ed.) *Dişilik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında: Kadın ve Bedeni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Vogue (1988). *A'dan Z'ye Kadın Güzelliği*. İstanbul: Milliyet Yayınları.

Williams, S. J. (1997). Modern Medicine and the "Uncertain Body": From Corporeality to Hyperreality? *Social Science ve Medicine*, 45(7), 1041-1049.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (8. Bas.), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Web Sitesi

1. <https://www.plasticsurgery.org/cosmetic-procedures> (Erişim Tarihi: 24.03.2025)
2. <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/global-survey-2023-full-report-and-press-releases/> (Erişim Tarihi: 06.04.2025),
3. <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/global-survey-2023-full-report-and-press-releases/> (Erişim Tarihi:19.05.2025)
4. <https://www.plasticsurgery.org/news/press-releases/plastic-surgery-sees-steady-growth-amidst-economic-uncertainty-american-society-of-plastic-surgeons-2023-procedural-statistics-report-finds> (Erişim Tarihi:19.05.2025)

EK 1 DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORULARI

- 1- Cinsiyet:
- 2- Yaş:
- 3- Eğitim Durumu:
- 4- Çalışma Durumu:
- 5- Estetik müdahalelerle ilgili görüşleriniz nelerdir?
- 6- Sizce estetik müdahalelerin tercih edilme nedenleri nelerdir?
- 7- Hangi tür estetik müdahaleler var?
- 8- Sizin yüzünüz için tercih ettiğiniz estetik müdahaleler nelerdir?
- 9- Estetik müdahale yaptırmaya nasıl karar verdiniz?
- 10- Neden estetik müdahale yaptırmak istediniz?
- 11- Yüzünüzde estetik müdahale yaptırmak istediğiniz bölgede siz rahatsız eden neydi?
- 12- Estetik müdahale yapılacak bölgenin alacağı görünüme nasıl karar verdiniz?
- 13- Estetik müdahale yaptırmadan önce bu konuyu araştırdınız mı?
- 14- Estetik müdahale yaptırmaya karar verdiğiniz yeri ve cerrahı nasıl seçtiniz?
- 15- Estetik müdahale öncesinde kendinizi nasıl hissediyordunuz?
- 16- Estetik müdahale sonrası süreçte neler hissettiniz?
- 17- Estetik müdahale sonrasında çevrenizden nasıl tepkiler aldınız?
- 18- Sosyal medya estetik müdahale sürecinizi etkiledi mi?
- 19- Yüzünüze kullandığınız kozmetik ürünler nelerdir ve ne amaçla kullanmayı tercih ediyorsunuz?
- 20- Yaptırdığınız estetik müdahalelerden memnun musunuz? Şimdi olsa yine yaptırır mıydınız?
- 21- Başkalarına estetik müdahale yaptırmayı önerir misiniz?
- 22- Eklemek istediğiniz başka bir şey var mı?

EK 2 DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORULARI

- 1- Uzmanlık Alanı:
- 2- Uzmanlık yılı:
- 3- Sizce estetik müdahalelerin tercih edilme nedenleri nelerdir?
- 4- Yüz bölgesinde en çok tercih edilen estetik müdahaleler nelerdir? Neden?
- 5- Estetik müdahale yaptırmaya karar verenlerin yaş aralığı nedir?
- 6- Yaş gruplarına göre yüz bölgesinde özellikle tercih edilen müdahaleler var mı?
- 7- Size müdahale için başvurular hangi kanallardan nasıl ulaşıyorlar?
- 8- Cinsiyete göre estetik müdahalelere başvuru ve müdahale türü açısından bir farklılık var mı? Nasıl?
- 9- Son dönemlerde yüz bölgesiyle ilgili estetik müdahalelerde nasıl bir eğilim gözlemliyorsunuz?
- 10- Estetik müdahale yaptırmak için başvuran bireylerde işlem yapılan bölgesinin yeni görünümüne nasıl karar veriyorsunuz?
- 11- Sosyal medya estetik müdahaleleri sizce nasıl etkiliyor?
- 12- Estetik müdahale öncesi ve sonrasında bireylerde gözlemlediğiniz değişimler nelerdir?
- 13- Estetik müdahale yaptırmış kişilerde tekrar estetiğe başvurma sıklığı nedir?
- 14- Estetik müdahalede uygulamalarda bir standardı mevcut mudur? Nasıl
- 15- Siz kendiniz herhangi bir estetik müdahale yaptırdınız mı?
- 16- Eklemek istediğiniz başka bir şey var mı?

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Zehra Alkım AK
EĞİTİM DURUMU	
Lisans	Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Bölümü (2016-2020)
Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Bölümü (2022-2025)
Tez Konusu	Tüketim Toplumunda Estetik Müdahaleler
Yabancı Dil/Diller	İngilizce
İŞ DENEYİMİ	
2021-...	Kepez Belediyesi Büro Görevlisi (Antalya)
2019	Antalya Aile ve Sosyal İl Müdürlüğü-Stajyer Sosyolog (Antalya)
YAYINLAR	
-	