

T.C.
İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SİNEMA-TV ANASANAT DALI
SİNEMA-TV SANAT DALI

SOSYAL MEDYA VE KADIN PSİKOLOJİSİ

KUSURSUZ (Kısa Film)

Yüksek Lisans Tez Raporu

Tezi Hazırlayan

MERVE ÖZBEK

İSTANBUL, 2023

T.C.
İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SİNEMA-TV ANASANAT DALI
SİNEMA-TV SANAT DALI

SOSYAL MEDYA VE KADIN PSİKOLOJİSİ

KUSURSUZ (Kısa Film)

Yüksek Lisans Tez Raporu

Tezi Hazırlayan

MERVE ÖZBEK

2020051008

ORCID ID: 0000-0003-0219-370X

Danışman

Doç. Dr. Cengiz T. ASİLTÜRK

İSTANBUL, 2023

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “*Sosyal Medya ve Kadın Psikolojisi – Kusursuz*” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını, patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışım olmadığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Merve ÖZBEK

T.C.
İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

15.06.2023

Enstitümüz *Sinema-Tv* Anasanat Dalı *Sinema-Tv* Programı Yüksek Lisans öğrencilerinden 2020051008 numaralı **Merve ÖZBEK**'in "İstanbul Beykent Üniversitesi Eğitim-Öğretim Yönetmeliği"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak Enstitümüze teslim ettiği "**Sosyal Medya Reklamları ve Kadın Psikolojisi**" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 06/06/2023 tarih ve 2023/23 sayılı toplantısında seçilen ve On-line toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, İstanbul Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin 29. maddesinin 3. fıkrası gereğince 45 dakika süre ile Zoom programı aracılığıyla on-line olarak aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında "**OYBİRLİĞİ**" ile "**KABUL**" kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 2 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
Doç. Dr. Ce*** AS***
(İstanbul Beykent Üniversitesi)

ÜYE
Prof. Bu*** BU***
(İstanbul Beykent Üniversitesi)

ÜYE
Doç. Dr. Cü*** GÖ***
(Altınbaş Üniversitesi)

Adı ve Soyadı : Merve ÖZBEK
Danışmanı : Doç. Dr. Cengiz T. Asiltürk
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans, 2023
Alanı : Sinema Tv
Anahtar Kelimeler : Sosyal Medya, Reklam, Beden İmgesi, Kadın Psikolojisi, Estetik

Kaygı

ÖZ

SOSYAL MEDYA VE KADIN PSİKOLOJİSİ KUSURSUZ

Bu tez çalışmasının temel amacı, sosyal medyanın kadın psikolojisi üzerindeki etkileri konusunda, bu etkiye maruz kalan kişiler üzerinde farkındalık yaratmaktır. Bu araştırmayla, sosyal medyada yer alan kusursuzluk algısının kadın psikolojisini olumsuz yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Bulgular, *Sosyal Medya ve Kadın Psikolojisi - Kusursuz* başlıklı tez filmine adapte edilmiştir. Filmde, beden imgesi bağlamında, kadınların bedenlerinin bütünüyle ilgili estetik kaygıyla yaşamasının nedenleri ortaya konulmuştur.

Çalışmam sürecinde, sosyal medya ortamında fazla zaman harcayan kadınlarda, sürekli olarak kusursuzluğa vurgu yapan videoları izleme yoluyla uyarılmaktan kaynaklı kimi psikolojik değişimler ve kaygı bozukluğu oluştuğu gözlemlenmiştir. Kadınlardaki kaygı bozukluklarının, sosyal medya algoritmasının dayatması sonucunda ortaya çıktığı öngörülmektedir.

Kadınların olumsuz yönde değişen ve belirli bir kalıba uymaya çalışan psikolojileri, özelde kadın, genelde toplum üzerinde olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Kişilerin birbiriyle ilişkilerinde aldıkları olumsuz eleştiriler sonucu; kadınlar, fiziksel kusurlarına dayalı şikâyetlerde bulunmaya başlamışlardır. Yapılan gözlemler ve araştırmalarla; kadınların olması gerektiği gibi değil de niçin daha ince veya daha estetik görünmediği yönünde bildirimler aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Böylece düştükleri estetik kaygının odağını sosyal medyanın bulunduğu gözlenmiştir. Varılan sonuçlardan biri de, sürekli kendi fiziki durumlarını sorgulamalardır. Bugün yaşanan bu olumsuz duruma bağlı olarak, sosyal medyanın kadın kullanıcılarının bu konuda

belli farkındalıklar yaşaması gerektiği, araştırmanın temel amacı haline gelmiştir. “*Sosyal Medya ve Kadın Psikolojisi – Kusursuz*” başlıklı tez filmi ise, bu yönde çalışmanın ikinci bölümünü oluşturmaktadır.



Name and Surname : Merve ÖZBEK
Supervisor : Assoc. Dr. Cengiz T. Asilturk
Degree and Date. : MA, 2023
Major : Cinema TV
Keywords. : Social Media, Advertising, Body Image, Female Psychology,
Aesthetic Anxiety,

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA AND WOMEN'S PSYCHOLOGY ARE FLAWLESS

The main purpose of this thesis is to raise awareness about the effects of social media on women's psychology on people who are exposed to this effect. With this research, it was found that the perception of perfection in social media negatively affects women's psychology. The findings were adapted to the thesis film Social Media and Women's Psychology - Perfect. In the film, in the context of body image, the reasons why women live with aesthetic concerns about their bodies are revealed.

It has been observed that in women who spend a lot of time on social media, psychological changes occur due to arousal by constantly watching the perfect. It is predicted that these anxiety disorders in women arise as a result of the imposition of the social media algorithm.

The psychology of women, which changes negatively and tries to fit a certain mold, has negative consequences on women in particular and society in general. People have begun to make approaches based on negative criticism and physical defects in their relations with each other. In the focus of aesthetic concern, there is a constant scrutiny about why the person does not look thinner and aesthetically pleasing, rather than as they should be. Depending on this negative situation experienced today, the main goal of the research is to raise awareness of female users of social media on this issue. Looking at the whole of the research; women are starting to experience anxiety disorders with this pressure. The thesis film titled "Social Media and Women's Psychology - Perfect" constitutes the second part of the study in this direction.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZ

ABSTRACT

TABLolar LİSTESİ	iii
RESİMLER LİSTESİ.....	iv
SÖZLÜK.....	v
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SOSYAL MEDYA VE ESTETİK KAYGI.....	3
2. BEDEN İMGESİ VE KADIN	4
3. KAYGI BOZUKLUKLARI VE PSİKOLOJİK FAKTÖRLER	6

İKİNCİ BÖLÜM

2. ÇEKİM BAŞLANGICI VE ÇEKİM SONRASI SÜREÇ	8
2.1. ‘‘Kusursuz ‘’ Adlı Kısa Film Ortaya Çıkaran Etmenler.....	8
2.2. Sinopsis.....	9
2.3. Tretman	9
2.4. Senaryo	11
2.5. Karakter ve Mekân Analizi.....	15
2.5.1. Karakter Analizleri	15
2.5.2. Mekân Analizi.....	15
2.6. Çekim Sırası/Tahmini Süre.....	16
2.7. Yapım Süreci	16
2.8. Film Prodüksiyon Listesi	17
2.8.1. Dekor ve Aksesuar Malzemeleri.....	17
2.8.2. Kamera Malzemeleri.....	17
2.8.3. Ses Malzemeleri.....	18
2.8.4. Kostüm Malzemeleri.....	18
2.9. Set Fotoğrafları	19
2.10. Post Prodüksiyon Aşamaları	24
2.10.1. Kurgu	24

2.10.2. Renk Düzenleme (Color Correction).....	24
2.10.3. Ses.....	24
2.11. Bütçe	25
2.12. Filmin Künyesi	26
SONUÇ VE DE�ERLEND�RME.....	27
KAYNAKÇA.....	28



TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Karakter Analizi.....	15
Tablo 2. Mekân Analizi.....	15
Tablo 3. Çekim Sırası/Tahmini Süre.....	16
Tablo 4. Aksesuar Malzemeleri	17
Tablo 6. Ses Malzemeleri.....	18
Tablo 7. Kostüm Listesi	18
Tablo 8. Bütçe	25



RESİMLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Fotoğraf 1. Kamera Arkası	19
Fotoğraf 2. Kamera Arkası	20
Fotoğraf 3. Kamera Arkası	21
Fotoğraf 4. Kamera Arkası	21
Fotoğraf 5. Prova	22
Fotoğraf 6. Prova	23



SÖZLÜK

Color Correction: Çekilen görüntüleri kurgu aşamasında renklerinin düzenlenmesi.

Çekim Senaryosu: Yönetmenin üzerinde çalışma yaptığı senaryo. Filmin deкупajının ya da çekim dilinin hazırlanması sırasında yönetmenin ölçek, plan, kamera hareketi, sahne, mekân, oyuncu, kostüm, dekor, aksesuar vb. kriterlere yer verdiği tablolı metin. En nihayet bir filmin çekilmeden önceki görsel hali.

Kurgu: Görüntülerin ve seslerin bir senaryo dâhilinde belli bir amaca uygun olarak tasarlanması.

Post Prodüksiyon: Çekim sonrası süreç.

Prodüksiyon: Çekim süreci ve set çalışmaları.

Senaryo: Filmin sahnelerini, akışını ve diyaloglarını gösteren metin.

Sinopsis: Filmin kısa özetinin yer aldığı metin.

Tretman: Filmin detaylı özetinin yer aldığı metin.

GİRİŞ

Sosyal medya kullananlar, sürekli olarak kusursuz görünümdeki beden ve imgelere maruz kalmaktadır. Henüz yeni gelişen influencer (etkileyen kişi) meslek dalı üzerinden sosyal medyayı, haber almak için kullanan herkes belirli düzeyde kusursuzlukla karşılaşmakta. Kadın kullanıcıların oldukça fazla sayıda olduğu dijital dünyada, reklamlardan etkilenip, gördüklerini günlük hayatına uyarlamaya çalışan kişi sayısı oldukça fazladır. Görece çok aşırı sayılabilecek kadar sosyal medya kullananlar, estetik görünümü yüksek kişilerin kusursuz görselleriyle uyarılmaktadır. Bu uyarılma altındaki kadın, gördüğü “beden” imgesi üzerinden kendini telkin etmektedir. Kadın psikolojisinin bu durumdan olumsuz etkilendiği gözlemlenmiştir. Bu etkilenmenin daha ne kadar ileriye gideceği bilinmemektedir. Gelişen kaygı bozukluklarına özellikle kadınlar nezdinden toplumsal farkındalık yaratmak, bu çalışmanın temel amacı olarak belirlenmiştir.

“*Sosyal Medya ve Kadın Psikolojisi – Kusursuz*” başlıklı film, bu olumsuz yaşantı ortamını kendi tekelinde kuran sosyal medya odağında, toplumun yine dijital ortamda bilinçlendirilebileceği düşüncesiyle çekilmiştir.

Amaç

“*Sosyal Medya ve Kadın Psikolojisi – Kusursuz*” konusunun ele alınmasındaki temel amaç; sosyal medyanın yaratmış olduğu kusursuzluk algısından etkilenen ve çevresini de etkileyen kadınların kendilerine ya da birbirlerine olan bildirimleri konusunda farkındalık yaratmak ve bu konuyla alakalı olarak toplum nezdinde bilinç oluşturmaktır. Kusursuzluk algısı ile bilinçsiz olarak kendilerine ya da çevrelerine bildirimde bulunan kadınların kusursuzluğu savunurken hangi ölçütleri baz aldıkları konusunda kendilerini sorgulaması amaçlanmıştır. Bu çerçevede sosyal medyanın standardize ettiği bedensel yaptırımların aslında gösterilmek istenilen şekilde hiçbir ölçüt ile değerlendirilemeyeceği işlenmeye çalışılmıştır.

Yöntem

Sosyal medya kendini destekleyen mecralarının artması ile birlikte gündelik yaşantının bir parçası haline gelirken ortaya çıkardığı etmenler doğrultusunda kapsamlı araştırma ve gözlem yapılmıştır. Bu sürecin kadınları nasıl etkilediği noktasında varılan bulgulara dayalı olarak kısa film çekilmiştir. Gözlemlere dayalı yaşanan olaylar bağlamında senaryo oluşturulmuş ardından çekim sürecine başlanmıştır. Sosyal Medya ve Kadın Psikolojisi konusu, ‘‘Kusursuz ‘’ adlı kısa film ile sosyal medyada ya da günlük yaşamda karşılaştığımız, standardize edilen ölçütlere dayalı gözlemler ile desteklenerek amaca dair süreç bu yöntem ile pekiştirilmiştir.

Kapsam

Bu çalışma elde edilen bulgular ve gözlemlere dayalı olarak kadınlara dayatan sistemin eleştirisini kapsamaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SOSYAL MEDYA VE ESTETİK KAYGI

Sosyal medya kullanıcıları, sosyal medya kanallarını, merak ettikleri konulardan haberdar olmak, tanıdıklarıyla etkileşimlerini arttırmak ve kendilerini çekici göstermek için sosyal medyayı kullanmaktadır.

Günümüzde sosyal medya, insanlara ve kitlelere ulaşılmasında etkin bir araçtır. Araç, bu etkin gücüyle; eğlendirerek, örnekleyerek, bilgilendirip yönlendirerek, geçerli dönemsel normların yerleşmesini, pekişmesini, yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Estetik görünümünün kolaylıkla ulaşılabilir olduğu algısını dayatan sosyal medya, bu güçlü etkisiyle, toplumun her kesimi tarafından kolayca ulaşılan ve kullanılan bir araç, sonuç olarak bir ihtiyaç halini almıştır. Yine birçok kişi bu sosyal medyayı, arkadaşlarının beğenisini kazanmak ve estetik açıdan kendisini olduğundan daha güzel göstermek amacıyla kullanmaktadır.

Sosyal medya, amaçlanmış estetik işlemlerin herkes tarafından ulaşılabilir olduğu algısını reklamlar ve öne çıkarma yoluyla kolaylıkla yaratmaktadır. Göz önünde olan kişilerin sosyal medya hesaplarından, kusursuzluklarını sürekli olarak sergilemeleri takipçilerini cezbetmektedir. Ayrıyetten estetik amaçlı yapılan işlem ve operasyonların, sadece ekonomik açıdan orta üst sınıfa mensup, yani maddi durumu orta üzeri bir seviyede bulunan kesime değil, her kesime hitap ettiği yönünde mesajlar verilmektedir. Bunun için de, gündelik hayatını yaşarken bile fotoğraf editleme programları ile anlık olarak görülmek isteneni sergilemek istemektedir.

Bir diğer yandan tüketim alışkanlığı, sosyal medya kullanıcıları nezdinde giderek artmıştır. Reklam odağında sürekli yeni olan ürüne ulaştırmaya ve sahip olmaya özendirilmesi sonucunda Bu süreç, kusursuz beden algısı yoluyla estetik ameliyat ve işlemleri de ihtiyaç haline getirmiştir. Lacan’a göre “Her birimiz için belirleyici olanın, kendimizi nasıl gördüğümüz ya da görmek istediğimiz değil, kültürel nazar tarafından nasıl algılandığımızdır.”¹ Dijital dünyada sadece imajlar

¹Silverman. K. (2006). Görünür Dünyanın Eşiği. (Aylin Onacak çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s.37

yoluyla kendini ifade eden kişiler, bu imajları gerçek hayata taşıyıp çevrelerine de “öyle” yansıtarak, öyle olduğu(!) algısı yaratmak istemektedir. Kişiler, bu durumu toplumsal normların çerçevesinde konumlanarak bu dayatmanın sonucunda, atfedilen normu uygulamaya kendisini zorunlu hisseder hale gelmiştir.

2. BEDEN İMGESİ VE KADIN

İmge, imlediği şey ile o şeyin ‘anlamının’ ötesinde bir ‘öte anlam’ yaratma aracıdır. Görüntü olarak imge, iletişime girdiği anda yarattığı çağrışımlarla dönüşür, anlamla kurduğu ilişki bozulur, onun için çağrışım yapan konunun temel kaynağı yine kendi çağrışımlarıdır.

John Berger’a göre imge, kitle iletişim araçları aracılığıyla yeniden üretilen anlamlardır ve görme biçimleri imgelere anlam vermektedir. Dolayısıyla her imgede, görme biçimi yatmaktadır. İmge insanların ona ne anlam yüklediğine, yani gördüklerini algılama biçimine bağlıdır.² Düşünsel olarak beyinde her şeye ait bir imge mevcuttur. Çünkü insan, çevreyi ve olayları imgeler üzerinden hatırlamakta ve anlamlandırmaktadır. Kişiler sürekli maruz kaldığı dayatma yoluyla kendini gösterge biçimine büründürmekte ve bu şekilde kimlik geliştirmeye çalışmaktadır. Aslında bir biçimde hiç olmadığı gibi kendini var etmeye çalışmakta bu da kişinin içinde bulunduğu psikolojik durumu yakından etkilemektedir. Gündelik yaşamını yaşarken sosyal medyada görünen biçimi ile gerçek dünyada büründüğü biçim göstergesel olarak farklıdır. Bu durum toplumsal dayatmalara bağlı olarak; kişilerin, özellikler kadınların birbirlerini olumsuz yönde gördükleri biçimde kusurlarını alıcıya sürekli olarak bildirmesiyle ortaya çıkmıştır. Fiziki olarak beden görünümünde; cilt kusurlarında, beden uzuvlarının toplumsal olarak kabul görmüş, olması gerekenin dayatıldığı şekilde olmadığı durumlarda ortaya çıkmıştır.

Yapılan çalışmalar reklamların en önemli izleyicilerinin kadınlar olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla reklam mesajları, büyük oranda kadını imgelemektedir. Reklam etkisi tüketicilerin kendi manipülasyonunu ona gösterme biçimine bağlıdır. Tüketici, güzellik olarak kusursuz bir kadın görseli ile ürün tanıtımına maruz

² Berger, J. Görme Biçimleri, Metis Yayınları, İstanbul, s.10

kaldığında aldığı hizmete karşı pozitif tutum geliştirmektedirler.³ Geliştirilen bu pozitif tutum sosyal medya kullanıcıları tarafından kişiye beslenen sempati ekseninde ürüne olan bakış açısını da etkilemektedir. Kusursuz nitelikte gördüğü kişiye ve ürüne pozitif tutum sergileyen sosyal medya kullanıcıları bu düşünce ekseninde kendilerinde de bu değişimi ya da farkı; görünmek istediği biçimde kendini göstererek çevresi tarafından bu şekilde bilinmek istemektedir.

Reklam mesajları aynı zamanda izleyicinin kendini reklam karakteriyle özdeşleştirmesi doğrultusunda etkilidir. Reklamın gösterdiği kusursuz kadın, tüketici konumundaki kadın izleyicinin benliğinde o kadın gibi olma arzusu yaratmaktadır.⁴ Reklam göstereni olarak, kusursuz mutlu ve memnun tüketici algısı izleyiciyi sosyal medya kanalında da kendine çekmektedir. Reklamın dayatması olan unsurlar, reklam filminde oynayan kadının benliği ile özdeşleştirilmektedir.

Bu unsurlar çevresinde sosyal medyada da sürekli uyarılan kadınlar kendi çevrelerine de fiziklerinin, ciltlerinin ya da bir başka şekilde kendilerine göre olması gereken durumu dayatmaktadırlar. Kadınların kişisel düşüncelerine göre olması gereken fiziki unsurları, birbirlerine yapılması gereken bir kuralmış gibi yansıtılmasının sonucu olarak buna bağlı ortaya çıkan psikolojik faktörleri de beraberinde getirmiştir. Kusursuzu görmek isteyerek olağan biçimde olan her durumu irdelemeye başlamıştır. Bu şekilde sürekli olarak birbirleri tarafından uyarılan kişiler, ünlü sosyal medya kullanıcılarının fiziksel görünüşleri ile ilgili olarak kişisel kullanıcı hesaplarına da fiziki unsurları bağlamında görmelerini istedikleri şekilde irdeleyerek yorum yaptıkları gözlemlenmiştir.

“Öteki beden”, kendilerinin olmayan bedendir. Olması gereken toplum tarafından standardize edilmiş şekilde; dış görünüş olarak, ne zayıf ne kilolu ne uzun ne kısa ne de çok uzun olmaması yönündedir. “Arzulanan öteki” olarak tanımlanan beden, medya ve toplumsal söylemlerin sonucunda ortaya çıkan bedendir.⁵

³ Koç, E. (2008). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Ankara: Seçkin Yayıncılık. s.177

⁴ Balkaş, E. (2007) ‘Kadın Sporcuların Yer Aldıkları Reklamın Sınıf Kavramı: Model Olma (Bir Karakterle Özdeşleşme) ve Hatırlanma Açısından Değerlendirilmesi’, Pİ Dergisi, 6 (20), s. 46.

⁵ İnceoğlu ve Kar (2016) "Yeni Güzellik İkonları: İnsan Bedeninin Özgürlüğü mü, Mahkûmiyeti mi?", İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 82

Kusursuzluğu arayan bir bakıma olması gereken ölçütleri belirli medya kanallarının ortaya çıkardığı yapıyı destekleyerek bunu ölçüt alan kusursuzluk algısından kaynaklanmaktadır. İnce ve uzun bacakları normalize eden toplum normları bunun dışında olan biçimler kabul etmemektedir. Bütün kadınların standart olması gerektiği algısı, yapısal olarak iri olan bir bedeni ya da herhangi bir rahatsızlık noktasında kilolu bir bedene sahip olması hususunda, genel bir görüşe sahip olmadan direkt olarak neden daha estetik bir görünüme sahip olmadığı noktasında eleştirmektedir. Bu durum kişileri, kendi hür iradesiyle istediği ya da kendi içinde rahatsızlık duyduğu noktada değil etraftan aldığı bildirimlerin bir sonucu olarak huzursuzluk ve kaygı bozukluğu yaşamasına neden olmaktadır. Buna ek olarak cinsel içerikli söylemlerin medyada yer alması ise, cinsiyetçi ideolojiyi desteklemekte, cinsiyetçi politikalara yönelik rıza üretimini sağlamaktadır.⁶

3. KAYGI BOZUKLUKLARI VE PSİKOLOJİK FAKTÖRLER

Sosyal medya kanalı ile sürekli kusursuzluk bildirimine maruz kalan sosyal medya kullanıcısı kadınlar kaygı bozuklukları yaşamaya başlamıştır. Ünlü olan kadın sosyal medya kullanıcıları, takipçileri tarafından eleştiriye maruz kalacakları noktasında endişe duymaya başlamışlardır. Sürekli başkalarının bakışı altındaki kadınlar, sahip oldukları gerçek bedenleri ve hayalini kurdukları, ulaşmak istedikleri, uğrunda sınır tanımaz çaba harcadıkları beden arasındaki uçurumu durmadan deneyimlemeye mahkûm hale gelmişlerdir.⁷ Bu noktada, bazı sosyal medya kullanıcısı kadınlar sürekli olarak eleştirilen tarafta bulunmaktan kaynaklı olarak başkalarını da eleştirmeyi kendinde hak görebilmektedir. Bu durum toplum psikolojisini de tümüyle etkilemektedir.

Rol model kadınlar işaret edilerek; “onlar gibi olmak artık senin elinde” söylemleriyle kadına kadın olduğu, bunun için artık uyanması ve bu kadını ortaya çıkarması için bir şeyler yapması gerektiği benimsetilir. Güzellik, ta çocukluğundan başlayarak, kadına ya atfedilecek ya da ondan mahrum bırakılacaktır. Seyirlik bir

⁶ Taşkaya Merih (2009). “Kitle İletişim Araçlarında Kadın Bedeninin Nesneleştirilmesi: Ürün ve Marka Fetişizminde Cinsellik Kullanımı”, Toplumbilim Dergisi, Sayı: 24 (Beden Sosyolojisi Özel Sayısı), s. 121

⁷ Bourdieu, P. (2015). Eril Tahakküm, (Çev. Bediz Yılmaz), İstanbul: Bağlam Yayınları. s. 87-

nesne olmak, kadının dış görünüşünden sürekli olarak bir rahatsızlık duyması sorunsalına yol açmaktadır.⁸

Sürekli kendilerine dönmeleri, yönelmeleri için uyarılan kadınlar, narsist ve sadomazohist bir tutumla hem kendilerine, hem de çevrelerine sürekli eleştirel tutumlar geliştirmekte, yaşadıkları kaygı bozukluklarıyla toplumsal psikolojiye yön vererek yabancılaşmaktadırlar.



⁸ İnceoğlu ve Kar (2016). “Yeni Güzellik İkonları: İnsan Bedeninin Özgürlüğü mü, Mahkumiyeti mi, İstanbul: Ayrıntı Yayınları. s 83

İKİNCİ BÖLÜM

2. ÇEKİM BAŞLANGICI VE ÇEKİM SONRASI SÜREÇ

2.1. “Kusursuz ” Adlı Kısa Filmi Ortaya Çıkaran Etmenler

Günümüzde sosyal medyanın dayatmış olduğu kusursuz görünüm zorunluluğu, kadınları her durumda kusursuz görünmeye kendini mecbur hissettirmiştir. Bu dayatma neticesinde sosyal medyayı belirli saatin üzerinde kullanan kadınlar birbirini telkin ederek göründükleri gibi değil görünmek istedikleri şekilde görseller paylaşmaktadır. Günlük yaşamları sırasında kendileri de kusursuz görünmek istemekte ve bu şekilde görmek istemektedir. Netice itibari ile bu durumun ortaya çıkışındaki temel sebep sosyal medyanın sürekli yaşayan ve anlık bildirimler ile kişilere nasıl olmaları konusunda telkinlerde bulunma sebepleri filmin öyküsünün çıkış noktasıdır.

Kusursuz adlı kısa filmin senaryosu yazılırken günümüz genç kadınlarının sosyal medyadan etkileniş biçimleri konu edinilmiştir. Aleyna, sosyal medyada paylaştığı fotoğraf ile zayıf görüldüğü konusunda bildirimler almaktadır. Defne, Aleyna’yı bedeninin zayıf görüldüğü konusunda eleştirirken kendisini kilolu olduğu ve bu nedenle sosyal medyada fotoğraf paylaşmadığını belirtmektedir. Yasemin, yüzünde belirli noktalarda lekele olduğu bildirimini Begüm’den almaktadır. Ancak Yasemin bu durumun farkında olmadığını belirtir. Öte yandan Begüm, sosyal medyada eleştirilmemek için cilt problemlerini kapatarak ve yüz hatlarını biçimlendirerek telefon uygulaması ile kendine göre düzenlediği fotoğrafını paylaşmaktadır.

Film atmosferi genel olarak karakterlerin kendileri ve birbirlerine olan bildirimlerini yansıtmaktadır. Cildindeki lekeleri sorun etmeyen hatta farkında bile olmayan Yasemin, bu bildirimini Begüm’den alarak durumun farkına varmıştır. Gizem ise makyajsız fotoğrafını instagramda paylaşmasıyla yaşlı gözükteği konusunda bildirim alır ve makyaj yapmaya başlar. Bu kendisiyle değil aslında kusursuzluğu dayatan sistem ile verdiği psikolojik savaşıdır.

Çekim süreçlerinde ilk olarak çekim öncesi planlama yapılmış ardından uygulama kısmına geçilmiştir. Çekim senaryosu tamamlandıktan sonra, sinopsis treatment yazılmıştır. Oyuncular ile gerekli provalar yapılmış ve ardından çekim aşamalarına geçilmiştir.

Bu tez filminin ortaya konulması bağlamında, özgünlüğü ve konunun belirlenen çerçeveleri ile doğrudan aktarımı yapılması amaçlanmış çekim sonrasına kadar detaylandırılmıştır.

2.2. Sinopsis

Aleyna'nın ders çalışırken mesaj gelmesiyle birlikte kafası dağılır. O sırada gün içinde çekildiği bir fotoğrafını post olarak paylaşır. Olumsuz bildirimlerin ardından psikolojik bir çöküntü yaşamaktadır. Begüm, kendisini cilt problemlerini sorun ederken Yasemin ile karşılaştıklarında, Yasemin'e onun cilt problemleri konusunda bildirimde bulunur. Yasemin bunu kusur olarak görmediği için farkında bile değildir. Gizem kendisi ile barışık bir şekilde makyajsız fotoğrafını instagrama yükler, yaşlı gözüktüğü konusunda yapılan yorum ile kusursuzluğu dayatan sistem ile psikolojik savaş verecektir.

2.3. Tretman

Aleyna (22), akşam odasında ders çalışırken aldığı mesaj ile tüm dikkati dağılır. O sırada gün içinde çekildiği bir fotoğrafını paylaşmak ister. Postu paylaşır ve uyumak için hazırlıklarını yapar. Sabah uyandığında ilk işi telefona bakmaktır. Gelen yorumlar, çok zayıf ve bu sebeple çirkin olduğu yönündedir. Morali bozuk ve ne yapacağını bilemez şekilde yataktan kalkar dolabındaki kıyafetlerini yatağına atar. İçlerinden bol kıyafetleri seçerek aynada üzerine tutarak bakar. Bu şekilde zayıflığını bir biçimde kapatmıştır. Defne (23) ile Yasemin (23) okulda Aleyna'nın dün akşam yüklediği post hakkında konuşur. Defne Aleyna'yı arayarak, " Dün akşam paylaştığın post neydi öyle?" şeklinde irdeler. Aleyna, Defne'nin bu bildirimine karşılık onu kilolu bulduğunu belirtince Defne bu sebeple fotoğraf paylaşmadığını belirtir. Bu bildirimine karşılık Aleyna telefonu kapatır ve kendi iç dünyasına çekilir. Yasemin okul lavabosunda ellerini yıkarken Begüm (23) ile karşılaşır. Begüm, selam verdikten

sonra, ‘Ne zamandır söyleyecektim, cildin için bir şey kullanıyor musun?’ diye sorar. Yasemin, cildindeki lekeleri kusur olarak görmediği için farkında olmadığını belirtir. Begüm gittikten sonra Yasemin kendini aynada inceler ve umursamaz bir tavır ile mekandan ayrılır. Gizem (27) , kendisiyle barışık bir şekilde makyajsız fotoğrafını instagramda paylaşır. Ancak yaşlı gözüktüğü konusunda gelen yorumun ardından kendini durduramaz biçimde makyaj yapmaya başlar. Ağlamaklı biçimde birkaç defa makyaj yapar ve siler. Sistemin dayatmasına karşı duruşunu haykırır: - Yeter!



2.4. Senaryo

KUSURSUZ

MERVE ÖZBEK

İÇ. ALEYNA'NIN EVİ/KENDİ ODASI - GECE

Aleyna bilgisayar başında çalışır. O sırada telefonuna mesaj gelir ve dikkati dağılır. Instagramda gezinir. Daha sonra kendi fotoğrafını seçer ve instagrama yükler... Daha sonra uykusu gelir, yatağına geçer ve uyur.

İÇ. ALEYNA'NIN EVİ/KENDİ ODASI - GÜN

Aleyna uyanır ve ilk iş telefonu eline alır. Fotoğrafın altına yapılan yorumlar nedeniyle bir anda somurtur. Yataktan kalkar, aynaya bakar, dolabından bol kıyafetler seçer ve onları giyer. Tekrar aynaya döner... Oldukça üzgündür.

İÇ. İLETİŞİM FAKÜLTESİ/KORİDOR/ALEYNA'NIN EVİ/KENDİ ODASI - GÜN

Yasemin ve Defne okul koridorunda otururlar. Yasemin, Aleyna'nın bir gün önce instagramda paylaştığı postu görür. Alaycı bir tavırla...

YASEMİN

Aleyna'nın bu fotoğrafını gördün mü?

Defne de kusur bulan bir uslupla...

DEFNE

Ay dün akşam gördüm.

YASEMİN

Çok zayıf çıkmamış mı?

DEFNE

Evet çok zayıf çıkmış.

YASEMİN

Bence atarken bir kez daha düşünmeli fotoğraflarını...

(Sahnenin devamı sonraki sayfada)

Sahnenin başı önceki sayfada:

2.

DEFNE
Bence de. Ben onu arayayım da
kaldırsın o fotoğrafı.

Defne, Aleyna'yı arar.

Aleyna'nın telefonu çalar ve açar.

ALEYNA
Alo.

DEFNE
Alo. Aleyna. Dün akşam paylaştığın
post neydi? Çok zayıf çıkmışsın.

ALEYNA
Defne biliyorum ama kötülemene
gerek yok ki...

DEFNE
Ben senin yerinde olsam dikkat
ederdim.

ALEYNA
Defne biliyorum ama bunu bu şekilde
söylemene gerek var mı? Morali çok
bozuk bir şekilde...
Sen de bana göre kilolusun!

DEFNE
Ben de biliyorum kilolu olduğumu
ama farkındaysan hiç fotoğraf
paylaşmıyorum! Sen de biraz dikkat
etsen iyi olur.

ALEYNA
İnsanların bize göre kusurları
olabilir ama bunu bu şekilde ifade
etmemeliyiz.

Aleyna telefonu kapatır. Sinirle telefonu bırakır. Üzgündür.

İÇ. İLETİŞİM FAKÜLTESİ/WC - GÜNDÜZ

Begüm tuvaletten çıkar. Yasemin ellerini yıkarken, Begüm de
ellerini yıkar.

BEGÜM
Selam, Naber?

(Sahnenin devamı sonraki sayfada)

Sahnenin başı önceki sayfada:

3.

YASEMİN
İyi, senden naber?

BEGÜM
İyi, ne zamandır söyleyecektim ya,
cildin için bir şey kullanıyor
musun?

YASEMİN
Hayır, kullanmıyorum neden sordun?
Sinirlidir...

BEGÜM
Belki farketmemişsindir diye
söyledim, cildindeki lekeler kötü
duruyor.

YASEMİN
Hayır, hiç dikkatimi çekmedi. Ben
bir kusur olarak görmediğim için...

BEGÜM
Benim dikkatimi çekti de söylemek
istedim. Görüşürüz.
Alaycı bir tavra bürünmüştür.

Yasemin bu bildirimi anlamlandırmaya çalışırken aynada
cildini inceler...
Begüm tuvaletten çıkar, koridorda kendi özçekimlerini
yapmaya başlar. Bir sürü fotoğraf çektikten sonra seçtiği
bir fotoğrafı FaceApp programında cilt lekelerini kapatacak
şekilde düzenler ve Instagram'da paylaşır, bu hali ile mutlu
gözüküyordur.

İÇ. GİZEM'İN EVİ/KENDİ ODASI - GECE

Gizem galerisinden makyajsız seçtiği bir fotoğrafını
Instagram'da paylaşır. "Makyajsız yaşlı gözüktüğü"
bildirimini alır. Bir anda yüzü düşer ve makyaj yapmaya
başlar. Birkaç defa makyaj yapıp siler. Tüm baskı ve
dayatmalara karşı haklı bir isyanda bulunur...

GİZEM
Yeter!

Sesi yankılanır ve sahne kararır.

2.5. Karakter ve Mekân Analizi

2.5.1. Karakter Analizleri

Tablo 1. Karakter Analizi

Aleyna	22 yaşında, beyaz tenli ve sarı saçlı üniversite öğrencisi genç kadındır.
Defne	23 yaşında, buğday tenli ve kahverengi saçlı üniversite öğrencisi genç kadındır.
Yasemin	23 yaşında, beyaz tenli, başörtülü üniversite öğrencisi genç kadındır.
Begüm	Begüm: 23 yaşında, beyaz tenli, kahverengi saçlı üniversite öğrencisi genç kadındır.
Gizem	Gizem: 26 yaşında, buğday tenli, kahverengi düz saçları olan bir genç kadındır.

2.5.2. Mekân Analizi

Tablo 2. Mekân Analizi

Sahne 1: Aleyna'nın Odası	Aleyna'nın bilgisayar başında ders çalıştığı yer. Uyuyup uyandığı yer. Aynada kendini incelediği yer.
Sahne 2: İletişim Fakültesi Koridor	Yasemin ve Defne'nin kendi aralarında konuştuğu yer.
Sahne 3: Marmara Üni. Göztepe Kampüsü	Yasemin'in okula geldiği yer.
Sahne 4: İletişim Fakültesi Lavabosu	Begüm ve Yasemin'in karşılaştığı ve diyalogların yaşandığı yer.
Sahne 5: İletişim Fakültesi	Begüm'ün özçekim yaptığı yer.
Sahne 6: İletişim Fakültesi Koridor	Begüm'ün cilt kusurları uygulamasını kullandığı yer.
Sahne 7: İletişim Fakültesi Koridor	Begüm'ün mekandan ayrıldığı yer.
Sahne 8: Gizem'in Odası	Gizem'in post paylaşım makyaj yaptığı yer.

2.6. Çekim Sırası/Tahmini Süre

Tablo 3. Çekim Sırası/Tahmini Süre

Sahne 1	1. Gün	11:00- 17:00
Sahne 2	2. Gün	11:00- 13:00
Sahne 3	2. Gün	14:00 - 15:00
Sahne 4	2. Gün	15:00- 17:00
Sahne 5	2. Gün	17:00 - 17:30
Sahne 6	2. Gün	18:00 – 19:00
Sahne 7	2. Gün	19:00 – 19:30
Sahne 8	2. Gün	21:00 – 01:00

2.7. Yapım Süreci

1. Gün, çekimden önce kararlaştırılan gün çekim için planlandı. Senaryo üzerine konuşuldu, eklemeler yapıldı. Sahne 1 ile başlayan mekanda 1 gün süresince çekim yapıldı. 2. Gün

İletişim Fakültesi’nde iç çekimler sırasıyla tamamlandıktan sonra dış çekimler yapıldı. gerçekleştirildi. Beş oyuncu ile çekilen film 2 tam günde çekimler tamamlandı.

2.8. Film Prodüksiyon Listesi

2.8.1. Dekor ve Aksesuar Malzemeleri

Tablo 4. Aksesuar Malzemeleri

Cep telefonu
Bilgisayar
Kıyafet
Makyaj Malzemeleri

2.8.2. Kamera Malzemeleri

Tablo 5. Kamera Malzemeleri

Kamera	Sony A7 III Kamera Sony A7S II 4K Canon 6D Mark II
Lens	Canon 50 mm f/1.8 Sony 14mm f/1.8 GM Lens Sony 24-70mm f/2.8 GM Lens
Stabilizer & Destekleyiciler	DJI Ronin RS 2 Gimbal Edelkrone SliderONE V2 Tripod

2.8.3. Ses Malzemeleri

Tablo 6. Ses Malzemeleri

RØDE Videomic Pro Rycote, DSLR Kamera Mikrofonu
Rode Yaka Mikrofonu

2.8.4. Kostüm Malzemeleri

Tablo 7. Kostüm Listesi

ALEYNA	DEFNE	YASEMİN	BEGÜM	GİZEM
Siyah Atlet,	Gri Bluz	Siyah Sweatshirt	Gri Bluz	Siyah sabahlık
Siyah Tayt	Siyah Tayt	Gri kot pantolon	Mavi Kot	Siyah Tayt
Sabahlık				
	Sneaker Ayakkabı	Sneaker Ayakkabı	Sneaker Ayakkabı	

2.9. Set Fotoğrafları

Fotoğraf 1. Kamera Arkası



Fotoğraf 2. Kamera Arkası



Fotoğraf 3. Kamera Arkası



Fotoğraf 4. Kamera Arkası



Fotoğraf 5. Prova



Fotoğraf 6. Prova



2.10. Post Prodüksiyon Aşamaları

2.10.1. Kurgu

Filmin çekim sürecinin bitmesinin ardından Adobe Premiere Pro programında kurgusu yapıldı. Sahneler senaryodaki dizilime göre sıralandı ardından ince kurguya geçildi. Görüntü ve sesler eşitlendi. Geçiş efektleri, ses bindirme ve diğer düzenlemelerin yapılmasıyla filmin anlatımı tamamlandı.

2.10.2. Renk Düzenleme (Color Correction)

Kaba ve ince kurgunun ardından filmin renk düzenlenmesine geçildi. Sahnelere göre renk geçişleri kullanılarak filmin sahnelerinin renk düzenlenmesi yapıldı.

2.10.3. Ses

Filmin sesleri görüntülerle eşitlendi. Ortam sesleri düzenlenerek bağlı bulunduğu sahnenin altına döşendi. Temiz bir ses için gerekli düzenlemeler yapıldı.

2.11. Bütçe

Tablo 8. Bütçe

Sony A7 III Kamera	1 GÜN – 900 TL
Sony A7S II 4K	1 GÜN – 550 TL
Sony 14mm f/1.8 GM Lens	1 GÜN – 550 TL
Sony 24-70mm f/2.8 GM Lens	2 GÜN – 1100 TL
Edelkrone SliderONE V2	1 GÜN – 300 TL
DJI Ronin RS 2 Gimbal	2 GÜN – 1.100 TL
RØDE Videomic Pro Rycote, DSLR Kamera Mikrofonu	2 GÜN – 1.200 TL
Rode Yaka Mikrofonu	2 GÜN – 1.200 TL
Yemek	1.500 TL
Ulaşım	900 TL
TOPLAM	9.300TL

2.12. Filmin Künyesi

Filmin Adı : KUSURSUZ

Süre : 9:33 DK

Yapım Yılı : 2023

Yapım : Türkiye

Proje Danışmanı : Doç. Dr. Cengiz T. Asiltürk

Tür : Psikolojik

Oyuncular : Zeynep Çetin, Helin Çamur, Yasemin Güneş, Begüm Akkaya, Gizem Kılıç

Yönetmen : Merve Özbek

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Estetik ve güzel olma kavramının çok söz edildiği tüketim toplumu, imaj ve görünümün öne çıktığı düşünce biçimini savunur. Tüketiciyi özendirici reklamların tüketime yönelik vaatler doğrultusunda kadın bedeni ile ilişkilendirilerek yapılması anlamında önemlidir. Estetik ve güzel olma kavramı günümüzde sosyal medyanın hayatımıza dahil olmasıyla kaçınılmaz olmuştur. Sosyal medya yayınlarında verilen mesaj, olması gerekenin ne zayıf ne de kilolu görünümlü bir beden (toplum tarafından standardize edilmiş) ve kusursuza yakın yüz ve cilt güzelliği olduğu yönündedir. Özellikle genç kadınların olduğu gibi değil farklı görünme geyreti, günlük yaşamda aldıkların bildirimlerden kaynaklanan psikolojik bir faktör olarak kaşımıza çıkmaktadır. Bu noktada sürekli kusursuzlukla uyarılan kadınlar belkide farkında olmadan birbirlerine kusurlu gördükleri helleri bildirerek telkinde bulunmaktadır. Toplum psikolojisine yön veren sosyal medya, bu noktada belirleyici kimi zaman kadın psikolojisini tüketen konumda bulunmaktadır. Bu tez ile sunulmuş kısa filmin amacı kadınlar arasında bu durumun farkına vardırarak konuyla ilgili olarak bilic oluşturmaktır.

KAYNAKÇA

- Balkaş, E. (2007) 'Kadın Sporcuların Yer Aldıkları Reklamların Sınıf Kavramı: Model Olma (Bir Karakterle Özdeşleşme) ve Hatırlanma Açılarından Değerlendirilmesi', Pİ Dergisi, 6 (20), s. 46
- Berger, J. *Görme Biçimleri*, Metis Yayınları, İstanbul, s.10
- Bourdieu, P. & Wacquant, D. (2003). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, İstanbul: İletişim Yayınları. s. 31
- İnceoğlu ve Kar (2016). “Yeni Güzellik İkonları: İnsan Bedeninin Özgürlüğü mü Mahkumiyeti mi, İstanbul: Ayrıntı Yayınları. s 83
- İnceoğlu ve Kar (2016). " Yeni Güzellik İkonları: İnsan Bedeninin Özgürlüğü mü, Mahkumiyeti mi?" İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 82
- Koç, E. (2008). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık. s.177
- Silverman. K. (2006). *Görünür Dünyanın Eşiği*,(Aylin Onacak çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları s.37
- Taşkaya Merih (2009). “Kitle İletişim Araçlarında Kadın Bedeninin Nesneleştirilmesi: Ürün ve Marka Fetişizminde Cinsellik Kullanımı”, *Toplumbilim Dergisi*, Sayı: 24 (Beden Sosyolojisi Özel Sayısı), s. 121

