

**T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



**FİTNESS SALONLARINA GİDENLERİN
BEDEN ALGILARI VE BEDEN İNŞALARI
(BİNGÖL ÖRNEĞİ)**

DOKTORA TEZİ

Danışman
Prof. Dr. Hüsnîye CANBAY TATAR

Hazırlayan
Hakan ÖNALAN

MALATYA- 2021

T.C
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

FİTNESS SALONLARINA GİDENLERİN
BEDEN ALGILARI VE BEDEN İNŞALARI
(BİNGÖL ÖRNEĞİ)

DOKTORA TEZİ

Hakan ÖNALAN

Danışmanı Prof. Dr. Hüsniye CANBAY TATAR

MALATYA-2021

ONUR SÖZÜ

Doktora tezi olarak sunduğum "Fitness Salonlarına Gidenlerin Beden Algıları ve Beden İnşaları" adlı çalışmanın, tezin seçilme safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça'da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Hakan ÖNALAN

ÖNSÖZ

Beden her geçen yıl daha bir titizlenerek üzerine düşülen bir “şey” haline gelmektedir. Bedenin algılanması ve değerlendirilmesi birey ile bedeni arasında giren sayısız faktör tarafından sürekli bir şekilde güncellenmektedir. Çünkü hızı geçen gün katlanarak artan küreselleşme olgusu hayatımızın en ücra noktasına kadar sirayet etmektedir. Küresel iletişim teknolojileri baskın ve kabul edilebilir olan bedensel formları daha bir görünür kılmaktadır. Bu, “sağlıklı yaşam” söylemiyle yaygınlaşan bir forma dönüşmektedir. Sağlığın manipülasyonun da genç, çekici bir görünüme kavuşma istemi ise hegemonik güzellik algısıyla sürgit devam etmektedir. Beden bilince transfer edilen bu algının merkezinde kendisine bakmaya başlamaktadır. İdealize edilen beden formları ise, bir baskı ve zorlama ile mevcut bedeni kuşatıp çevrelemektedir. Dolayısıyla küresel ölçekte medya eliyle popülerize edilen bedenler gündelik hayatın etkileşimlerinde dahi kritik bir rol oynamaya başlamaktadır. Ki bu rol, bireylerin yaşam tarzlarını doğrudan etkilemektedir.

“Fitness Salonlarına Gidenlerin Beden Algıları ve Beden İnşaları” (Bingöl Örneği) adlı nitel çalışmada bu salonlara gelen müdavimlerin beden algıları ve beden inşalarının altındaki sosyo-psikolojik gerekçeleri anlamaya çalışılmaktadır. Bu amaçla Amaçlı örneklem yoluyla belirlenen katılımcılarla derinlemesine görüşmeler yapıldı. Katılımcılardan elde edilen veriler ise öncelikle kodlandı, sonrasında bir tema etrafında organize edildi ve en sonunda yorumlayıp değerlendirmeye çalışıldı. Söz konusu yorumlar, görüşme verilerine sadık kalınarak yapıldı.

Tez konusunun belirlenmesinde, planlanmasında ve yürütülmesinde tecrübe ve ilgisini esirgemeyen, engin ufku ve hoş görüşüyle yol gösterici olan değerli hocam Prof. Dr. Hüsniye CANBAY TATAR’a çok teşekkür ederim. Ayrıca lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimi süresince üzerimizde emeği olan bütün hocalarıma teşekkürlerimi bir borç bilir, hepsini saygı ve hürmetle anarım. Özellikle de araştırma sürecinde kıymetli önerilerini bizlerle paylaşan, ilim ve irfanından ilham aldığım değerli hocam Prof. Dr. Taner TATAR hocama ayrıca saygılarımı arz ederim. İçten ve derin muhabbetleriyle mükemmel bir misafirperverlik örneği gösteren Sayın Bingöl İl Halk Kütüphanesi çalışanlarına teşekkürlerimi ve hürmetlerimi sunarım. Tez yazım aşaması takdir edilir ki, zorlu aşamalara gebedir. Bu zorlukları aşmam da yardım taleplerimizi geri çevirmeyen ve her türlü desteğini gösteren Sayın Mahmut Şemran TOKUŞ’a, Sayın Zülfü TAŞKESEN’e, Sayın Adem ÖNALAN’a, Bingöl Üniversitesi Araştırma Görevlisi Sayın Muhterem UYSAL’a ve Bingöl Üniversitesi Doktor Öğretim Üyesi Sayın Yunus BUCUKA’ya minnetlerimi iletirim. Ayrıca tez hazırlama sürecinde yakınlığını ve ilgisini hiç eksik etmeyen, en zorlu dönemlerde engin hoşgörüsüyle bizleri destekleyen eşim Remziye

SANDIKLI ÖNALAN’a teşekkürlerimi; şefkatiyle muhabbetini her daim yanımda hissettiğim annem ve babama şükranlarımı sunarım. Son olarak çalışmanın tamamlanmasında en önemli bilgi kaynağımız olan, görüşme teklifimizi geri çevirmeyen, değerli zamanlarını bize ayıran ve kimi zaman ikinci kez görüşme şansını bizlere tanıyan çok değerli katılımcılarımıza teşekkürlerimi bir borç bilir, hürmet ve saygılarımı sunarım.



ÖZET

Son yıllarda beden, sosyal bilimlerde artan bir ilginin konusu olmaktadır. Beden, hem klasik felsefede hem de klasik sosyolojide olduğu gibi artık atıl ve pasif bir nesne olarak ele alınmamaktadır. Kısmen yirminci yüzyılın başlarında, belirgin olarak bin dokuz yüz ellilerde ve nihayetinde seksenlerden sonra beden sosyal bilimlerde kuramsal çerçeveleri oturtulmuş alt disiplinler tarafından ele alınmaya başlanır. Bu alt disiplinlerden biri beden sosyolojisi. Sosyolojinin genç uzmanlık alanı olan beden sosyolojisi ise bedenün gündelik hayatımızda artan varlığı ile önemli hale gelmektedir. Beden, modadan beslenme şekillerine, plastik cerrahiden kozmetik ürünlere, kamu sağlığından bireysel egzersizlere, hastalık algısından rahatsızlıklara, yaşlılıktan gençlik söylemlerine kadar bir dizi pratiklerle hayat tarzlarının merkezine yerleşmiş bulunmaktadır. Öyle ki, konut sektörü ile ortaya çıkan yeni meskenler başta olmak üzere kamusal alanın her yanında beden sağlığına ve güzelliğinde giderek artan ehemmiyetin izlerini görebilmekteyiz. Güzellik salonları, saç ekim merkezleri, açık spor alanları, fitness ve aerobik salonları, beslenme ve diyetetik merkezleri gibi daha iyi bir görünüme sahip olmayı vaat eden birçok kurumsal yapıya rast gelebiliriz. Bedene hassaten gösterilen bu ihtimam, benliğin modern toplumda kırılabilirlik eşiğinin her geçen gün düşmesiyle yakından ilgilidir. Öyle ki, beden modern toplumda bir takıntıya dönüşmektedir. Dolayısıyla beden her bir parçası ile bir işlem nesnesi olmaktadır. Daha doğrusu beden, beden algısını etkileyen faktörler ölçüsünde parçalanmaktadır. Bu, aynı zamanda bedenün tüketim kültüründe edindiği sembolik değerin artışıyla da paralel bir seyir izlemektedir. İdealize edilmiş güzel, ince, fit ve çekici bir beden kişisel saygınlıktan sağlıklı bir vücudun teminatı altındaki gençlik imgesine kadar birçok anlamı da taşımaktadır. Araştırmanın konusu bu çerçeve içerisinde şekillenmektedir. Araştırma ise fitness salonlarına giden katılımcılar ile bedenleri arasına giren yargılayıcıların “kim”ler olduğunu, bunların onlara “ne” söylediğine ve bedenlerini inşa etme gerekçelerindeki yerlerine yoğunlaşmaktadır. Araştırma, bedenlerini duygu dünyalarında tasarladıkları ideal forma göre inşa etmek isteyen katılımcıların içsel ve dışsal deneyimlerini nitel bir araştırma modeli ile anlamaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Benlik, Dış Beden, Temsil ve Takdim, İç Beden, Özdenetim, Beden Algısı.

ABSTRACT

In recent years, the body has been the subject of an increasing interest in social sciences. The body is not treated as an inert and passive object, as in both classical philosophy and classical sociology. Partly in the early twentieth century, markedly in nineteen fifties and ultimately after the eighties, the body has begun to be handled by sub-disciplines whose theoretical frameworks were established in social science. One of these sub-disciplines is body sociology. Body sociology, which is the young specialty of sociology, has become important with the increasing presence of the body in our daily lives. The body has been at the center of lifestyles with a range of practices, from fashion to diet, plastic surgery to cosmetic products, from public health to individual exercises, disease perception to ailments, old age to youth discourse. In fact, we can see the traces of increasing importance on the body health and beauty all over the public space, especially the new dwellings emerging with the housing sector. We can come across many corporate structures that promise to have a better appearance, such as beauty salons, hair transplantation centers, outdoor sports areas, fitness and aerobics salons, nutrition and dietetic centers. This particular attention to the body is closely related to the fall of the threshold of vulnerability of the self in modern society every passing day. So much so that the body is turning into an obsession in modern society. Therefore, the body becomes an operation object with each part. More precisely, the body is fragmented in accordance with factors that affect the body perception. This also have parallels with the increase in the symbolic value that the body has acquired in the consumption culture. An idealized beautiful, slim, fit and attractive body has also many side meanings, from personal dignity to the image of youth under the guarantee of a healthy body. The subject of the research is shaped within this framework. The research focuses on “who” are of the participants going to fitness salons and the judges coming between their bodies, “what” they said to them and their roles in the reasons of their bodybuilding. The research tries to understand the internal and external experiences of the participants, who want to build their bodies according to the ideal form they have designed in their emotion world, with a qualitative research model.

Key Words : Selfness, Outer Body , Respresentation and Presentation , Inner Body , Self-Control, Body Perception.

İÇİNDEKİLER

Onur Sözü.....	II
Önsöz.....	III
Özet.....	V
Abstract.....	VI
İçindekiler.....	VII
Tablolar Listesi	X
Kısaltmalar	XI
Giriş.....	1
I. Araştırmanın Konusu ve Önemi.....	7
II. Araştırmanın Amacı.....	9
III. Araştırmanın Temel Problemleri ve Alt Problemleri.....	11
IV. Araştırmanın Varsayımları.....	12
V. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları.....	13
VI. Araştırma Yöntemi.....	13
VII. Araştırmanın Örnekleme.....	17
VIII. Araştırmanın Veri Toplama Teknikleri ve Analizi	18
BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE.....	23
1.1. Sosyoloji Literatüründe Bedenin Alınlanması.....	23
1.1.1. “Benlik” ve “İç Beden”in Denetimi.....	35
1.1.1.1. Püriten Ahlakta “İç Beden”in Özdenetimi.....	37
1.1.1.2. Uygarlığın Huzursuzluğu Olarak “İç Bedenin” Özdenetimi.....	39
1.1.1.3. Uygarlaşma Sürecinde “İç Bedenin” Özdenetimi.....	40
1.1.2. “Benlik” ve “Dış Beden”İN Temsili ve Takdimi.....	41
1.1.2.1. Benliğin Savunusu Olarak “Tuhaf Beden”in Temsili Ve Takdimi	42
1.1.2.2. “Gösterişçi Beden”İN Temsili ve Takdimi.....	44

1.1.2.3. Ayna Benlik Olarak “Dış Beden”in Temsili ve Takdimi.....	45
1.1.2.4. “Dramaturjik Beden”in Temsil ve Takdimi.....	47
1.1.2.5. “Bedenselleşmiş Habitus” Olarak “Dış Beden”in Temsili ve Takdimi.....	49
1.1.2.6. “Fenomenolojik Beden”in Temsili ve Takdimi.....	51
1.2. Beden Algısı ve Beden Algısının Yapısal Dönüşümü.....	53
1.2.1. Modern İktidarın Nesnesi Olarak Beden.....	55
1.2.1.1. Modern Bilimin İktidarında Toplumsal Düzen Tasarısı ve “Siyasal Beden”.....	56
1.2.1.2. Modern İktidar ve Egemenlik Bağlamında Beden.....	63
1.2.1.3. Bilimsel Yönetimin İlkesi Olarak Koşullandırılmış Beden	70
1.2.1.4. Modern Ulus Devlet İktidarı ve Zinde Beden.....	72
1.2.2. Arzunun Nesnesi Olarak Beden.....	73
1.2.2.1. Arzunun Güdümündeki Beden.....	74
1.2.2.2. Kimliğin Bedenleşmesinden Bedenin Kimlikleşmesine.....	78
1.2.2.3. Popüler Kültürün Nesnesi Olarak Beden	87
1.2.2.4. Modanın Nesnesi Olarak Beden.....	95
1.2.2.5. Sağlık ve Güzelliğin Manipülasyonunda Beden.....	99
İKİNCİ BÖLÜM: BULGULAR VE DEĞERLENDİRME.....	108
2.1. Katılımcıların Mevcut Beden Algıları ve İdeal Beden Algılarının Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması.....	113
2.1.1. Kadın Katılımcılara Göre İdeal Kadın Bedeni ve Mevcut Beden Algıları....	113
2.1.2. Kadın Katılımcılara Göre İdeal Erkek Bedeninin Tarifi.....	117
2.1.3. Erkek Katılımcılara Göre İdeal Erkek Bedeni ve Mevcut Beden Algısı.....	118
2.1.4. Erkek Katılımcılara Göre İdeal Kadın Bedenin Tarifi.....	120
2.2. Cinsiyetlere Göre Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenme.....	121
2.2.1. Kadın Katılımcıların Başkalarının Görünümlerine İmrenmesi.....	122
2.2.2. Erkek Katılımcıların Başkalarının Görünümlerine İmrenmesi.....	123
2.3. Katılımcıların Beden Algıları ve Beden İnşalarının Sosyal Örüntüleri.....	125

2.3.1. Bir Simülakr Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	126
2.3.2. Örseleyici Bir Etiket Olarak “Damga Beden”in Temsili ve Takdimi.....	135
2.3.3. Sosyal Etkileşimlerde Benliğin Sunumu Olarak “Ayna Beden”in Temsili ve Takdimi.....	147
2.3.4. Dramaturjik Süreçte Benliğin Sunumu Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	168
2.3.5. Benliğin Tasarımı Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	187
2.3.6. Estetik Sermaye Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	210
2.3.7 Toplumsal Cinsiyetin İnşası Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	222
2.3.7.1. Kadınlığın (Kadın Olma) İnşası Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	224
2.3.7.2. Erkekliğin (Erkek Olma) İnşası Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	234
2.3.8. Kişisel Saygınlığın İmkânı Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	240
2.3.9. Yaşlılık ve Ölüm Fobisi Olarak “Genç Beden”in Temsili ve Takdimi.....	247
2.3.10. İradenin Gücü Olarak “Yabancılaşmış Beden”in Özdenetimi ve “Uygar Beden”in Temsili ve Takdimi.....	272
2.3.11. Modaya Duyarlı Dış Bedenin Temsili ve Takdimi.....	285
2.3.12. Yüz Güzelliğinden Beden Güzelliğine ya Da Metafizik Güzellikten Fizik Güzelliğe.....	304
2.3.13. Bir Savunma Mekanizması Olarak “Ödünleyici Dış Beden”in Temsili ve Takdimi.....	319
2.3.14. İdeal Bedenin Nesnesi Olarak “Mahrum Beden”in Temsili ve Takdimi....	322
2.3.15 Sağlıklı Bir Yaşamın İmkânı Olarak “Zinde Beden”in Temsili ve Takdimi.....	341
SONUÇ.....	351
KAYNAKÇA.....	366

TABLÖLAR

Tablo 1: Bir Beden Sosyolojisinin Kavramsal Şeması	34
Tablo 2.1: Kadın Katılımcıların Demografik Bilgileri	109
Tablo 2.2: Erkek Katılımcıların Demografik Bilgileri	110
Tablo 3.1: Kadın Katılımcıların Ek Olarak Yaptıkları Sportif Faaliyetler	111
Tablo 3.2: Erkek Katılımcıların Ek Olarak Yaptıkları Sportif Faaliyetler	112
Tablo 4.1: Kadın Katılımcıların İdeal ve Mevcut Beden Algıları	113
Tablo 4.2: Erkek Katılımcıların İdeal ve Mevcut Beden Algıları	118
Tablo 5.1: Kadın Katılımcıların Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenmesi ve Sportif Faaliyetlerini Belirlemedeki Rolü	122
Tablo 5.2: Erkek Katılımcıların Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenmesi ve Sportif Faaliyetlerini Belirlemedeki Rolü	124

KISALTMALAR

Akt. : Aktaran

Bkz. : Bakınız

C. : Cilt

I. : Issue

S. : Sayı

V. : Volume

Vb. : Ve benzeri

Vd. : Ve diğerleri

vs. : Vesaire

GİRİŞ

Kartezyen felsefenin bilinci bedenden ayıran, bilinci ruhun bir fonksiyonu, bedeni ise onun edilgen ve pasif bir nesnesi kılan düalist çizgisinin süregelen hâkimiyeti klasik sosyolojide bedene dair göreceli eksikliğin önemli bir nedeni olduğu söylenebilir. Bu nispi eksikliğin bir tarafını söz konusu felsefe ve onu tamamlayan kültür/doğa ayrımı oluşturur. Bilinci, ruhu ve kültürü asli form olarak ele alan ontolojik ve epistemolojik gelenek, bedeni maddi ve doğal olana kayıtlayarak uzun bir sessizliğe mahkûm etmiş; söz konusu sessizliğin perdesi ise yirminci yüzyılın ikinci yarısı itibariyle yırtılmaya başlamıştır.

Bu dönemde, modernliğin temel kabullerinin sorgulanmaya başlanması bedeni hem sosyolojinin merkezine hem de sosyal hareketlerin gündemine taşır. Modernliğin Kartezyen özne, mutlak hakikat, temsil, ilerleme söylemlerinin tartışılması ile beden, feministler, azınlıklar, siyahiler, mülteciler gibi alt kültürler tarafından sahiplenilen politik bir aygıt olarak muhalif hareketlerin bayrağı olmaya başlar. Bedenin siyasallaşması her ne kadar kimlik mücadelesi veren yeni türde sosyal hareketlerin çabası ile olsa da onlara asıl ivmeyi kazandıran bedenin disiplin teknikleri ile düzenlenmesini içeren iktidar analizleri, kadın çalışmaları ve modernlik eleştirilerini içeren postmodern düşünceler olur.

Michel Foucault'un bedenin iktidar teknolojileri ile gözetlenmesi, düzenlenmesi ve denetlenmesini içeren dispoitif metodolojisi, Spinozacı felsefeyi beden üzerinde gündeme taşıyan Deleuze ve Guattari'nin arzu felsefeleri, fenomenoloji alanında Merleau-Ponty'nin bilinç ve beden ikilemini sarsan monist “bedenlenme” kavramı ile ikinci dalga feministlerin Batı metafizik geleneğine yönelik eleştirileri bilinç karşısında bedeni daha görünür kılar. Ayrıca sanat alanında kadın bedenini istismar eden plastik cerrahi uygulamalarını protesto eden performatif gösteriler ile radikal feministlerin güzellik endüstrisine yönelik eleştirileri sosyal bilimler alanında bedeni konu edinen çalışmalara ilham kaynağı olur.

Beden son yıllarda sosyoloji alanında giderek önem kazanmaktadır. Bu ise bedenin kültürel, siyasal ve toplumsal olanla ilişkisini öne çıkaran kavramlarla ile mümkün olmaktadır. Söz konusu kavramların başında “bedenleşme” gelmektedir. Bedenleşme, bedenin toplum tarafından şekillendirilmesi ve belirlenmesi yoluyla toplumsallaştırılmasıdır. Bu şekilde beden, sosyalleştirilerek toplumsal bünyeye dâhil

olur. Bedenleşme olgusu çift yönlü olarak, bir yandan bedeni ilişkide olduğu sosyal etkileşimler açısından ele alır; bir yandan da baskın norm ve değerlerin bedeni nasıl belirlediği ile ilgili fikir verir.

Klasik sosyolojide beden silik bir iz, bir satır arası olarak kalmışken antropoloji alanında ciddi çalışmaların konusudur. Özellikle Marcel Mauss'un "Beden Teknikleri" adlı makalesi bedenin fizyoloji ile birlikte sosyolojik olarak da ele alınması gerektiğini teklif ederek beden sosyolojine zemin hazırlar. Ayrıca Elias'ın Uygarlaşma Süreci, Freud'un Uygarlığın Huzursuzlukları, Simmel'in Bireysellik ve Kültür makaleleri, Goffman'ın Gündelik Hayatta Benliğin Sunumu, Damga ve Etkileşim Ritüelleri, Bryan Turner'in Beden ve Toplum, Tıbbi Güç ve Toplumsal Bilgi, Schilling'in Beden ve Sosyal Teori, Bourdieu'nun Ayrım, Eril Takakküm ve Giddens'in Modernite ve Bireysel Kimlik eserleri sosyoloji alanında bedeni konu eden zengin içerikte çalışmaların başında gelir.

Belirtilen akademik çalışmalarla beden sosyolojini sistemleştirenler ise Chris Schilling, Arthur W. Frank ile Bryan Turner'dir. Arthur W. Frank ile Bryan Turner beden sosyolojinin tıbbi klinik araştırmalara ve tedavi süreçlerine doğrudan dâhil olması gerektiğini vurgularlar. Ayrıca Turner, "Beden ve Toplum Kuramı" adlı eserinde doğrudan bir beden sosyolojisini kuramsal bir model ile teklif eder. Kavramsal çerçevesi yeniden üretim (reproduction), sınırlama (restraint), düzenleme (regulation) ve temsil (representation) ile çizilen kurama olan ihtiyacı vurgular. Turner yeniden üretim, sınırlama ve düzenleme ile insan bedeninin toplum tarafından nasıl sınırlandırıldığını, denetlendiğini ve kontrol edildiğini; temsil ile de bedenin toplumsal alanda sunumunun sosyo-psikolojik boyutlarını analiz eder.

Beden, sosyoloji literatürüne her geçen gün farklı pratikler üzerinden daha fazla dâhil olmaktadır. Organ nakli, doku transferleri, kök hücre çalışmaları, plastik cerrahi, tüp bebek uygulamaları gibi tıbbi çalışmalardan beslenme rejimlerine, moda sektöründen kozmetik ürün çeşitliliğine, kamu sağlığından bedensel egzersizlere, yeni yaş kategorilerinden hayat tarzlarının değişen dinamiklerine kadar birçok alandaki yenilik ve hızlı değişimler beden dolayımında görünür olmaktadır. Tüm bu gelişmeler bedene - yakın zamana kadar belirgin olmayan- sosyolojik ilgiyi arttırmıştır denilebilir. Söz konusu ilgi, çalışmanın da asıl temasını oluşturmaktadır.

Beden Sosyolojisi kapsamında “Fitness Salonlarına Gidenlerin Beden Algıları ve Beden İnşâları” adlı araştırmamızın amacı, kitle iletişim araçları ile yaygınlaşan tüketim kültüründe bireylerin kendi bedenlerini nasıl gördükleri, algıladıkları ve hissettiklerine odaklanarak bedenlerini hangi sosyolojik saiklerle inşa ettiklerini anlamaya çalışmaktır. Bedeni formda ve zinde tutma amacıyla kurumsallaşan aerobik ve vücut geliştirme salonları üzerine yapılan araştırmaların önemli bir kısmını beden eğitimi ve spor bölümleri, işletme, fizyoterapi ve rehabilitasyon ve psikoloji alanında yapılan çalışmalar oluşturmaktadır. Ayrıca Fitness salonlarına gidenlerin beden algıları ile ilgili incelemeye alınan yüz bir kayıttan çoğunun da psikoloji, güzel sanatlar, diyetetik, psikiyatri alanından geldiği tespit edilmektedir. Araştırmamız, ilgili alanda tespit edilen boşluğa sosyolojik yönden bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Araştırma düzeni genel bir şema içerisinde iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümün ilk kısmında bedenin klasik sosyoloji tarihi içerisindeki yerine, beden sosyolojisini mümkün kılan çağdaş sosyolojik çalışmalara odaklanmaktadır. Bu bölümde klasik ve çağdaş sosyolojik teoriler, Turner’ın “iç beden” ile “dış beden” kavramları birlikte ele alınmaktadır. İnsanın istek, arzu, tutku gibi içgüdülerini imleyen “iç beden” ve dış görünüşünü ifade eden “dış beden” kavramları ile klasik ve çağdaş sosyolojideki bazı çalışmalar arasındaki bağlantı kurulmaktadır. İçsel denetim kısmında Weber’in “Kapitalizmin Ruh ve Protestan Ahlakı”, Elias’ın “Uygarlaşma Süreci” ile Freud’un “Uygarlığın Huzursuzluğu” adlı çalışmalarından hareketle bedenin toplum dolayımında özdenetime nasıl tabi tutulduğu ve yine Simmel, G. H. Mead, Cooley, Goffman, Bourdieu ve Berger’in sosyolojisinde dış bedenin nasıl temsil ve takdim edildiği anlaşılmaya çalışılmaktadır. Birinci bölümün ikinci kısmında ise beden algısı ve beden algısının yapısal dönüşümü tartışılmaktadır. Bu kısımda bedenin sırasıyla modern iktidarın ve arzusun nesnesi olarak nasıl konumlandırıldığı tartışmaya açılmaktadır.

Antik Yunan düşüncesinden İslam ve Hristiyan inanç ve felsefesine kadarki uzun dönem boyunca varlığı ölümsüzlükle irtibatlandırılan ruh, kısmi yaklaşım farklılıkları olsa da bedene düşmüş ulvi bir varlık olarak görülür. Beden ise insanın asli amacı olan saadeti önünde duran bir engel; dengeli ve ölçülü bir hayata tehdit, bir kötülük potansiyeli olarak algılanır. Bedenin heva ve heveslerinden duyulan korku ve güvensizliğe dair ihtiyat sadece bir düşünce olarak kalmamış, beslenme rejimlerinden giyime, bedensel bakımdan her türlü şatafat ve lükse karşı bir tavır alma şeklinde görünür olmaktadır.

Modern dönemde ise “siyasal bir beden” olan devlet karşısında beden, insanların bizzat kendileri olarak kodlanır. On altıncı ve on yedinci yüzyıllarda Orta Çağ’a nazaran daha çok hareket kazanan ticaret, feodalitenin çözülmesi ile ortaya çıkan siyasal iktidarsızlıklar, on yıllarca süren mezhep savaşları ile beliren karmaşa ve düzensizlikler bir kral etrafında düzenli bir toplum tasavvurunu güçlendirir. Devrin mekanik dünya tasarımı, “siyasal beden” içinde bütün parçaların birbirileri ile uyumlu bir şekilde birleştikleri bir toplum modeline hayat verir. Tıpkı bir insan gibi, ruh ve bedenden oluşan siyasal bedende ruh egemenliğe, beden ise insanlara karşılık gelen bir düzenleme konusudur. Bu düzenleme, denetleme ve gözetleme kapsamında hapishane, hastane, akıl hastanesi, ordu, okul gibi kurumlar içerisine alınan insanlar, çeşitli disiplin teknikleri ile modern toplumun ruhuna uygun bir şekilde üretken ve itaatkâr kılınmışlardır. Başka bir anlatımla modern dönem insanın sağlıklı, verimli, uyumlu ve her yönüyle iktidara tabi olması amaçlamaktadır. Nihayetinde bu toplumsal formasyon, kapitalist ekonominin olmazsa olmazıdır.

Modern dönemde beden, kapitalist üretim modeline göre biçimlendirilir. Taylorist-Fordist üretim bantlarına bütün bedenleri ile bağlanan işçiler bir zaman sonra makinenin bir uzantısı haline getirilir. Elleri, kolları başta olmak üzere bedenlerinin tamamı kısa zaman biriminde daha fazla üretim adına makinelerin hızına göre programlanır. İşçiye makinenin uzantısı haline getiren fabrika hem zihinsel hem de bedensel yabancılaşmaya yol açar. Diğer bir yandan da beden ulus devletin psikolojik harp aracı haline getirilir. Pürüzsüz, parlak ve kaslı vücutlar ulusun birliği ve dirliğini düşmana gözdağı verecek şekilde zinde bir forma sokulur. Zaten okul ve orduda jimnastik eğitimlerine verilen önem ve değer bunun apaçık bir delili olarak görülebilir.

İçinde bulunduğumuz tüketim kültüründe ise beden ticari meta olarak arzunun güdümünde hayatiyet kazanmaktadır. Bedeni formda ve zinde tutma sektörlerinden olan vücut geliştirme salonları ile aerobik salonları günümüz gelişmiş ekonomilerinin en müreffeh sektörlerinden biri olmaktadır. Tüketiciler, daha iyi bir görünüme sahip olmak, çekiciliklerini korumak ve yenilenmek için başta gelirleri olmak üzere zamanlarının önemli bir kısmını buralara harcamaktadırlar. Dünya çapında milyonları bulan tüketici kitlesi ile fitness salonları güzellik ürünleri ve tedavilerine yönelik ilgi ile birlikte altın zamanlarını yaşamaktadır. Bu ilgi medyada sunumu yapılan bedenlerin imajları, moda, medya ve popüler kültürün etkisinden bağımsız düşünülemez. Medyada ve moda

dergilerinde popülarize edilen görüntüler güzelliğe dair fikirlerin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Reklamlar, dizi filmleri ve eğlence sektörleri insanların hem kendi beden algılarını hem de başkalarının bedensel görünümünü yargılamak için kullanılmaktadır. Kozmetik, plastik cerrahi ve moda gibi güzellik sektörleri ekonomik yatırımlarını görünüme verilen ve artan önem derecesinde genişletmektedir. Medyada öne çıkan bedensel algı şemaları bedenden duyulan memnuniyetsizliği artırarak her geçen gün daha fazla talebin oluşmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla daha özgün, ince, fit bir görünüm çağın beden algısı ve pratiklerini etkilemektedir.

Araştırmanın ikinci bölümü ise fitness salonlarına gidenlerle yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin analiz edilip yorumlanmasına dayalıdır. Yirmi erkek ve yirmi kadınla yaptığımız ayrıntılı görüşmelerde bedenlerini inşa etme gerekçelerine odaklanılmaktadır. Katılımcılardan doğrudan alınan veriler önce betimlenerek, ardından kodlanarak ve en son temalaştırılıp yorumlanarak analiz edilmektedir. İlgili veriler merkeze alınmak suretiyle birçoğu sosyoloji teorileri ile ilişkilendirilerek değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Böylece, araştırma katılımcılar ile bedenleri arasına giren yargılayıcıların “kim”ler olduğunu, bunların onlara “ne” söylediğine ve bedenlerini inşa etme gerekçelerindeki yerlerine değinilmektedir.

Araştırma genel itibarıyla sosyal aktörlerin beden algılarını etkileyen faktörleri ele almaya çalışmaktadır. Bu faktörlerin gündelik hayattaki karşılıklarının neler olduğu, daha doğrusu bedensel egzersizler ile neyi arzuladıkları merak konusudur. Bu kapsamda şu sorulara cevap aranmaktadır: Fitness salonlarına giden kişileri motive eden sosyopsikolojik faktörler nelerdir? Dünya çapında küresel medya endüstrisi ile baskın bir beden şemasına maruz kalınmakta mıdır? Zayıf, fit, çekici veya kaslı bir bedene sahip olmanın sembolik avantajları nelerdir? Estetik emek ile elde edilen estetik sermayenin gündelik hayattaki karşılığı nedir? İdeal bir beden algısının ile gerçek beden algısı arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır? Genç ve zinde bir bedene sahip olmanın yaşlanma fobisi ile ilişkisi nedir? Beden bir dışlanma aracı olarak kullanılmakta mıdır? Güzel veyahut ince bir bedene sahip olamamak bir irade sorunu olarak değerlendiriliyor mu? Beden, sağlık ve güzelliğin manipülasyon aracı mıdır? Modanın dayattığı bir beden olgusundan bahsedebilir miyiz? Kişisel saygınlık ile fiziksel görünüm arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır? Bedensel egzersizlerle bireysel benliğin yapılandırılması arasındaki ilişkinin boyutları nelerdir? gibi konunun sosyolojik içeriğini ifşa edecek sorular dolaylı

yönden katılımcılara yöneltilmekte ve gelen yanıtlar sosyolojik bir perspektiften yorumlanmaya çalışılmaktadır.



I. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Beden üzerine ilk sistematik toplumbilimsel çalışma önerisinin Marcel Mauss'tan geldiğini söyleyebiliriz. Mauss bir dizi gözlem ve antropolojik veriden hareketle bir beden sosyolojisi önerisinde bulunmaktadır (Işık, 1998: 125). Bu öneri zamanla sosyolojik ilgiye mazhar olur. Öyle ki, Berthelot 1945-1980'ler arasında sosyolojide beden konusunun yaklaşık beş yüz metinde yer aldığını ve sonraki yıllarda ise bedenın toplumsal değişim ve dönüşümlere bağılı olarak sürekli bir ilgi odağı haline geldiğini belirtir. Özellikle de beden, fenomenolojik bakışın süzgecinden geçerek moda, sağlık, tüketim, toplumsal cinsiyet gibi temalar içerisinde nesne olarak değil; algılayan, hisseden, tepki veren canlı (lived) haliyle ele alınır (Kara, 2013: 28).

Bedene yönelik ilgiyi tüketim kültürü ve kapitalist ekonomiden bağımsız düşünmemiz mümkün değildir. Bu ilgi, araştırma konumuzun kapsamı dâhilinde önemli bir yer tutmaktadır. Burada öne çıkan olgu tüketim ve onu şekillendiren kapitalist ekonomi modelidir. Tüketim toplumu, toplumların giderek maddi üretimden ve hizmet üretiminden ziyade tüketim etrafında örgütlenmesini anlatan bir terimdir (Marshall, 1999: 768). Baudrillard, tüketim toplumunu etrafımızın nesnelerle kuşatıldığı bir toplum olarak görür. Ona göre, bu toplumda insanlar hiç olmadığı kadar kitle iletişim araçlarının yoğun bombardımanı altında bir şeyler satın alıp tüketmeye teşvik edilirler. Bu bir nesneler çağıdır. Yani yaşantımızın nesnelerin ritmine göre şekillendiğı çağ. Bu kuşatılmanın zamanla bizleri de nesneleştirme kaçınılmaz gibi görünüyor (Baudrillard, 2004: 15-18). Kapitalist ekonomide “tüketimcilik, yani yaşamın anlamının bir şeyler satın alma, önceden hazırlanmış deneyimler yaşamak olduğunu öne süren etkin bir ideoloji”dir (Bocock, 1997: 57). Bu tüketim ideolojisi hem kapitalizmi yasallaştırmaya hem de insanları tüketim yapma noktasında güdülemeye çalışır.

En tüketen nesne olan beden pazarın “kaygan ve değişken retoriğı tarafından yönlendirilir.” Her dönemde “erojen bölgeler kuramı”nda belirtildiğı gibi vücudun en cazip bölümü öne çıkartılarak ilginin oraya toplanması sağlanır. Daha cazip ve kışkırtıcı bir güzellik adına bedenın karanlıkta kalan kısımları gün yüzüne çıkartılır. Böylelikle beden bütünlüğünden kopartılarak cinsel bir uyaran haline getirilir. Bundan sebep güzellik piyasası görsel olanı daha fazla açığa çıkartmakla meşgul olur. Reklamlar, moda dergileri, sinema endüstrisi güzelliğı erotize ederek bir tüketim nesnesi haline getirir.

Arzuyu uyandırmaya dönük çabalar, beden üzerine uğraşı her geçen gün daha fazla kışkırtır. Bu çabalar genel harcama kalemlerine de yansımaktadır. 1965 ile 1985 yılları arasında güzellik ürünlerinin satımı dört kat artarken, bu ürünler için 1990’larda 6,5 milyar, 2000’lerde ise 12 milyar Euro para harcanmıştır. Yine bu rakamlarla orantılı olarak güzellik enstitülerin sayısında ciddi bir artış gözlenmektedir (Vigarello, 2013: 250-251; Soyşekerci, 2011: 326; Morris, 2006: 246-247). Bu rakamlara açılan mağaza, fitness salonları, estetik cerrahi merkezlerini de ekleyebiliriz.

Bu bağlamda beden hem tüketimin hem de kapitalist ideolojinin en temel nesnesi konumundadır. İçinde bulunduğumuz gösteri çağında bireylerin imajları ve onlara eklenen kodların anlamları önem kazanır. Bu imaj ve kodların sergilenmesinde ön plana çıkan asıl unsur bedendir. İlahi ve kutsal yazılarda “beden” ruhun kavramsal karşıtıdır. Örneğin Platon’a göre beden, akıllı olmanın önündeki irrasyonel bir engeldir. Burada beden, saçmalıklar ve ehlileştirilmesi gereken bir düzensizlikler alanıdır. Şimdi ise beden hiç olmadığı kadar kutsanmaktadır. Çünkü beden Baudrillard’a göre, kapitalizmin ikinci derisidir. Tüketilen nesneler arasında yan anlam bolluğu bakımından en zengin çağrışımlara sahip olan şey bedendir (Köse, 2010: 155). Beden, tüketimci ideolojinin en görünür yüzüdür. O, kendisini nesneler aracılığıyla konuşturan yüzüdür. Bu, dış uyaran lehine içsel duyumsama potansiyelinin yitirilmesi pahasına olacaktır. Ruh artık bedeni değil, beden ruhu sarmalar duruma gelmektedir. Ruhsal dirençten mahrum kalan beden, göstergeler mezarlığına dönüşmektedir. Böyle bir durumun sonucunda eskiden çalışmaları ve üretmeleri istenen bireylerden şimdi tüketmeleri ve tüketirken kendilerini yeniden farklı göstermeleri istenmektedir (Dağ, 2011: 13). Bu Debord’un tarifıyla bir gösteri toplumdur.

Gösteri toplumunda “gibi” görünmek gerçekliğin en üst seviyesidir. Bu, hiper gerçeklikler dünyasıdır. İmajlar bireysel görünümünün hipnozudur. Onlarla olduğundan daha farklı görünme şansı elde edilir. Değilse bile zengin, varlıklı olma şansı hep vardır. Göz duyusu teselli edicidir. Gösteri toplumunda yaşamda kalma gözün imkânı dâhilindedir. Bakışlara yansıtılan bir imaj olduğundan fazlaya dair olandır. Böyle bir toplum zenginleşmiş bir mahrumiyetlerin sahnesi niteliğindedir (Debord, 2016: 52). Bedene dolap arkalarında giydirilen imajlar hem mahrumiyetleri hem de bundan duyulan hayal kırıklıklarının telafi edicisidir. Denilebilir ki bedeninin gösterisi kapitalizmin emniyet supabıdır.

Dolayısıyla beden ve toplum ilişkisini yakın birimsel bir olgu olarak birbirinin içine işlemiş bir yapı olarak yeniden kavramsallaştırmak zorundayız. Bu ise “bedenin öz deneyim, toplumsal bir anlam üretim, özne ya da nesne olma hallerini” (Kara, 2013: 16) de ele almayı gerekli kılar. Araştırmamızın ana konusunu da bu öneri şekillendirmektedir. Buna göre araştırma, fitness salonlarına giden bireylerin kendi bedenlerini nasıl algıladıklarını, ne tür bir forma göre kendi bedenlerini inşa etmek istediklerini, bu algılama ve inşa etme olgusunun arkasındaki toplumsal ve bireysel -birbirinin içine girmiş ve işlemiş- saiklerin neler olduğunu konu edinmektedir. Bu salonlara giden bireylerin kendi bedenlerini nasıl deneyimlediklerini, ona nasıl bir anlam yüklediklerini ve buradan hareketle nasıl bir bilinç geliştirdiklerini anlamak önemlidir.

II. Araştırmanın Amacı

Klasik sosyoloji teorileri Fransız Devrimi ile Sanayi Devrimi’nin neden olduğu büyük ölçüdeki toplumsal değişimin doğasına yönelirler. Daha doğrusu onların asıl ilgi alanı toplumsal düzen, toplumsal değişim, bürokrasi, iş bölümü ve sınıf çatışması gibi temalarla modern toplumun doğasıdır. Bu kapsamda beden, tüketim, kadın, azınlıklar, çevre gibi konular ise devrin öne çıkan kaygılarından kaynaklı olarak doğrudan ele alınmamaktadır. Söz konusu temalardan olan beden Marx, Durkheim, Weber ve Simmel’in çalışmalarında doğrudan olmasa da dolaylı yönden kendini bir yer bulmaktadır. Bir örnek mukabilinde Durkheim’in “homo dupleks” kavramı bedenin toplum tarafından nasıl eğitildiğini, belirlendiğini ve şekillendirdiğini ifade etmesi açısından önemlidir. “Homo dupleks” bir yandan insanın bedensel arzuları ve dürtüleri ile bir yandan da ahlakla yönetildiğini ifade eder. Nesnel bir gerçek olan toplum, doğası itibarıyla arzu, tutku ve isteklerinin baskısı altında kalan bireyi norm ve değerlerle sosyalleştirerek topluma dâhil eder. Bu şekilde beden toplumun sembolik evreni içerisinde bir düzenlemeye tabi tutularak düzenlenir (Nazlı, 2009: 62). Benzer açıklamalar Marx’ın çalışma koşullarında işçi bedeni, Weber’in kapitalizmin ruhunu besleyen protestan ahlakında iç bedenin öz denetimi veya Simmel’in üslupsuzlar çağında bedenin görünümü üzerinden verilebilir. Bir beden sosyolojinin imkânı adına en ciddi çalışmalar ve teklifler antropoloji alanındaki çalışmalarıyla Marcel Mauss’tan gelir (Mauss, 1973: 72-74; Nazlı, 2009: 62).

Bu alanda ilk yetkin çalışmalar daha çok antropoloji alanında yapılmıştır denebilir.

Örneğin Mauss, “Beden Teknikleri” adlı makalesinde toplumun bir insanın yürümesinden oturup kalmasına, yeme içmesinden dinlenme şekillerine kadar bir dizi bedensel aktivitelerini nasıl biçimlendirdiğini çeşitli örneklerle betimler (Mauss, 1973: 72-74; Nazlı, 2009: 62). Yani Mauss makalesinde insanoğlunun kullandığı ilk teknik alet olan bedenin kullanma şeklinin kültürel olduğunu belirtir (Değmez, 2009: 17).

Toplumun formasyonunda biçimlenen beden, günümüz tüketim toplumunda daha kapsamlı bir etkinin altında kalmaktadır. Öyle ki bedenleşme toplumunda yaşadığımızı söyleyebiliriz. Her geçen gün tin medeniyetinden ten medeniyetine geçişin belirtileri daha bir ayyuka çıkmaktadır. Ten medeniyetinde beden, modifiye teknikleri ile pürüzsüzleştirilerek, revize edilerek sürekli gözden geçirilmektedir. Bedenleri cazip gösterme çabası değişen algıların arasında sürekli aşınmaktadır. Arzu edilene kavuşma anı, yaklaşma ölçüsünde uzaklaşmakta ve sürekli bir şekilde kaybolmaya yüz tutmaktadır. Gerilimin kendisi uçucu ve gelip geçici kimliklerin oluşma sebebi olmaktadır. Pazar eline aldığı bu hazineyi işletip işletip önümüze sokmaktadır. Bunu da küresel medya eliyle yapmaktadır. Televizyona, moda dergilerine, reklamlara, sanal âleme tabi olmak ona iman etmek tüketimin şartı haline gelmektedir (Demir, 2017: 15-21). Dolayısıyla teslimiyet beden üzerindeki tasarruf hakkımızı da piyasanın eline vermektedir. Sonuç olarak beden, üzerinde kontrolünü kaybettiğimiz bir piyasa malı olmaktadır. Bu ise beden algısını doğrudan etkilemekte ve belirlemektedir.

Bireyin kendi bedenine ilişkin tutum, düşünce ve duygularını ifade eden beden algısı, bireyin içsel duyumları, beklentileri, arzuları, istekleri ile başka insanlardan yansıyan geri bildirimler ile şekillenir. Beden algısı, bireyin kendi bedenini olumlu ya da olumsuz duygularla değerlendirilmesidir. Beden algısı hayat boyu sürerek gelişir ve değişir. Bu değişime ve gelişime ise birçok faktör neden olur. Arkadaş ve akran grupları, aile ve yakın akrabalar ile medyanın dış görünüşe yüklediği anlamlar en görünür faktörlerdendir. Zihinsel olarak sağlıklı bir insanın kendilik tasavvuru ile düşünce, davranış ve hayattaki varoluş tarzları arasında yakın bir tutarlılık bulunur. Yani bu tutarlılık kaybolmaya yüz tuttuğunda zihin sağlığı bozulmaya başlar. Böyle bir durum - kişinin ideal kendilik tasavvuru ile fiili kimliği arasında belirgin bir fark olması- kişide bir dizi hoşnutsuzluklara neden olabilir. Eğer bireyin kendi bedeni ile arzuladığı ve sahip olmak istediği beden arasında fark varsa bu hoşnutsuzluk beden memnuniyetsizliğine yol açar (Göka-Beyazyüz, 2011: 375-377). Özellikle de dış görünüşün bir takıntıya

dönüştürüldüğü tüketim kültüründe beden memnuniyet eşiği her geçen gün daha bir düşmektedir. Bu ise, beden endüstrisi için zengin bir kaynak konumundadır.

Araştırmamızın amacı ise fitness salonlarına giden bireyler ile bedenleri arasına giren faktörlerin ne olduğunu ve bu faktörlerin bedenlerini inşa etmedeki rollerine odaklanmaktır. Bu yönde bir çalışmanın amacına ulaşması konu olarak seçilen fenomeni doğrudan tecrübe eden bireylerle derinlemesine görüşmeler yapmayı gerekli kılar. Derinlemesine görüşme tekniği ile elde edilen verilerin betimsel analizi ile fitnessa giden bireylerin kendi bedenlerini nasıl algıladıkları, anlamlandırdıkları ve hangi saiklerle inşa ettikleri yorumlanmayı gerekli kılmaktadır.

III. Araştırmanın Temel Problemleri ve Alt Problemleri

Nitel bir araştırma olan “Fitness Salonlarına Gidenlerin Beden Algıları ve Beden İnşaları” adlı çalışma “Beden Algısı” ve “Beden İnşası” temalı temel fenomen üzerinde yoğunlaşmaktadır. Söz konusu temel problem çerçevesinde aşağıda belirtilen alt problemler ele alınmaktadır.

-Dünya çapında iş gören küresel medya endüstrisi beden algısını ve beden inşasını ne derece ve yönde etkilemektedir?

-Şişmanlık veya cılızlık bedensel bir damgalanma nedeni midir?

-İnsanın yakın veya uzak çevresinin beden algısı ve inşası üzerinde bir etkisi var mıdır?

-Fiziksel egzersizler ile beden dramaturjik bir nesne olarak konumlandırılması arasında bir ilişki bulunmakta mıdır?

-Bedensel egzersizlerle bireysel benliğin yapılandırılması arasındaki ilişkinin sosyo-psikolojik boyutları nelerdir?

-Benliğin kişisel olarak tasarlanmasında değişen toplumsal koşulların etkisi var mıdır?

-Estetik emek ile elde edilen estetik sermayenin işgücü piyasasında karşılığı nedir?

-Toplumsal cinsiyet norm, rol ve beklentilerinin beden inşasındaki yeri ve önemi nedir?

- Kişisel saygınlık ile fiziksel görünüm arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?
- Zarif, dikkat çekici veya kaslı bir bedene sahip olmanın sembolik avantajları nelerdir?
- Genç ve zinde bir bedene sahip olmanın yaşlanma fobisi ile ilişkisi nedir?
- Güzel, ince veya narin bir bedene sahip olamamak bir irade sorunu olarak değerlendiriliyor mu?
- Modanın dayattığı belirli bir beden formundan bahsedebilir miyiz?
- Bedensel güzelliğin yüz güzelliğinden daha fazla ön plana çıktığı söylenebilir mi?
- Beden, arzulanan hedef doğrultusunda istenilen şekilde inşa edilebilir mi?
- İdeal beden algısı ile gerçek benlik arasındaki gerilimin şiddeti beden inşasına ne şekilde yansımaktadır?
- Fit bir bedenın güzel veya yakışıklı bir görünüm noktasında ödünleyici yeri ve önemi nedir?
- Bedensel egzersizlerle sağlıklı ve zinde bir bedene sahip olmanın ilişkisi nedir?
- Yaşamın tıbbileştirilmesinin beden algısında ve beden inşasındaki yeri nedir?
- Çalışma ve yaşam koşulları insan sağlığı açısından beden algısını ne derecede belirliyor?

IV. Araştırmanın Varsayımları

- Araştırma nitel bir yöntemle yürütüldüğünden her herhangi bir hipotezin sınanmasına yönelik değildir. Bununla birlikte araştırmaya destek olabileceği düşünülen birtakım varsayımlar da göz önüne alınmaktadır. Buna göre araştırmanın varsayımları şunlardır:

- Beden algısı toplumsal dönüşümlere göre farklılaşabilmektedir.
- Bireyin beden algısı akran grupları, aile, medya ve toplumun dış görünüşe yönelik düşüncelerinden etkilenir.
- Beden algısı benliğin oluşumunu ve gelişimini etkileyen temel faktörlerdendir.
- Sağlıklı ve zinde bir bedene önem verilmektedir.

- İdeal beden ölçülerine yönelik ilgi popüler kültür dolayımında görünür olmaktadır.

- Bireyler bedenlerini nasıl ve ne şekilde inşa edeceklerine dair görünür bir algıya sahiptirler.

- Katılımcıların sorulara içten ve doğru yanıtlar verdikleri varsayılmaktadır.

V. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Son yıllarda dünya ve ülke çapında fitness salonları, yüzme havuzları ve güzellik merkezlerinin hızla çoğalmaktadır. Yeni yerleşim alanları ve gelişen konut sektörü ile birlikte hemen hemen her yerleşim bölgesi, bu tür spor ya da güzellik merkezlerine ev sahipliği yapmaya başlamaktadır. Belediyelerin kamu sağlığı adına birçok atıl alanı düzenleyip açık spor alanlarına çevirdiğini ve buralara çeşitli türde fitness araç ve gereçleri yerleştirilmektedir. Bacak güçlendirme aletleri, kaldıraç, kol ve bilek güçlendirme aracı, jokey aleti, omuz çarkı, bel çevirme aracı gibi daha onlarca egzersiz araç ve gereç park ve bahçelere monte edilmektedir. Hava koşulları el verdiği ölçüde bu yer ve araçların, çocuğundan yaşlısına, erkeğinden kadınına kadar her kesim tarafından sportif amaçlarla kullanıldığına şahit olmaktayız.

Araştırma, daha dar bir alanda fitness yani “sağlıklı ve formda” olma anlamı içinde vücut geliştirme ile aerobik salonlarına giden on sekiz yaş üstü erkek ve kadınların beden algıları ve beden inşalarının saikleri üzerine nitel bir araştırma olmaktadır. Araştırma, merkez Bingöl ili içerisindeki vücut geliştirme ve aerobik salonlarına gidenlerle yapılan görüşmelerle sınırlıdır. Dolayısıyla elde edilen bulguların diğer müdahimler açısından genelleştirilmesi söz konusu değildir.

Söz konusu spor salonları yönetim, işletme, ekonomi ve beden eğitimi alanındaki araştırmacılar tarafından da konu edilmektedir. Her yapılan araştırmanın kendi akademik alanına yönelik katkısı açısından değerlendirildiğinde ilgili araştırmanın fitness salonlarına düzenli olarak gidenlerin beden algıları ve beden inşalarının sosyolojik gerekçeleri üzerine yoğunlaşmaya gayret ettiğini söyleyebiliriz.

VI. Araştırma Yöntemi

Zijderveld, “Sahnelik Toplum” eserinde sosyolojinin amprik bir bilim olduğuna ve bu bağlantıyı koparmaması gerektiğine dair düşüncelerini şöyle aktarmaktadır:

“Sosyoloji yararlı araştırma ve tekniklere sahip olduğu için değil, et ve kemikten oluşan insanlar tarafından yaşanan ve deneyimlenen bir gerçekliğe yönelik olduğu için amprik görgül bir disiplindir. ‘Amprik’ kelimesinin kök anlamı, metafiziğin yaptığı gibi görülmeyen, duyulmayan, işitilmeyen ve hissedilmeyen bir gerçekliğe değil, tam tersine deneyimlenen bir gerçekliğe yönelik olması demektir. Bu duyumsal nitelik, sosyoloji gibi bir gerçeklik bilimi tarafından kaybedilmemelidir.” (2007: 16-17). Dolayısıyla sosyal bir araştırmanın gerçeklikle olan teması, onun yönteminden bağımsız değildir.

Fitness salonlarına giden bireylerin beden algıları ve beden inşaları üzerine yapılan bu çalışma, betimsel nitel bir çalışmadır. Araştırma tasarımına ve bütünlüğüne uygun nitel bir çalışma sorun olarak görülen problemin çözümü için daha elverişlidir. Bedenlerini duygu ve zihin dünyalarındaki ideale göre inşa etmek isteyen bireyleri motive eden içsel ve dışsal deneyimlerinin neler olduğunu bilmek nitel bir çalışma ile mümkündür. Bu yöntem bireylerin bedenlerini nasıl algıladıkları, nasıl yaşıtladıkları ve buna nasıl bir anlam verdiklerini anlama noktasında en doğru seçenek olarak görülmektedir.

Nitel bir çalışmanın özü insan davranışlarını, içinde bulunduğu ortamda ve çok yönlü olarak ortaya çıkarmaya çalışmaktır. İnsanların bir fenomeni nasıl algıladıkları ile ilgili öznel deneyimlerinin bilinmesi nitel bir çalışmanın gereğidir. Araştırmacıya düşen görev burada netleşir. O, bireylerle aynı ortamı paylaşmalı, yüz yüze görüşmeli ve onların davranışlarını gözlemelidir (Yıldırım-Şişek, 2003: 14-17). Araştırmacı ancak bu şekilde bireyin bakış açısını anlam dünyasını ve düşüncelerini anlayabilir (Kuş, 2003: 87).

Nitel bir araştırmada asıl olan genelleme değil, bütüncül çerçevede bir resim elde edebilmektir. Bundan dolayı nitel bir araştırma, çalışılan konuyu derinlemesine ve tüm olası yönleriyle incelemeye alır. Bu amaç doğrultusunda araştırmacı, belirli bir evrenden örneklem grubu oluşturmak zorundadır. Çünkü araştırma kaynaklarının sınırlılığı çok sayıda bireye ulaşmayı güçleştirir. Dolayısıyla nitel bir araştırmada örneklem seçimi probleme ve araştırmacının sahip olduğu kaynaklara göre belirlenir (Yıldırım-Şişek, 2003: 68-73). Araştırmanın yapısı ve bütünlüğü göz önüne alındığında en uygun örneklem alma tekniği amaçlı örnekleme tekniği gibi görünmektedir. Bu, araştırma alanına yakın durarak gözlem yapmayı ve örneklem dâhilindeki bireylerle yüz yüze görüşmeyi gerektirir.

Nitel bir çalışma Creswell'in mecazi tabiriyle bir el dokuma halı gibi "farklı renk ve dokuya sahip incecik iplik ve çeşitli malzemelerin karışımından oluşan grift bir" yapıya sahiptir. Yine onun ifadesiyle nitel bir araştırma "varsayımlarla ve bireyler veya grupların bir sosyal soruna ya da insan sorununa atfettikleri anlamlara değinen ve araştırma problemlerinin incelenmesini içeren yorumlayıcı çerçevelerin kullanımı ile başlar. Bu problemi araştırmak için, nitel araştırmacılar; araştırmada, çalışmadaki insan ve yerlere duyarlı olan doğal ortamdaki veri koleksiyonlarını ve hem tümevarım hem de tümdeyimgelimi, örüntü ve temalar kuran veri analizlerini içeren nitel bir yaklaşım kullanırlar. Nihai yazılı bir rapor veya sunum; katılımcıların seslerini, araştırmacının derin düşünmelerini, problemin kompleks bir açıklama ve yorumlanmasını ve literatüre katkısını veya değişim çağrısını içerir." (Creswell, 2018: 44).

Bu bakımdan nitel araştırma, insan davranışlarının esnek ve bütüncül bir perspektiften anlamaya çalışan çalışmalar için daha uygundur. Çünkü nitel bir çalışma "nitel araştırma gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir." Yani nitel bir çalışma, sosyal bir olayı kendi bağlamı içerisinde ele almayı gerektiren bir araştırma yöntemidir. Yani araştırılacak olan konuyu, hem bireylerin bakış açısından görebilmeyi hem de onların bu bakış açısından sosyal yapıları ele almayı önemser (Yıldırım-Şimşek, 2008: 35-47).

Araştırma, fenomenolojik bir desen ile modellenmektedir. Birinci anlamıyla "fenomen" gündelik anlamıyla duyularımızla, algılarımızla tecrübe ettiğimiz şeylerdir. İkinci anlamıyla hissettiğimiz ama kavrayamadığımız, açıklayamadığımız "yorumcu" bir ifadedir. Yani salt kendi başına bir gerçekliği olmayan dünyanın, bireylerin yorumlarıyla yeniden üretilmesi anlamına gelir. Bunun için fenomenoloji, "fizik dünyanın asla değişmeyen ve bütün insanlar için aynı olan 'gerçek' bir dünya olmadığını savunur. Daha ziyade, o varoluşu için insanların yorumlarına veya ona yüklediği anlama bağlı olan 'görelî' bir dünyadır." Araştırmacı için de önemli olan hissedilen ama kavranamayan ve açıklanamayan 'görelî' dünyayı sosyal aktörün deneyimleyenlerden hareketle anlamaya çalışmaktır. Bu, yaşantı dünyasından soyutlanarak değil, bizatihi ona dâhil olarak anlaşılabilir. Dolayısıyla araştırmacı "sadece insanların nasıl davrandıklarını değil, niçin öyle davrandıklarını da anlamak istiyorsa onların gerçek davranış ve eylemleriyle olduğu

kadar, güdüler, duyguları ve düşünceleriyle, tüm duygusal algı biçimleriyle de ilgilenmelidir.” (Slattery, 2010: 232-234).

Sosyolojik araştırmalarda bir modelleme deseni olarak fenomenoloji sosyal katılımcının öznel bakış açısını, dünyayı algılayış tarzını dikkate almalıdır. Femenolojik araştırmalar, sosyal dünyanın insanın dışında ve karşısında ondan bağımsız bir şekilde var olan nesnelliği kendinden menkul bir gerçeklik olarak ele almaz. Aksine sosyal dünyayı “insanların görüşünün oluşturduğu bir hakikat olarak konumlandırmaktadır.” Daha açıklayıcı olarak fenomenoloji hayatın organiz edilmiş bir yaşam dünyasına sahip olduğunu varsaysa da “fiziksel gerçekliği analiz edilebileceği şekilde analiz edebilecek tek bir nesnel toplumsal gerçeklik” olmadığı düşüncesindedir (Hewitt-Shulman, 2019: 40). Yani insan sayısınca gerçekliğin olduğu düşüncesini veri almaktadır. Buradan hareketle sosyal araştırmacı bir biyolojik nesne olan bedenin her bir taşıyıcısı tarafından farklı bir şekilde algılandığını ve yaşantılandığını bilmek durumundadır. Bu kapsamda bedenlerini çeşitli saiklerle inşa etmek amacıyla fitness salonlarına gidenlerin beden algılarını onların perspektifinden hareketle anlamak araştırmanın sıhhati açısından daha doğru görünmektedir. Aksi takdirde, bu insanların beden algılarını ve bedenlerini inşa etme gerekçelerini ortaya koyabilmemiz zor olur.

Fenomenolojik araştırmalar, çalışmaya örneklem seçilen kişilerin olay ve durumları nasıl algıladıkları ve deneyimledikleriyle ilgilenir. Burada sosyal araştırmacıya düşen görev, aktörün ilgili konuya yüklediği anlamı kavramaktır. Fenomenolojik bir çalışma aktörlerin anlam dünyasına dönük olduğu için “içeriden gözlemi, empati ile görüşmeyi ve yeniden inşa edilen bilginin araştırmacı tarafından yorumla zenginleştirilmesini” gerektirir. Bu modelleme aktörlerin toplumsal dünyayı nasıl algılamakta, yorumlamakta oldukları ve bunu nasıl deneyimlediklerine yönelir. Bundan kaynaklı bir nitel çalışmanın toplumsal bağlama duyarlı olması gerekir. Bağlam göz önüne alınmaksızın aktörlerin bir fenomeni neden, niçin ve nasıl deneyimledikleri anlaşılamaz. Bağlamı göz önüne alan nitel bir çalışma, sondajlama yoluyla derinde olanı, gizli tutulana, söylenmemiş olanı açığa çıkarır. Bu tür çalışmalar bir tezi doğrulamak ya da test etmek için yapılmaz. Daha doğrusu genellemelerden uzak durup bilimsel kuramlardan da faydalananarak bilim adına kavramlar ve fikirler üretir. Nitel bir çalışmacı “empatik tutumuna kendi yorumunu, öznenin sosyal dünyayı anlamlandırmasına kendi anlamını katamazsa eksik bir araştırma çıkar.” (Bal, 2013: 28-44).

VII.Araştırmanın Örneklemi

Nitel araştırmalarda evren ve örneklem belirlenmesi sürecin en önemli boyutlarındandır. Genel anlamda “elamanları hakkında bilgi toplayarak tanımaya ve genelleme yapmaya çalıştığımız topluluğa evren; bu kümden belirli bir yöntemle seçerek aldığımız kısma da örneklem” adı verilir (Arıkan, 2017: 47). Nitel bir araştırmada asıl olan genelleme değil, bütüncül çerçevede bir resim elde edebilmektir. Bundan sebep nitel bir araştırma, çalışılan konuyu derinlemesine ve tüm olası yönleriyle incelemeye alır. Bu amaç doğrultusunda araştırmacı belirlenen evrenden hareketle bir örneklem grubunu veri almak durumundadır. Çünkü gerek araştırma kaynaklarının sınırlılığı, gerek kullanılan bilgi toplama ve analiz yöntemlerinin niteliği çok sayıda bireyi araştırma kapsamına almayı zorlaştırır. Dolayısıyla nitel bir araştırmada örneklem seçimi problemin özelliğine ve araştırmacının sahip olduğu kaynaklara göre belirlenir (Yıldırım-Şimşek, 2003: 68-73).

Araştırmanın yapısı ve bütünlüğü göz önüne alındığında en uygun örneklem alma tekniği amaçlı örnekleme tekniği gibi görünmektedir. Amaçlı örneklem, araştırmacının örneklem seçiminde aktif olduğu, katılımcıları kendisinin belirlediği bir örnekleme şeklidir. Amaçlanan ise istediği bilgilere daha nitelikli bir şekilde ulaşabilmektir (Arslanoğlu, 2016: 91) Patton’a göre amaçlı örneklem tekniği “zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışmasına olanak verir.” Amaçlı örneklem tekniği olan maksimum çeşitlilik örneklemesinde amaç ise çeşitlilik gösteren durumlar arasında ne tür ortaklıklar ve benzerliklerin bulunduğunu tespit etmektir (Yıldırım-Şimşek, 2008: 91). Daha doğrusu amaçlı örneklem grubunda yer alan bireyleri farklı yaş, cinsiyet, meslek ve medeni durumları gözönüne alarak belirlemek araştırmayı farklı boyutları ile zenginleştirir (Bal, 2013: 53). Yoksa amaç çeşitlilikten hareketle bir genellemeye ulaşmak değildir (Yıldırım-Şimşek, 2008: 91). Amaçlı ve maksimum çeşitlilikte belirlenen örneklem grubunda elde edilen zengin veriler derinlemesine araştırma yapılmasına imkân tanır.

Araştırmanın niteliği ek olarak “kartopu örnekleme” tekniğini gerektirdiği durumlarda oldu. Kartopu örneklem tekniği, ulaşılması daha güç olan kişilerle görüşme yapabilmek için kullanıldı. Araştırma sürecinde erkek görüşmecilerle bağlantı kurmak, yüz yüze görüşmeler yapmak daha problemsizken gerçekleşirken kadın görüşmecilere

ulaşmak daha zorlu bir çabayı gerektirdi. Beden algısı ve beden inşası gibi insanın kimi zaman mahremiyeti ile doğrudan ilişkili bir konuda kadın görüşmecilerin düşüncelerini öğrenmenin zorlukları olsa da söz konusu engel bazen bir referansla kurulan bir ağla aşılmaya çalışıldı. Grüşmecilerimize “bu konuda kendisinden bilgi alabileceğimiz bir tanığınız var mı?” sorusu ile başlayan zincirleme örneklem ile birçok kadın görüşmeciye ulaşıldı.

VIII. Araştırmanın Veri Toplama Teknikleri ve Analizi

Fenomenolojik bir desenle yapılan nitel bir araştırmada veri kaynakları bireylerin deneyimleri olduğundan başlıca veri toplama tekniği derinlemesine görüşmedir. Derinlemesine görüşme tekniğinde bireylerin i dünyalarında kimi zaman kendisince fark edemediği düşüncelerin dışa yansıtılması amaçlanır. Bir nevi bilialtının sosyolojik olarak yorumlanmasıdır. Femonolojik bir araştırmada görüşmeler derinlemesine yapılır, aktarılanlar doğrudan verilir ve sonrasında tema ve örüntüler oluşturulur, nihayetinde veriler yorumlanır. Başka bir anlatımla femonolojik çalışmada bir olguya ilişkin yaşantıya yüklenen anlamlar ortaya çıkartılır, elde edilen düzenli ve sistemli bir şekilde toplanır, deneyimler açıklanır ve yorumlanır. Bu şekilde -nitel bir çalışma araştırmaya yol gösterecek olan bir hipotezin sınanmasına dönük olmadığından- toplanan verilerden anlamlı bir bütün elde etmeye çalışır (Yıldırım-şimşek, 2008: 75-79).

Derinlemesine görüşme ve yarı yapılandırılmış görüşme formları

Araştırma sürecinde, görüşme yöntemiyle katılımcıların bakış açıları, duyguları, algıları ve deneyimleri öncelenir. Örnekleme grubuna dâhil olanlarla güven ve empati duygusu ile yüz yüze derinlemesine mülakat yapılır. Nitel bir çalışmada görüşmelere konu olan ‘değişkenlerin ilgili diğer değişkenlerden etkilendiği ve bu birlikteliğin ilgili değişkene gerçek anlamı kazandırdığı’ varsayımdan hareketle bütüncül bir perspektif dikkate alınır (Yıldırım-şimşek, 2008: 41-44).

Nitel bir çalışmada katılımcılardan elde edilecek veriler kadar onları ortamlarında gözlemleyebilmek de önemlidir. Araştırma sürecinde katılımcıları yakından tanımak, onlarla yüz yüze bir iletişime geçebilmek ve onları doğal ortamda gözlemleyebilmek için altışar aylık iki periyotta ve iki farklı fitness salonuna kayıt yaptırıldı. Bu vesileyle erkek katılımcıların egzersiz yapma koşulları, aralarında ne konuştuklarını, egzersizlerdeki

bedensel hareketlerini gözlemleyebilme ve kendileri ile doğrudan görüşebilme imkânına kavuşuldu.

Görüşme yönteminde sorular anlaşılır, açık uçlu ve yönlendirmelerden uzak olmalıdır. Ayrıca soruların konu odaklı ve alternatiflere açık olmasına dikkat edilmelidir. Sorular anlaşılır, -genel ve soyut kavramlar yerine- bireyin doğrudan deneyimlerine yönelik türden olmalıdır. Ayrıca soruların kısa ve öngörülebilir ifadeleri önleyecek, daha doğrusu katılımcıların deneyimlerini açığa çıkartacak türden olmasına dikkat edilmelidir. Yarı yapılandırılmış görüşme formlarında kolay ve duruma ilişkin sorulardan başlanmalı, sorular özelden genele olmalı, hassas sorular sona bırakılmalıdır (Bal, 2013: 77-79). Özellikle değer yargılarına ilişkin sorularda daha özenli bir dil kullanılmalıdır.

Nitel bir çalışmada sorular açık uçlu olmalıdır. Bu tür sorular, araştırmacıya araştırma sorularının daha ayrıntılandırılması ve çeşitlendirilmesi konusunda bir esneklik kazandırır. Nitel görüşmede açık uçlu sorular, katılımcıya inisiyatif kazandırır, düşüncelerini çekinmeden dile getirme olanağı verir. Böyle bir görüşme tekniği “gözleme bir görüş derinliği kazandırması, ek ve yan sondajlarla konunun özüne gidilmesini” sağlar (Güven, 2006: 25-26).

Nitel araştırmanın en temel veri toplama aracı derinlemesine görüşmedir. Görüşme bireyin kendi gerçekliklerini nasıl oluşturdukları ve onu nasıl deneyimlediklerini anlamının yoludur. Gündelik anlamda görüşme soru ve cevaba karşılık gelse de nitel bir araştırmada çalışmanın en önemli boyutlarından birini oluşturur. Görüşmeler, araştırmacının ilgili konusuna, yöntemine ve katılımcı örneklemelerine bağlı olarak yapılandırılmış, odaklanmış/yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmeler şeklinde üç ayrı şekilde tasnif edilebilir. Yapılandırılmış görüşmeler belirli bir formatta hazırlanmış olup bütün katılımcılara aynı türde soruları sormayı gerektirir. Odaklanmış yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı belirli bir soru taslağını kullanıyor olsa da sorular görüşmenin farklı boyutlarına ışık tutmak amacıyla değiştirilebilir. Araştırmacıya esneklik kazandıran yarı yapılandırılmış görüşmeler zengin verilerin elde edilmesini kolaylaştırır. Yapılandırılmamış görüşmeler ise her hangi bir soru formatına dayanmaksızın güven esasına ilişkin derin sohbetlerdir (Punch, 2016: 166-170). Söz konusu görüşme tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve formu araştırma verilerinin toplanması açısından daha uygun görünmektedir.

Amaçlı örneklemele belirlenen bireylerle yapılan görüşmelerde, yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılır. Görüşmeler konunun farklı boyutlarına göre yön alabileceğinden sorular görüşme esnasında değişebilir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile görüşme sürecine esneklik kazandırılır. Sorular yeniden düzenlenir, yeni sorular eklenir veya soruların yerlerinde değişiklikler yapılır. Aktörlerin cevaplarından gerçeğe tamamıyla ulaşılmasa da saklı kalan ve gizli tutulan yanıtlar açığa çıkartılır (Bal, 2013: 74).

Veri analizi

Bir araştırma sürecinin en zorlu kısmını verilerin analiz edilmesi oluşturur. Nitel analiz elde edilen verilerin görselleştirilmesi ve raporlanmasından fazlasıdır. Nitel analiz görüşme verilerinin not edilmesi, belirli kavramlarla kodlanması, kodların tutarlı ve anlamlı temalar altında kategorize edilmesi ve nihayetinde yorumlanmasını içerir (Creswell, 2018: 179-180). Söz konusu süreç, görüşme verilerinin düzenlenmesini, anlamsal bir çerçeveye kavuşturulmasını ve raporlaştırılarak sunulmasını içeren son aşamayla nihayetlenir.

Belirtilen yönerge doğrultusunda toplanan veriler betimsel ve içerik analizine tabi tutulur. Bununla “toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere” ulaşılır. Katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmelerde elde edilen veriler önce betimlenir, sonrasında yorumlanarak analiz edilir. Betimleme aşaması, verilerin doğrudan alıntılanmasıdır. Yani görüşmecinin “ne” söylediğini olduğu gibi aktarmaktır. Analiz aşaması alıntıların kavramsal olarak kodlanması ve belirli temalar altında organize edilmesidir. Üçüncü aşamada ise “bulgular arasındaki ilişkileri açıklamak”, “neden sonuç ilişkilerini kurmak” ve “bulgulardan birtakım sonuçlara” varmayı içermektedir (Yıldırım-Şimşek, 2008: 222-239). İlgili aşamaları aşağıda belirtilen bir örnek ile şöyle açıklayabiliriz:

Öncelikle katılımcıların söyledikleri betimlendi ve sonrasında kavramsal bazı kodlarla işaretlendi. Örneğin görüşmecilerin söyledikleri arasında “dışlanıyordum”, “ayıpsanıyordum”, “tuhaf bakıyorlardı”, “alay ediyorlardı”, “kaçıyordum” gibi ifadeleri “dışlanma”, “örseleme”, “ayıpsama”, “alay” gibi kodlara çevrildi. Daha sonrasında elde edilen kavramlar “damga” adı altında sınıfsal bir tema ile organize edildi. Nihayetinde

katılımcının beden algısı elde edilen bu sınıfsal tema etrafında anlaşılmaya ve yorumlanmaya çalışıldı.

Katılımcı sayısı ve demografik bilgiler

Araştırma evreni içinde farklı durumları yansıtmak amacıyla devreye sokulan maksimum çeşitlilik örnekleme yoluyla farklı cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek grubundan yirmisi kadın, yirmisi erkek toplamda kırk katılımcıyla görüşme yapılmış, söz konusu katılımcılara ait demografik bilgiler ise bulgular kısmında tablolar şeklinde verilmiştir. Çalışmaya dâhil edilen katılımcılara sayıltılarımız doğrultusunda yönelttiğimiz sorulara verdikleri cevaplar belirli bir doyuma ulaştığından katılımcı sayısı belirtilen kişi sayısınınca sınırlandırılmıştır.

Etik ilkeler

Nitel bir çalışmada karşılıklı güven, sürecin doğru ve amacına uygun ilerlemesini sağlayacağından önemli ve hassas bir husustur. Bunun için, öncesinde araştırmacının kendini tanıtmayı, araştıracağı konuyu belirtmesi, konuyu ne amaçla hazırladığını açıkça ifade etmesi gerekir. Ayrıca, görüşmecilerin kimliklerinin gizli tutulmalı, kayıtların kendi iznine tabi kılınacağı, kaygıları varsa görüşme raporlarının kendisine verileceği söylenmelidir (Yıldırım-Şimşek, 2008: 128-133).

Benzer doğrultuda Bal'ın önerileri dikkate alınmalıdır. Bal'a göre görüşmeden ses kayıtları kullanılacaksa izin alınmalıdır. Kişi verileri kullanmanızı istemediği takdirde kayıtlar geri verilmeli veya silinmelidir. Aynı kapsamda kişilere araştırmanın niçin yapıldığını, ne tür bir konu üzerinde çalışıldığı, kimliklerinin gizli tutulacağı ve kendilerine herhangi bir zarar gelemeyeceği belirtilmelidir (Bal, 2013: 76).

Aynı şekilde, Ekonomik ve Sosyal Araştırma Konseyi bir araştırma sürecinde uyulması gereken altı ana ilkeyi aşağıdaki gibi sınıflandırmaktadır:

“1. Araştırma, bütünlüğü, kaliteyi ve şeffaflığı sağlayacak biçimde dizayn edilmeli, denetlenmeli ve yürütülmelidir. 2. Araştırma personeli ve katılımcılar, araştırmanın amacı, metotları ve niyet edilen olası kullanımları, araştırmaya katılmaları sırasında karşılaşılabilecekleri riskler hakkında tam olarak bilgilendirilmelidirler. Çok özel araştırma bağlamlarında bazı değişikliklere izin verilebilir [...]. 3. Araştırma katılımcıları tarafından sağlanan bilgilerin gizliliği ve katılımcıların isimlerinin gizli tutulması

gözetilmelidir. 4. Araştırma katılımcıları, gönüllü olarak, hiçbir zorlamaya maruz kalmadan katılmalıdır. 5. Her durumda, araştırma katılımcılarının zarar görmesi engellenmelidir. 6. Araştırmanın bağımsızlığı net ve açık olmalıdır ve her türlü çıkar çatışması ve tarafsızlık açık olmalıdır.” (Akt., Hammersley-Traianou, 2017: 9-10).



BİRİNCİ BÖLÜM: TEORİK VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bilimsel faaliyetler, düzensiz bilgi yığınları ile değil, sistemli bir şekilde organize edilmiş bilgi kümeleri ile yürütülür. Bilimin yaslandığı düzenli bilgileri belirli bir ilişki içerisinde örgütleyen ana unsur kuramdır. Kuram, “olaylar arasındaki bağlantılarla ve bu bağlantıların bir düzene sokulmasıyla ilgili olan ve bilimin gelişmesini sağlayan temel bir araçtır.” (Güven, 2006: 14). Kuram, “herhangi bir nesneyi inşa eden ve bu inşa ediş şekliyle kendi sınırlarını ya da sınırlılıklarını da çizen bir projeksiyon cihazıdır.” (Ünsaldı, 2019: 21). Böyle tanımlanan kuram, nihayetinde kavramlardan örülü bir çerçevedir. Her kuram nesneleri sınıflandıracak, düzenleyecek ve sistemli bir hale getirecek kavramlarda oluşur. Kavram ise “toplumsal fenomenleri analiz etmek, gözlemlenen dünyanın nesnelerini sınıflandırmak, bu fenomenleri açıklayarak bir anlam yüklemek ve bu gözlemler temelinde üst düzey önermeler formüle etmek amacıyla başvuru alan temel bir araç”tır (Marshall, 1999: 385). Dolayısıyla kavramsal örüntüler çerçevesinde dizayn edilmiş kuramlar bilgi yığınlarını sistemli bir şekilde düzenler, sınıflandırır ve organize eder. Bu kapsamda çeşitli kavram ve modeller ışığında sosyoloji tarihinde bedeninin yeri, hangi bağlamlarda ele alındığı, bir beden sosyolojisinin imkânları ile beden algısı ve onu etkileyen yapısal unsurlar ele alınmaya çalışılmaktadır.

1.1. Sosyoloji Literatüründe Bedenin Alınlanması

Sosyolojinin beden sosyolojisi adı altında genç bir uzmanlık alanının ortaya çıkması bin dokuz yüz seksenleri bulmuştur. Sosyolojinin yeni bir alt disiplini olan beden sosyolojisinde beden toplumsal cinsiyet tartışmalarındaki “cinsiyet” ve “toplumsal cinsiyet” ayrımında olduğu gibi insanın maddi yani doğal tarafını ifade eden “beden” ile kültür tarafından inşa edilmiş “sosyal beden” arasında bir ayrıma gidilerek inceleme konusu olmaktadır. Genel anlamda “beden” klasik sosyoloji geleneğinde biyolojinin konusu olarak değerlendirildiği için ihmal edilen bir konu olmuştur. Oysa toplumsal değer, norm ve ideallere göre düzenlenen beden, doğal olmaktan öte sosyal bir beden olarak adlandırılabilir. Başka bir ifade ile insan bedeni kültürel ve tarihsel olarak inşa edilen bir varlıktır (Canatan, 2016: 19; Kara, 2011: 23-24). Bu böyle değerlendirilse de bedeninin klasik sosyoloji tarihinde bir düzen ve denetim sorunu olarak ele alındığını söyleyebiliriz.

Schilling'e göre klasik sosyoloji içerisinde beden, sadece bir düzen konusu olarak görülmekte, bir bedenleşme olarak değil eksik, hiç ele alınmamaktadır. Sosyolojinin kurucu babaları bedene bir bireysel mülk olarak baktıkları için neredeyse hiç odaklanmamaktadırlar. Beden onlar için öncelikli olarak fiziksel kontrolün nesnesidir. Örneğin Marx için beden makineye bağlı bir çark, Weber'de bürokratik organizasyonların denetim nesnesi, Durkheim içinse doğa ve toplum ikileminde doğaya ait bir şeydir. Onların bedeni silik bir iz olarak ele almasının nedeni içinde bulundukları toplumsal koşullarla ilişkilidir. Bu bakımdan Turner, klasik sosyolojinin bedeni konu edinmemesinin dört ana sebebi olduğunu ifade eder. Klasik sosyoloji teorisyenleri modern toplumun geleneksel topluma tezat doğasına odaklanırlar. Onlar endüstriyel kapitalizmin yarattığı sınıf çatışmalarını ve devrimlerini, dinin baskın gücünün düşüşünü, artan şehirleşmeyi, siyasal demokrasinin yükselişi gibi konuları ele alırlar. İkincisi, endüstriyel kapitalizmin yarattığı anomiyeye ve karmaşıklığa yoğunlaşırlar. Bu bakımdan beden, genel anlamda sosyolojik olarak ele alınmayı gerektirmeyen toplum dışı doğal bir nesnedir. Üçüncüsü, beden Kartezyen felsefenin bir uzantısı olarak bilincin pasif bir kabı olarak görülür. Bununla bağlantılı olarak modern toplumun tabakalaşmış doğasını bilinç ve onla ilgili yanlış bilinç bağlamında tartışırlar. Klasik sosyoloji teorisyenleri açısından beden düzen, otorite, kapitalizm, sınıf çatışmaları, iş bölümü gibi daha makro ölçekteki konuların gölgesinde ancak bir satır arası olarak kalır. Bu ilk teorisyenlerin bedeni doğrudan olmasa da dolaylı yönden konu ettiklerini söyleyebiliriz. Örneğin, Marx ve Engels, bilinci belirleyen maddi koşullar içinde işçi bedeninin yaratıcılığının sınırlandırıldığını, makinelerin ritmik hareketlerini tekrarlamak suretiyle tahrip edildiğini düşünmüşlerdir. Weber'in eşsiz bir tarihsel olgu olan kapitalizm ile Protestan ahlakı arasındaki ilişkiyi konu edindiği "Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu" adlı eserinde tanrısal inayete mazhar olmak isteyen püritenlerin bedenlerini kutsal bir uğraş olarak gördükleri meslekleri uğruna nasıl denetlediklerini konu edinir. Boyun eğme üretim alanında disiplinli bir çalışma, tüketim alanında da bir geri çekilme olarak belirir. Ayrıca Durkheim, bedeni bir kimlik ritüeli olarak damgalama; Elias, davranışların kibarlaşması ve incilmesi; Freud ise temel içgüdülerin toplum tarafından bastırılması ile ilgili çalışmalarında konu ederler (Turner'den akt. Schilling, 1993: 25-28; Çil, 2017: 34). Beden, klasik sosyolojide genel anlamda dolaylı bir yönden ele alınmaktadır denilebilir.

Başka bir bağlamda Schilling; Marx, Engels, Durkheim, Simmel gibi sosyal teorisyenlerin çalışmalarında beden, bir “sui generis” olan toplum karşısında, bir satır arası olarak kaldığını belirtir. Schilling’e göre, Marx ve Engels’in insanı hayvandan farklı kılan el ve zekâdan müteşekkil “bedenselleşmiş bilinç” ile insanoğlunun çevresini inşa edebilme kapasitesini temel alarak beden olgusuna silik de olsa bir yer verirler. Durkheim’in ise daha çok antropolojik çalışmalarında toplumun bedenleri keserek, kazıyarak, boyayarak bir çeşit damga ile mühürleyerek bir kimlik etrafında nasıl bütünleştiğini inceler. Bu çalışmada, toplumun damga ile üyelerini başkalarından farklı kılacak aidiyet sembollerini görünür kıldığını belirtir. Durkheim’in çalışmalarında beden bir şekilde yansıtıcı bir kimlik olarak işlev görmektedir diyebiliriz. Marx ve Durkheim’e nazaran bedeni daha görünür kılan Simmel’dir. Simmel, onlara kıyasla mikro sosyolojinin alanında yoğunlaşır. Simmel’in çalışmalarında beden, insan etkileşimlerinin sürdürüldüğü bir dış yüzey olarak değerlendirilebilir. Özellikle metropol ve mekândaki karşılaşmaların doğasına yönelik çalışmalarında bedenin duygusal bir uyaran olarak nasıl bir etki uyandırabileceğini gösterir (Schilling, 2005: 28-30). Bedeni sosyolojik olarak doğrudan bir beden sosyolojisi teklifiyle ele alan kişi Marcel Mauss’tur. Onun “Beden Teknikleri” adlı çalışması bedeni sosyal bir varlık olarak ele alan ilk sistematik çalışmadır (Işık, 1998: 125). Daha doğrusu bu teklif, antropoloji alanında yapılan çalışmaların sonucudur.

Mauss, kasıtlı olarak “teknik” kavramı yerine “teknikleri” şeklinde çoğul olarak kullanmasını, her toplum ve geleneğin bedeni şekillendirme konusunda eşsiz örnekler sunmasıyla gerekçelendirir. Bu ifade ile içinde bulunduğumuz toplumun bedensel hareketlerimizi nasıl şekillendirdiğini anlatır. Mauss’ göre manastırda büyümüş bir kızın yürüyüşünden rahibe, bir askeri taburun yürüyüşünden hangi ülkenin vatandaşları, yemek yiyen birinin sağ elini daha esnek kullanmasından hareketle müslüman olduğunu kolayca anlayabiliriz. Bu örneklerden hareketle bedensel alışkanlıkların yani habitusların ancak biyolojik, psikolojik ve sosyolojik bir bakışla anlaşılabilirliğini vurgular (Mauss, 1973: 72-76). Söz konusu bu çalışmasının, beden ile toplum arasındaki güçlü etkileşimleri ifade eden “bedenleşme” olgusunun ortaya çıkmasında etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Klasik sosyolojinin ihmaline rağmen, bedeninin yirminci yüzyılın son çeyreğinde bir çalışma alanı olarak alınmasındaki temel sebepleri dört ana başlıkta özetlemek mümkündür: İlki, Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında ulusun biyolojik saflığını

koruma adına fizik antropoloji ve biyoloji alanında yapılan gen çalışmalarıdır. İkincisi, 1960’larda yükselişe geçen “ikinci dalga” feminist hareketlerdir. Bedenlerini politik bir eylem aracı olarak kamusal gündeme taşıyan feministler erkek ve kadın doğasının varlığını tartışmaya açarak toplumsal yaşamda kadın bedeninin maruz kaldığı baskıyı görünür kıldılar. Ayrıca onlar kadın bedeninin bir ticari meta olarak müstehcen sektörlerce kullanımına itiraz ettiler. Üçüncüsü, 1950’lerden sonra Batı’da tüketim odaklı bir toplumun yavaş yavaş belirginleşmeye başlaması ile ilgilidir. Söz konusu tüketim toplumu bedeni incelikli bir bakım yapmaya, çeşitli egzersizlerle formda tutmaya; kusurları ise estetik operasyonlarla gidermeye ve nihayetinde görsel bir nesne olarak sahnelenecek “performans benliği” olarak kodlar. Dördüncüsü bedenin “performans benliği” olarak bir işlem nesnesi haline gelmesidir. Özellikle de saç ekimleri, organ nakilleri, boy uzatma ameliyatlari, diş implant operasyonları ile beden eskiyen parçaların değiştirildiği bir makineye benzerdir (Schilling, 1993: 29-37).

Soyşekerci’ye göre beden sosyolojisi, bedene müdahale eden üç ana toplumsal süreç kapsamında ele alınabilir. Birincisi tıbbi pratik, hastalık ve sağlıklı yaşam üzerinden bedenlerin kontrol edilmesi; ikincisi modern devlet kurumlarının nüfus ve sağlık politikaları ile bedeni düzenlemesi ve kontrol etmesi; üçüncü ise bir tüketim aracı haline getirilen bedenin, kozmetik endüstrisi ve plastik cerrahi tarafından denetlenmesidir (Şoyşekerci, 2011: 391). Üç faktörde de bedenin gözetlendiği, denetlendiği ve kontrol edildiğini söyleyebiliriz.

Bedeni ana akım sosyolojiye taşıyan diğer gelişmeleri şöyle sıralayabiliriz (Canatan, 2016: 18-19; Turner, 2017: 266; Şişman, 2020: 174-175; Herzog, 2014: 141-180):

- Tüketim toplumu ve moda eleştirileri.
- Estetik cerrahideki gelişmeler.
- Küresel ısınma ve insan sağlığı üzerine etkileri.
- Sağlıklı yaşama yönelik toplumda artan ilgi.
- Organ bağışı ve nakline yönelik toplumsal tepkilerin yumuşaması.
- DNA, kök hücre ve klonlama tekniklerinin gelişmesi.

- Robotik kodlamalar ve yapay zekâ teknolojilerindeki ilerlemeler.
- Gerontoloji (yaşlı bilim) ve yaşlıların sosyal yaşama adaptasyon sürecine yönelik artan ilgi.
- Engelli insanların hakları ve engel durumlarını aşmaya dönük kamuoyunda yükselen talepler.
- Ergoloji ve ergoterapi alanındaki çalışmalar ve yeni teknolojiler.
- Doğum kontrol haplarının 1955 yılı itibarıyla piyasa sürülmesi.
- 1967 ilk kalp nakli ameliyatının gerçekleştirilmesi.
- Yasal kürtaj hakkının 1970 ve 1980’lerde birçok ülkede tanınması.
- 1970 doğum öncesinde irsi hastalıkların bilinmesine mümkün kılan görüntüleme teknolojilerindeki ilerlemeler ve bir tasarım olarak insan düşüncesi (trans human) fikri üzerine tartışmalar.
- 1978 yılında İnsanın laboratuvar ortamında üretilmesine imkân tanıyan IVF (tüpte dölleme) çalışmaları sonucunda ilk bebeğin dünyaya gelmesi.
- Feminist hareketler ve toplumsal cinsiyet tartışmaları.

Bedenin sosyal bilimler alanında odak haline gelmesinde feminist hareketlerin etkisi göz ardı edilemez (Gatens, 2018: 214). Dolayısıyla söz konusu etkiyi anlamak için feminist hareketlerin kadın bedenini toplumsal ve felsefi bağlamda nasıl ele aldıkları önemli olmaktadır. Bu açıdan feminist hareketleri farklılaşan eğilim ve talepleri açısından ele almak elzem görünmektedir.

Feminist hareket, 17. yüzyılda Avrupa’daki siyasal, sosyal ve ekonomik gelişmelere bağlı olarak daha çok orta sınıf kadın hareketi olarak doğdu. Juliet Mitchell’e göre feminizm devrimci burjuva geleneğinin bir parçası olarak doğduğundan modernist bir harekettir (Şaşmazkaylı, 2011: 34). Çünkü “feminizmin doğuşu ile modernleşme, burjuva devrimi ve rasyonel insanı temel alan doğal ve evrensel insan hakları arasında yakın ilişki bulunuyor.” (Berktaş, 2003: 90). Feminizm geç on sekizinci yüzyılda büyük kopuşlara neden olan Fransız Devrimi ile yakından bağlantılı olması hareketin modern bir olduğunu gösterir.

Modern dönemin siyasal ve ekonomik koşulları hareketin doğmasında etkili olur. Geleneksel toplumda yer alan kadın ve erkeğin yaşamı aynı toplumsal kurum tarafından belirlendiği için aralarında çok fazla bir ayrım söz konusu değildi. Sanayileşmenin gelişmesiyle kamusal ile özel alan ayrımı başladı. Eğitim kurumu çocukları okula, fabrikalar erkeği çalışma hayatına taşırken; kadın bir yandan ev işleri, beri taraftan da kocası ile birlikte -geçim şartlarının zorluğundan- ağır koşullarda çalışmak zorunda kaldı. Hayat koşullarının daha bir zorlaştığı bu dönemlerde orta sınıf kadınları kamusal alana girebilmek için eğitim ve hukuk alanında fırsat eşitliği talebinde bulundular (Çaha, 2006: 561).

Bu ilk talepleri dile getiren liberal feminizm, feminist hareketlerin ilki olduğundan ana akım feminist hareket olarak adlandırılır. En önemli iki söylemi “erkek ile eşitlik” ve “kadın özgürlüğü”dür. Onlar kadının sosyal ve siyasal yaşamda yer almasının önündeki tüm engellerin ortadan kaldırılması için çaba sarfettiler. Feministler, kadın haklarını “insan hakları” içerisinde dile getirirler (Çaha, 2006: 565). İlk feministler, kadın ve erkek doğası gibi ayrımları reddederek ortak bir insan doğası ile tanınmayı merkeze alırlar (Demir, 2014: 50-51). Daha sonraki feministler “soyut insan” kavramını, bedeni ihmal edip kadını cinsiyetsizleştirdiği için eleştirirler. Soyut insan anlayışı “erkek ve kadınların nasıl eril ve dişil özneler haline geldiklerini” ve “bedenlerinin erkek ve kadın olarak nasıl işaretlendiklerini” (Gatens, 2018: 127) daha doğrusu nasıl bedenselleştiklerini açıklayamadığı için eleştiri konusu olur.

Modern dönemde kadın haklarını Marksist ve sosyalist bir anlayıştan hareketle politik arenaya taşıyan feminist hareketler de ortaya çıkar. Marksist ve sosyalist feministlerin odağında aile ve onunla ilişkili özel mülkiyet vardır. Onlar için kadın kapitalizm, özel mülkiyet ve erkek arasında kurulan ortaklığın baskısı altındadır (Çaha, 2006: 567). Hareket açısından eşitlik ve özgürlüğün ön koşulu, kapitalizmi ve ataerkil ideolojiyi birlikte kaldıran sosyalist toplumdur. Bu toplumda kadın ekonomik olarak bağımlı olmadığından eşit ve özgürdür. Onlara göre yine de asıl düşman erkekler değil, kapitalizmdir (Demir, 2014: 45-51). Sosyalist feministler, Marksist feministlerden farklı olarak kadını kendine yabancılaştıran estetik baskıları da gündeme taşıdılar.¹ Kadın

1 Toplumsal cinsiyet tartışmalarının yeni yeni gündeme geldiği bir zamanda kadın bedenini metalaştıran reklamların eleştiri konusu olarak dikkatlere sunulmasında feminist bakışla bağlantılı olmayan kadın

bedenini medya, reklam, dergi ve pornografi üzerinden nesneleştiren, ticari bir meta haline getiren kapitalizmin manipölasyonlarını tartışmaya açtılar (Şaşmazkaylı, 2011: 26; Işık, 1998: 46).

Radikal feministler, liberal ve Marksist feminizmi erkek kültür ve değerlerini içselleştirdikleri için eleştirirler. Asıl mesele erkeğe benzemek değil, ondan farklı olmaktır. Bu anlamda radikaller cinselliğe yönelik birçok marjinal fikrin öncülüğünü yaparlar. Özellikle hamileliği yücelten yerleşik anlayışı özgürlüğün engeli olarak görürler. Buradan hareketle onlar, kadın özgürlüğü için cinsel özgürlük talebinde bulunurlar. Dolayısıyla radikal feministler kadını bedeni üzerinden ikincil bir konuma getiren aile, çocuk, gebelik, heteroseksüellik gibi her türlü unsuru reddetme eğilimindedirler (Tekin, 2011: 532-537). Aslında bu yönlü fikirlerin öncüsü bir anarşist olan Emma Goldman'dır. O, özgürlüğü aşk ve aile ile bağdaştırmamakta, evliliği kölelik düzeninin devamı olarak görmekte ve bunları erkeğin fetihçi bir gücü olarak düşünmektedir (Şaşmazkaylı, 2011: 111; Demir, 2014: 66-70). Radikal feminizm bedenini kendi kontrolüne alamayan hiçbir kadının özgür olamayacağını belirtir (Şaşmazkaylı, 2011: 25). Radikaller kadın bedeni üzerinden cinsiyetsiz bir toplumun hayali peşindedirler.

Bu yönde temel taleplerden biri olan kürtaj hakkı, ataerkil ideolojiye karşı verilen savaşın sembolüdür. Aile üzerinden iktidar mücadelesi veren bu feministler, erkek merkezli toplum anlayışı yerine kadın değerlerini ön plana çıkaran bir toplum için çaba sarf ederler (Çaha, 2006: 563-565). Çünkü radikaller, baskı ve sömürünün nedeni olarak erkekleri görürler. Bundan dolayı kadın özgürlüğünü karşı bir kadın ayaklanmasıyla

ressamların çalışmalarının da payı bulunmaktadır. Bunların başında çalışmaları birçok sanat galerisi ve müzesinde sergilenen Nur Koçak'ın Yeni Eğilimler sergisinde sergilenen "Nesne Kadınlar" serisinin ilki olan "Hommage à Vasarely" gelmektedir. Kadın bedenini ticari bir nesne olarak kullanarak erkeğin cinsel arzusuna sunan reklam fotoğraflarını bir eleştiri konusu olarak çalışmalarında işleyen Koçak'ın şu ifadeleri seçtiği temaların ardındaki gerekçeyi açığa vurur: "Ben özellikle bu konuları seçiyordum ama bakanların ne kadar farkında oldukları soru işaretidir. Kadınlar böyle nesnelleştiriliyor, bakın... reklam fotoğrafları kadınların sürekli genç, güzel, cinsel açıdan çekici olmasını istiyor, aslında erkekler istiyor bunu. Bu resimde feminist bir tavır var ama ben bu tavrın feminist olduğunu bile bilmiyorum o sıralar, el yordamıyla ilerliyorum. Tamamen içgüdüsel. Ben erkeklerin yaptığı resmi yapmayacağım, tek bildiğim bu." (Antmen, 2017, 123-124).

mümkün olacağını deklare ederler (Arat, 2010: 22). Onların asıl hedefi, karşıt bir kültür yaratarak erkek egemenliğini yıkmak ve yerine cinsiyetsiz bir toplum kurmaktır. Bunun önündeki asıl engellerden biri olarak görülen anneliğin içgüdüsel değil, toplumsal bir dayatma olduğu söyleminden hareketle hem aile kurumuna itiraz etmekte hem de yapay döllemeyi önermektedirler. “Her çocuğun bir anneye ihtiyacı vardır.” söyleminin gerçeği yansıtmadığını, bir mit olduğunu düşünen radikaller anneliğin toplumsallaşmasından yanadırlar (Şaşmazkaylı, 2011: 156-158). Sonuç olarak radikal feministler cinsiyetsiz bir toplumun kadın bedeninin ele geçirilmesi ile mümkün olabileceğini düşünmüşlerdir.

Bu yönlü itirazlar sonucunda 1970’li yılların sonunda toplumun cinsiyet algısına meydan okundu. Özellikle sosyal bilim alanında yapılan çalışmalar ve dünya çapında seyreden siyasal, toplumsal ve ekonomik gelişmelerle birlikte kadını erkeğin veya kurumsal birçok yapının nezdinde nesneleştiren tahakküm ilişkileri sorgulanmaya başlandı. Örneğin kadın bedenini erkek bakış açısına mahkûm eden estetik operasyonlar protesto edildi. Amerika’da bir kadın grubunun öncülüğünde kadın güzellik malzemeleri çöpe atıldı. Freud’un kadını noksan bir erkek gören psikanaliz çalışmaları eleştirildi. Kürtaj hakkı ortak bildirilerle daha yüksek sesle talep edildi (Bock, 2004: 277-279). Böylece radikal feministler, hem sokak gösterileri hem de yürüttükleri çalışmalarla liberal anlayışın toplumsal cinsiyetten arınık soyut birey tasavvurunu eleştiriye açmış oldular (Philips, 2012: 50-54). Söz konusu çalışmaların en önemli çıktılarından biri toplumsal cinsiyet olgusudur.

“Cinsiyet” ve “toplumsal cinsiyet” yirminci yüzyılın ikinci yarısında, antropoloji, sosyoloji ve psikoloji alanında yapılan çalışmaların temel ilgi alanlarından biridir (Slattey, 2004: 351). Bir insanın genetik, fizyolojik ve biyolojik niteliğine atfen “cinsiyet”, toplum tarafından cinsiyetlere yüklenen görev, rol ve sorumlulukları içine alan kültürel inşaya da “toplumsal cinsiyet” adı verilir. Cinsiyet, insanın eril veya dişi bir cins üzerine dünyaya gelmesidir. Toplumsal cinsiyetse cinsiyetin sosyalleşme süreciyle edinilmesini ifade eder (Öztürk, 2012: 1). Toplumsal cinsiyet insan icadıdır. Toplum, kadın ve erkeğin nasıl davranması ve hangi sorumlulukları yerine getirmesi gerektiğini belirler. Bunların tümü toplumsal cinsiyet rollerini ortaya koyar. Cinsiyet rollerine ilişkin kalıp yargılsa, feminist hareket içinde kadının ikincil konumunu pekiştiren ve cinsiyete dayalı ayrımcılığı keskinleştiren bir unsur olarak görülür (Saraç, 2013: 27). Toplumsal

cinsiyet olgusu, kadın ve erkeğin toplumca kendilerine verilen öznellikler üzerinden kimliklerinin gerçeklik kazandığını (Belek, 2013: 19-20), örneğin erkeklerin soğukkanlı, akıllı, sert, otoriter; kadınların sıcakkanlı, yumuşak, şefkatli, güler yüzlü, hamarat ve düzenli olduklarının varsayılması gibi... (Kumbetoğlu, 2010: 42). Feministler açısından bu tanımlamalar, erkek-kadın eşitsizliğinin sebebidir.

Toplumsal cinsiyet, cinsiyete zorla giydirilen rol ve sorumluluklarla ilişkili olup tekrarlarla, aktif katılımı, söylemlerle ve pratiklerle sürekli üretilen bir kategoridir. Öyle ki kadını bedenine hapseder (Berktaş, 2003: 29). Toplumsal cinsiyet, cins kavramının içerisinde gizil bulunan biyolojik determinizmin reddedilmesini içeren bir mevzidir (Scott, 2007: 3). Toplumsal cinsiyet erkek ve kadın rollerinin kültürel kodlarını deşifre eder (Scott, 2007: 11). Toplumsal cinsiyet, toplumun bireyden beklediği davranışların (Dökemen, 2007: 29) altındaki yapıyı yapı bozuma uğratarak kanıksanmış kadın algısına itirazın hareket noktası olur. Özellikle de kavram, kalıp yargıların dikte ettirdiği bir bedenin kadını toplumsal yaşamdan yalıtıldığını içerir.

Feminist kuramcılar, toplumsal cinsiyet kavramını kadın ve erkek arasındaki tahakküm ilişkisini açığa çıkarmak için kullanırlar. Bu odaktan hareketle kadını bağımlılaştıran “biyoloji kaderdir” söylemini eleştirirler (Şaşmazkaylı, 2011: 9). Daha ileri giden kimi feminist biyologlar doğuştan var olduğu sanılan birçok fiziksel görünüm ve yeteneğin de sosyalleşme ile yapılandırıldığını ileri sürerler (User, 2010: 137). Ayrıca onlar, bedenin verili bir şey olmadığına dair iddialarını biyoloji alanından elde ettikleri verilerle kanıtlamaya çalışmaktadırlar. Söz konusu kanıtlar, bedenin de sosyal olarak inşa edildiği düşüncesini sosyal bilimlerin gündemine taşımaktadır. İlgili kanıtlar sadece biyoloji değil, aynı zamanda eleştirel söylemlerle felsefe alanından da üretilmektedir. Bunlardan en önemli iki yaklaşımdan biri varoluşçu feminizm, bir diğeri de post yapısalçı feminizmdir.

20. yüzyılın ikinci yarısında büyük yankılar uyandıran varoluşçuların “bireylerin evrensel olduğu varsayılan soyut tümel kategoriler altında toplanıp bütün özgüllüklerinin ve ayrılıkların göz ardı edilerek anlaşılmasına karşı hem tek tek insanların hem de yaşadıkları deneyimlerin biricikliğine yönelik savunmaları” feminist hareketlere ciddi bir ivme kazandırır (Ulaş, 2002: 1521). Bu düşüncenin temsilcisi olan varoluşçu feminizme göre insanın genel geçer, önceden belirlenmiş bir doğası ve özü yoktur (Çaha, 2006: 569).

Varoluşçu feminizme göre insanın varoluşu ona atfedilen her türlü özden önce gelir. Onlar, kadını bağımlılaştıran tahakkümü anlamak için ne biyolojiye ne psikolojiye ne de materyalizme gerek duyarlar. “Ben bir kadının” demek yeterlidir. Yani bir kadın olarak kadınlığıma kendi seçtiğim içeriği yükleme hakkına sahibim diyebilmektir asıl mesele... Bu seçim ise benim özgürlüğümü kendime göre tanımlama, davranma ve değerlendirme yeteneğimin yeter bir kanıtıdır (Touraine, 2007: 37-44). Bu sebeple kadının biyolojik niteliklerini suiistimal eden toplumsal kabuller yeniden sorgulanır. Buradan hareketle Simone de Beauvoir kadının bedenini erkeğin bakışına göre güzelleştirmesini bağımlılığın bir sonucu olarak eleştirir (Şaşmazkaylı, 2011: 75-80). Dolayısıyla varoluşçu feminizm, bedeni toplumsallığından sıyrıp bir tercih ve irade meselesi olarak ele alır. Böylece beden, kadın inisiyatifi ile şekillendirilebilir otobiyografik bir metin haline gelir.

Bununla ilişkili diğer bir yaklaşım, Fransız feminizmi olarak da adlandırılan postyapısalcı yaklaşımdır. Postyapısalcı feministler, dilin dünyayı resmeden bir ayna olmadığını, dış dünyanın dil ile kurulduğunu, dilin değiştikçe dış dünyanın da değişebileceğini düşünürler. Bu yönlü izahlarla dilin hiyerarşi üreten yapısını deşifre ederler. Böylece patriarkal kültürü köklü bir dil devrimiyle yıkmayı hedefler. Dilin erkek merkezli kurallarının mevcut toplumsal cinsiyet ilişkilerini ürettiğini düşünürler. Özgürlüğü ise bu kuralların kökten değişimine bağlarlar. Dolayısıyla onlar açısından dilin yapı söküme uğratılması elzemdir. Bunda amaç yeni iktidar ilişkileri üretmek değil, kadınlık ve erkeklik ikileminin dışında, cinsiyet (sex) ve toplumsal cinsellik (gender) arasındaki zorunlu ilişkiyi ortadan kaldırmaktır (Demir, 2014: 96-108). Post yapısalcı feministlere göre, karşıt dizilerle var olan modernite; düzensizliği, belirsizliği, duygusallığı kadına özdeş kılarak var olan tahakküm ilişkilerini devam ettirir. Ayrıca yüzyıllardır utanılan, saklanan, yok sayılan (İnceoğlu-Kar, 2010: 4) bedeni şiddet, tecavüz, doğum kontrolü ve gebelik üstünden kamusal bir tartışma haline getirirler (Arat, 2010: 75). Batı düşüncesinin metafizik geleneğine itiraz yükselten post yapısalcı feminizm, böylece hem kadın bedenine yönelik hakları kamusallaştırırlar hem de çoklu kimliklerde bir cinsiyet özgürlüğünün savununu yaparlar. Nihayetinde feminizm, toplumsal cinsiyet tartışmalarıyla bedenleşme olgusunu da gündeme taşımış olur.

Beden sosyolojisini gündeme taşıyan önemli tartışma konularından biri, insanı ruh-beden şeklinde iki ayrı tözle tanımlayan Kartezyen felsefeye yönelik itirazlardır.

Kartezyen felsefeye göre bilinç, varlığın koşulu iken beden varlığı bilinç ile belirlenen, düzenlenen ve tanımlanan bir cisimdir. Örneğin beden, Descartes düşüncesinde mekanik bir aygıt gibidir. Oysa çağdaş felsefede insan bir akıl veya ruh tarafından yönlendirildiğinden daha fazlası olarak değerlendirilir (Işık, 1998: 13-14). Bu fazlayı ifade eden kavramların başında “bedenleşme” gelir. İnsanı bilinç, ruh ve akıldan ibaret gören yaklaşımların aksine “bedenleşme” bedenin sosyal bir varlık olduğuna işaret eder (Canatan, 2016: 19-21). Bu ise bedenin sosyal olarak yapılandırılan birşey olduğuna da atıf yapar.

Bireyi hem toplumun hem bilincin kuklası haline getirilmesine ilk eleştiriler fenomenolojik çalışmalardan gelir. Söz konusu eleştiri bilinç, akıl ve ruh sahibi özne ile maddi bir nesne olarak beden arasındaki ilişkinin keskin kutuplara ayrılmasına ve nesneyi öznenin pasif bir eyleyicisi olarak gören modern felsefenin Kartezyen köklerine yöneliktir. Fenomenolojik yaklaşımlara göre bu sorun, yani insanı “bilinç” ve “beden” olarak ayırarak değil, ancak bir beden olarak görüldüğünde aşılabılır. Asıl amaç insan bedenselliği ile öznelliğinin iç içe geçmiş doğasını göstermek suretiyle insanın beden, bedenin insanın olduğunu ortaya çıkarmaktır. Böyle insan öznelliğini salt bilince indirgemeyen, bedene ilişkili “bedenlenme” olgusu ile insan doğasının anlaşılabilir olacağı düşünülür. insanın fenomenolojik tartışmalara ilham kaynağı olan Merleau-Ponty’nin bu düşünceleri sosyoloji dünyasında ciddiye alınsa da toplumsal yaşamdaki güç ilişkilerini ihmal ettiği için Lefebvre ve Bourdieu tarafından eleştirilir (Howson-Inglis, 2001: 303- 308). Ayrıca bedenleşme olgusu, hastalığın ve sağlığın toplumsal bir fenomen olduğu düşüncesini de gündeme getirir.

Örneğin Turner, tıp sosyolojisinde hastalığı sadece biyokimyasal ve biyolojik yönden ele alan tıbbın indirgeyici ve dışlayıcı bakış açısına karşı “bedenleşme” olgusu ile itirazda bulunur. Söz konusu olgu bedenin fiziksel ve biyolojik bir et yığından fazla bir şey olduğunu gösterir (Turner, 2017: 19). Bedenleşme sosyal bir varlık olarak insanın diğer insanlarla iletişime geçebilme imkânıdır. İnsanı ruh ve beden diye ikiye bölen düalitenin karşısında “bedenleşme” bilinç sahibi olarak insanın bütünlüğüdür (Çil, 2017: 66-71). Söz konusu kavramın kapsamının disiplinler arası bir çalışmayı gerektirdiğini söyleyebiliriz.

Turner, bir beden sosyolojisinin Kartezyen felsefenin bedeni bir makine olarak tasarlayan düşüncesine ve klasik sosyolojinin aşırı sosyalleşmiş, pasif insan anlayışına mesafe alınarak mümkün olabileceğini belirtir. Bu şekilde görünür olan bedenselleşmiş aktörün varlığı ile toplumsal olanın anlaşılabilirliğini vurgular (Işık, 1998: 142-144). Beden sadece fiziksel bir varlık değildir; ayrıca kültürel bir fenomendir. Beden toplumun ve doğanın kesişme noktasında belirir. Örneğin tutku ve arzunun yeri olan “iç beden”den kaynaklı fizyolojik ihtiyaçların karşılanma biçimleri kültürün dolayımında gerçekleşir. Dolayısıyla bir beden sosyolojisi, bedeni bir denetime ve düzenlemeye tabi tutan kültürün bağlamını göz ardı ederek oluşturulamaz. Bu bakımdan beden, toplumun politik bir meselesidir. Örneğin, tarihte hiçbir toplum, üremeyi üyelerinin kendi inisiyatifine bırakmaz; aksine düzenler ve organize eder. Turner, Foucault’un disiplin toplumu teorisindeki denetim izleklerinin beden sosyolojisindeki yerini takdir etse de onun insan özgürlüğüne alan açmayan düşüncesini reddeder. Son olarak gündelik hayatta benliğin “dış beden”de çeşitli temsiller aracılığıyla nasıl sunulduğunu ortaya koyan sembolik etkileşimciliğin mikro bağlamı ele alan çalışmalarını takdir eder. Söz konusu dış beden temsili bireylerin tüketim dünyasında bedenlerini çeşitli sembolik göstergelerle nasıl inşa ettiklerini de açıklayabilir. Sonuç olarak Turner, bir beden sosyolojisinin sınırlama, kontrol, düzenleme ve temsil ilişkisini yansıtabilecek bir modelden hareket etmesi gerektiğini düşünür (Turner, 2008: 39-42). Turner önerilerini bir tablo şeklinde şöyle göstermektedir (Turner, 2008: 82):

Tablo 1: Bir Beden Sosyolojisinin Kavramsal Şeması:

Zaman	Yeniden Üretim Malthus Onanizm	İç beden Kısıtlama Weber Histeri
Mekân	Düzenleme Rousseau Fobi	Dış Beden Temsil Goffman Anoreksiya Nervoza

Yukarıdaki tabloda “iç beden” pratiklerini sosyal kontrolün kısıtlama, denetleme içselleştirilmiş bir şekli olarak ele alabiliriz. Kavramı daha görünür kılma adına bir ekleme yapmak gerekirse Elias’ın “Uygarlaşma Süreci”ni ve Freud’un “Uygarlığın Huzursuzluğu” adlı çalışmasını sol tarafın hanesine yazabiliriz. Yine dış beden kısmına Goffman’ın “Damga”, “Gündelik Hayatta Benliğin Sunumu”, Veblen’in “Aylak Sınıfın Teorisi”, Bourdieu’nun “Ayrım” adlı eserini ve yine Simmel’in moda, bireysellik, metropol, Berger’in gerçekliğin sosyal inşası üzerine yaptıkları çalışmaları ekleyebiliriz. Tema olarak benzerliği pekiştirmek maksadıyla “iç beden”in bastırılması ve denetlenmesine yönelik olarak çilecilik, oruç, meditasyon gibi münzevi pratikleri örnek gösterebiliriz. Aynı amaç doğrultusunda “dış beden”in temsil ve takdim olgusunu moda, kozmetik endüstri, plastik cerrahi, fitness ile ilişkilendirebiliriz. Sonuç olarak şu söylenebilir: Benlik, ötekinde kurulan bir özvarlık olduğu için kimi zaman bedensel arzu, istek ve tutkular toplumsal uyum adına baskılanıp ertelenirken kimi zaman da başkasının arzu nesnesi kılınması için biçimlendirilip temsil edilmektedir. Dolayısıyla benlik ve beden ilişkisi toplum ve kültür dolayımında insan varlığının önemli bir vechesidir.

1.1.1. “Benlik” ve “İç Beden”in Denetimi

Benlik, “en genel anlamıyla, kişinin kendisini başka herkesten ve her şeyden ayrı, eşsiz bir bütünlük olarak hissetmesi, bunun bilincinde olması ve bu şekilde bilincinde olunan tümel varlık şeklinde”, benlik imajı ise “kişinin, kendine ilişkin algılarını, düşüncelerini, duygularını sentezleyen, bütünleştiren yapı, sosyal etkileşimle şekillenen kendine ilişkin imajı” olarak tanımlanabilir (Budak, 2003: 123-124). Başka bir ifadeyle “zihnimizde büyük ölçüde diğer insanlar tarafından nasıl algılandığımızla ilgili bir takım niteliksel yargılara dayanarak şekillenen öznel beden temsiline” benlik imajı denir (Strickland’dan akt. Beyazyüz-Göka, 2011: 375). Bireyin kendisini temsil etmesi ile beliren benlik imajının “dış beden”in toplumsal etkileşimlerde konumlandırılması, sunulması ile irtibatlı olduğu kadar bireyin kendini nasıl denetleyip kontrol ettiğiyle de ilişkilidir.

Bir kendilik tasavvuru olarak tanımlanan benlik imajı “kişisel kendilik”, “sosyal kendilik” ve “ideal kendilik” olmak üzere üç boyuttan müteşekkildir. Kişisel kendilik bir kişinin kendisi hakkında düşünceleridir. Sosyal kendilik bireyin etkileşimde bulunduğu insanları referans göstermesidir. Örneğin “İnsanlar beni çok neşeli biri olarak biliyor.”

gibi. İdeal kendilik ise kişinin olmak istediği benliği ifade eder. Benlik imajı nihayetinde bunların bir bileşkesidir. Benlik imajı, insanın kendisi ile ilgili tasavvurları, dışardan edindiği izlenimlerle bireyin olmak istediği kişi arasındaki etkileşimin ürünüdür (Beyazyüz-Göka, 2011: 377). Bu ise sabit olmayıp hayat boyu devam eden bir süreçtir. Söz konusu süreç kapsamında, benliğin oluşumu, gelişimi ve algılanması bireyin içerisinde bulunduğu toplumun değer, norm ve kabullerinden bağımsız düşünülemeyeceği önemli bir husustur. Hele ki, “insan olma”nın, özbilincin ifadesi olan ruhun bedeni denetlemesiyle anlam bulduğu kadim gelenekte benliğin algılanması günümüz toplumlarından değişiklik arzeder. Bu ise, beden ile kurulan ilişkinin normatif boyutu hakkında varoluşsal düzeyde önemli bir içerik taşır.

Bedenle kurulan ilişkinin mahiyetine ilişkin ilk sistematik düşüncelerin izi, Antik Yunan² medeniyeti referans alınarak izlenebilir. Sokrates, Platon ve Aristo, Stoa ve

2 Antik Yunan’da beden sağlığına yönelik jimnastik eğitimleri olsa da bundaki asıl gaye bedeni ruhsal bir yetkinlik adına terbiye etmeye olarak devam ettirilen Olimpiyat Oyunları da aynı şekilde dinsel bir tören şeklinde anlam kazanmaktaydı. Örneğin “Çember’in dört önemli kutsal oyunu (periodos) Zeus’a adanan Olimpiyat Oyunları, Delphoi’de dönüktü. Hatta beden hareketleri bizatihi Tanrı’lara yapılan ibadetin kendisiydi. Spor eğitimlerinin yapıldığı “Gymnasium” denilen okullar tapınakların bir parçası olarak inşa edilmişlerdi. Hatta bu okulların gelişiminde tapınak rahiplerinin öncülük ettiği rivayet edilmektedir (Afyon ve Tunç’tan akt., Tazegül, 2018: 37). Antik Yunan’da ilki M.Ö. 776’dan düzenlenen ve bir gelenek Apollo onuruna düzenlenen Pythia Oyunları, Korinthos’ta Poseidon’a adanan İsthmia Oyunları, Peloponnesos’ta ve Nemea’da Zeus’a adanan Nemea Oyunları’dır.” Bu oyunların tamamı Tanrı’lara adanan kutsal oyunlardı. Olimpiyatlarda bireysel yarışlarda kendini eğiten sporcuların beden algıları modern insanın beden algısından farklılık arzemesi yine bu oyunların kutsal bir tören olmasıyla yakından ilgiliydi. Burada sporcuların atletik bedenleri ile ortaya koydukları performanslar tarımsal bir esimeyle manevi bir yükselmenin işareti olarak okunmaktaydı. Daha doğrusu oyunlarda sporcunun bedeninde açığa çıkan şey “daha büyük bir gücün, onu kendini aşmaya zorlayan bir gücün” varlığıydı. Aynı zamanda bu, beden ile ruh arasında ikili bir ayrım yapan ve bedeni ruh adına gözden düşüren Hristiyan ahlakından farklı bir duruşu da temsil eder. Söz konusu algıyı Antik Yunan dini anlayışıyla karşılaştıran Megueye göre Hristiyan düşüncesinde “Tanrı’ya saygının en önemli işareti bir boyun eğiş”, başın korku ve endişe içerisinde büyük bir huşu ile eğilmesine, dizlerin bir itaatkârlık göstergesi olarak çökmesine dayanırken, Antik Yunan’da bu işaret Tanrı’nın karşısında gölgede kalma, yere kapanma şeklinde olmayıp “saygıyla dikilip, baş havada, soluk soluğa koşmayı içerir.” Yani Antik Yunanlılar açısından Tanrıları onurlandırmak sporcuların bedenlerini bütün haşmet, parlaklık ve çeviklik ile sergilemelerinden onur duymasıyla anlamına kavuşmaktaydı. Her ne kadar beden ruh karşısında yok sayılan, gözden düşürülen bir şey olarak görülmüyorsa da bu, bedenin haz ve tutkuların esiri olduğu anlamına gelmez. Aksine buradaki beden algısı,

Epikürcü felsefeden Yeni Platonculuğa, İslam felsefesinden Hristiyan Felsefesine kadar Akdeniz çevresindeki büyük uygarlıkların tamamında farklı söylem ve şekillerde de olsa bedene bir rezerv koyulmaktadır. Beden, genel anlamda ruhsal dinginlik ve sükûnetin önündeki engelle, hakikat ve aklın çeldirici gücü olan tensel hazla ilişkilendirilir. Beden kötülüklerin sebebi olan istek, tutku ve arzuların kaynağı olarak görülür. Dolayısıyla onu denetim altına almak hakikat yolculuğunda elzem bir çaba olarak telakki edilir. Daha doğrusu aklın hakikati temaşa edebilecek, sağlıklı bir mantığa kavuşması bedenın hazlarına ve ıstıraplarına direnmekten geçmektedir. Ki bu süreç, insanın ruhsal tekamülünde aslî bir merhaledir.

1.1.1.1. Püriten Ahlakta “İç Beden”in Özdenetimi

Literatürde öz denetim “kişinin kendi davranışlarına hükmedebilme, kendi dürtülerini dizginleyebilme yetisi” olarak tanımlanır (Budak, 2003: 572). Kişisel bir disiplin olarak tanımlanan özdenetim “iç beden”den kaynaklı istek ve arzuların kontrol ve denetlenmesi demektir. Özdenetim ferdi kötülüğe sevk edecek, yoldan çıkaracak veya toplumsal normlara mugayir hal ve davranışlara karşı bir denge ve fren sistemidir. İçsel bir kontrolü içeren özdenetim pratikleri, birçok medeniyette farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Bu, Uzak Doğu medeniyetlerinde kalbi ve zihni kötülüklerden arındırmak için yapılan meditasyonlar, benzer olarak ilahi dinlerde belirli kutsal gün, hafta ve aylarda yerine getirilen çeşitli türde perhizler ve oruç, kimi zaman toplumdan yalıtılmayı içeren inziva hayatı veya daha fazla ibadet için itikâfa girme ile belirir. Bir nefis terbiyesi olan özdenetim, içsel bir aydınlanma veya ilahi rıza adına beden terbiyesini içerir. Söz konusu disiplin birçok din ve mezhepte dünyevi zevklerden uzak durmayı gaye edinmişse de on altıncı yüzyıl Avrupa’sında yükselişe geçen Püriten ahlakın gerekleri kapitalizmin tamamlayıcı şartlarına ek olarak, onun zorunlu bir nedenidir. Bu ise sosyoloji alanında birçok çalışmanın konusudur.

Protestanların kapitalist zihniyetle ilişkisinde temel düşünce Tanrı inayeti inancıdır. İnsanın doğuştan kötülüğünü daha radikal bir safhaya taşıyan Calvinist inançta kurtuluşa erenler sadece Tanrı’nın inayeti ile seçilen kişilerdir. Tanrı’nın inayeti için çaba sarf

ahlak yine dini bir tutumun yansıması olarak Delphi tapınağının da ana bir düsturu olan kendi ile ilgilenmenin, kendini bilme ve tanımanın bir sonucudur (2018: 40-64).

etmek, bu belirsizlikten kaynaklı endişe ve tedirginliğin sonucudur (Slattery, 2010: 81). Tanrı karşısında yerini güvenceye almak isteyen Protestan dindarın bu belirsizlikten kurtulmasıysa onun mesleki çabasına bağlıdır. Seçilmiş olmanın işareti olarak işlerindeki başarıya göre kişinin kutsanacağı fikri, kapitalizmin ruhuna kaynaklık eden ana düşüncedir (Weber, 2009: 115). Bu düşünce içinde Tanrı'nın inayetine mazhar olma, disiplinli çalışma ile elde edilen sermayenin yatırıma dönüştürülmesiyle mümkün olabilir.

Kapitalist zihniyet olarak adlandırılan unsurun bir tarafında servet aşkı, para tutkunluğu, macera heyecanı gibi girişimci bir ruh varken diğer tarafında da burjuva değerleri bulunmaktadır. Bunlar tutumlu olma, zamanını çalışmaya göre sürekli tanzim etme, hesap yapma, kazandığını şatafattan uzak durarak yatırıma dönüştürme gibi özelliklerdir (Sombart, 2008: 342). Orta Çağ İtalya'sındaki imalat sektörleri bunun ilk nüvelerini gösterecek şekilde örgütlenmişlerdi (Landes, 1998: 14). Kapitalist zihniyete yataklık eden burjuvanın ideal tipi 1400'lü yıllarda bir tüccar olan L.B. Albert'in yaşam biçimi üzerinden somutlaşmaktadır. Bu burjuva tipi, harcama ekonomisine dayalı senyörce yaşamı terk etmekte ve gelirler üzerinde rasyonel düşünmeye başlamaktadır (Sombart, 2008: 115-120-Weber, 2009: 44-45). Bu ideal tip içki, kadın ve sportif faaliyetlerden uzak durulmasını ve tutkuların akıl ölçüsünde denetime alınarak kazancın rasyonel bir şekilde değerlendirilmesini salık vermektedir.(Sombart, 2018: 134). Püriten ahlakın vaaz ettiği dindar yaşamda en temel husus “iç beden”den kaynaklı istek, arzu ve tutkuların bastırılıp denetlenmesidir.

Kapitalist zihniyet tutkuların kontrolünü zorunlu kılan bir yaşamın sonucudur. Dolayısıyla kapitalist zihniyet, hayatın disiplin altına alınması gerektiğini ifade eden felsefi düşüncelerden etkilenir (Sombart, 2005: 226-228). Kapitalizmin doğuşu çalışmayı üretim adına kutsadığı için “disiplin” yüksek bir erdem olarak görülür.

Kapitalist girişimcide olması gereken nitelikler Katolik ahlaka yön veren düşüncelerle süreklilik içindedir. Bu düşüncenin taşıyıcılığını yapacak olan Protestan tüccarda şu burjuva erdemlerinin olması gerekmektedir: İnsanın aylaklıktan uzak durup Tanrı tarafından verilen yeteneklerini geliştirmesi, Noel kutlamaları başta olmak üzere spor, av, mayıs ağacı gibi kutlamalar yapmaması, davranışlarda ölçülü olması, cinsel sapkınlıktan uzak durması, tutumlu olmasıdır (Sombart, 2005: 264-266). Kendine emanet

edilen her kuruşun hesabını vermek zorunda olan girişimci, kazandığını Tanrı'nın bir işareti olarak gördüğünden şatafatlı bir yaşamdan uzak durmaya çalışmaktaydı. Çünkü bu yolla artan servetin, Tanrı'nın inayetine mazhar olmanın ve onun şanını artırmanın işareti olarak görülmektedir. Sonuç olarak Püriten ahlak üzerine yapılan çalışmada doğrudan beden kavramına bir gönderme yapılmasa da "iç beden" in doğrudan disipline edildiğini görebiliriz. Söz konusu kontrol, denetim ve disiplin klasik sosyolojide bedenin nasıl ele alındığını da göstermektedir.

1.1.1.2.Uygarlığın Huzursuzluğu olarak "İç Beden" in Özdenetimi

Freud'un "Uygarlığın Huzursuzluğu" adlı çalışmasında toplumun baskısı ile bireyin öz denetiminin kesiştiği noktada beliren kontrol ve sınırlandırmaların "iç beden" üzerinden deneyimlenmesi süreci uygarlığın kesif bir sonucudur. İlgili çalışmada Freud "yaşamımızı hayvan atalarımızinkinden ayıran, insanları doğadan korumak ve insanlar arasındaki ilişkileri düzenlemek gibi amaca hizmet eden eylem ve düzenlemelerin toplamı" olarak tanımladığı uygarlığın, insanın en temel itkisi olan haz ilkesini bastırmak suretiyle toplumsal kontrolü nasıl gerçekleştirdiğinin psikanaliz açıklamasını yapar (2014: 45-48). Freud, içgüdüsel bir eğilim olan cinsellik ve saldırganlığın, kendi haline bırakılması halinde yaratacağı kargaşalıktan ötürü bastırılmasını, nihayetinde insanların bir birinden emin, güven içerisinde yaşamasına imkan tanıdığı için olumlu bir sonuç olarak görür.

Freud'un insanlık tarihini psikanalitik açıdan izah eden çalışması uygarlığın varlığını insanın kişilik yapısından hareketle izah eder. İnsan kişiliği id (alt bilinç), ego (benlik) ve süper egodan (üst benlik) müteşekkildir. İd insanın beşer tarafını, ego bireyin denetleyici, süper ego ise toplumsal kısmını ifade eder. Daha doğrusu süper ego toplumsallığın içselleştirilmesiyle beliren kişiliğin en üst tabakasıdır. Üst ben içselleştirilmiş bir toplumsallıktır. Bunun gündelik dildeki karşılığı ise vicdandır. Vicdan bedenin içsel denetimini gerçekleştirecek toplumsal merciidir. Öyle ki insan vicdan yolu ile toplumca kabulü doğru olmayan bir eylemi bırakın gerçekleştirmeyi ona niyet bile ederken suçluluk duygusundan ıstırap duyar (Freud, 2014: 80-89). İşte bu, toplum baskısının birey eliyle kendisine dönmesinin en üst safhasıdır.

İnsanın ilkel benliğinin tatmin olma dürtüsü olan libidinal enerjilerin kaynağında varoluşsal olarak iki çelişik süreç bulunur. Bunlardan biri yaşamı sürdürmeye dönük

erostur, ki bu; sanatın, bilimin, toplumsallığın, ailenin kaynağıdır. Diğeri ise ölüm içgüsü olup saldırganlığa, yani yok etmeye dönük bir içgüdüdür. Ego ilkel benliğin kısıtlanmaksızın tatmin olma ve yok etme istemi ile toplumsal gerçeklik arasında arabulucu vazifesi görerek benliğin maruz kaldığı çatışmaları organize eder ve bu şekilde benliği korumuş olur. Süper ego ise toplumsal normların kabul edilmesiyle beliren kültürel vicdandır. Medeniyetin temel mekanizması olan kültürel vicdanın asıl şekillendiği yerse ailedir (Berberoğlu, 2012: 72-77). Böyle içselleştirilen kültürel vicdan, insanda yalnız başınayken bile biri tarafından gözetleniyormuş hissini uyandır. Bu ise, kişiyi toplumla uyumlu bir kişi kılar.

Uygarlık, “ilkel” toplumlar karşısında normatif bir kavramdan daha fazla bir şeydir. Uygarlık toplumsal yaşamın karmaşasına düzen getirmek demektir. Bastırılmayan ve kontrol edilmeyen cinsellik ve saldırganlığın toplumsal yaşamı bir arada sürdürebilme gücünü akamete uğratar. Dolayısıyla Freud’a göre uygarlık demek güvenlik demektir (Giddens, 2010a: 196-197). Ve öyle bir yer edinir ki kişi bir vesveseye maruz kaldığında bile utanç hissi ile suçluluk duymaya başlar.

1.1.1.3.Uygarlaşma Sürecinde “İç Beden”in Özdenetimi:

Freud’un sosyal sapma, toplumsal düzen ve kontrol içeren tespitleri sonrasında Elias’ın Batılı öz bilincin tarihsel yönünü ortaya koyduğu “Uygarlaşma Süreci” adlı çalışmasına ilham olur. İlgili çalışmada uygarlık, “batılı toplumların son iki ya da üç yüz yıl boyunca daha önceki toplumlardan ya da o günkü daha ‘ilkel’ toplumlardan farklı olarak sahip olduğuna inanılan şeyleri anlatmak için kullanılır.”³ Uygarlaşma ise bir süreç olarak toplumun üst tabakasında norm olan davranış örüntülerinin toplumun daha aşağı tabakasına ilkin sınırlı bir şekilde, sonrasında ise bir özdenetimin sonucu olarak ortaya

³ Hans Peter Duerr, Uygarlaşma Sürecinin Miti ile Elias’a karşıt olarak Batılı bilincin giderek daha uygarlaştığı iddiasını Antik Yunan, Orta Çağ ve “İlkel” olarak lanse edilip kültürsüz görülen toplumlarda dahi yüksek derecede bir utanç duygusunun olduğunu kanıtlayarak tartışmaya açar. Beri taraftan Duerr, uygarlık ve uygarlaşma mitinin sömürgeciliğin meşrulaştırılması için nasıl kullanıldığını da şu ifadeleriyle aktarır: “Bu mitin eski ve yabancı kültürlerin çarpıtılmış bir imgesini sunduğunu ve bu imgenin ‘kültür fakiri’ yığınlarından, edepli yani gerçek insanlar yapmak bahanesiyle sömürgeciliğin haklı çıkarılmasında pervasızca kullanıldığını gözler önüne serme istiyorum.” (1999: 9). Benzer doğrultuda Berkowitz, yerlilerin cinsel yaşamlarına yönelik yalan yanlış bilgilerle sömürgeciliğin meşrulaştırıldığına dair örnekler vermektedir (2018: 233-273).

çıkmasını ifade eder (2016: 173). Burada toplum birey, birey toplum olur. Sosyalleşmenin nihayetinde zirve noktasıdır (Nazlı, 2009: 63). Toplumsal normlar, bireyin içsel onayından geçerek alışkanlıklarını, davranışlarını ve bedensel tekniklerini belirlemiş olur.

Bireysel davranışların nezaket ve kibarlık ölçüsünde incelmesini içeren uygarlaşma sürecinin en özgün anlamı on altıncı yüzyılın son çeyreğinde çeşitli eserlerde görünür olur. Bunlardan biri Erasmus'un soylu bir çocuğun eğitimi üzerine kaleme aldığı *Çocuklar İçin Adabımuâşeret* (De Civiliate Morum Puerilium) adlı bir el kitabıdır. Söz konusu eser doğru bir bakışın püf noktası, giysi temizliği, selamlaşma biçimi, sofrada gibi vücut bakımından yatak odası davranışlarına kadar bir dizi adab-ı muâşeret kuralları üzerinedir. Elias, bir soylu çocuğunun pedagojik eğitime adanan bu eserdeki kuralların kişisel utanç ve mahcubiyet duygusu ile nasıl içselleştirilip yaygınlaştığını ayrıntılar (Elias, 2016: 139-142). Elias'ın uygarlaşma süreci, halkın yasaklarla yönetilmeye gerek duyamayacağı bir kıvama gelmesini ifade eder. Öyle bir öz denetimle kendini düzenler ki toplum içerisinde nasıl davranıyorsa yalnız kaldığında da öyle davranır. Cesaretin ahlak adına geriye itildiği bu düzende haliyle toplumsal yaptırımlar çok dile gelmeden bireyin kendi eliyle kendisine uygulanmış olur (Elias, 2016: 306). “İçsel beden”in toplumsal normlar adına öz baskı ile denetlenmesi, bireyin davranışlarına ve bedensel ifadelerine kazınır. Bu, yürüme, giyim, selamlama şekillerine, oturma, kalkma, yeme içme adabına, bakışlarımızı denetleme sorumluluğuna kadar farklı yer ve zamandaki hal ve hareketlere yansımış olur.

1.1.2. “Benlik” ve “Dış Beden”in Temsili ve Takdimi

Bedenin dış yüzeyi kapalı, durağan, değişim hızı düşük Orta Çağ toplumlarında tanımlı ve sınırları belirgin bir dizi sembolik işaretlerle temsil edilirdi. Bu toplumlarda bir kişinin kıyafeti, yaşam tarzı, kılıç ve kalkan gibi askeri teçhizatlarındaki simgeler açık ve net mesajlar içerirdi. Bir bakışta bir insanın sosyal konumu hakkında bilgi edinilebilirdi. Oysa Yeni Çağ ile birlikte alttan alta gücünü göstermeye başlayan ticari bir sınıfın ortaya çıkması, durumu yavaş da olsa değiştirmeye başlamıştı (Turner, 2008: 95-96). Söz konusu geçiş döneminde burjuvazi seçkinlerden göremediği itibarı, kadınlarının tüketim alışkanlıkları ile dengelemeye çalışıyordu. Özellikle de burjuva kadınları ailelerinin

sosyal konum ve itibarını⁴ telafi edici bir temsille kamusal alanda arzı endam ediyordu. Onlar hayat tarzlarını şatafatlı giyimleri, mobilyaları, ziynetleri ve hizmetkârları ile vücuda getirmek için tüketim yapıyorlardı.

Kapitalizmin gelişmesiyle birlikte toplumsal hiyerarşiyi statü temelinde gösteren işaretler püritenlerin yoğun olduğu toplumlarda başarı ve liyakate verilen değer ölçüsünde geri planda bırakılmıştı. Modern kapitalizmin hız kazanması ile benlik artık soyluluğa dayalı işaretlerden ziyade pazardan edinilen ürünler üzerinde gösteriliyordu. Hele ki günümüz tüketim toplumunda bireysel farkın dış izleri artan tüketim ürünleri ile daha bir belirsizleşmektedir (Turner, 2008: 96-97). Dolayısıyla benliğin tüketim tarzları üzerinden şekillendiği günümüz toplumlarında “dış beden”in altını çizmek daha bir ehemmiyet kazanmaktadır. Bu önem kitlesel üretimin yaygınlaşması, tüketimin demokratikleşmesi, bireyselliğin ve kentlileşmenin hız kazanmasına paralel olarak benlik, benlik imajı, benliğin sunumu gibi bireysel kimliğin oluşum sürecini konu edinen sosyolojik çalışmalara konu edilmektedir. Söz konusu olgusal gelişmeleri “arzunun bir nesnesi olarak beden” kısmına bırakarak “dış beden”in temsili ile benlik arasındaki ilişkinin boyutlarına bakabiliriz.

1.1.2.1. Benliğin Savunusu Olarak “Tuhaf Beden”in Temsili ve Takdimi

Modern toplumun niceleştirici ve düzleştirici kültürüne karşı “dış beden”in özgün bir temsili ile karşılık vermesi, ilk olarak sosyolog Georg Simmel tarafından konu edilir. Simmel’in ilgili okuması, onun bir dizi toplumsal etkileşimleri kavramsallaştırdığı nesnel kültür, bireysel kültür, kültürün trajedisi, metropol yaşam deneyimi gibi iç içe geçen olguları anlamakla mümkündür.

4 J. J. Rousseau itibarın sosyal ve ekonomik eşitsizliklerden kaynaklandığından hareketle iki tür eşitsizlik tarifi yapar. Biri, doğadan kaynaklı yaş, beden ve ruh sağlığı, zeka gibi doğal eşitsizlikler, ikincisi ise insanların onaylayıp kendi elleriyle kurduğu politik örgütlenmelerden kaynaklı toplumsal eşitsizliklerdir. Toplumsal eşitsizlik, “birinin başkalarının zararına yararlandığı”, daha doğrusu başkasını mahrum etmek suretiyle “daha zengin, daha itibarlı olmak ya da onlara boyun eğdirmiş olmak gibi ayrıcalıklardan ibarettir.” İtibar talebi daha çok burjuvazi, küçük burjuvazi ve halk sınıfının ruhban sınıfı ve aristokrasiden beklediği değere ilişkin bir beklentidir (2004: 83). Bu ise “halk egemenliği” adı altında sıralanabilir birçok siyasal hak talebi ile Fransız Devrimi’nin ana saiklerinden biri olduğu söylenebilir.

Simmel insanların yaşadıkları her dönemde yaratıcılıkları ile meydana getirdikleri toplumsal gerçekliğe nesnel kültür adını verir. Nesnel kültür bilim, hukuk, sanat, norm, değer, dil, teknoloji, din, makine gibi maddi ve manevi birçok bileşenden meydana gelir. Bireysel kültür ise insanların yaratıcı güçlerini ifade eder. Daha doğrusu insanın nesnel kültürü yaratma becerisidir. Simmel'in korkusu nesnel kültürün büyüyerek ve daha fazla genişleyerek bireysel kültürü yok etmesidir (Ritzer, 2011: 282). Simmel bu endişesini "kültürün trajedisi" olarak tanımlar.

Metropol yaşamı çağın değeri olan para da mücessem olur. Para insan ilişkileri ve değerleri dâhil olmak üzere her şeyi nicel bir değere dönüştürür. İnsanları tek tip bir şema içerisine sokarak aralarındaki ayrımları belirsizleştirir. Niteliklerin nicelikler lehine geri plana itilmesini ifade eden bu rasyonelleştirme mekaniği, insan ilişkilerinin bizatihi kendisine de yansır. Sevgi, muhabbet, arkadaşlık, dostluk, fedakârlık gibi değerler irrasyonel görülür ve dışlanır. Geriye her şeyin bir meta değerine çevrildiği bir alış veriş ilişkisi kalır. İnsanı insan yapan sahiciliğini ve karakterini koruyan değerlerin para ile yok edilmesi asıl trajedilerden biri olur (Ritzer, 2011: 286-287). Simmel'e göre birbirini tamamlayan bu iki süreç metropol yaşamında gündelik hayatın en uç sınırlarına kadar sirayet eder (Simmel, 2009: 320-321). Bu standart, bir örnekletirilmiş, monoton ruhsuz bir yaşamın ta kendisidir.

Modernliğin yıldırıcı bir sonucu olan kültürün trajedisi, hayatın mekanik tarafının insanın içsel değerlerine baskın gelmesi ile beliren bir kültürel patolojiyle sonuçlanır. Metropol, gitgide insanı dışsallaştıran bezdirici bir güç olan maddi uygarlığının bir sonucudur. Tıkışık mekânlarda endişeli bir telaşla sürekli hareket halinde olan kalabalıkların, insan duyusuna belli belirsiz dalgalar halinde gelen görüntü ve seslerinin yarattığı huzursuzluk korkunç bir usanç ve bezginlik yaratır. Öyle ki benlik, tehdit altında kaldığını daha fazla hisseder. Birey karşı karşıya kaldığı tehdidin üstesinden gelebilmek için ise diğer insanlar ile arasına koruyucu bir mesafe koyar. Bu ihtiyat öyle bir hal alır ki, kimi zaman agorafobi şeklinde patolojik hastalıklara neden olabilir (Frisby, 2012: 98-99). İhtiyat bir kayıtsızlık, bir görmezden gelme halidir. Her yerde patlak veren nesneler yağmuruna karşı koruyucu bir şemsiyedir. Bir kalkandır, araya mesafe koyan bir bariyerdir (Simmel, 2009: 322). Bu, bireyin benlik hissini güvenceye almasının bir yoludur.

İkinci tepkisi ise daha çok “dış beden” ile kendini seyirci karşısında konumlandırma istemidir. Bu istemin altında, insanın bir şekilde başkalarından farklı bir kişilikte olduğunu gösterme çabası yatar. Simmel bunun göz ardı edilmemesi gereken bir gerçeklik olduğunu şu ifadelerle dile getirir: “Burada asıl önemli nokta, son kertede her insanın sahip olduğu tikellik ve kıyaslanmazlığın bir hayat tarzı işlenirken ifade buluyor olmasıdır. ...Hayat tarzımızın bize başkaları tarafından dayatılmadığını kanıtlayan tek şey başkalarıyla karıştırılmayacak bir durumda olmamızdır” (Simmel, 2009: 325-326). Hayat stilleri ise bu farklı ve kıyaslanamaz olma isteminin bir sonucudur.

Birey başkalarına davrandığı gibi bir kayıtsızlıkla baş başa kaldığında benliğini bir temsil ile gösterir. Bireysel özgürlüğün bir neticesi olan eşsiz bir görünüme kavuşma talebi kısa ve anlık karşılaşmalarda en etkili izlenimi verme dürtüsünden kaynaklanır. Söz konusu talep toplumsal mekânı yapmacık, sahte, kaprisli, tuhaf bir üsluplar sahnesine çevirir (Simmel, 2009: 327). Üsluplar çoğulluğu hiçbir şeye uzun süre bağlı kalınamayacağını gösterir. Çünkü metropol yaşamı “ruhun merkezinde belirli bir şeylerin olmayışı, hep yeni uyaranlara ve dış faaliyetlere yönelik anlık bir tatmin arayışına sürükler bizi.” Dolayısıyla çağ bir üslupsuzluklar ve sadakatsizlik çağıdır (Simmel’den akt. Frisby, 2012: 98). Sonuçta nesnel kültür kendisini bireyde tuhaf bir görüntü ile gösterir denilebilir.

1.1.2.2. “Gösterişçi Beden”in Temsili ve Takdimi

“Dış beden”in temsili, metropol yaşamın bezdirici havasına karşı verilen bir tepki olarak gören Simmel’den farklı olarak Thorstein Veblen “gösterişçi tüketim” kavramı ile izah eder. Veblen söz konusu olguyu “Aylak Sınıfın Teorisi”nde açıklar. Aylaklık çalışmama, üretmeme ilgili daha doğrusu çalışma ve üretme zorunluluğu olmayan asil ve seçkin kişilerin yaşam tarzına ilişkin bir ifadedir. Antik Yunan ve Orta Çağ’da iş, yaşamını devam ettirebilmek için çalışmaya mecbur olan alt tabakanın yapması gereken temel yaşam etkinliği olarak tanımlanır. Çünkü seçkin ve asiller için boş zaman ise bir zenginlik işareti (2005: 41). Daha doğrusu boş zaman yönetmek ve düşünme faaliyetini yapabilmenin ön koşuludur. Çalışmak ise kölelikle bir tutulan değersiz bir faaliyet olarak görülmektedir.

Aylak sınıf için avarelik, çalışmaya ihtiyaç duyulmayan, kendine yeter bir zenginliğin göstergesidir. Pahalı ürünler satın alınır ama kullanmak için değil, daha çok

gösterge değeri için daha doğrusu “tüketmek için tüketilir.” (Ritzer, 2012: 367-368). Bu sadece üst sınıflar için geçerli bir durum değildir. Her bir alt sınıf özenti ile üstündeki sınıfı taklit eder. Öyle ki bu, toplumun en alt kademesinde bile görünür bir tüketim biçimi olur. Yani “en sefil olanı da dâhil toplumun hiçbir sınıfı adet olan gösterişsel tüketimin hepsini terk etmez.” (Veblen, 2005: 67). Gösterişsel tüketim yukarıdan aşağıya damlayarak bütün topluma sirayet eden bir hayat tarzının göstergesidir.

Gösterişsel tüketimin ana ajanları genelde kadınlar olmaktadır. Üst sınıflarda israfa varan tüketim hem kadın hem erkeğin giyimine, beslenme alışkanlarına, mobilyalarına, bineklerine, takılarına yansırken orta ve alt kesimde erkekler zamanlarının büyük çoğunluğunu işte geçirmek zorunda kaldıkları için ailenin itibarını gösterişsel tüketim ile kadınlar veya çocukları üstlenir. Onlar herkes tarafından görülebilir, okunabilir bir dizi statü mesajlarını gösteren tüketim ürünlerini bedenlerinde sergilerler. Yürümeyi güçleştiren yüksek topuklar, vücudu sıkı korseler, oturmayı zorlaştıran elbiseler hepsi birden itibar adına çekilmesi gereken zahmete değer güçlükler olarak görülür. Ayrıca bu gösterişçi tüketimi tamamlayan ince bir bel, küçük, yumuşak bir el, zarif ve narin bir endam profilindeki beden gösterge değeriyle görücüye çıkartılarak bir itibar vesilesi kılınır (Veblen, 2005: 59-105). Dolayısıyla beden sadece üst değil, orta ve alt sınıflar için de gösterişsel tüketimin nesnesi konumundadır. Onlar da üst tabaka gibi bedenlerini imrenilir ve kıskanılır bir şekilde inşa edip bir imrenme gösterisine uygun hale getirirler. Böylece, itibarlarını hem korumuş hem de yükseltmiş olurlar.

1.1.2.3. “Ayna Benlik” Olarak “Dış Beden”in Temsili ve Takdimi

Hem fiziksel hem de fenomenolojik olarak bireysel bir yaratım ve kültürel bir ürün olan beden, Schilling’in de ifade ettiği gibi sosyoloji geleneğinde ihmal edilen bir konudur. Beden, klasik sosyolojideki birey gibi pasif ve atıl bir düzenleme konusu olarak daha dar bir çerçevede ele alınır. Oysa yirminci yüzyılın son çeyreğinde bir dizi toplumsal, kültürel, ekonomik değişimler ekseninde beden cinsiyet, ırk-etnik köken, sağlık, tıp, tüketim, engellilik, ölüm, yaşlanma, güzellik, moda gibi çeşitli türde olgular düzleminde gündeme gelir. Bu ise tıp alanındaki gelişmelerden hastalık deneyimine, estetik cerrahiden organ nakline, gençlik ve yaşlılığın bedensel tanımından fiziksel aktivitelere, hayat tarzlarından tüketim alışkanlıklarına, cerrahiden dövme ve piercingin yaygınlaşmasına kadar birçok olguyu bilimsel araştırmaların nesnesi kılar (Waskul-

Vannini, 2006: 16-17). Söz konusu olgu ile bağlantılı olarak bedeni sosyolojinin merkezine taşıyan önemli düşünce akımı, sembolik etkileşimcilik ve dramaturjiyi de içine alan fenomenoloji geleneğidir.

Etkileşimci bir perspektifte beden bir kas, lif ve iskeletten oluşan anatomik yapıdan daha fazlasıdır. Beden, benliğin oluştuğu ve yapılandığı kültürel bir fenomendir. O, toplumun dolayımında anamlanan sembolik ağlarla örülü bir desendir. O topluma öncel değil, onunla müzakere edilerek yapılandırılan “dış beden”dir. O, toplum ile benliğin karşılaşma noktasındaki dinamik bir özneliktir. Onu toplumdan, toplumu ondan ayırmak olanaksızdır (Waskul-Vannini, 2006: 1-2). Dolayısıyla benliğin “dış beden” ile temsili toplumsal faktörlerden bağımsız düşünülemez.

Sembolik etkileşimcilik, “gündelik dünyaya ve insanların ‘sembolik iletişim’ aracılığıyla gündelik yaşantılarında nasıl etkileştiklerine, düzen ve anlamı nasıl yarattıklarına odaklanır.” (Slattey, 2010: 333-334). Toplumu bireyin şeylere atfettiği anlamlar ile örülü sembolik etkileşimlerin sonucu olarak görür. Yine de toplum bireyden bağımsız bir gerçeklik değilse de ona önceldir. Öyle ki G. H. Mead’ın düşüncesinde içgüdüsel tepki ve dolaysız insan deneyimleri dışındaki insan edimlerinin çoğu toplumsal olanla varlık ve anlam kazanır. Örneğin zihnin yuvalandığı yer bile toplumsaldır. Hakeza benlik de doğuştan oluşmaz ancak sosyalleşme sürecinden sonra var olabilir (Ritzer, 2014: 415-418). Daha doğrusu, benlik diğer insanlarla karşılıklı ilişki içerisinde gerçekleşir.

İnsan benlik sahibi varlıktır. Bunu toplumsal olana borçludur. Ondan önce benlik oluşamaz. Benlik, insanın kendisini hem bir özne hem bir nesne olarak görebildiği düşünömsel bir üründür. Yani özne olan ben ile nesne olan kendim arasındaki diyalektik bir ilişki ile benlik var olur. Benlik, insanın kendisine ulaşması başkasının dolayısı ile yani onun gözünden kendine bakabilmesi ile mümkün olur. Benliğin var olması çocuğun toplumun sembolik alanına dâhil olması ile gerçekleşir (Ritzer, 2014: 425-426). Bu ise üç aşamalı bir oyun evresi ile sembolize edilebilir.

Birincisi taklit ve hazırlık aşamasıdır. Çocuk, yakın çevresinden birilerini taklit ederek ilk defa kendisi ile arasına mesafe koyarak başkalarının rollerini üstlenmeye başlar. Benliğin üçüncü safhada tamamlanabilmesi için ara bir evre olan oyun aşamasından geçilmesi gerekir. Oyun aşamasında çocuk taklit etmekten öte kendisine

başkasının gözünden bakmaya başlar. Oyun aşaması, çocuğun toplumsal kuralları yavaş yavaş sezinleyebildiği benliğin ikinci evresidir. Benlik, çocuğun daha farklı rol ve beklentileri hesaba katıp onları içselleştirdiği kurallı oyun evresinde oluşur. Bu aşamada çocuk “genelleştirilmiş öteki”nin tutum ve düşüncelerini bilir, benimser ve içselleştirir. Bu son aşama ile benlik, tam anlamıyla varlık kazanmış olur (Berberoğlu, 2012: 66-67). Söz konusu aşamalar, gerçekleştikten sonra sadece benlik değil ona bağlı olarak beden de varlık kazanır. Benliğin toplumla diyalektik ilişkisinden doğan benlik bedeni de var eden bir olgudur. (Ritzer, 2014: 425). Beden dahi benlik olmaksızın var olamaz. Çünkü bedenin kendisi de sembolik etkileşimin ürünüdür.

G. H. Mead’ın düşüncelerine ilham kaynağı olan Cooley’in “ayna benlik” teorisi “dış beden”in bir sembol olarak nasıl deneyimlenebileceği ile ilgili bilgiler içerir. Söz konusu bilgi onun toplumu tasavvur etme biçiminden bağımsız değildir. Dolayısıyla “ayna benlik” olgusu onun toplum anlayışının sonucudur diyebiliriz. Cooley’e göre toplum “insanların birbirileri hakkında sahip oldukları imgeler, toplumun katı gerçekleri”nden ibarettir. Yani toplum “kişinin kendisini toplumun üyeleriyle temas kuracak şekilde toplum içerisine yerleştirmesi ve sempatik bir şekilde bu üyelerin sürdürdüğü yaşamı hayal etmesi” ile var olur. Bu sempati ile başkasının yaşamına kendisini yerleştirmesi “birincil grup” ve “ayna benlik” kavramı ile anlaşılabilir. Birincil grup yüz yüze, samimi ve karşılıklı güven ilişkisinin olduğu bir gruptur. Kişinin içine gömülü olduğu bu grup ile duygudaşlık ilişkisi kişiye benlik kazandırır. Bu benlik, bireyin grubun aynasından kendisini değerlendirme ve gözden geçirmesi ile sahip olduğu sosyalleşmiş bir benliktir (Berberoğlu, 2012: 61-62). Dolayısıyla sosyalleşmiş benliğin “dış beden”ini yapılandırması ve onu deneyimlemesi toplumsal olandan bağımsız değildir. Bu perspektiften hareketle “dış beden” görülen, gözlenen, seyredilen bir şeydir. Toplum sahnesine çıkan başkalarının bedenlerini gözlemler ve yorumlarız. Aynı şekilde, biz de diğerlerinin neyi görebildiğini ve hissettiğini hayal ederek aynadaki görüntümüzü düzenleriz. Doğrusu bu beden, tam bir yansıma olmasa da başkalarından edinilen ipuçlarıyla hayal edilmiş bir yansımadır (Waskul-Vannini, 2006: 3-4).

1.1.2.4. “Dramaturjik Beden”in Temsil ve Takdimi

Etkileşimci toplum teorisyenlerinden olan Erving Goffman’ın ana izleği bir bireyin etkileşim halinde olduğu kişilerin kendisi hakkındaki düşünce ve izlenimlerini

yönlendirmek, yönetmek suretiyle benliğini sunmasıdır (Berberoglu, 2012: 171-172). Toplumsal sahnede “dış beden”in öz performanslarla sunumu benliğin oluşması, korunması ve gelişimi açısından önemli bir noktadır. Daha doğrusu Goffman’ın sosyolojisinde benlik edinilmiş izlenimlerden hareketle “dış beden”in sunumu olarak okunabilir (Turner, 2008: 41).

Goffman’ın nitel bir çalışması olan “Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine” adlı çalışması, vücudunun belirli bölgelerinde beden dismorfik bozuklukları olan bir kişinin ayrımcı, dışlayıcı bir durumla karşı karşıya kaldığında ne tür taktik ve stratejiler izlediğini ve bu suretle benliğini nasıl korumaya aldığını anlamaya çalışır. İlgili çalışmada Goffman, damgalıların yüz ve davranışlara yansıyan sembolleri okuyup yorumlayarak kendilerini nasıl güvence altına aldıklarını farklı türde damgaları ile örselenen insanların gündelik deneyimlerine odaklanarak anlamaya çalışır. Örneğin görme engeli olan birinin görüyormuş gibi bakması, yüzdeki derin yarığın elle kapatılması, kekeme birinin zorlandığı kelimeleri sarf etmekten kaçınması, bir kolu olmayan birinin otururken içe doğru büzülmesi gibi. Bu kişiler, yani damgalılar gözden düşme tehlikesine karşı, örneklerde olduğu gibi bir çeşit “damga idareleri” ile benliklerini kabul ettirmeye çalışırlar (2014: 87-90). Goffmann benliğin bu şekilde sunumunu tiyatrodan uyarladığı dramaturji terimi izah eder.

Goffman, gündelik yaşamın sürdürüldüğü toplumsal alanı bir sahneye benzetir. Birey sahnede bir tiyatro oyuncusu gibi bilincine çok da varamadığı bir dizi performanslar gerçekleştirir. İcra ettiği rolüyle karşısındakileri yani seyircileri ikna etmeye çalışır. O, rolünü toplumsal beklentiler ölçüsünde oynar. Bu, onun konuşma, oturma, yürüme gibi bedensel tavırlarına yansır. Böylece görünüşünü yani kişisel vitrinini en kabul edilebilir bir şekilde bedeninin duvarında sergiler (Goffman, 2004: 33-36). Beden bu sahnede tam anlamıyla benliğin dramaturjik bir nesnesi olur.

Odaklı ve odaksız etkileşimlerde güvenliği ihlal edilmiş olanların yüze yansıyan mesajları yorumlamak suretiyle izlenimi yönlendirmeyi, istenmeyen görüntüyü en aza indirmeyi ve benliklerini yönetmeyi “dış beden”leri ile tecrübe ettiklerini görebiliriz. Burada dikkate sunulan husus, kendisi hakkındaki bilgilere ötekinin fikri ile ulaşmasıdır. Onun için öteki, bir nevi ayna gibidir. Kişinin karşısında yansıyan görüntüler onun nasıl olduğu ve ne olması gerektiğine ilişkin zengin bilgiler içerir. Bu toplumsal gözetleme

aynası, benlik ile ideal benlik arasındaki gerilimlerin yansıdığı bir yüzeydir (Charmaz-Rosenfeld, 2006: 36-38). Etkileşimci sosyolojide “dış beden”in benliğin sunumu açısından önemli bir yer tuttuğunu gözlemlemek mümkün görünmektedir. İlgili gelenekte “dış beden” ile benlik arasında önemli derecede bir bağ bulunduğunu söylenebilir.

1.1.2.5. “Bedenselleşmiş Habitus” olarak “Dış Beden”in Temsili ve Takdimi

Bourdieu, “dış beden”in temsili “bedenselleşmiş habitus” ile izah eder. Habitus “dayanaklı bir sistem” olarak içselleştirilmiş pratikler, “aktarılabılır eğilimler” olarak gündelik yaşamın yönergeleri, “kurucu yapılar” olarak toplumsal yapının üreticileri, “işlemeye önceden hazırlanan yapılaşmış yapılar” olarak da sınıfsal konumun göstergesidir. Habituslar, toplumsal yaşamın kurumsal yapılarına ilişik hukuk, sanat, ekonomi, din, tıp gibi alanlardaki güç ilişkilerine ve mücadelelere bağlaşıklık davranış örüntüleridir (Smith, 2005: 187-189). Bir insanın bu alanlarda başarılı olması, yükselmesi ve böylece sosyal statüsünü artırması veya saygınlık kazanması bir girişimcinin yatırım yaparken sahip olması gereken mal, hizmet ve para cinsinden bir sermayeye ihtiyaç duyması gibi sahip olunan ekonomik, toplumsal ya da kültürel sermayeye bağlıdır.

Söz konusu sermaye türlerinden konumuz açısından ayırt edici olanı kültürel sermayedir. Kültürel sermaye, yüksek sanat alanında incelikli bir zevke, akademik bir geçmişe veya kültürel konularda iyi” veya “kötü”, “güzel” veya “çirkin” gibi belirleyici beğeni yargılarına sahip olma ile değerlendirilir. Bu, bir insanın sınıfı hakkında bilgi veren ifadelerdir (Smith, 2005: 190). Bourdieu’nun ampirik bir araştırması olan “Ayrım” üst başlığında “Beğeni Yargılarının Toplumsal Eleştirisi” kültürel sermayenin bir insanın yaşamdaki konumunu nasıl belirlediğini, ne tür imkanlar sunduğunu veya en önemlisi onu nasıl engellediğini bedenselleşmiş bir pratik olan habitus kavramı ile örneklendirir.

Habitus, bir tenisçinin gelen topu karşılamak için fileye uzanmasındaki refleksi gibi istemsiz ve bilinçsiz bir şekilde iş görür. Habituslar bireyin fikirlerinde, tutumlarında, yargılarında, davranışlarında, beğeni yargılarında görünür olan bir dizi pratiklerdir. Habituslar gündelik hayat içerisinde rasyonel tercih kuramında olduğu gibi bilinçli bir istemin sonucu değildir. Tercih edilen eylemler, Bourdieu’nun dediği gibi kimi zaman “rasyonel seçim” kategorisi olarak görülse bile nihayetinde “bu özel bir durum” olarak kalır ve unutulmaması gereken asıl şey onları belirleyen ilkenin habituslar olduğudur. Birey, “ürünü olduğu bir toplumsal dünyaya” gömülü olan habitusunu “sudaki balık gibi

hisseder” ama “suyun ağırlığı” gibi fark edemez. Onun varlığını ise bireyin “dış beden”ine kazılı pratiklerden veya yansıyan görüntülerden görebiliriz (Bourdieu, 2013: 258-262).

Habitus, bireyin içinde doğduğu, büyüdüğü ve sosyalleştiği aile ortamında şekillenir. Okul, arkadaşlık ve akraba ortamlarında edinilen yeni türde eğilimlerle pekişir ve kuvvetlenir. Tanıdığı yeni insanların hayat tarzları, düşünce ve algılarından izlenimler edinir ve onlarda habitusları içerisinde yavaş da olsa bir yer edinir. İçselleşmiş bir toplumsallık olan habituslar, bir kişinin sosyal konumu ve sınıfı hakkında zengin bilgiler verir (Richter, 194-196). Bourdieu’nun alan araştırmalarında bu tür örnekleri beslenme, spor, giyim, sanat, gibi birçok pratik üzerinde gösterir.

Bourdieu, halk sınıfı, küçük burjuvazi ve burjuvazinin beslenme, duruş, giyim, kişisel bakım ve spor etkinlikleri ile “dış beden”lerini nasıl “temsil” ve “takdim” ettikleri üzerine bir dizi örnek verir. Örneğin beslenme şekillerine bakıldığında öğretmen, serbest meslek sahipleri ve zengin tüccarların aldıkları gıdaların oranları değişmekle birlikte üst sınıfların daha incelikli bir beslenme alışkanlıklarına sahip oldukları görülebilir. Üst sınıfların tükettikleri besinleri bedensel görünümüne olan etkisi ile halktan sınıflarsa besinleri verdiği kuvvet ölçüsünde değerlendirir. Başka bir açıdan beden “ ‘duruş’ farklılıklarıyla, yani toplumsal dünyayla tüm ilişkinin dile geldiği bedeni taşıma ve davranma usullerindeki farklarla” sembolize edilir. Buna bedeni çeşitli kozmetik ürünler, giyim, saç modelleri ile tasarlanmanın ve sunmanın farklılığı eklenir (Bourdieu, 2015: 281-284). İkisi bir ve bütün olarak “dış beden”de temsil edilir.

Bourdieu, “dış beden”in temsil ve takdim edilmesini sosyal konuma göre değişebileceğini halk, küçük burjuvazi ve egemen sınıf kadınlarının “kendilerini sunma biçimlerine gösterdikleri ihtimamın sağladığı yarara ilişkin bilinçleri ile bu amaca adadıkları zaman, çaba, sağlık ve özen yatırımı, bu yatırımdan makul olarak bekleyecekleri maddi veya sembolik yarar sağlama olasılıkları”nın ilişkisi ile gösterir. Genel bir eğilim olarak halk kadınlarının “bir mesleğe, özellikle de kozmetik kullanımının temel ilkelerine titizlikle uymayı gerektirecek mesleklere erişebilme şansları daha az” olduğu için bakımlarına daha az özen gösterirler. Küçük burjuvazi kadınları ise talip oldukları iş alanlarına uygun “bedensel sermaye”ye sahip olmadıklarını düşündüklerinden “gerilimin tam merkezine” yerleşirler. Bedenleri konusunda

kendilerini daha fazla yetersiz hissederler. Bu his “ideal beden ile gerçek beden, yani düşlenen beden ile başkalarının tepkisini yansıtan ayna benlik arasındaki orantısızlık büyüdükçe daha da kuvvetlenir.” Egemen sınıf kadınları kendilerinden emin bir şekilde, kompleksiz, aşağılanma hissine kapılmaksızın imkânlarının genişliği ölçüsünde doğal halini rahatça yadsıyıp görünümünü değiştirebilir (Bourdieu, 2015: 302-304). Beğeni ölçütlerini belirleme gücü bedenın nasıl algılanabileceğini doğrudan belirlemektedir denilebilir.

Benzer doğrultuda spor faaliyetlerinin türü, icra edilme tarzı, gerektirdiği maliyet ile bir kişinin bedeni ile kurduğu ilişkinin boyutları, onu algılama biçimi veya yapılandırmasındaki gerekçeler de “sınıflar ve sınıf fraksiyonlarına dağılımının ana hatlarına” bağlıdır. Dolayısıyla halk sınıfının sportif egzersizlerden beklentisi “güçlü bir beden”, üst sınıfların “sağlıklı bir beden”, orta ve küçük burjuvazinin ise “özgürlüğe kavuşturulmuş bir beden”dir. Çünkü orta ve küçük burjuvazide “kendini olduğu gibi kabul etme” oranı, görünüş normlarına uyma kaygısından kaynaklı olarak üst sınıflara göre daha düşüktür. Bu sınıftakiler için bedensel egzersizlerin ana amacı “başkalarının bakışları tarafından ele geçirilmiş bedenın yarattığı büyülenmişlikten kurtulabilmek”tir. Burjuvazi kesiminde ise bir sporun tercih edilmesi, itibarını zedeleyecek türden olmamasına bağlıdır. Örneğin rugby gibi bedensel mukavemet ve şiddetli bir mücadele gerektiren bir spor türü, haysiyet sınırlarını aşacağından tercih edilemez (Bourdieu, 2015: 311-319). Dolayısıyla bedenselleşmiş bir pratik olan habitusların niteliği aktörlerin kültürel sermayelerine göre değişebilmektedir. Aynı zamanda bu, bedenın nasıl konumlandırılacağını da belirlemektedir.

1.1.2.6. “Fenomenolojik Beden”in Temsili ve Takdimi

Sosyoloji literatüründe toplumsal gerçekliğin inşası femonolojik sosyolojinin önemli temalarından biridir. Tema, Peter Berger ve Thomas Luckmann tarafından “Gerçekliğin Sosyal İnşası” ve yine Peter Berger’in müstakil çalışması olan “Kutsal Şemsiye” adlı eserinde bilgi sosyolojisi açısından ele alınmışsa da söz konusu çalışmalar beden sosyolojisi için de “çeşitli ipuçları” barındırmaktadır. Şöyle ki nasıl toplum ile birey arasında, doğa ile toplum arasında bir ilişki bulunuyorsa beden ile toplum arasında da diyalektik bir ilişki bulunur. Dolayısıyla toplum ile beden arasındaki ilişki fenomenolojik olarak incelenebilir (Canatan, 2016: 46).

İnsan diğer canlılardan farklı olarak verili bir doğaya mahkûm olmadığı gibi yaşadığı doğayı ve toplumsal yaşamı aklı ve zekâsıyla inşa eder. Bu gerçeği Berger, “her insan topluluğu bir dünya-kurma girişimidir” sözleriyle özetler. İnsan yaşadığı dünyayı ise diyalektik bir süreç içerisinde yapılandırır. Bunu ise birbiri ile ilişkili “dışsallaşma”, “nesnelleşme”, ve “içselleştirme” süreci ile yapar. Bu süreçte ikinci ve hayati bir doğa olan toplum, bir “insan ürünüdür” ve “insandan ayrı hiçbir gerçekliğe” sahip değildir. “İnsan da bir toplum ürünü” olduğundan “toplum fert doğmadan önce vardı ve öldükten sonra da var olmaya devam edecektir.” Bu ikisi bir tezat olarak görülmez. Toplum bu diyalektik ilişkiden neşet eder (Berger, 2011: 52-53). Böylece toplum ile fert birbirini karşılıklı bir içermiş olur.

İnsan biyolojik bakımdan yüzü dışarıya dönük bir canlı türüdür. Diğer canlılar insandan farklı olarak verili bir dünyaya doğarlar. Yine bir canlı olan hayvan, doğumundan kısa bir süre sonra hayatını tek başına sürdürebilir. İnsanoğlu hayvana göre “eksik olarak” dünyaya gelir ve onun tamamlanmaya ihtiyacı vardır. Bu tamamlama süreci ise ikinci bir doğa olan toplum ile mümkün olur. İnsan var olabilmek ve hayata kalabilmek için kendi türü ile işbirliği yapmak durumundadır. Onlarla birlikte bir dünya kurmak zorundadır. Dolayısıyla dünya kurma kolektif bir “dışsallaştırma” girişimidir. Toplum bu aşamada bir insan ürünü olarak doğar (Berger, 2011: 55-57). Daha doğrusu “dışsallaştırma” toplumun varlığa gelmesinin zorunlu bir koşuludur.

“Dışsallaştırma” kültürün üretimi ve yeniden üretimi açısından yani toplumsal kurumların insan aktivitesinden ve onun ürünü olmasından ayrı, donuk bir şey olmadığını ifade eder. Nesnelleşme ise toplumun nevi şahsına münhasır bir gerçeklik olarak var olmasıdır. O insan ürünü olarak “orada” bir yerde var olur. İnsan bilincinin dışında “orada” olan toplum böylece bir nesnellik kazanır. Artık o, kurumsal yapısı ile nesnel bir var oluşa sahiptir. Toplumun nesnelliğinin en üst noktası ise ferdin yüz çevirmesi halinde kendisini kural, norm, yasa ve düzen olarak dayatmasıdır. O, böylelikle kontrol eder, yönlendirir, uyumlaştırır ve cezalandırır. Toplumsal gerçekliğin bir süreç olarak inşa edilmesinin son aşaması ise onun gerçekliğinin kabul edilmesi, benimsenmesi ve “içselleştirilme”sidir. Bu son aşama sosyalleşme safhasıdır. Ki o, “toplumun nesnel dünyası ile özne dünyası arasında bir uyum”udur (Berger, 2011: 58-61). Yani yasa ve düzenin “birey tarafından devralınmasıdır.” (Zijderweld, 2007: 60). Böylece toplumsal gerçeklik bireyin varlığı ile teminat altına alınır.

Merleau-Ponty'in klasik Kartezyen felsefede ortaya çıkan özne-nesne ikileminden uzak felsefesi de fenomenolojik bir beden fikrinin doğmasına imkân tanır. Merleau-Ponty insanların ne tamamen “özne” ne de tamamen “zihin” olduğunu, olsa olsa bedenler olduğu bilirse varlıkların tam olarak anlaşılacağı düşüncesidir. Yani insan bilinç ile bedeninin bedensellikte büründüğü birliğin adıdır. Bedenlenme sadece “dünyadan pasif olarak mesaj almayı içermez, edindiği kültürel şemalarla dünyayı aktif olarak inşa” etmeyi de ifade eder. Bedenlenme insanın Garfinkel'in dediği gibi kültürel bir ahmak olduğunu değil, tersine kültürel praksislerin aktif eyleyeni olduğunu gösterir. İnsan hem yapan hem yapılandırılındır (Crossley'den akt. Inglis-Howson, 2001: 305). Karşılıklı var kılma süreci içerisinde toplum da birey de yapılandırılmış olur denilebilir.

Beden içinde yer aldığı toplumun sembolik düzeninde gerçekleşir. Fenomenolojik bir bakış açısından, dünyada boş ve atıl bir şekilde orada duran fiziksel bir beden söz konusu değildir. O anlam ağlarıyla örülü sembolik bir anlatıcıdır. Anlam ise somutlaşmış eylemler, görülür işaretlerle çerçevelidir (Waskul-Vannini, 2006: 9-10). Dolayısıyla insanın bu bedeni nasıl deneyimlediği, toplumsal kabul ve normları bedeninde nasıl içselleştirdiği, ona nasıl bir tepki verdiği ve bedenini nasıl temsil ve takdim ettiği fenomenolojik bir beden tasarımıyla anlaşılabilir.

1.2. Beden Algısı ve Beden Algısının Yapısal Dönüşümü

Beden algısı kavramı yirminci yüzyılın ilk çeyreğinde ilk defa psikiyatrist, psikanalist ve nörolog araştırmacı Paul Schilder tarafından kullanılır (Tazegül, 2018: 42). Ortak bir tanım olmasa da beden algısı şu şekillerde tanımlanmaktadır: Beden algısı, Burruwes'e göre bir insanın kendi bedensel özelliklerini değerlendirmesi sonucunda ortaya çıkan memnuniyet durumunu; Grogan'a göre kişinin kendi bedeni hakkındaki düşüncelerini, hislerini ve beklentilerini kapsayan çok boyutlu öznel ve dinamik süreci, Croll'a göre de bireyin kendi bedenini nasıl gördüğü ve hissettiği ile ilgili düşünceleri ve toplumsal beklenti arasındaki deneyimin sonucunda ortaya çıkan beğeni yargısını ifade eder (Karmacharya, 2016: 7-8). Bir kişinin kilo, ten rengi, boy gibi fiziksel yönlerine yönelik algısının psikolojik, zihinsel ve toplumsal faktörlerin dâhil olduğu çok karmaşık bir süreç içerisinde şekillendiği söylenebilir. Beden algısı, nihayetinde bir zihinsel tasarımın ürünü olsa da etkileşim halinde olunan toplumun değer ve normlarından bağımsız düşünülemez.

Beden algısına yönelik tanımlar genel anlamda şu özellikleri içermektedir: Beden algısı bireyin bedenine yönelik duygu, düşünce ve tutumlarını ifade eder. Beden algısı sabit olmayıp zamana ve mekâna göre değişkenlik gösterebilir. Beden algısı bireyin içinde etkileşim halinde bulunduğu arkadaş ve aile gibi yakın çevresinden ve diğer insanların değerlendirmelerinden etkilenir (Ergür'den akt., Tazegül 2018: 43-44). Dolayısıyla bir kişinin bedeni hakkındaki düşünce, tutum ve duygularını gömülü olduğu toplumsal yapının zihin dünyası ile birlikte düşünmek gerekmektedir. Bunu da Sorokin'in üç büyük üst-kültürel sistem tasnifi içerisinde değerlendirilebilir.

Pitirim Sorokin'e göre tarihsel devrevi dönüşümün üç ana eksenini bulunmaktadır. Bunlar tarihi sırasıyla duyumcul üst-kültür, düşünsel üst-kültür ve idealist üst kültürdür. Her bir üst-kültürü diğerinden farklı kılan "sonul gerçeklik değeri" vardır. Sırasıyla duyumcu-üst kültürün sonul gerçeklik değeri duyumsaldır. Tek gerçek olan odur, onun dışında bir değer yoktur. Düşünsel üst-kültürün sonul gerçeklik değeri Kadiri Mutlak Tanrı'dır. Düşünsel üst-kültürde duyumsal olan her şey bu gerçeklik karşısında soluk bir iz gibidir. İdealist-üst kültür sonul gerçeklik insan zihininin kavramakta zorlandığı, açıklayamadığı ve belirli bir tanım çerçevesine sokamadığı çok katlı sonsuzluktur. Mantık ile aklın, büyü ile bilimin, fizik ile metafiziğin, duyumsal ile akıl ötesi boyutlarının birleşimidir (Sorokin, 2008: 239-240).

Bu devrevi tarih anlayışında düşünsel üst-kültür M.S. altıncı yüzyıl ile M.S. on ikinci yüzyılın sonuna kadarki dönem olan Orta Çağ kültürüne, idealist-üst kültür ise M.Ö. beşinci yüzyıl Antik Yunan ile M.S. on üçüncü yüzyılın erken Rönesans dönemine, duyumcul-üst kültür on altıncı yüzyıldan yirminci yüzyıla kadar olan döneme denk gelir (Sorokin, 2008: 241-242). Sorokin'e göre her bir üst kültürün sonul gerçek değeri, içinde yer aldıkları toplumların dünyayı algılayış biçimlerini, zihniyetlerini, dinlerini, hukuk sistemlerini, yaşam tarzlarını belirleme noktasında önemli olmaktadır. Söz konusu değer zihniyet dünyasını da içine aldığı için toplumun beden algısını ve insanın bedenini deneyimleme biçimini de yakından belirler.

Üst kültürün değerini ifade eden zihniyet kendisini sadece mimari, sanat, hukuk, din, ahlak da değil, aynı zamanda bir insanın gündelik yaşamda giyim tarzına, ilişkilerine, dünyayı tasavvur etme anlayışına ve bedenini deneyimleme biçimine de yön verir. Örneğin Tanrı'nın sonul gerçeklik olduğu bir toplumu düşünelim (Erkilet, 2013: 41-42):

Bu toplumda dinin kutsal halesinin kaynağında yer alan fizik ötesi realite, salt ferdi bir tecrübe olarak yaşanmaz aynı zamanda genelleşerek toplumun bütün kurumlarında gerçekleşir. Yani kazandığı gerçeklik fertler arası ilişkilere inhisar ederek toplumsal bir karakter kazanır. Berger'in de dediği gibi nesnelleşerek "orada" bir yer edinir, yani topluma mal olur. Bu dolayında din, toplumun yaşam biçimine içsel ve dışsal olarak etki edebilecek bir gerçeklik olarak benimsenir ve meşrulaşır (Günay, 2011: 229-232). Böylece -dini tecrübenin bilinçlerde kökleşerek toplumsal bir nitelik kazanması ile- fertler yaşam biçimlerini dinin rotasına göre şekillendirmiş olan toplumun içerisinde bedenlerini de dini yasaya göre algılamış olurlar. Eğer zihin dünyası bedeni ilahi hakikati tefekkür edecek, uhrevi bir yaşamdan alıkoyacak ve yahut insanı Tanrı karşısında zelil bir duruma düşürecek bir gerçeklikte tasavvur ederse onu baskılar, denetler ve talim eder.

Gözün ve görme duyusunun temel değer olduğu duyumcul, ampirist ve materyalist bir kültürde tinsel yaşamın şiddetle dışlanması beden yararına tahrip edici değerleri baskın konuma getirir. Tanrı ve dinin toplumsal yaşamdan çıkmaya başladığı duyumcul-üst kültürde insanlar zamanla ahlaki değerlerden koparak maddi değer, lüks, şatafat, rahatlık, zenginlik adına bir birileri ile mücadele ve kavga etmeye başlar. Korkunç bir rekabet, doyumsuz bir hırs, yıkıcı bir bireysellik ve bencillik ile beliren savaşlar, çevresel felaketler, salgın hastalıklar, derin eşitsizlik ve adaletsizlikler dünyayı yaşanmaz bir hale getirir. Bu kaotik ve katastrofik ortamda yüz yıllardır toprağın altına itilmiş olan beden yeniden filizlenerek özgürlük ve özgürleşme adına Tanrı başta olmak üzere bütün geleneksel otoriteleri saf dışı bırakır. Öyle ki beden üzerine kurulu bir kültür tinsel kültüre baskın gelerek hâkim bir güç olur (Sorokin, 2008: 241; Baudrillard, 2004: 173-174). Dolayısıyla bedenin edindiği konumun yerleşik zihniyet dünyasına bağlı olan değerlere göre değer ve önem kazandığını ifade edilebilir. Daha doğrusu bu, bireyin beden algısını doğrudan etkileyen faktörlerin başında gelir. İlgili cihette bedenin modern ulus devletlerin kurulmaya başladığı dönemde iktidar ve egemenliğin, post modern dönemde arzunun nesnesi olduğunu söylenebilir.

1.2.1. Modern İktidarın Nesnesi Olarak Beden

Modern toplum geleneksel topluma nazaran kendisini rasyonel yasalar doğrultusunda bir düzen, disiplin ve norm toplumu olarak tanımlanır. Modernlik için ister doğadan isterse toplumdan kaynaklı olsun muhtemel belirsizlikler bir tehdittir. Gellner'in

vahşi kültür ve bahçe kültürü metaforu duruma uygun bir izahtır. Vahşi kültür aklın yasalarına zıt, irrasyonel, medeniyete sırtı dönük barbarlıktır. Vahşi kültür en temelde Hobbes'ın korku ve endişe ile tanımladığı doğal halin kendisidir. Vahşi kültür geleneği, bahçe kültürü ise modernliği imler. Bu anlatıma göre modernlik, vahşi kültürlerin bahçe kültürüne dönüşme sürecidir. Bahçe kültürü, her türlü kargaşa, belirsizlik ve düzensizliğe karşı aklın gözetimi altında bir düzenlenmiş ideal bir tasarıdır. Bahçe kültüründe her şey planlı, kontrollü ve düzenli bir şekilde dizayn edilir. Bundan ne insan ne de onun bedeni münezzehtir. Çünkü beden ham varoluşuyla bir tehdit ve endişe kaynağıdır. Bahçe kültürü için disipline edilmemiş, başına buyruk bir beden vahşi kültürün ayrık otlarından başka bir şey değildir. Beden her ne kadar yabancı bir ot olarak görülmüşse de kökünden sökülüp atılmamıştır. O, bahçenin verimliliğine uygun şekilde işlenmiş ve işletilmiştir. Modern iktidar işte bu bahçenin bahçıvanıdır. Bahçıvan misali modern iktidar, bedeni bilimin ve aklın rehberliğinde -belirsizliklere ve tesadüflere yer bırakmayacak şekilde- kapitalist toplumun formuna uygun bir şekilde ıslah etmeye çalışmıştır.

1.2.1.1. Modern Bilimin İktidarında Toplumsal Düzen Tasarısı ve “Siyasal Beden”

İnsan sosyal bir varlık olduğu için deneyimleri ve davranışları içinde bulunduğu sosyo-kültürel çevre tarafından şekillendirilir. Her toplum, insan deneyimlerini belirli idealler çerçevesinde düzenler. Bu idealler toplumsal değer ve normlar ile somutlaşır. Toplumsal değerler ferdin davranış, tutum ve düşüncelerinin nasıl olması gerektiğini belirleyen kabul gören ve benimsenen ölçütlerdir. Sosyal normlar bu ölçütler doğrultusunda insanları belirli davranışlara zorlayan kurallar bütünüdür. Bu genel bir durum olsa da her toplumun insan deneyimlerini şekillendirmesi, biçimlendirmesi veya düzenlemesi aynı değildir. Hele ki, modern dönemle birlikte bu çaba daha sistemli bir hal almıştır denilebilir. Özellikle de modern bilimin ve kapitalizmin at başı gitmeye başladığı on beşinci yüzyılın sonundan başlayarak şekillenmeye başlayan modern toplumun en önemli takıntısı düzen olmaktadır. Bu takıntının en belirgin nesnelerinden biri insanın davranışları, tutumları, düşünceleri, yaşam tarzıdır. Çünkü bu deneyimler bir kontrol, disiplin ve düzen içerisinde tertiplenmediği sürece bir endişe kaynağı olarak görülmektedir.

Modern dönem bir nesne ya da bir olayın birden fazla kategoriye sokulabilmesi demek olan müphemliği hep bir tehdit olarak görür. Modernliğin tanımlama ve düzenleme çabasına doğası gereği direnen müphemlik, modernliği tam olarak başaramayacağı bir ödevle karşı karşıya getirir. Modernlik varlığını tam da bu duruma borçludur. Yani sürekli bir endişe kaynağı olarak gördüğü kaosa karşı teyakkuz halinde olma durumu... Bu anlamda düzen ve kaos ikiz kardeşirler. Düzen alternatifi olduğu kaosu belirsizlik, kaygı, irrasyonel, karmaşa, uyumsuzluk, tesadüf, kestirilememelik ve müphemlik olarak tanımlar. Öyleyse ham varoluşu ifade eden bu kavramlar dizisine karşılık gelen olgular ancak bir yönetim ve mühendislik tasarımı altında tehdit olmaktan çıkarılır (Bauman, 2014: 11-20). Beden burada müphemliğin bizzat kendisidir denilebilir. Beden ve deneyimleri geleneksel toplumdan modern topluma geçilirken ham bir varoluş olarak görüldüğü için daha sistemli ve rasyonel bir planlamanın nesnesi haline gelir. Böyle bir tasarım, modern bilimin evreni tasavvur etme biçiminden bağımsız değildir.

İktidarın temel işlevlerinden biri olan kaosa nizam ve düzen getirme çabası iktidarın en temel göstergesidir (Berle, 1980: 39-40). Modern bilimin kaosa düzen getirme çabası doğanın Orta Çağ, Rönesans ve modern dönemde nasıl kavrandığıyla yakından ilgilidir. Orta Çağ boyunca doğa şeytani güçlerin yeri olarak görüldüğü için bir yanılgılar alanıdır (Mollaer, 2015: 28). Geleneksel kozmoloji anlayışı da bu düşünceyi destekler niteliktedir. Hiyerarşik bir bölünmeyle yukarıdan aşağıya doğru tanzim edilen evren anlayışında yer kusurlu, değişebilir, bozulabilir. Böyle bir tasavvur içerisinde insanın bilme ufku hem sınırlandırılır hem de engellenir (Shapin, 2000: 29-30). Orta Çağ Batı düşüncesi doğayı insanın hizmetine vermiş olsa da asli kurtuluş için doğa, insanın yüz çevirmesi gereken ay altı âlemin mekânı olarak tasavvur edilir. Ama bu anlayış doğanın bilinebilir, analiz edilebilir bir yasasının olmadığı anlamına gelmez. Çünkü doğa yeni Platonculuk düşüncesinin etkisine bağlı olarak sayı ve ölçülerle meydana getirilmiş bir şeydir. Bu düşünce ise Rönesans döneminden başlamak üzere doğanın sistematik bir şekilde incelenmesine olanak tanıyacaktır.

Rönesans dönemi ise modern bilime giden yolda Orta Çağ ile modern dönem arasında ara bir yeredir. Rönesans düşüncesinde doğa, Antik Yunan düşüncesiyle uyumludur. Rönesans düşünürleri açısından doğa, “animist, panteist, büyüsel bir tasarımın, canlılığın kaynağı olarak tanrıçaydı.” Böyle bir doğa anlayışının hali hazırda kesinliklere direnen bir yapısı vardır. Koyre’nin deyişiyle doğa, imkân dâhilindedir. Bu

dönemde astronomi astrolojiden, simya kimyadan en temelde büyü bilimden ayrı değildir. Doğa bir dâhinin aklını sürekli hayrete düşüren mucizevi bir yerdir. Doğa Orta Çağ düşüncesinde bir kuşku ve korku nesnesiyken, Rönesans döneminde kesinliğine aklımızla vakıf olabileceğimiz bir yer değildir. O bir yaklaşıklar dünyasıdır. Ona ancak merak ve hayret ile bakılabilir (Mollaer, 2015: 35). Benzer doğrultuda Bauman Geç Rönesans dönemini şüpheyi düşünsel bir amaç haline getirmiş olan ilk septiklerden olan Piron'a atfen Pironcu kriz yılları olarak tanımlar. Rönesans döneminin krizi Orta Çağ ile modern dönem arasında bir geçiş dönemi olmasından kaynaklanır. Kiliseye olan inancın zayıflamaya başladığı, doğanın bir dizi göksel cisimle sempatik ilişkisinin olduğuna inanıldığı, nesnelerin İbranice sözcüklerin temsilleri olduğuna, onları etkilemek suretiyle yönlendirilebileceğine kanaat getirildiği; kabalacılığın, okültçülüğün, astrolojinin ve büyü'nün gücüne başvurulduğu bir dönemdir.

Modern dönem ise bir kesinlikler dünyasıydı. Kesinliğin metaforu ise saatti. Saat metaforunda somutlaşan şey klasik evren anlayışının kırılmasıdır. Klasik yani organik evren anlayışında doğa ezeli, yaratılmamış, içi akıl ve ruhla dolu, hayatietini kendi içinde taşıyan bir şeydir. Erken dönem modern Avrupa'nın evren yaklaşımı müphemliğe sürekli kapı aralayabilecek bu teleolojik açıklamayı kabul etmez. Bunun yerine düzenli bir evren anlayışı talep ihtiyaç duyar. Mekanik evren tasavvuru, bu talebin karşılığıdır. İşte bu mekanik algı, modern bilimin taslağını oluşturur. Saat ve benzeri mekanik araçların varlığı doğaya zekâ ve amaç yükleyen yaklaşımlara alternatif olabilecek bir imkân sunar. Bu mekanik algı, doğaya mucize yükleyen anlayışın yavaş yavaş ortadan kalkmasının ve yahut Max Weber'in deyişiyle dünyanın sihirden kurtarılması sürecinin başlangıcıdır (Shapin, 2000: 41-45). Mekanik felsefe doğaya amaç ve zekâ yükleyen Aristocu düşünceyi ortadan kaldırmakla kalmaz, doğaya hâkim olmanın yolunu da açar. Çünkü Aristoteles'in doğa tasarımı her nesnenin kendi gizil gücü ile belirli bir amaç doğrultusunda hareket edeceği anlayışı, doğayı tahakküm altına almanın engeli olarak görülür. Dolayısıyla yapılması gereken ilk iş doğayı ruhundan soyutlayıp cansız bir nesne haline getirmektir. Bunun başarılması doğa denetim altına alınması demektir.

Modern evren anlayışı tabiat yasaları tarafından yönetilen, fizik ve matematik terimleriyle anlaşılabilir, gayri şahsi bir Tanrı anlayışına yaslanır. Bu aynı zamanda tabiatı anlamının referanslarını da değiştirir. Geleneksel dönemde referansın kendisi Tanrı iken şimdi aklı ve bilinciyle insanın bizzat kendisidir (Tarnas, 2012:93). Doğanın

mekanikleştirilmesi organik evren anlayışında bulunan hiyerarşiyi de parçalar. Makine içerisinde hiçbir parçanın diğerine üstünlüğü söz konusu değildir. Dev bir saatte benzetilen evren imgesinde en üstte Tanrı, altında asillerin yer aldığı geleneksel dünya algısı da yıkılmış olur (Rossi, 2009:151). Hiyerarşileri akıl lehine bozan yeni evren tasavvurunda insan Tanrı'nın yerine göz dikmeye başlar. Bu cüretse ona büyük bir özgüven kazandırır. İnsanın aklına, bilgisine ve iradesine duyulan inanç; düşünüş ve ilk günahla zelil bir duruma düşen insanoğluna her şeyi aklıyla düzeltebileceği iyimser bir imkân sunar. Bu, özerk insan aklına herşeye güç getirebileceği bir özgüven kazandırır (Tarnas, 2012:100). Dünyayı atomlardan ve onların birleşmesinden müteşekkil mekanik bir yer olarak gören yeni anlayış, kadim ay altı ve ay üstü âlem hiyerarşisini ortadan kaldırır; yerine her bir parçanın işlevi ölçüsünde kıymetli olduğu bu mekanik tasarımı yerleştirir. Bu düşünce evreni içinde insan, hiç şüphesiz eşitliği kendi lehine bozacak ve kendisini evrenin hâkimi olarak ilan edecektir.

Modern bilimin yeni evren anlayışı burjuvazinin çıkarlarıyla uyumludur. Onlar gerçekliğin akla uygun yapısından hareketle feodal, parçalı, dağınık, müphem, tesadüflere açık, belirsiz bir dünyaya karşı tavır aldılar. Burjuvazi, kaosa neden olabilecek türlü kural dışılığa karşı kurallar ile düzenlenmiş bir toplumu arzu ediyordu. Onlar hiyerarşik, parçalı, yerel, kural dışı bir dünyanın tedirginliğinden azade evrensel kural ve standartlarda bir yönetim altında yaşamak istiyorlardı. Bilimsel devrim böyle bir imkânın yolu ve yöntemi idi. Hele ki Descartes'in doğru bilgiye ulaşma yolundaki saf akla olan ilgisi -hesaba, kestirilemeye, formüle edilemeyen her şeye karşı mesafeli durmasıyla- bu imkânın alanını genişletmişti (Mollaer, 2014: 52). Bunun imkânı da matematik ve geometriydi. Daha çok on yedinci yüzyıl kıta Avrupa'sında her şeyi matematiksel dizgeler şeklinde oluşturma ihtiyacı böylece hâsıl olmaktaydı.

Kaba bir ayrımla geleneksel toplumlar toplumsal yaşamı kültür ile modern toplumlar ise ideolojiler yoluyla şekillendirirler. Modern dönemde kültür çözülmeye başlarken yerini bilimsel ideolojiler aldı. Bu ideolojilerden en önemlisi yeni evren tasavvuru idi. Atomlardan müteşekkil mekanik dünya tasavvuru yeni bir toplumsal düzenin nasıl kurulacağını da işaretlerini hâlihazırda vermeye başlamıştı (Sunar, 2008: 60). Toplum yeni bilim anlayışı çerçevesinde bir düzenleme nesnesi olarak görülmeye başlandı. Eski alışkanlıkların getirdiği rehabet ve belirsizliğin ortaya çıkaracağı kargaşadan kurtulmak artık modern insan için mümkün görünmekteydi. Geometri,

matematik ve fiziğin ışığında yeni bir toplumsal düzen insan ve davranışlarının bir atom gibi görülmesiyle imkân dâhilinde olacaktı. Bunun siyaset felsefesindeki modeli Hobbes ve onun geometrik yöntemidir. Stephen Collins'in ifadesiyle bu, modern toplumun düzen bilincinin en üst ifadesidir. O, bu durumu, yani Hobbes'un felsefesini, şöyle yorumlayarak açıklar:

“Hobbes’e göre doğal olan, akış halinde olan bir dünyaydı ve doğal olanın zapt edilmesi için düzen yaratılmalıydı... Artık toplum, önceden tanımlı, dışsal ve varoluşu, hiyerarşik olarak emredilen bir şeyin aşkın biçimde ifade bulan bir fikri değildir. Artık toplum, kendisinin atadığı bir temsilci olan bağımsız devletin emrettiği nominal bir varlıktır. Düzen, doğal değil, yapay, insanın yarattığı, açıkça siyasal ve toplumsal bir şey olarak algılanıyordu... Her taşın altından çıkan -yani akışkan- şeylerin zaptedilmesi için bir düzen tasarlanmalıydı... Düzen bir iktidar meselesi oldu; iktidar da bir irade, güç ve hesaplama meselesi... Toplum düşüncesinin tamamen yeniden tanımlanmasının temelinde, tıpkı düzen gibi devletler sisteminin de insanoğlunun yaratısı olduğu inancı vardı.” (Aktaran Bauman, 2014a: 17).

Doğadan farklı olarak toplum insan yaratımı olarak görüldüğü için artık onu değiştirmek de insanın kudreti dâhilinde görülmeye başlanır. Burada toplum aşkın ya da doğal değil, geometrik bir çizgi gibi çizilebilir bir şeydir. Bu bakış açısında toplum demek, düzen demektir. Kaos ise doğal hal... Barbarlığa ve medeni olmamaya eş değer bir şey... Toplum aklın denetimde geometrik bir nesnedir. Artık bir mühendislik tasarımıdır. Tasarımın mükemmel olması ise bir hesaplama meselesidir. Bireyler fizik diliyle bir atom, geometrinin diliyle bir noktadır. Nasıl ki atomların hareketleri önceden bilinip kontrol ediliyorsa insanın da doğası bilinerek onun davranışları, düşünceleri ve deneyimleri kestirilebilir. Geometrinin görevi nettir: Kaostan düzen yaratmak. Geometrik tasarımla insan davranışlarının temeli olan tutkuları içeriden değiştirmek mümkün değildir. Çünkü o doğal olandır. İnsanın doğası değiştirilemeyecekse geriye tek şey kalır: İnsanın davranışlarını dışarıdan yasa ile düzenlemek. Artık insan siyasal bir yaşam içinde kendini yetkinliğe kavuşturması gereken bir varlık değil, çıkarlarını aklın koyduğu kurallar çerçevesinde düzenlemesi gereken bir varlıktır (Sunar, 2008: 61-66). Bu felsefe insanı bencil bir varlık olarak tanımlar. Sanılanın aksine bu bir eksiklik değil, bir avantaj olarak görülür.

Mekanik doğa tasavvurundan hareket eden toplumsal sözleşme teorileri toplumsal çalkantıların huzursuzluk verecek derecede büyüdüğü ve kontrol edilemediği bir zamanda insan bencilliğini referans alarak uzlaşmaya ve anlaşmaya dayalı bir otoriteyi insan bedeni ile cisimleştirdiler. Söz konusu model bir insan bedeni ile temsil eden siyasal bir bedendir. Bu “siyasal beden” çağın toplum tasavvurunu yansıtacak şekilde bir bedeni andırmaktadır. Örneğin Thomas Hobbes’un “Levianthan” eserinden alınan şu paragraf anlatılanı özetler gibidir:

“Sanat iledir ki, yapay bir insandan başka bir şey olmayan, Latince’de Civitas denilen, Devlet adlı o büyük Ejdarha yaratılır; bu, doğal insanın korunması ve savunulması için tasarlanmış olup ondan daha büyük bir cesarete ve kudrete sahiptir ve onda, egemenlik bütün gözdeye canlılık ve hareket veren yapay bir ruhtur; yargıçlar ve diğer yargı ve yürütme görevlileri, yapay eklemler; egemenlik makamına bağlı her eklem ve organa kendi görevini yaptıran ödül ve ceza, doğal gövdede aynı işi yapan sinirlerdir; tek tek organların/üyelerin servet ve zenginlikleri ise kuvvettir; salus populi, halkın esenliği onun görevidir; bilmesi gereken her şeyi ona bildiren hukukçular, hafızalardır; adalet ve yasalar yapay bir akıl ve iradedir; uyum, sağlıktır; nifak, hastalıktır; iç savaş ise ölüm. Son olarak, bu siyasi varlığı en başta kuran, bir araya getiren ve birleştiren sözleşmeler ve ahitler, Tanrının yaradılıştaki buyurduğu Fiat veya insan yaratılım emrine benzer.” (Hobbes’tan akt. Gatens, 2018: 52-53).

Yapay insan bedenin bir tecessümü olan bu siyasal bedenin inşa edilmesini gerekli kılan unsur, insanların kendi hallerine bırakıldığında neden olabilecekleri tehlikelerdir. Dolayısıyla Thomas Hobbes’tan aktarılan bu ifadeler, sözleşmenin kime karşı ve neden yapılması gerektiği ile ilgili bir fikir verir (Hobbes, 2014: 24-26; Gatens, 2018: 53). Daha doğrusu toplumsal sözleşme, siyasal bedenin hiyerarşisine uymayan mutlak eşitlik durumunun ortadan kaldırmasına dönük kolektif bir çabadır. Eğer eşitlik bozulmazsa her şeyin herşeye karşı olduğu doğal döneme dönmüş olur.

Bu tehlikeye karşı kendini konumlandıran Aydınlanma düşüncesi, her şeyin insan iradesi ve aklıyla çözülebileceği inancına yaslanır. En temel felsefesi de şudur: Bütün sorunları aklın rehberliğinde çözmek ve bu sayede insanı ileriye doğru ilelebet mutlu kılmak. Aydınlanmanın düzen takıntısının arkasında Descartesçi ve Newtoncu mekanik felsefe bulunur. Newton’un çekim yasası ay üstü âlem ile ay altı âlem arasındaki yasa

farklılığını ortadan kaldırır. Doğanın kendi içinde akıllı ve ruhla dolu bir varlık olduğu organik dünya tasavvuruna son verir. Eğer dünya böyle tasavvur edilmeye devam edilirse doğanın yasaları kesinliği ölçüsünde bilinemez ve kontrol edilemez. İşte mekanik dünya tasavvuru insana bu imkânı verir. Bununla da yetinilmez. Aynı usulle toplumsal yasalar da bilinebilir. Çünkü toplum da doğa gibi yasaları olan fiziki bir varlıktır. Onun yasalarını bilmek onu düzenleyebileceğimiz manasına gelecektir. Onun yasaları bireyde gizlidir. Bireyden hareketle deşifre edilen yasa toplumsal düzenin anahtarıdır (Şimşek, 2011: 66). Bu anlayış toplumsal krizlerin yaşandığı her dönemde aktif bir düşünce sistemi haline gelir. Örneğin Saint Simon'un endüstriyel toplumu, Comte'un pozitif toplumu, Durkheim'in organik toplumu ile Parsons'un yapısal işlevselciliğinin ana izleğinin karşılığı anarşi ve kaosa karşılık, yönetim ve denetimdir.

Modern topluma uygun evcil insan yaratmak toplumun hızlı bir değişim geçirdiği modern dönemde elzem bir gereklilikti. Zaman oldukça dardı. Toplumun bir an önce düzenlenmeye ihtiyacı vardı. Hızlı, etkili, verimli ve pratik bir sonuç alınmalıydı. Geleceğe kayıtlı bir zaman modernler için kaybedilmemesi gereken bir hazinedi. Toplumun yazgısı o kaydın programlarında saklıydı. Böyle bir dönemde bir şeyi derinlemesine okuyup anlamlandırmak bir zaman kaybı olarak görüldüğü için geriye olayların dış yüzü kalıyordu. Modernleşme ve modernleşme projeleri için bir olayın dış yüzü kolayca egemenlik altına alınabilecek bir hedefti. İnsanın dış yüzeyi olan beden modern iktidar açısından düzenlenmesi hem kolay hem de maliyeti düşük bir yatırım aracıydı (Çil, 2017: 119). Bedeni koşullandırılmış davranışlar içerisine alıp bir robot haline getirmek bilim ve teknolojinin geldiği yer açısından artık daha kolay görünmekteydi.

Toplumun birey üzerinden çözümlenip bir sistem etrafında düzenlenmesi Fransız Devrimi ve Sanayi Devrimi ile daha bir somutlaşmış olmaktaydı. Aşırı rekabetin yaşandığı on sekiz ve on dokuzuncu yüzyıllarda devleti çıkabilecek bütün anarşik eğilimlere karşı hem daha uyanık hem daha etkili kılmaya davet eden söylemlerin çokluğuna rastlamak mümkündür. Böyle bir zamanda, monarkların en önemli işlerinden biri bürokratik, ekonomik ve düşünsel modernleşme programları izlemektir. Özellikle beklentisi olanlar daha çok orta sınıftan aydınlar ve ticaret sınıfıydı. Prensler de kimi zaman aristokrasinin gücüne muhtaç kalmış olsalar da onların da asıl talebi bu fikirlerdi. Örneğin fizyokrat iktisatçı Turgot etkili ve güçlü bir devletten toprağı daha iyi işletmesini,

standart bir yönetim oluşturmasını, akılcı ve adil bir vergilendirme sistemini talep etmekteydi (Hobsbawn, 2013: 31-65). Ekonomik çıkarlar gereği bir toplumsal düzen istemi eskisi gibi ticaret sınıfının kentlerde güçlenmesi ile yeşeren bir talebe dönüşmüş olmaktadır. On birinci yüzyıldan başlayarak kentlerin kenarlarında büyüyen yeni kentlerin müdavimleri ve yerleşimcileri olan tüccarlar, işlerinin daha iyi yürümesi için adil ve eşitlikçi bir yasal sistem talebinde bulunmuşlardı (Pirene, 2014: 98). Bu taleplerin belki de en önemlisi insan bedenini standart davranışlar ölçüsünde tek bir komuta halinde yönetmektir. Modern devletin bütün total kurumları bedeni bu talep noktasında standardize bir hale getirdi.

İşte böyle bir toplumsal atmosferde beden, iktidarların nesnesi konumuna gelmekteydi. Ruhunu teslim alarak bedeni yönlendirme işini çoklu bir ağın içinde yapan iktidar, bedeni manipüle ederek, düzenleyerek, verimli kılarak kapitalist toplumun arkı haline getirmekteydi. Descartes'in bilim anlayışında bir makine-hayvan haline getirilen insanın kendisi artık yukarıda erevesi çizilen sistemin içerisindeki kurumların istem ve işlevleri doğrultusunda şekillendirilmiş olmaktadır. Böylelikle evrenin mikro kozmosu olan insanın makineye indirgenmesi onu kestirilebilir, kontrol edilebilir, hesap edilebilir kılmaktadır (Foucault, 2006: 208-210). Bu izlekten hareketle modern dönemin kendi toplumsal formasyonu ile ilişkili olarak yarattığı öznel deneyimlere uygun bir beden yarattığını söyleyebiliriz. Öyle ki bu öznel deneyimin karşılığı olan ruh, bedenin yeni formu olarak, ona içsel kılınır.

1.2.1.2. Modern İktidar ve Egemenlik Bağlamında Beden

Toplumsal tabakalaşmanın merkezi kavramlarından biri iktidardır (Marshall, 2009: 328). İktidar, insanların bir felsefe ve teşkilatları kurumsal bir hale getirmelerinin koalisyonundan doğar. Belirli bir amaç ve fikir doğrultusunda bir araya gelen insanlar kuracakları teşkilatlar vasıtasıyla hedeflerini g dağılımları üzerinden etkin hale getirirler (Berle, 1980: 47-52). İktidar (power) en genelinde istenilen bir sonuca ulaşma niyetiyle bir şeyi yapabilme gücünü, siyasal tahlilde ise insan davranışlarını onların kendi tercihleri dışında bir noktaya doğru etkileme yeteneği olarak tanımlanabilir (Berkday, 2010: 31-34). İktidar bu anlamda bir g getirebilme, etkileme, düzenleme ve yönlendirebilme gücü olarak düşünülebilir.

İktidar, bir erkin başka bir erke baskın gelmesi, iradesini üzerine hâkim kılmasıdır. Kapsamı bu tanımla genişletilen iktidar, olgusuyla toplumsal ilişkilerin her düzeyinde karşılaşılabılır. Daha doğrusu iktidar aile içerisinde baba-oğul, işyerinde patron-işçi, okulda öğretmen-öğrenci ilişkisinden devlet-vatandaş ilişkisine kadar bir dizi egemenlik ilişkileri ile genellenebilir. Buradan hareketle “iktidar her yerdedir” sonucuna varılabilir (Vergin, 2007: 133). Bu da iktidarın yayılmasına ve genişlemesine yataklık eder.

İktidarın doğası ikili bir ayrımı gözetmekle anlaşılabilir. Bir devletin uyruklarını tabi kılması anlamında büyük “İ” ile yazılan iktidardansa güç ilişkilerini sorunsallaştıran ve onu görünür kılmaya çalışan küçük “i” ile yazılan iktidar çokluğunu anlamak gerekir. Bu “iktidar”ın çapı güç ile kuşatılır, çevrelenir ve işletilir. Söz konusu “iktidar”ın merkezi bir noktası yoktur. Güç ilişkileri toplumsal bünyenin kılcal damarlarına kadar işlemiş hazır ve nazır bir iktidardır. Burada iktidar bir gruba, bir kuruma, bir sınıfa ait bir mülk değildir. Öyle olmadığı gibi ele geçirebileceğimiz, devredebileceğimiz bir şey de değildir. Doğrusu akıntıları sayısız noktalardan olabilen, her yerden gelebilen hareketli, sinsi ve anonim bir iktidardır (Foucault, 2005: 71-73; Foucault, 2006: 316-317). İktidarın varlığını belirleyen düzenleme, denetleme, yönlendirme faaliyetleri kurumsal bir yapı gerektirdiği için yönetsellikle yakın ilişkilidir. Devlete göndermeli yönetsellik iktidarı siyasal bedenin en ücra noktasına kadar işlevsel kılar. Bunun en önemli sac ayağı ise insanı ruhu ve bilinci üzerinden düzenlemedir. İşte bu düzenlemenin ana nesnelerinden biri bedendir.

Bu bakımdan iktidar siyasal toplumun en önemli bileşeni olarak gördüğü bedeni içine alarak, dönüştürerek kendisine benzer bir iletken haline getirir. İktidar toplumsal bünyenin en ince noktasına kadar işletebileceği bir ıslahatı beden üzerinde ayrıntılandırır. Söz konusu ıslahat içerisinde beden daha az değil, daha yoğun ve sistematik bir kontrole, denetime ve gözetime tabi kılınır (Foucault, 2006: 135-136). İktidar pratikleri, cezalandırma aracı olmaktan öte kişiyi dönüştürme araçlarıdır. Psikiyatristler, doktorlar, öğretmenler, yargıçlar toplumsal bedenin ortopedistleridir. Onlar aynı zamanda bir hijyen denetçileridir. Onların işi kapitalizmin gelişim zamanlarında bedenleri yeni üretim biçimiyle uyumlaştırmaktır. Bir direniş ve düzensizlik kaynağı olan beden verimlilik adına itaat altına alınmaktadır. Burada verimlileştirme ve denetim altında tutma aynı projenin bileşenleridir (Foucault, 2000: 156). Öyle ki, denetim iradelerin neredeyse yok

hükmüne geldiği bir noktaya getirilir (Bauman, 2003: 60). İlgili süreçse, hâlihazırda bedenin otomatik davranışlar sergileyen bir makine haline getirilmesini ifade eder.

Modern devletin bireyin ruhuna işleyerek bedeni bir düzenleme ve ıslah etme nesnesi haline getirmesi yeni bir toplumsal formasyonun sonucudur. Burada bedeni disipline etme stratejileri panoptikon⁵ mimarisinin işleyişinde olduğu gibi sinsi ve kurnazcadır. Bu mimari modele göre işletilen iktidar anonim bir iktidardır. Disiplin anonimleştikçe iktidarı mümkün kılan direnç bireyin kendi eliyle azaltılır ve düşük bir maliyetle beden siyasal gücün çarkına yararlı bir unsur olarak yerleştirilmiş olur (Foucault, 2006: 323-324). Panoptikon bir iktidar aygıtı olarak sadece mahkûmların denetlenmesi için tasarlanan bir mimari yapı değildir. Ayrıca toplumsal düzene tehdit bütün isyan ve tehlikeleri kontrol etmenin teknolojisidir (Driver, 1985: 428). Bu formasyonun etkili birimi olan devlet sinsiliği ile iktidarı mutlaklaştırır. Birey sanılanın aksine daha fazla baskıya maruz kalır. Böyle bir kapanın içerisinde ağza alınması en zor kavram özne ve özgürlüktür. Çünkü sistem kendi dışına çıkma olanağını ancak bir yanılsama yoluyla bireye bahsedebilir ki bu, yine kendi içinde ürettiği illüzyonlarla mümkündür. Dolayısıyla mekanizma hem bireyi avutur hem de onu kısıp almaya devam eder (Niedzwiecki, 2011: 163). Ruhun yapılandırılması ile içsel bir mekanizmaya dönüşen iktidar (Sarup, 2010: 120) varlığını beden üzerinden görünür kılar.

Bireyin ruhunu teslim alarak bedeni denetim altına almayı ifade eden biyo-iktidar, bireyi gözetleme ve denetleme nesnesi haline getirir (Kara, 2013: 96). Biyo-iktidar bedeni öldürerek, cezalandırarak değil, disipline ederek ve yaşatarak ele geçirir (Foucault, 2005: 108-109). Biyo-iktidarın yaşamı esas almasının asli gayesi ise üretken bedenler

5 Bentham'ın ideal düzenleme, denetleme ve gözetleme mimarisinin adı. Yapının mimari ilkesi şudur: Halkalar şeklinde bir bina, ortasında bir kule. Kulenin geniş penceresi dairenin içindeki küçük bölmeleri içlerine kadar gözleyebilecek bir şekilde tasarlanmıştır. Kuledeki gözetmenin mimari yapının yardımı ile hücrenin içindeki duruma göre öğrenci, mahkûm, hasta vb. gözetlemesi mümkün olur. Bu yapı içerisi aydınlatılmış, göz hizasında şeffaf bir mekândır. Hücreye yerleştirilen kişinin kendisinin göremediği ama her an kendisinin gözetlenebildiği bir iktidar mimarisi. Görülmekte olanın nesne gözetleyenin özne durumuna getirildiği orantısız bir gözetim teknolojisi... (Foucault, 2006: 295-296). Bentham'ın bu gözetleme hayali aslında burjuvazinin hayaliydi. Bentham'ın düşü burjuvazinin talebi olan iktidar mantığının dışavurumudur. Onlar panoptikon örneğinde bir toplum tasavvur etmişlerdi. Bu mimari, bir biçim olmanın ötesinde bir yönetim zihniyetinin görünür yüzüdür (Foucault, 2015b: 135).

yaratmaktadır. Biyo-iktidar bunu iki şekilde yapar: Birincisinde bedenin “anatomo-politiği” ile kavramsallaştırılan “bu biçimin amacı insanın bedenini disipline etmek, yeteneklerini geliştirmek, daha verimli ve uysal kılmak ve ekonomik denetim sistemleriyle bütünleştirmektir.” (Keskin, 2014: 17). Bedenin “anatomo-politiği” ile birey ekonomik düzenlemelerin temel bir unsuru haline getirilir. İkincisi nüfusun düzenlenmesi ve kontrol edilmesini imleyen “biyo-politika”dır.⁶ Böyle bir denetim, kontrol ve disiplin olmadan burjuva toplumu hayatiyet kazanamazdı. Kapitalist gelişme yasa ile özdeş kılıçla değil, normlarla güvenceye alınan bir ekonomik düzendir. Normlar ise bireyin kendi iradesiyle kontrolünü içeren bilgi söylemleridir (Keskin, 2014: 18; Turner, 2008: 36-37). İktidarın ortopedistleri olan yargıç, doktor, psikiyatrist, öğretmen gibi uzmanlarının belirlediği

6 Biyopolitika kavramı yirminci yüzyılın ilk başlarında ilk defa İsveçli siyasetbilimci Rudolf Kjellén tarafından kullanılmıştır. Kavramı daha geniş bir toplumsal formasyonun bütünlüğü içerisinde kapsamlı bir şekilde alan kişi de Micheal Foucault’tur. Foucault, kavramı ilk defa 1974 ile 1976 yılında Collège de France’ta verdiği derslerde ele almışsa da sistematik olarak Cinselliğin Tarihi’nin birinci cildinde ele alır. Cinselliğin Tarihi adlı çalışmasında Foucault, biyoiktidarla geleneksel iktidar arasında bir ayrıma gider. Ona göre geleneksel iktidar “hayat ve ölüm üzerindeki kamphakka yalnızca ilkel bir biçimde ve makul şartlarda sahip olmasına karşın, yine de temelde gasp etme hakkı olarak işleyen iktidarın bir biçiminin aşırı bir noktasını simgeler.” Biyoiktidarsa ölüm üzerinde sahip olunan hakkın on yedinci yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla köklü bir dönüşümüne işaret eder. Söz konusu iktidar öldürmekten ziyade yaşatmaya, disipline etmeye, bedeni etkinleştirmeye, verimleştirmeye dayanır. Biyoiktidara yaslanan modern iktidarın iki biçiminden biri olan anatomo-politik bedeni disipline ederek yalnızca üretim adına işlevsel kılmakla yetinmez beri taraftan “politik tabiyeti garanti altına alır. Biyopolitika ise on sekizinci yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla tek tek bireysel bedenlerle değil, bir tümel birim olan nüfus üzerine kontrol teknolojisine gönderme yapar. Bu kapsamda biyopolitika kamu sağlığı adına salgınların önlenmesi için alt yapı çalışmalarının yapılmasını, hastalıklarla ilgili istatistiksel verilerden faydanılmaya başlanmasını, ölüm ve doğum oranlarının takip edilmesini, yaşam süresini artırıcı tedbirlerin geliştirilmesini, ölüm oranlarını en aza indirmeye çalışılmasını, cinselliğin hem bireysel hem genel düzeyde denetlenmesini ve düzenlenmesini içerir (Lemke, 2017: 55-57). On dokuzuncu yüzyılda ise Biyopolitika insanoğlunun evrimsel şemasının çıkarmak suretiyle doğal seleksiyon düşüncesini yaygınlaştıran Darwinist düşüncenin kabul görmesiyle birlikte ırkçılığa eklenerek en güçlüünün hayatta kalma ilkesi gereğince ırkın saflığını korumaya dönük politikaların temel taşıyıcısı konuma geldi. Yirminci yüzyılın ilk yarısında başta Nazi Almanyası başta olmak üzere ABD ve SSCB gibi totaliyet yönetimlerin iktidarda olduğu ülkelerde birçok zihinsel engelli, sakat ve ağır genetik hastalığı olanlar daha sağlıklı ve güçlü bir genetik miras adına ortadan kaldırıldılar (Yalom, 2002: 144-145).

söylemlerle oluşturulan öznel deneyimlere bireyi tabi kılması modern kapitalist sürecin vazgeçilmez bir unsurudur.

Toprak esasına dayalı bir devlet sisteminden nüfus esasına dayalı bir devlete geçişle birlikte ulusun sağlığı biyolojinin konusu haline gelir. Ulusu oluşturan bireyler çeşitli teknik düzenlemelerle itaatkâr ve uysal bir hale getirilmezse kapitalizmin muzaffer olması mümkün olamaz (Agamben, 2017: 12, Foucault, 2007: 104-105). Yeni toplumsal formasyonun öncüsü olan burjuvazi ulusu yaşatma üzerine bir ekonomik modeli devreye sokar. Bu modelin karşılığı biyo-politika; nesnesi ise nüfustur. Biyo-politika doğum ve ölüm oranlarının belirlenmesinden hastalık ile sağlığın ölçütlerine, ordu disiplininin meşru ve sağlıklı cinselliğe kadar her şeyi düzenler. Aslında bu düzenlemeler ve iktidar uygulamaları bir özgürlüğü referans almadan icra edilemez. Çünkü hakikat oyunu, birey iktidar düzenlemelerine esas olan deneyimlerin öznesi olduğuna inandığı müddetçe sağlama alınmış olur. Bir paradoks gibi görünse de “özgürlük” olmadan iktidar uygulanamaz (Yıldırım, 2008: 153-154). Modern dönemin yönetsel aklı bir yandan özgürlüğü ihtiyaçları doğrultusunda üretir beri taraftan kısıtlayarak denetim ve baskı altına alır. Bu bir özgürlük ve güvenlik oyunudur. Liberalizm bunu bir korku kültürü oluşturmak suretiyle baskı ve denetimi meşrulaştırır (Foucault, 2015b: 55). Böylelikle işleyişine uygun bir ekonomik, siyasal, toplumsal zemin hazırlamış olur.

Ezcümle liberalizm modern iktidarın tarihine örtüktür. On sekiz ve on dokuzuncu yüzyılda ekonomi-politiğin işleyişi böyle bir iktidarı gerekli kılmıştı. Yoğun, sürekli, derin bir yönetim ama görünmez ve daha az yönetiyor kılıfı altında asgari bir yönetim. Tabir yerindeyse müsrif olmayan, gösteriş yapmayan, varlığını görünür kılmayan “tutumlu” bir yönetim. İktidar kendisini tebaanın güvenliği, kralın merhameti veya Tanrı’nın adaleti üzerinden sınırlandırmıyor. O, kendisini kendi içsel mekanizmalarıyla düzenliyor (Foucault, 2015a: 28-29, Foucault, 2014a: 149). Bunu da her bir bireyi bizatihi iktidarın gözü konumuna getirerek yapmış oluyor.

Lefebvre, böyle bir toplumu üst baskıcı toplum olarak nitelendirir. Üst baskıcı toplumlar gözetimi, kontrolü ve denetimi bireyin kendi bilinci üzerinden işletir. Bu, Katolik değil; Protestan bir toplumdur. Bu toplumlarda iktidar daha incelikli yollardan işletilir. Formülü şudur: Kişinin kendi papazı olması. Yani bireyin kendi kendisini gözetleyerek kendini baskılaması. Burada bireyin bilinci ile dışarıdan manipüle edilen

bilinç arasında fark kaybolur. Üst baskıcı toplumda kişi yaptığı davranışların öznesi olduğuna inandırılarak koşullandırılır. Hali hazırda böyle bir toplum çatışma, çelişki ve şiddeti bireyin kendi denetimiyle ortadan kaldırmayı hedefler. Sistem, işleyişinin maliyetini bireyin bilinçli bir varlık olduğu sanısıyla düşürmektedir. Bu toplum daha sinsidir; şiddetini kan dökmeden uygular. Bunun politik terörden farkı yoktur. Birey kendini ele vermek ve cezalandırmak suretiyle terörün icracısı olur. Sonuçta her birey bir teröriste dönüşür (Lefebvre, 2007: 162-163). Aslında bu, kendimizi yönetme ile başkalarının bizi yönetme pratiğinin kesişmesi anlamına gelir (Foucault, 2014b: 63-64). Öyle ki, iktidarın bireyi sadece eylemleriyle değil, niyetleriyle de denetim altına alır.

Bu kesişim noktasının en belirleyici unsuru bireyin özneye dönüştürülme sürecidir. Bu iktidar biçimi “bireyi kategorize ederek, bireyselliğiyle belirleyerek, kimliğine bağlayarak ona hem kendisinin hem de başkalarının onda tanımak zorunda olduğu bir hakikat yasası dayatarak doğrudan gündelik yaşama müdahale eder. Bu bireyleri özne yapan bir iktidar biçimidir.” Birey kendisine dayatılan meslek, rol, cinsiyet vb. kimliklere bağlanarak tabi kılınır (Foucault, 2014a: 58-63). Hakikat-iktidar bağlamında üretilen her türlü felsefi, dini, bilimsel söylemler ve bunların işletildiği söylemsel olmayan okul, hapisane, hastane, aile gibi kurumlar belirli birtakım deneyimleri bireyin kendi deneyimleri haline getirerek onlara boyun eğdirir. Bu amaçla önce suçlu, deli, hasta gibi kategoriler oluşturulur. Sonrasında bu tanımlara uygun olanlar hapisane, akıl hastanesi gibi kurumlara kapatılır; ardından birey bu deneyimlerin öznesi haline getirilir. İşte insanın bu özneye dönüştürülme tarihi aynı zaman hakikat oyunlarının tarihidir (Keskin, 2014: 13-19). Söz konusu ifade Kartezyen manada hakikati saf bilinciyle keşfeden ve ona göre eyleyen bir özneye karşılık gelmez. Bu özne iktidarın hakikat oyunları ile ürettiği bilincin ürünüdür.

Bu iktidar mantığı gereğince toplum beden üzerinden bedensleşmektedir. İktidarın hedefi de bu bedendir. Tarih boyunca beden, bilinç ve ruh karşısında ikincil bir konuma düşürülmüşse de on dokuzuncu yüzyılda iktidarın uygulandığı en temel tasarım nesnesi haline gelmiştir. Modern devletle birlikte beden okulda, kışlada, hastanede, atölyede sürekli jimnastik, idmanlar, talimler ve tedavilerle düzenlenmiştir. İktidar bu kurumlar içerisinde bedeni sansürlememiş aksine yararlı bir hale getirmiştir. Böyle olmasaydı hem iktidar hem de onun üzerinde işlediği toplumsal formasyon dayanaksız ve verimsiz olurdu. Burada öne çıkan unsurlardan biri kurumlardır. Kurumları temel işlevlerine

bakarak anlamamız iktidar bağlamında mümkün değildir. Her kurum aslında belirli bir deneyim kümesini insan deneyimi haline getirmenin mekanıdır. Okullar ne sadece okuma-yazma yeri, atölyeler ne sadece bir şey üretme yeridir. Onlar aynı zamanda öğrenci ve işçinin üretildiği yerlerdir. Daha açık olarak iktidar, kentlere dolaşan kalabalıkları yeni kategoriler üzerinden birliğe indirgeyerek onların tavır, davranış ve düşünüş tarzlarını şekillendirir (Foucault, 2000: 42-80). Modern totalitarizm çokluğun kökünü kazıyarak bireyleri koşullu ve refleksif hareket eden füzuli bireyler haline getirir. Bu, Arendt’in tanımıyla totalitarizmin kendisidir (Berkday, 2010: 82-83). Daha doğrusu tek tek her bireyin siyasal bedene içerilmesidir.

Foucault’un iktidar, Arendt’in totaliterizm, Schmitt’in siyasalın teolojisi üzerine yaptığı çözümlemeler biyo-iktidarın doğası üzerine egemenliğin daha radikal sonuçlarını gündeme getirir. Öyle ki, iktidarın mutlak ve sınırsız gücünü ifade eden siyasal egemenlik, bireyi sadece itaatkar kılmaya değil (Heywood: 2012: 35) ayrıca yaşamı üzerinde istediği gibi davranabilme gücüne de gönderme yapar. Bu anlamıyla egemen, yasal olan ile olmayan arasındaki ayrımı belirleyen “yasal egemenlik” kavramını siyasal egemenliğin işlemine alarak, aradaki farkı belirsizleştirerek egemeni “olağanüstü hale karar veren” durumuna getirir (Schmitt, 2016: 13). Böylece egemen, suç-ceza, iyi-kötü, meşru-gayrimeşru, doğru-yanlış gibi etik, hukuksal, bilimsel hiçbir değer kendisine sınır koyamayacağı bir iktidarı işletmiş olur.

Siyaset felsefesinin radikal tanımlarından biri olan egemen, bir ulusun içinde doğan bireyin tanımsız, biçimsiz “çıplak hayat”ına, “yaşam tarzı”yla bir şekil verir. Egemen olan işte bu hayatı siyasal alana sokarak biyo-siyasal bir beden yaratır (Agamben, 2017: 16-17). Egemen bireyin çıplak hayatına el koyarak, onu kaparak siyasal bir nesneye dönüştürür. Böylece egemen kutsal hayatı varlığa getirir. Daha doğrusu insan “siyasal hayata mutlak bir öldürme yetkisine terk edilmek suretiyle” kutsal insan vasfı edinir. Kutsal insan ise egemenin cinayet işlemeksizin öldürebilir tasarrufuna işaret eder. Kutsal insan kurban edilemezliğiyle toplumun dışındadır; cinayet işlemeksizin öldürülebilir oluşuyla da toplumun içindedir. Böylece egemen kendisine ait olan bu hayat üzerinde istediğini yapabilir bir duruma gelir. Bunun en distopik yeri kamplardır. Kamplar insanların bir hiç yerine getirildiği en radikal iktidar alanlarıdır. Kamp sınırsız baskı ve tahakkümün somutlaştığı bir modeldir (Agamben, 2017: 113-23). Aslında kamp, siyasal yaşamın bizzat kendisidir. Dolayısıyla “Batı siyasal modeli şehir değil, toplama

kamplardır.” (Agamben, 2017: 239). Agamben’e göre toplama kampları demokrasi ile totalitarizm birbirine benzerliğini simgeleyen “modernliğin biyopolitik paradigmasıdır.” (Agamben’den akt. Lemke, 2017: 80). Buradaki egemenlik disiplin kurumlarının işleyişiyle hareket eden bir iktidar değil, daha çok istisna olanın mıntıkasında dolaşan - bir kampa dönüşen toplumsal alan üzerinden işleyen- bir iktidardır. Egemen kamp alanı içinde hem hukukun dışında hem de hukukun içinde çalışan aşkın ve içkin bir güçtür (Aytaç, 2011: 269-271). O, kudret ve kuvvetini muğlak bir alanda geziniyor olabilmek yetkisinden alır.

Moderniteyle birlikte bireyin kendi eliyle ördüğü ağa teslim olmasını ifade eden iktidar bireyin bedenini kendi tasarrufu altına alır. Bu, yalnızca çıplak hayatların siyasallaşması değil, siyasetin bizatihi bedeni içermesi demektir (Agamben, 2017: 243). İnsanın ne olacağına ya da ne olmayacağına karar veren iktidar ağı, bir belirsizlik üzerinden bireyin her şeyini belirler duruma gelir. Burada bireyler devletin biyo-politik aklının şekilsiz maddeleri gibidir (Yıldırım, 2008: 152). Düzenleyici akıl, biçimsiz ve işlenebilir bir hammadde olan çıplak hayatları uygun gördüğü formlara göre giydirir. Bu ölçüye göre şekil alan beden, böylece formun kendisi haline gelmiş olur.

1.2.1.3. Bilimsel Yönetimin İlkesi olarak Koşullandırılmış Beden

Modern dönemde yoğunlaştırılmış üretimin merkezi olan atölyeler ve endüstri kuruluşları bedenin bir dizi standart ölçülerle biçimlendirildiği total kurumların başında gelir. Atölye ve endüstri kuruluşları burada sadece bir ilk örnek olarak ele alınmaktadır. Bu kurumların bedeni şekillendirmesi üzerine söyleyebileceğimiz her şeyi hastane, okul, ordu vb. içinde söyleyebiliriz. Bunların mantık ve sistem örgüleri aynı biçimde işler. Önce birey kurumun içine dâhil edilir sonrasında disipline edilmemiş davranışları gözlemlenir, en sonunda davranışları kurumun mekanizmasına uygun olarak düzeltilir. Bu işlem istendik bir biçimde düzenlendiği ölçüde mekanizma rasyonel bir şekilde çalışmış olur.

Görsel sanatlar alanında bu konuyu başrolünü Charlie Chaplin’in oynadığı “Modern Zamanlar” adlı sessiz sinema oyunu trajikomik bir şekilde işler. Modern Zamanlar, bireyin kendi benliğine nasıl yabancılaştırdığının da öyküsüdür. Film, krizin ardından yaşanan yoksulluğu sergilemekle kalmaz; iktidarın benliği nasıl dönüştürdüğünü de konu edinir. Konumuz açısından filmi ilginç kılan işçilerin montaj

hattının bir uzantısı haline getirilmesi sürecidir. Öyle ki, ne kafasını kaşıyacak bir zamanı vardır ne de bedenini başka bir şekilde kullanma iradesi.

Modern Zamanlar filmi, Frederick Winslon Taylor'un 1911 yılında kaleme aldığı "Bilimsel Yönetimin İlkeleri" adlı eserinde geçen ilke ve formülasyonların çalışma hayatına geçirilmesi olarak okunabilir. İşçiye düşecek tek şey, kendisini bilimsel yönetimin ilkelerine teslim etmektir. Yönetimin hedefi ise işe en uygun işçiyi seçmek, onu belirli bir eğitimdten geçirmek, davranışlarını işe uygun bir şekilde düzenlemek ve bunları onda otomatik bir hale getirmektir (2016: 17-18). İfade edildiği gibi Taylor'un yapmak istediği şey bir nevi insan mühendisliğinin bilimidir. Yani iş araçları ile insan bedeni arasındaki uyumun ilkelerini ortaya koymaktır (Locke, 1982: 15). Bu, bedenin tam olarak montaj hattının bir uzantısı haline getirilmesi demektir. Buradaki beden makinenin çalışma temposuna uygun senkronize edilen koşullandırılmış bedendir.

Taylor'un hedefinde üretimi verimli kılmak esastır. Burada çalışanların alışkanlıklarına ve kendi bildikleri gibi çalışmalarına izin yoktur. Her şey matematiksel olarak hesaplanır, akabinde kanunlar belirlenir. Bir eleme sonucunda, geriye en doğru zaman ve buna en uygun hareketler tespit edilir. Örneğin bir duvarcı harç kabı ile duvar arasındaki mesafeyi ölçmeli, uygun mesafeyi ayarlamalı, adım ve kollarını buna göre kullanmalıdır. Böylece beden gelişi güzel değil; bilimsel ilkeler doğrultusunda düzenlenmiş hale gelmektedir (Taylor, 2016: 90-108). Rasyonel bir planlama ile maksimum bir verim etmeyi amaçlayan bu sistem, bedeni iradesinden koparır; işin gerektirdiği prensip ve usullere entegre eder.

Taylor'un "Bilimsel Yönetim İlkeleri" adlı eseri dönem itibarıyla kapitalist ve sosyalist bütün yönetimlerin başucu eseri haline gelmişti. Örneğin Taylorist ilkeler, Henry Ford'un otomobil fabrikasının ana çalışma prensibi oldu. Ford, bu ilkeleri kendi fabrikasında hayata geçirerek kitlesel ölçekte bir üretim gerçekleştirdi. Çünkü bu ilkeler uyum, işbirliği, koordinasyon içersinde en kısa sürede maksimum verimliliği elde etmeye dönük prensiplerdi. Başka ilkelerle birlikte konumuzu ilgilendiren asıl mesele çalışanların davranışlarının izlenmesi, kaydedilmesi ve rutin bir hale getirilmesi sürecidir. Daha doğrusu çalışanların bedenlerini makinenin bir dişlisi haline getirilmesidir (Bozkurt, 2005: 120). Öyle ki iş yaparken eller ve kollar başta olmak üzere bütün beden "demir ve çelikten otomata tabi birer otomat haline" getirildiğinden zekâyâ dahi ihtiyaç kalmaz

(Merrheim'den akt. Beaud: 2016: 233). Modernleşmenin ana ilkeleri endüstriyel organizasyonlarda bedeni bir makineye dönüştürmektedir. Bilimsel yönetim anlayışında beden makinenin bir eklentisi haline gelmektedir. Yani bir çark veya bir dişli nasıl makine ile uyumluysa bedenin de öyle olması gerekmektedir. Böylece beden işe göre standardize edilmiş, biçimlenmiş ve uzmanlaşmış olmaktadır.

1.2.1.4. Modern Ulus Devlet İktidarı ve Zinde Beden

Modern ulus-devletin bedenle ilişkisi iktidar-beden ilişkisinin en önemli duraklarından biridir. 18. yüzyıl mükemmel ve kusursuz bir toplum tasarılarına hayat veren bir dönemdir. Aydınlanma döneminin ütopyası herşeyi düzenin bir nesnesi haline getirmekteydi. Bundan bedenin azade olması düşünülmezdi. Öyle ki, beden sadece davranışları ölçüsünde değil, fiziksel görünümüyle de gücün sembolik bir ifadesi olmak zorundaydı. Güç ve irade sadece bilgi, bilim, ekonomi ya da askeri alanda değil; Antik Yunan heykellerinde olduğu gibi kaslı ve güçlü bir bedende de görünür olmalıydı. Birey artık kendini arınmayla değil, dayanıklılıkla göstermeliydi. Yeni moda, bireyi biyoloji, tıp ve eğitim eliyle sertleştirmek, katılaştırmaktı (Porter-Vigarello, 2008: 293). Burjuvanın gözünde ise böyle bir beden ideal bir insanın nasıl olması gerektiğine dair işaretledi. Onlar açısından belirli bir forma göre düzenlenmiş beden çalışkanlığın, iradenin, kararlılığın, becerinin ve etkin olmanın göstergesiydi (Hold-Vigarello, 2011: 282). Dolayısıyla bedeni biçimlendirme işi kurumsal yapılanmaları gerekli kılmış görünüyordu.

Tıbbın imkânları ile ulus-devlet önemli kurumları olan okul ve kışlalar, işlenmemiş bedeni jimnastik ve spor eliyle belirli bir forma göre biçimlendirme görevi üstlendiler. Okul ve kışla geometricinin doğru bir çizgiyi çizmesi gibi bedeni bir noktadan başka bir noktaya ince hesaplarla şekillendiriyordu. Periyodik takvimler eşliğinde beden belirlenmiş formlara göre biçimlendiriliyordu. Victoria Dönemi'nde bu, özlüce şöyle ifade edilmişti: "Sağlam zihin sağlam vücutta bulunur." İş bu boyutta ciddiye alınınca bedeni doğru bir fiziksel görünüme kavuşturmak elzem olmuştu. (Vigarello-Holt, 2011: 273-290). Dolayısıyla nasyonalist sosyalistler gibi totaliter hükümetler için "zinde beden" vatanseverliğin ideal bir metaforu haline gelmekteydi (Schilling, 1993: 30). Beri taraftan

örnek modeller heykel ve resimlerle tasvir edilmekteydi.⁷ Ressamlar ise bunları idari binaların en görünür duvarlarına resmetmekle görevlendirilmekteydiler.

Nazi Almanyası'nda gösterime sokulan propaganda filmlerinde irade ve gücün zaferi kaslı bedenlerle sahneleniyordu. Gergin, kaslı ve sportif bir duruş demokrasinin bölücü işleyişinin reddine dönük bir birleşmenin simgesi olarak sunuluyordu. Burada beden erotik bir nesneden ziyade ideolojik bir aygıta dönüşüyordu (Vigarello, 2013: 239-241). Yani bedenin göz alıcı olması için değil, gözdağı vermesi için geliştirilmesi gerekiyordu. Bunun için de bedenin gücü, azmi, cesareti ve kararlılığı yansıtacak bir şekilde biçimlendirilmesi önem kazanıyordu.

Egzersizler ve derslerse belirli cezalar eşliğinde yapılmaktaydı. Cezalar bedene kaydedildiği için bedensel hareketler bir cezanın varlığını neredeyse gerektirmeyecek bir düzene göre işler duruma gelmişti. Öyle ki, kişi artık kendi cezalandırıcısı olmuştu. Beden yeniden acı bir tecrübesiyle karşı karşıya... Geleneksel Hristiyan düşüncesinde acı arınmanın bedelidir. Acının varlığı ilk günahın bir sonucudur. Peki, kurtuluş mümkün müdür? Evet, çünkü İsa acı yoluyla bu ilk günahın kefareti ödemişti. Bu tecrübe insanlar için bir örnektir. Acı, tanrısal lütfâ mazhar olmanın en mühim yoludur. İsa'nın tecrübesini deneyimlemek suretiyle onun yoluna dâhil olmak mümkündür (Corbin, 2011: 203-204). Yeni dönemde acı böyle bir arınma için değil; fiziksel olarak daha dinç ve sağlam olarak görünmek içindir. Acı, artık ruhun değil; bedenin zaferi için seferber ediliyordu. Beden acı çektikçe daha katı ve sağlam olacaktır.

1.2.2. Arzunun Nesnesi Olarak Beden

Felsefe ve psikanalizin temel kavramlarından olan arzunun, varlığından ziyade mahiyeti üzerine bir tartışma söz konusudur. Arzunun mahiyeti iki ana eksende tanımlanır. Ekseriyetle kabul edilen görüş, onun bir eksiklik olduğudur. Platon, Aristo, Hobbes, Freud ve Lacan gibi düşünürlerde arzu, bir eksiklik olarak görülür. Onlara göre

7 Almanya'nın ünlü Heykeltarşlarından olan, askerlikten muaf tutulan, Naziler tarafından sanat profersörlüğüne yükseltelen, kendisine ayrıca çalışabileceği uygun ölçülerde bir yer tahsis edilen Josef Thorak neo-klasikçiliğin resmi sanat politikası olduğu bir zamanda yaptığı heykellerde model aldığı figürler Yunan-Roma heykellerindeki gibi çelik iradesi bedeninde tecessüm etmiş kaslı ve atletik tipte kişilerdi. Aynı üslubun çizgilerine Anton Hanak'ın 1934'te ölümüyle yarıda kalan ve 1935'te Josef Thorak tarafından tamamlanan Ankara'daki "Güven Anıtı"nda da rastgelmek mümkündür (Antmen, 2017: 68).

arzu, gereksinim duyulan nesnenin yarattığı eksikliğin içgüdüsel bir tepisidir. İkinci görüş ise arzuyu bir eksiklik olarak değil, toplumsalı meydana getiren üretici bir güç olarak gören Deleuze ve Guattari'nin felsefi düşüncesidir (Demirbaş, 2006: 13-16). Onlara göre arzu, ürettiği gücün bizzat kendisi tarafından kodlanıp baskılanarak kontrol altına alınır. Bu düşünceden yola çıkarak sadece postmodern kapitalist sistemi değil, ilkel ve despotik toplumların varlıklarını nasıl devam ettirdiğinden, ne tür taktik ve stratejileri kullandığından hareketle arzunun hem mahiyetini hem potansiyelini anlamaya çalışırlar.

Bir eksiklik olarak arzu, kapitalist üretim sistemi ve bireyin tüketim eğilimlerinin manipülasyonu açısından daha işlevseldir. Bunun daha iyi anlaşılması Lacan'ın biyolojik bir dürtü olarak “ihtiyaç” ile bilinçdışı bir kavram olan “arzu” arasındaki ayrımı önemlidir. Söz konusu ayrım gereğince ihtiyaç, eksikliği hissedilen organik zaruretlerdir. Örneğin susadığımızda su içmemiz, acıktığımızda yemek yememiz gibi... Arzu ise “ihtiyaç duyulan nesneden alınan doyumun eksik kalmasından kaynaklanır. O nedenle de insanı hep başka bir isteğe iter. Arzunun gelişmesinin temeli isteğin yarattığı düş kırıklığıdır.” Bu anlamıyla arzu, doyumı imkânsız, sonsuz bir boşluğu imler (Sarup, 2010: 38-39). Başka türlü izah etmek gerekirse ihtiyaç, bir nesnenin kullanım değerinden elde edilen doyumla ilgiliyken arzu, eksikliği hissedilen nesneye yüklenen anlamın biyolojik olarak tüketilmemesinden kaynaklı gerilimidir. Bu ise arzunun tüketim toplumu açısından manipülasyonuna sebep olur. Bunun en önemli vasıtalarından biri de bedendir. Bu sebep üzere post kapitalist tüketim toplumun ticari meta olarak en çok sömürdüğü nesne bedendir.

1.2.2.1. Arzunun Güdümündeki Beden

Arzu (desire) kavramı, bireyde akıl başta olmak üzere bütün otoriteleri yıkan libidinal bir dürtü olarak görülse bile (Sim, 2006: 206) kendisi yok edilen otoriteler zemininde varlığını görünür kılar. Modern dönem ve akabinde postmodern dönemde eşitlik ve özgürlüğe yapılan güçlü vurgular, arzunun otoriter bir güç haline gelmesinde etkin bir rol oynadı denilebilir. Bu bakımdan arzu, tutarlı bir denetimin yokluğunda uyarılmaya ve ayartılmaya teşne, tatmine kapalı, doyumsuzluğa açık doğasıyla modern psikiyatrik bir vakadır (Lasch, 2006: 82-83). Arzunun bu gücü egonun şişkinleşmesine ve genişlemesine yol açar. Hâlihazırda arzunun kaynağı belirtildiği gibi baskılanan dürtülerin sonucuysa üretilmesi ve kullanılması ise belirli bir gerilimle mümkündür. Daha

doğrusu arzunun üretimi önündeki engellerin, üstündeki baskıların belirli bir dozajda tutulmasıyla mümkün görünür. Doğası itibarıyla doyumsuzlukla malul olan arzunun varlığını diri tutmak ise kapitalizm açısından hayati önem taşır.

Toplumsalın üretimi açısından arzuyu üretici bir güç olarak gören Deleuze ve Guattari'ye göre toplumsal bedenin tarihte ilkel yerli-yurtlu, makine-despotik makine ve kapitalist makine olmak üzere üç tip formasyonu vardır. İçinde bulunduğumuz çağın baskın gücü olan kapitalist makine, arzu akışlarını kontrol etmek için onları kendi enerji akımına bağlayarak bağımlılaştırmaktadır (Demirtaş, 2016: 49-50; Saygın, 2010: 26). Yani kapitalist makine bireyleri bir arzu makinesi olarak kodlayarak sistemin içinde tutmaya çalışmakta ve böylelikle arzuların bir tehdit olmasını engellemektedir (Bocok, 1997: 89). Bunu da tüketicinin arzularını ayartarak yapar. Ayartılan arzular, doyum sanısıyla ertelenerek tüketim sürecine kan taşımış olur. Denilebilir ki hedonizmi körükleyen bu sistemde arzu olmazsa olmaz bir sermayedir (Bauman, 2010b: 46-47). Postmodern kapitalizmin sermayesi olan arzuların varlığı nesnelere atfedilen sembolik değerlerle hayatiyet kazanır. Çünkü mevcut kapitalizm bizim kim olmak istediğimize dair beklentilerimizi karşılamaya dönük ürünlerin üretilmesiyle ilgilidir.

Kadim gelenekte bedenin heva ve hevesleriyle ilişkilendiren arzular, ruhsal dinginliğin ve manevi mutluluğun önünde engel görüldüğünden denetim altına alınır ve kontrol edilir. Bedenin ayartmalarına karşı uyanıklığı sadece dinler değil, kimi modern ideolojiler de salık verir. Onlar açısından mükemmel toplum ütopyası her türlü kişisel menfaatten arınmakla mümkündür. Oysa günümüz postmodern tüketim toplumu ahlaki dayanakları belirgin, bireysel çıkarları dışlayan, belirli bir toplumsal düzen arzusu olan bütün kurumsal iddia teşebbüslerini yok saymakla kalmaz; onların ölümünü de ilan eder. Böylece sonsuz bir şimdinin aurası, doyumu daha iyi bir yaşam adına erteleyen bütün inançları hiç mertebesine getirmekle çılgın bir arsızlığın peyda olmasına neden olur (Gürbilek, 2016: 109). Daha doğrusu her türlü bireysel hırs ve ihtirasları dengeleyen, onları belirli bir ölçü içerisinde tutan, denetleyen, kontrol eden dinî, felsefî veya siyasi düşünce sistemlerinin gözden düşürülmesi, tüketimci ideolojinin yer edinmesi içindir. Tüketimciliğin de en temel nesnesi de arzuya teşne bir bedendir.

Tüketim, 'anestezi edilmiş bir bilme' biçimidir. Görsel şenliklerin deneyimleriyle biçimlendirilmiş bir bilincin gördükleri ekran ile perdelenir. Öngörülemezliği, ele avuca

gelmez haliyle dünya yerinden edilip tüketicinin arzularına yanıt veren bir kopya haline getirilir (Robins, 2013: 198). Akışkan modern dünyanın ihtiyacı da böyle kopyalarla baştan çıkmaya teşne müşteriler üretmektir (Bauman, 2011: 75). Bu toplum tüketimi yönlendirilmiş bir toplumdur. Bu toplumun en temel ögesi ise bedendir. O; güzellik, dişilik, moda, estetik cerrahi ve sağlık söylemleri ile sürekli ayartılarak güncellenen bedensel formlarına tabi tutulur (Lefebvre, 2007: 86). Amaç tatmin değildir, memnuniyetin geçiciliğini süreklileştirmektir.

Bu şekilde beden arzusunun ellerinde tamamlanamaz bir nesne olmaktadır. Bedenin kendisine uygun, “İşte budur! Başardım!” diyebileceği bir form veya hedef yok gibidir. Duyumu önceleyen böyle bir kültürde bakışlara uygun görünme çabası bedeni hep yarım ve atıl bırakır (Bauman, 2014b: 165). Bireyin özel mülkü olarak görülen beden, aslında kendisinden başka her şeyin mülkü konumuna gelir. Her geçen gün artan değişim ve dönüşüm hızı ile çoğalan imaj görüntüleri bedeni paçavra haline getirir.

Çünkü tüketim dünyasının pisti, arzusunun mahiyetine uygun bir şekilde dizayn edilmektedir. Bitiş çizgisi koşucunun hızına eş bir düzendedir. Sınırsız, bitimsiz ve soluksuz bir yarış. Bu yarışta hedefiniz sizden hep bir iki adım önde ilerler (Bauman, 1999: 110). Postfordist üretim modelinde bitiş çizgisi yarışmacının yetişebileceği bir varış noktası değildir. Çünkü, bitiş çizgisi sürekli güncellenen düşlerle çizilmiştir. Hal böyle olunca kazanılan bedensel formun sonucu elde sıfır kabilindedir. Beklenen ödülün verilmediği bir yarış. Gözleriniz, umduğunuza çok yakın olduğunuzu size fısıldasa da tatmin sizden fersah fersah uzaktadır. Bu yakınızdaki uzaklığın somuta gelmiş halidir. Size yakın olduğu kadar sizden uzak. Mesafe kapanır gibi görülür ama bunun bitimsiz bir uçurumdan farkı yoktur. Bu ise bireyi arzu ettiği ama bir türlü kavuşamadığı bedensel formlara koşullandırır. Amaçsa daha gözegeler, cezbedici, kabuledilebilir, onaylanabilir bir formu yakalamaktır.

Byung-Chul Han, bunu şeffaflık veya olumluluk toplumu olarak adlandırır. Olumluluk toplumu her şeyin sayılabilir, ölçülebilir, hesaplanabilir hale getirildiği toplumdur. Bir işleminden geçirme toplumdur. Gözün dolaysız temaşa gücü ile her şeyin pürüzsüzleştirildiği, düzleştirildiği pornografik bir toplumdur. Bu teşhir toplumunda bedene yansıtılan ışıklar altında tükenen ilk şeyse ruhun kendisi olur (Han, 2018: 15-17). Olumluluk toplumu ruhu arzusunun güdümündeki beden eliyle yok etmektedir. Bedenin

ruh aleyhine edindiği yeni konum varlık âleminin hiyerarşisini de tersine çevirir. Kadim kozmolojide yeryüzünün en alt basamağında yer alan -madde ile eş değer- beden, şimdi ruhu atıl ve pasif bir varlık haline getirir. Bu durum tüketim toplumunda bedene yüklenen sembolik değerlerden bağımsız değildir. Öyle ki, beden bir yaşam tarzının görünür yüzü olarak reklam edilir.

Barthes, nesnelerin sembolik ve kültürel anlamlarının bireyin duygu durumuna nasıl entegre edildiğinin ilginç örneklerini verir. Fransız toplumunun kültürel bir sembolü olan biftek ve şarap onlar için bir etten ve içecekten öte bir şeydir. Yani bunları tüketen, yeri geldiğinde bir boğa gücüne, yeri geldiğinde mistik bir esrimeye sahip olur (Barthes, 2014: 71). Burada önemli olan o şeye ilişkin imaj, duygu ve fantezilerdir (Çabuklu, 2010: 29). Böylelikle imgeler ve onlara yüklenen anlamların içselleştirilmesi gerçeğinden daha kalıcı ve etkileyici olur (Berger, 1986: 10). Bu durum tanıdık bir örneği hatırlatır: Ekmek ve Şarap Ayini. Ekmek İsa'nın bedeni ile, şarap ise kanıyla özdeşleştirilir. İlahi lütfu aklanarak mazhar olmak, içilen şarap ve yenilen ekmek dindar bir Hristiyan'ı kutsal ruhun parçası kılar. Aynı sembolleştirmenin izlerine tüketim toplumunda da rastlanır. Bireyler tükettikleri nesnelerinden ziyade kendilerini olduğundan daha iyi gösteren ve hissettiren sembollerini tüketir. Burada tüketim biyolojik bir edim olmaktan uzak, ziyadesiyle kültürel ve semboliktir. İşte beden, bu göstergesel değerleri üzerinde en çok taşıyan bir yan anlam üreticisidir.

Tüketim toplumunda tüketilen şey göstergelerdir. Nesnenin çevresini mucizevi bir haleyle donatan göstergeler, gündelik hayatta dile getirilemeyen, bilinç dışı arzuların ifadeleridir. Bunlar modern dünyanın değerleridir. Burada arzularla beslenen bir göstergeler ekonomisi iş başına geçer (Lefebvre, 2007: 117). Yani nesnenin vaat ettiği prestijin kendisi nesneden daha önemlidir. Tüketim gayesi prestijin aktarılmasıdır. Böyle bir ekonomide nesne herhangi bir işleve tanımlı olmamaktadır (Baudrillard, 2004: 81). Bu genellemeyi fazlasıyla içeren örnek bedenin kendisidir. Baudrillard'a göre tüketim toplumunda hiçbir şey, beden kadar yan anlamlarla donatılmaz. Çünkü postmodern ekonominin göstergeler oyununda keşfettiği en temel öge bedendir (Köse, 2010: 155). Beden de mitolojik bir anlatıdan geçirilerek yüceltilir. Kaslı bir vücut gücün, ince bir bel güzelliğin, dolgun bir dudak şehvetin, gerdirilmiş bir yüz gençliğin, pürüzsüz bir cilt masumiyetin imgesi olur. Böyle bir beden görünür olmanın beklenen avantajlarını verme amacıyla üretilir.

Bu, postmodern topluma uygun beden varlığıyla anlamlıdır. Sınai kapitalizminin gelişme dönemlerinde aslanan üretken, şimdinin tüketim toplumunda da tüketen bedendir. Postmodern kapitalizm nihayetinde tüketim kapasitesini maksimum seviyeye çıkarmış bir bedenle hayatıyet kazanır. İşte beden bu kapasitenin arzu güdümündeki en temel elemanıdır (Aktaran Nazlı, 2009: 67-68). Bunun yolu da bedeni kimliklerin çoğul bir alanı haline getirmek suretiyle tüketime teşne kılmaktadır. Dolayısıyla bedene ve kimlik politikalarına yönelen ilginin kendisi postmodern tüketim ideolojisinden bağımsız değildir denilebilir.

1.2.2.2. Kimliğin Bedenleşmesinden Bedenin Kimlikleşmesine

İnsanlar yaşadıkları toplumun değer yargılarına göre sosyalleşirler ve bu bireyin kimlik edinme sürecinde önemli bir yer tutar. Sosyalleşme süreci kimliğin inşasında en önemli faktör olsa da kimlik, Ericson'un da ifade ettiğı gibi bireyin duygu, biliş ve davranışsal özelliklerine ek olarak bilinçdışı öğelerinin toplamından oluşan anlamsal bütünlüktür. Kimliğin bu çok boyutluluğı, ortak bir tanımı da zorlaştırmaktadır. Bu zorluğına rağmen kimlik nihayetinde bireyin kendine dair bilinç ve bilinç dışı öğelerinin bütünsel ifadesidir denilebilir. Sonuç olarak kimlik, bir yanıla bireyin, diğeryanıla toplumun dinamik olarak katıldığı özgün bir tecrübe ve sürecin ürünüdür (Tatar: 2012, 74-75). Dolayısıyla kimlik sosyal psikoloji bağlamında bireyin kendini başkalarının gözünde görmesi ve değerlendirmesi sonucunda oluşan sembolik bir motiftir.

Kimlik birçok ögenin belirli bir bütünlük, süreklilik ve tutarlılıkla bir araya gelmesiyle oluşan bir sentezdir. Bireyin "ben kimim?" sorusuna herkesten farklı, biricik olduğuna dair verdiği cevaptır. "Bu duygu bedensel duyumlarımızla, beden imajlarımızla, anılarımızla, amaçlarımızla, değer yargılarımızla ve yaşadıklarımızla olduğu kadar ait olduğumuz cinsiyet, etnik, yaş, statü vb. gibi toplumsal konumumuzla ve başkalarının bize ne gözle baktığına ilişkin inançlarımızla da şekillenir." (Budak, 2003:447). Dolayısıyla kimlik toplumla bireyin bir karşılılık ilişkisine girmesi, kendisini hem kendi hem onun gözünde tutarlı bir bütünlük oluşturması sonucunda hâsıl olur.

İnsan doğası itibarıyla sosyal bir canlıdır. İnsanlar yaşamlarını sürdürmek için belirli sosyal grupların içerisinde yaşarlar. Bunun en küçük yapı birimi aile ise en büyüğü de millettir. İnsanlar içlerinde yer aldığı bu grupların tanımlayıcı, sınıflandırıcı ve betimleyici kimlik tasniflerini çocukluktan itibaren sosyalleşme yoluyla içselleştirirler.

Kolektif kimlik unsurları içselleştirilse dahi her bireysel kimlik, kendini başkalarından farklı kılan özellikleri içinde barındırması nedeniyle özgüllük barındırır. Yani “bir insanın kimliği başına buyruk aidiyetlerin birbirine eklenmeleri demek değildir, gergin bir tuval üzerine çizilen bir desendir; tek bir aidiyete dokunulmaya görsün, sarsılan bütün kişilik olacaktır.” (Maolouf, 2005: 16-27). Kimlik, bireyin kendini diğerlerinden farklı kılan, onu diğer insanlardan ayıran tutum, düşünce, eğilim ve yeteneklerini ifade eden öznel kimliği ile bir grubun üyesi olması hasebiyle ona ait aidiyetlerle tanımlandığı din, mezhep, millet, ırk, cinsiyet gibi kolektif kimliklerin tutarlı, anlamsal bir bütünlükte sentezlenmesiyle oluşan benlik bilincidir. Söz konusu olgu ise ikili bir yaklaşımla izah edilir. Bunlar içerisinde konumuzu ilgilendiren asıl yaklaşım sosyal inşacılıktır.

Tözcü yaklaşımların aksine kimliğin bir sosyal gerçeklik olarak inşa edildiğini savunan sosyal inşacılığa göre kimlik uzlaşımsal, tarihsel ve olumsal bir kurgudur. Tarihsel ve psiko-sosyal süreçlere bağlı olarak inşa edilen kimlik, “bu nedenle özsel gerçeklikten uzaktır ve esnek ve geçişken bir karakteristiğe sahip” olarak tanımlanmaktadır (Karaduman: 2010: 8). Bayart’a göre kimlikler tözsel gerçekliği olan tarihsel inşalardır. Ona göre “kendisini bize dayatan doğal kimlik” yoktur. Yani her türlü kimlik insan ilişkilerinin bir ürünüdür (Bayart,1999: 9). Sosyal inşacı perspektiften bakıldığında kimlik daha şahsi ve kişisel referanslarla ele alınır (Akçaoğlu, 2019: 137). Dolayısıyla kimliğin sosyal bağlamına yapılan bu vurgular, zamanla post modern tüketim kültür için kullanışlı bir aparat haline getirildi. Bu izleğin yol haritası ise modern ve post modern dönemde kimliğin nasıl konumlandırıldığıyla anlaşılabilir.

Kimliğin oluşu tarihselliği kadar bireye dışsaldır. Yani her toplum sahip olduğu kolektif kimlikleri yapılandırmakla kalmaz; gelenek yoluyla sonraki kuşaklara da aktarır. Konunun sosyolojik ifadesini Gellner, vahşi ve bahçe kültürü metaforlarıyla açıklığa kavuşturur. Burada modern toplumlar bahçıvan, geleneksel toplumlar ise vahşi kültür olarak adlandırılır. Bahçıvan konumundaki modern ulus devlet; sınırlarını çiztiği, tahkim ettiği toprağı gelenekle eş tuttuğu ayrık otlardan temizledi. Her konuda olduğu gibi geleneksel topluma dair kimlikleri de modern toplumun ruhuna göre yeniden biçimlendirdi (Bauman: 2003: 66-67). Modern bahçıvan iktidarın ayrık otlardan temizlediği bahçesine ektiği ilk fide “ulus” fikri oldu. Modernizm mekanik tekçiliğini ifade eden ulus “farksız birlikçiliği”ni dayattı (Tatar, 2012: 74-75). Bu, merkezi/modern devletin iktidar mekaniğiyle gerçekleştirildi. Modern devletin bu yöndeki en güçlü silahı

Bauman'ın işaret ettiği gibi yasa koyucularıydı. Yasa koyucular, modern toplumun ruhuna uygun üniform kimlikler ürettiler. Bu kimliklerse modern toplumun her şeyi standardize eden paradigmasına uygun bir olguydu.

İnsanlar, modern öncesi dönemlerde kimliklerinden veya onların tanınmasını problem etmeyişleri, kimliklerinin yokluğundan ya da tanınma taleplerinin olmamasından kaynaklı değildi; asıl neden bunun problem edilmeyecek kadar sorunsuz olduğunu düşünmeleri idi (Taylor, 1995: 45). Kültür bu dönemde müntesiplerine Williams'ın da işaret ettiği gibi “bütünsel bir yaşam” sunuyordu (Bennett, 2013: 15). Toplumun neredeyse bireyin uzantısı olduğu durgun, istikrarlı ve değışime kapalı böyle bir toplumda benliğin bir sorun haline gelmesi söz konusu değildir (Berman, 2011: 25). Modernite ile birlikte birey toplumdan, benlikse aidiyet bağlarından ayrılmaya, bireysellik de akılla ve özerklikle eş tutulmaya başlar. Bu durum kendi içerisinde bir paradoksu da taşır. Çünkü modernlik bir yandan kimliğin tözsel gerçekliğini reddederek bireysel çabaya indirger, bir yandan da onu işlenmesi için modern devlete havale eder. İşte bu gerilim yirminci yüzyılın son çeyreğinde sosyal hareketlerin ana temalarından biri oldu.

Aydınlanmanın düşüncesi kuşku, insancılık, bilim ve akıl ile toplumu karanlıktan aydınlığa, sefaletten zenginliğe, barbarlıktan uygarlığa, cehaletten bilgeliğe, savaşlardan barışa, esaretten özgürlüğe kavuşturacağına inanır. Oysa özgürlük ve mutluluk vaatleri iki büyük savaşta milyonlarca insanın katli, siyasal ve ekonomik sömürü, çevre katliamları gibi büyük çaplı katastrofik olaylarla boşa çıkmıştı. Bu ise moderniteye duyulan güvensizliği artırarak bir dizi tartışmaların fitilini ateşledi. Söz konusu tartışmaların başını modernite ve onun kimlik algısı çekmekteydi. Buradan hareketle postmodernizm modernizmin kimlik kurgusunu yapı bozumuna uğratarak onu parçalı, heterojen, merkezsiz ve arzu odaklı analiz etmeye başladı. Böylece sistem kimlik üzerinden kendisine yönelik eleştirileri bertaraf etmenin yollarını bulmakla kalmadı, post kapitalist tüketimin önünü açacak unsurları da keşfetti. Bunların başında ise bir sabite olan kimlikleri yerinden edip, bedeni hızı ve çağı genişlemiş tüketim kültürüne adapte etme düşüncesi gelmektedir.

Postmodernitenin fitilini ateşleyen tartışmaların başında gelen kimlik meselesi gelir. Kimliği kişinin kendi deneyim, tecrübe ve yaşantısıyla sadece kendisinin karar

verebileceği bir şey olarak tanımlayan postmodern düşünce her türlü tanıtlama çabasına itiraz eder. Çünkü postmodern düşünce için kimlik bir baskı unsurudur (Kahraman, 2007: 16-91). Sonuç olarak din, sınıf, aile, ulus gibi kolektif kimlik kategorilerinin ıskartaya çıkartılması sisteme tehdit olarak görülse bile el çabukluğuyla itirazlar özellikle de yetmişlerde baş gösteren ekonomik krizin atlatılmasına imkân tanıdı (Çabuklu, 2010: 109). Şöyle ki, kitlesel ölçek ve genişlikte üretim yapan kapitalizmin ürettiği malların verdiği doyumun neden olduğu krizin aşılması bireylerin kimliklerini piyasadan devşirdiği ürünlerle oluşturması planlandı. Bu durum ise bedenin önemini daha bir görünür kıldı. Nihayetinde varoluşun koşulları piyasadan edinilen mallarla mümkün olabilmesinin koşulları hazırlanmış oldu. Belli bir değerler hiyerarşisine gömülü olan kimliklerin varlığı tüketim toplumu için tehlikeli görüldüğünden yetmişlerde baş gösteren yeni türden sosyal hareketlerin milli, dini, cinsel, sınıfsal yönlü kimlik itirazlarına piyasa endeksli bir yakınlık gösterildi. Öyle ki bu durum, Negri ve Hardt'ın postmodernist kuramcılarının saldırdıkları kalelerden kaçan iktidar sahiplerinin aynı kuramcıların bayraktarlığını yaptıkları melezlik, çoğulculuk, farklılık ve akışkanlık gibi postmodern dönemin ruhuna uygun söylemleri desteklemesinin tesadüf olmadığına dikkat çekmeleriyle daha bir netlik kazanır.

Piyasa ekonomisi tek tip, bölünmez ve üniter kimlikleri bir tehdit olarak görür. Holistik kimlikleri tüketimin önünde bir engel olarak gördüğü için her türlü farklılığı destekler. Böylece beden bu çoklu kimlikleri kendi yüzeyinde aynı anda sergilemeye başlar (Çabuklu, 2008: 73). Kimliklerin oluşumu artık pazar dolayımında gerçekleşmektedir. Bu bir var oluş sermayesidir (Marcuse, 2013: 21). Bunun yüklenicisi olan beden pazardan alınan ürünler vasıtasıyla kimliğin yapısal bir unsuru olur. Daha doğrusu beden homojen kimliklere, kendisini detaylandırarak cevap verir (Gordiner, 2016: 138). Bu şekilde insanın tüketim iştahı ve kapasitesi pazardan edindiği kimlikler vasıtasıyla artırılır. Aslında burada birbirini besleyen ikili bir süreç söz konusudur. Birincisi birey kimliğinden arındıkça tüketime daha fazla yönelir. İkincisi tüketirken bir pazar ürünü kimlikleri daha çabuk benimsemeye başlar. İlgili süreç, birbirinin koşullayarak tüketim kültürünü yaygınlaştırır.

Öyle ki, postmodern dönemde yaşam koşullarının düzeltilmesine dönük arayış ve çabalar yerini bireysel farklılıkları sergileme kaygısına bırakır. Farklı ve sınırsız çeşitlilik eşitlik talebine, bireysel imajlar ise sosyal duyarlılıklara baskın gelir (Bauman, 2010a:

104). Çağ bireysellik çağıdır. Kendimiz olma adına ulus, aile, din gibi bütün kimlikler geri plana atılıyor. Öyle ki hızla değişen dünyanın taleplerine göre kimlikler tüketiliyor. Çünkü akışkan dünya, kimliği sil baştan yaratmayı dayatıyor. Bir yandan kendi olmayı bir yandan da değişen bakışlara göre daha iyisi olmayı bir zorunluluk haline getiren bu çağ, gündem dışı olmayı, moda dışı olmayı tehdit olarak görüyor; çevrim içi olmayı da görünür olmaya eş kılıyor. Böyle bir yaşamda birey, pazar dünyasının üretim bandına dâhil olarak kopyasının ürünü olmaktadır (Niedzwiecki, 2011: 34-39). Böylelikle beden bireyin kim ve ne olduğuna kendisinin karar verdiği imajların, göstergelerin taşıyıcısı haline gelir.

Bu minvalde Bennett, postmodernitenin beden, tüketim ve kimlikle ilişkisini farklı düşünürlerin fikirlerinden hareketle şöyle aktarır: Collinicos'a göre postmodernite arzuların bir an doyuma kavuşturulmasını hedefleyen kitle pazarının ideolojisidir. F. Jameson'a göre postmodernite geç kapitalizmin -boş zaman ve tüketim üzerinden işleyen-kültürel mantığıdır. Giddens'in düşüncesinde ise durum düşünümsel modernite ile ifade edilir. Bu evrede kimlik, toplumsal aktörlerin dışında duran şeyler değil; aktörlerin kendi pratikleriyle ürettiği bir projedir. Benzer doğrultuda Mc Guigan postmodern dönemi bireylerin yaşam tarzlarını, kimliklerini kararları doğrultusunda dönüştürebildikleri bir zaman olarak tanımlar. Ona göre bireyler kimliklerini geç modernitenin medya ve tüketim göstergeleriyle sürekli bir inşaya tabi tutarlar. Lull'a göre bireyler küresel düzlemde akan imajları, göstergeleri, sembolleri kendi yerel düzleminde harmanlayarak ortaya kolaj kimlikler çıkarırlar. Abercrombie'ye göre yeni birey tüketici değil, tüketimcidir. Her şeyin olduğu gibi birçok kimliğin de aynı anda tüketicisidir. Weber'e göre sınıfsal konumlar salt tabakalaşmanın ölçüsü değildir. Yaşam tarzlarına bağlı statülerde tabakalaşmanın belirleyicisidir. James'e göre çağımız, bedenin bir imkân olarak görüldüğü zamandır. Bu çağda toplumsal avantajlar bedenin edindiği yeni kimlikler üzerinden sağlanır. K. Kumar'a göre postmodern benlik sürekli imal edilen, tüketilen ve yeniden imal edilen bir kimliktir. Kellner'e göre bu benlik tutarsız, parçalı, dağınık, kopuk, sürekli arzu akışlarının dönüştürdüğü bir kimliktir. Schacht'a göre bu, postmodernitenin engin dünyasında oynanan kimlikler oyunudur. Kimlik yapboz oyunundan farksız bir eğlencedir. Postmodern çağda gösterge ve gösterilen arasındaki bağlar yerini Baudrillard'ın da dediği gibi keyfi ve akışkan görsel anlamlara bırakır. Yani Poster'in belirttiği gibi anlam simgesel alışverişlerle üretilir bir hale gelir. Lash ise

gündelik hayatın medya, televizyon, moda, reklam ve bilişim teknolojilerinin eliyle simülakra dönüştüğünü belirtir. Connor, dönemi büyük anlatıların yerini küçük anlatılara bıraktığı bireysel özerkliğin parçalayıcı doğasının hâkim olduğu bir zaman olarak tasvir eder. Bireylerin bizzat kendilerinin anlatıcı olduğu çoğul kimlikler döneminden geçmekteyiz. Shields bireyi gözetleyen, sınırlandıran, denetleyen bütün ideolojik formasyonların aşınıp yok olmaya yüz tuttuğu, bireylerin kendi kimlik yapıcıları haline geldiği bir çağın içinde olduğumuzu ifade eder (Bennett, 2013: 55-89). Denilebilir ki, kimlik beden üzerinden değişime ve dönüşüme daha açık bir hale getirilmektedir.

Bu evrede tüketen bedendir. Farklı, çoklu, çelişik kimlikler edinebilmesi bedenin tüketim potansiyelini artırmakla yakından ilgilidir. Beden sürekli uyarılır. Uyarılma kapasitesinin piyasa uygunluğu bedenin formda olduğunun işaretidir. Bedenin “sağlıklı”, “güzel” olması tüketime uygunlaştırılması demektir; değilse bu bir düzensizlik olarak görülür. Yemek ve zayıflama ürünlerinin aynı raflarda aynı sayıda satılması bunun göstergesidir. Piyasanın böylesi bir bedene ihtiyacı hesaplanamayacak düzeyde önemlidir. Çünkü kimliğin devinimi, arzular üzerinden ayartılan beden ile imkân kazanır. Beden ne kadar tüketilebilir konuma getirilirse o kadar kimlik, ne kadar kimlik edinirse de o kadar tüketmiş olur. Geleneksel dönemin varoluş metafiziğinde aslolan dinginlik, sukûnet, huzur, armoni yerini aşırılık ve gerilimlere bırakır (Bauman, 2014a: 161-169). Kapitalizmin modern evresinde tasarrufu, yatırımı teşvik eden şatafat ve gösterişten uzak durmayı prensip edinmiş, kanaatkâr olmayı en büyük zenginlik sayan Protestan ahlakı ruhunu harcama ekonomisinin varlık koşuluna terk etmekte, kimliği de bu çerçevede değişebilir, bir pelerin gibi atılabilir, bir nesne gibi tüketilebilir hale gelmektedir.

Küreselleşme ve hedonist tüketim kültürü ile ilişkili post modern dönemde sınıf, cinsiyet, ulus, din gibi bütün kimlikler yerlerini daha parçalı, esnek, çoğul kimliklere bırakmaktadır. Tüketimin de etkisiyle kimlik daha devingen bir hal almıştır denilebilir (Karaduman, 2010: 12). Hem modern hem de geleneksel toplumun kimliğe dair bütün ikili karşıtlıkları iç içe geçerek popüler kültürün dünyasına dâhil olmaktadır (Connor, 2005: 256). Böylece üst modern çağın benliği küresel ekonominin içinde daha kişisel bir hal almaktadır (Giddens, 2010a: 50). Postmoderniteyle birlikte geleneksel hiyerarşiler ve ayrımlar ortadan kalkmakta; küresel ekonominin çarkında kültürle birlikte kimlik en çok pazarlanabilir nesne haline gelmektedir (Featherstone, 2005: 157). Bu şekilde tüketim dünyası bireyi potansiyel bir tüketici haline getirmek için hiçbir çelişkiye düşmeksizin

birçok kimliği aynı zamanda deneyimlemesine imkân tanımaktadır (Mc Robbie, 2015: 58). Örneğin geleneksel olarak bir bedende bir araya gelemeyeceği düşünülen cinsel kimliklere ait işaret, sembol ve simgelerin uyum içerisinde bir araya gelebileceğini gözlemek artık daha mümkündür. Bir misalla şu örnek verilebilir:

Örneğin 1970’lerden sonra pasif bir tüketici grubu olarak tanımlanan erkeklerin tüketim davranışlarını yönlendirmek için onlarında en az kadın kadar güzel görünmesi gerektiğine dair bir algı oluşturuldu. Bu amaç doğrultusunda geleneksel olarak sert, maço, bakımsız gibi erkeklik imgelerini kırarak bedensel görüntülerin reklamı yapılmaya başlandı (Bocock, 1997: 107). Devam eden süreçte moda sektörü erkek giyiminde daralan pazarı genişletmek için erkeklerin fiziksel görünümünü feminenleştirdi. Kozmetik ürünler başta olmak üzere farklı türde bakım ürünlerinin satışı geleneksel erkeklik tanımlarının yerinden edilmesiyle mümkün oldu. Bu durum ‘erkekliğin görsel dillerinde bir kayma’ meydana getirdi (Bennett, 2013: 173). Erkekler, popüler ikonlar vasıtasıyla makyaj yapmaya, kıyafetlerini sürekli değiştirmeye, süs eşyaları takmaya çağrıldılar. Reklamlarda erkek bedeninin temsili sevecen, şehvetli ve kadınsılık içeren görüntülerle ilişkilendirildi. Artık “yeni bir insan” tipinin ortaya çıktığını söylemek mümkündü (Hearn’dan akt. Sherlock, 1993: 46). Erkeği tüketime özendirmek için geleneksel erkeklik imgesi yerine duygusal, kendisine bakan, hassas, alışverişten keyif alan yeni bir erkek modeli geçirildi. Bu yeni erkek modeli metroseksüeldir. Metroseksüel erkek kadınların ilgi alanında olan moda, kozmetik ve estetik cerrahiye ilgi duymaya başlayan kişidir (Atay, 2019: 82-89). Tüketim kültürü belirli alışkanlıklar edinmiş, kültürel olarak tanımlanmış bütün kimlikleri tehdit olarak görür. Bir ayağı pergel gibi toplumsal, dinsel, ideolojik değerlere sabitlenmiş kimlikleri merkez noktalarından kaydırarak tüketim çemberinin içerisine alır.

Kapitalist post modern tüketimin çarkını döndüren değişim takıntısı bireylerin anlık kimliklerine bağlar; bu ise her türlü aidiyet hislerini kaldırarak bedeni kimliğin belirleyicisi konumuna getirir (Featherstone, 2005: 98-99). Arzunun baskısı altında haz duyusu ayartılmış bireylerin edindiği değişken, anlık, uçup gidici kimlikler, bir eksiklik hissiyle bireyleri daha doyurucu kimliklere aç ve açık bırakır (Köse, 2010: 98-99). Bunu geç modernitenin genel eğilimleri üzerinden ifade eden Giddens, cinsellik başta olmak üzere bütün kimliklerin açık bir proje haline getirildiğini belirtir. Kadınlar başta olmak üzere gün yüzüne çıkarılmış bütün cinsel kimliklerin tanınma ve görünme talepleri

toplumsal normlarla gerilimli bir süreçte kendisine alan açar. Bu evrede, bedenin kimlik oluşturuıcı gücü kimliği bireysel tasarrufa daha açık bırakır. Böylelikle beden, geleneksel toplumda olduğu gibi bir hiç olmaktan çıkartılıp kimliğin referansı haline gelir (Giddens, 2014: 15-39).

Beden medya ve kitle iletişim teknolojileri ile kimliklerin terminali haline getirilir. Kurgusal bir oyun nesnesine dönüştürülen kimlik medya eliyle kusursuz bir cinayetin kurbanı olur (Baudrillard, 2006: 9-15). Bedene dair doyumsuzluklar ve bunun üzerinden üretilen kimlikler en çok da medya üzerinden kışkırtılır (Demir, 2017: 45). Baudrillard'ında isabet ettiğı gibi yaşam medya içerisinde, medya da yaşam içerisinde erimeye yüz tutmaktadır. Yani bu evrede imgeler gerçekliğin yansıması olmaktan çıkar; sadece kendilerini temsil etmeye başlar. Hiper-gereçlikler evreninde kimlikler böylece temsil olanaklarını kaybeder, üstlerine aldıkları imajlarla daha bir gerçek olurlar (Storey, 2006: 174). Bu, gerçek ile imajlar arasındaki sınırların silindiğı bir evredir. İmaj üretiminin sonsuz akışı gerçekliğin yitimine doğru bir boşluk yaratır (Feathersrone, 2005: 118). Kimlikler gerçekliklerin içe doğru patladığı simülasyon evrenin bir parlak nesnesi haline gelir. En nihayetinde, bedenin medya eliyle cinsel bir göstergeye dönüştürülmesi kimliklerin çoğalıp yok olması demektir.

Tüketim toplumu için beden yeni ekonomik yapıya en uygun nesnedir. Böyle bir yapı içerisinde beden medyanın tezgâhında her an dönüştürülmeye müsait bir imaj haline gelir. O ne kadar yerinden ediniş işlenirse tüketim o kadar canlanmış olur (Işık, 1998: 15). Bu ise imajların parlak ışıklarından oluşan bir gösteri toplumunu meydana getirir. Öyle ki, böyle bir gösterinin dışında olmak toplum dışı olmak demektir (Debord, 2016: 176). Gösteri toplumu toplumsallaşmanın ölçütlerini de değiştirir. İmajların sahnelendiğı gösteri toplumunda var olmak, kabul görmek; nihayetinde sahnenin ısıltılı bir oyuncusu olmaktan geçer.

Gösteri veya tüketim toplumu şimdiye endeksli, bekletilmeye gelmeyen; tadılmış, gözden düşmüş, ilgi nesnesi olmaktan çıkmış bütün nesne ve imajlara sırtların dönüldüğü; heyecan dozajı imajlarla yükseltilmiş bir toplumdur. Tüketim toplumu yoksulluğu, sefaleti değil; tüketmemeyi suç sayar. Üretimin etiğı yerini tüketimin etiğine bırakır. Tüketimin etiğini estetik çıkarlar belirler. Güzel, kash, ince ve cazip bir beden değer kazanmanın yeni yoludur (Bauman, 1999: 52). Yeni etik ise suçluluğu beden üzerinden

temize çıkarır. Bedenin gösterimi geçerli ve kabul edilmiş imajlara göre biçimlendirildikçe istenilen onay da alınmış demektir.

Böylece, Lasch'e göre çağımız narsist kişilik tipine eğilimli bir hale gelir. Toplum, beden üzerinde icra ettiğimiz kişisel performanslara göre değerlendirildiği için yatırımlar beden üstünden egoya yapılır. Kişisel saygınlığın ölçüsü ise, bu performansı değerlendiren bakışlardır. Başkalarının bakışlarına bağımlı olma hali, kişiyi kendisine yabancılaştıran bir sürece dönüşür. Kalabalıkların içerisinde görünme isteği, saygın olmanın gereği olarak kabul edilir. İzlenimleri etkili kılma ustalarının tavsiyelerine göre görünmek, ilgisizlik korkusunun üstesinden gelmenin yoludur. Ortaya çıkan kişilik tipiye varoluş kaygısıyla başa çıkmanın öznesi haline getirilir (Lasch, 2006: 92-105). Kimliğin yapıcısı unsuru olan bedene yapılan yatırımlar beri taraftan otoritelerin de çoğalmasına neden olur. Güzel, enerjik, genç ve havalı bir görünüme kavuşmak için birçok uzmanın bilgisine başvurulur ve onlardan sihirli dokunuşlar beklenir.

İmaj çağındaki sanal alemin işbirlikçisi fantezi, arzu ve düşlerdir. Medya endüstrisi tüketiciye bu yetiler üzerinden ulaşır. Sanal âlem için düşler, tüketiciye “ulaşmanın kral yoludur.” Düşler tüketiciye kendini iyi hissedeceği yeni kimlikler sunar. Ama bunlardan beklenen doyum hiçbir zaman gerçekleşmez. Paul Virilio'nun dediği gibi “elektronik-kapitalizm-uyuşturucu” eliyle oluşturulmuş sanal dünyamızda kimlikler dijital cihazlarla oluşturulmuş uçucu bir kurgudan öte bir şey değildir. Gerçek kimlikle imajların ikamesinde benlik, sürekli çıkartılıp yenisi takılan bir oyun malzemesi haline gelir (Robins, 2013: 71-86). Bu, yenilere yer açmak için eskilerin sürekli çöpe atıldığı Calvino'nun “görünmez kenti”ni hatırlatır. Aynen nesneler gibi kimliklerimiz de sürekli başka bir kimliğe yer açmak için imaj dünyasının çöp tenekesine atılır (Bauman, 2011: 98).

Geleneksel Hristiyan düşüncesinde, beden hiç mertebesine getirildikten sonra Tanrı'ya ulaşılabilir. Bu amaçla beden, haz ve acıya karşı duyarsız kılınır. Beden arzudan, hırstan, hazzardan ve servete dair görünümünden uzaklaştırıldıkça ruh özgürlüğüne kavuşmuş olur. Böylece sıradan bir mümin kendini ümmetindeki diğer kardeşleriyle eş değer görmeye başlayabilir. İsa'nın acısında birleşenler böylece tam bir ümmet olabilirler. Nihayetinde bu, bir eşitlik doktrini (Sennett, 2011: 115-116). J. Baudrillard'ın vurguladığı gibi geleneksel inanç, belirtildiği üzere insanları bedenleri

olmadığına ikna etmiş olsa da çağımız alabildiğince olduğuna inandırmaya çalışmaktadır (Baudrillard'dan akt. Çil, 2017: 53). 18. yüzyıldan beri emprist, duyumcu ve maddeci felsefenin yarattığı kutsal dışılığın ve sekülerizasyonun ruh aleyhine beden kültünü öne çıkarttığını ve günümüzde ise bunu artarak devam ettirdiği söylenebilir (Baudrillard, 2004: 173-174). Öyle ki beden, postmodern dönemde laboratuvarı üretilen bir estetik nesneye dönüşür. Burada beden fazladandır; yerine ve zamanına göre eksiltelen, biçilen, toplanan, darlaştırılan bir fazlalıktır (Le Bretton, 2014: 20). Bedeni yapboz tahtası haline getiren en temel etmenlerden biri de popüler kültürdür. Hele ki, görselliğin bu kadar değer kazandığı günümüz tüketim toplumunda bedenin iyi bir görünüme kavuşturulması popüler kültürün baskısından ayrı düşünülemez. Dolayısıyla bedenin popüler kültür içerisinde edindiği yer, konumuz açısından önem kazanmaktadır.

1.2.2.3. Popüler Kültürün Nesnesi Olarak Beden

Popüler kültür, üzerinde en çok fikir üretilen ve bundan kaynaklı en çok tartışılan olguların başında gelir. Popüler, genel anlamda 'yaygın olarak beğenilen, tüketilen' anlamında kullanılırken TDK, 'halkın arasında yaşayan motiflere, öğelere yer veren, onlardan yararlanan, halkın zevkine uygun, halk tarafından tutulan' anlamında kullanır. Popüler kültürün mahiyetine dönük bir araştırmaysa tarihsel gelişmelerin ışığında başka türde kavram ve olguları da ele almayı mecburi kılar.

Halk (folk) kültürü ile popüler kültür ve kitle kültürü arasında nitelik, popüler kültür ve kitle kültürü arasındaysa nitelikten çok nicelik farkı bulunur. Daha doğrusu popüler kültür, kitle kültürünün daha yoğun ve daha seri bir işlem geçirilmiş halidir. Örneğin geçimlik ekonomisinin bulunduğu tarım toplumlarında bir var oluş etkinliği olan kültür, insanların bizzat kendi yaşantı, istek, talep ve ihtiyaçları doğrultusunda üretilip tüketilir. Kitle kültürüyse farklı bir sosyal yapının sonucudur. Köylerden kentlere göçlerin arttığı, iş bölümünün merkezi sistemle sağlandığı, ailenin üretim birimi olmaktan çıktığı, uzmanlığın değer kazandığı modern toplumlarda insanlar artık başkalarının ürettiklerini tüketmek zorunda kalmışlardır. Denilebilir ki halk kültürü kendine yeterliliği esas alan geçimlik ekonomisinin ürünüyken kitle kültürü pazar ekonomisinin ürünüdür (Atay, 2018: 24-25). Popüler kültür ise, kapitalist ekonominin elektronik ve dijital teknolojileri vasıtasıyla kitle kültürünü tam bir endüstriyel malzeme haline getirdiği kültürün adıdır. Halk kültürü, halkın bizzat kendi ihtiyaçlarına binaen ürettiği kültürün adı iken popüler

kültür ise kitlesel kültürün iletişim aracılığıyla daha geniş halk kitlelerine ulaştırdığı kültürün adıdır (Yaylagül, 2014: 90-91). Yani popüler kültür “pazar tarafından pazarda tüketim için ‘sipariş edilen, ısmarlama’ kitle kültüründe, en popüler ürünleri ve tüketimleri anlatır.” (Erdoğan, 1999: 22). Kitle kültürü ile popüler kültür arasında bir fark görülecekse bunu Erdoğan’ın da ifade ettiği gibi, popüler kültürün kitle kültürünce üretilen ürünlerin daha popüler olanlarının üretilmesi ve tüketilmesi olarak düşünebilir.

Hali hazırda kitle endüstrisine konu olan kitle kavramı 19. yüzyılın önemli kavramlarından biridir. Köylerden, hızla kentleşen merkezlere akan insanların kendi değer ve aidiyet bağlarından koparak yabancılaşmaları onları daha atomize ve manipüle eder hale getirmişti. Bunların kestirilemeyen, herhangi bir ideolojiye çabucak teşne yalnızlığı, bir tehdit olarak algılandı. Örneğin Tarde için kitle kendilerinden üstte olanları taklit etmeye meyilli uyurgezer bir topluluk, Despinae için her türlü manipülasyona açık duygusal bir kalabalık, Moscovici için otomatik kopyalar, Tarde ve Le Bon içinse doğaları gereği şiddette ve kitlesel hareketlere açık psikiyatrik hastalardır. Le Bon “Kitlelerin Psikolojisi” adlı eserinde kitleyi tehlike olarak görse de onların akılcı politikalarla kontrol edilebileceğini söyler (Niedzwiecki, 2011: 167). Yani kitle endüstrisi bir yandan seri üretime uyumlu tüketiciyi üretmekle, bir yandan da onları yaygınlaştırılan tüketim konforuyla uyuşturmakla iştigal eder. Kitle endüstrisi, üretim ve tüketimi artırarak denetimi sorun olmaktan çıkarmanın projesidir.

Kitle kültürü teknolojik ussallık ve politik ussallıkla birleşip bireyleri reklamlarla uyumlu bir insan tipine dönüştürür. Marcuse, bunu “işleyim uygarlığı” olarak tanımlar. Bireyin özgürleşme olanakları böylesi bir toplumda elinden alınır, ona sadece içinde bulunduğu topluma dolaysız öykünmesi verilir. Yabancılaşma, uzaklaşma ve nesneleşme bu sistemin en doğrudan sonuçlarıdır. İnsanlar da Ford’un montaj hattındaki ürünler gibi tek tip bir modeldedirler. İnsan düşünce ve davranış kalıpları tek boyutlu bir hal kazanır. Bu, nihayetinde tek boyutlu bir toplumdur (Marcuse, 2008: 15-34). Böylece kapitalist üretim, her şeyi homojenleştirerek küresel bir güç de kazanmış olur (Debord, 2016: 128). Tek boyutlu toplumun üyeleri olan insanlar kitlesel üretilen kültürün üniform ürünleri olmaktadır. Bu haliyle tek boyutlu toplum, özgür edimlerin en çok mistifiye edildiği bir toplumdur.

Kitle için üretilen kültürün, kültür endüstrisinin montaj hatlarında üretilerek piyasaya sunulan üründen farkı yoktur. Böylesi ürünlerin satımı için sadece kültür üretilmez, tüketiciler de üretilir. Tüketimin koşulu olan kültürü endüstriyel bir hammadde haline getiren kitle endüstrisi deneyimlenmiş, standardize edilmiş, birörnekleştirilmiş ürünleri piyasaya sunarken aynı zamanda kendi ürününe uygun bireyleri de üretmiş olmaktadır. Bu aynı zamanda bireyin de nesne konumuna getirilmesi demektir (Köse, 2010: 67-85). Böylelikle sistem kültür endüstrisi eliyle bireyleri birbirleri ile yerleri değiştirilebilir bir nesne konumuna getirir (Adorno, 2008: 79-80). Taklidi en üst öykünme biçimi haline getiren bu endüstriyel sistem, bireylerini nihayetinde bir metaya dönüştürür.

Kitle kültürü, Ekim 1929 ekonomik bunalımının sebebi olarak görülen talep eksikliğine dayalı bir krizin sonucudur. (Özdemir, 2012: 14-20). Ekonomik bunalımı aşacak formülü Henry Ford Detroit Highland Park'taki otomobil firmasında bulmuştu. Bu sihirli formül '8 saat-5 dolar' ilkesiydi. İlkeden kasıt, çalışma saatlerini hem düşürmek hem de ücretlere üretim oranında zam yapmaktı. Seri üretime uygun bir pazar kitle kültürünü mecburi kılıyordu (Lasch, 2006: 124; Şaylan, 2003: 89-90). Böylece kültürel ve toplumsal olan her şey ekonomiye dâhil edildi (Jameson'dan akt. Connor, 2005: 270). Kapitalizm vasıtasıyla kültürün bizzat kendisi de bu amaç doğrultusunda tecimsel bir meta haline gelmekteydi.

İşte 19. yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla dünya gündemine gelmeye başlayan modern anlamıyla kitlesel pazarlama stratejileri, seri montaj hatlarında birbirinin aynısı olan ürünleri piyasaya sürdü. Ekonominin bu şekilde işleyişi sorunsuz bir şekilde altmışlara kadar devam etti. Oysa aynı yıllarda dünya çapında başlayan bir dizi siyasal ve ekonomik gelişmelere paralel olarak standart ürün ve hizmetlerde belirli bir doyuma kavuşuldu. Bu, refah devletinin tek boyutlu insan modeline tepki gösteren kültürel içerikli itirazlar birlikte, farklı tüketim anlayışlarının doğmasına ortam hazırladı. Böylelikle bireyler bireyselliklerini ve farklılıklarını yansıtacak kendilerine özgü bir öyküyü deneyimleyebilecekleri bir tüketimi arzuladılar. Popüler kültürün hayat bulduğu mecra burasıdır. Popüler kültür böyle bir ortamda alt kültürlerin ve farklı yaşam tarzlarının içeriklerini bağlamlarından kopararak tüketim dünyasına transfer etti. İmajın her şey, temel ihtiyaçların hiçbir şey olmaya başladığı bu dönemlerde imaj, kimlik politikalarının en temel unsuruna dönüştü (Çabuklu, 2010: 98-103). Ekonomik sistem bir yönüyle aşağıdan gelen talep ve itirazları sahiplenerek onları tekrar pazarlanabilir bir forma soktu.

Kültür artık sadece yukarıdan üretilmiyor; aşağıdan yukarıya doğru beliren talepleri de içine alarak yeniden üretilmiş oluyordu.

Aynı dönemleri popüler kültürün seyri üzerinden okuyan Akay ise bir serbestleşme, özgürleşme dönemi olarak öne çıkan 1960'lı yılların radikal ve devrimci yaşam tarzlarının sistem tarafından esnetilerek sistemin bir unsuru haline getirildiğini belirtir (Akay, 2002: 2-5). Steven Connor benzer doğrultuda çağdaş kapitalist üretimin kültürü, her türlü farklılığı kendi devamlılığı açısından nasıl kullanabileceğinin örneklerini verir (Connor, 2005: 276). Medya teknolojilerinin küresel bir etkinlik kazandığı bu zamanda Batılı kültürün hızlı temposundan azade içe kapalı, egzotik bütün kültürel unsurlar ambalajlanarak bir tüketim nesnesi haline getirilir. Kültürel emperyalizmin bir unsuru olan popüler kültür sahiciliği olan her şeyi sanal bir gösteri malzemesine dönüştürür (Williamson, 2016: 163). Medya teknolojileri ve özellikle de onun önemli aparatı olan reklamlar, kültürü sahiciliğinden alıkoyarak gündelik alış verişin konusu eder (Mc Robbie, 2013: 49). Böylece geç modern dönemde, diğer tüketim nesneleri gibi geleneksel kültüre ait değerler içleri boşaltılıp bir kenara bırakılır hale getirilir (Bennett, 2013: 67). Bu minvalde, toplumsal bütünleşmenin zemini olan kültürün etik değerleri, ticari değer yasasının değerlerine yenilmiş olur.

Küresel popüler kültür bakış açımızı, damak tatlarımızı, koku alma duyumuzu ve nihayetinde düşünme biçimimizi de şekillendirmektedir. Var olmayı görünmek olarak kodlayan çağımız, popüler olan her şeye karşı istemsiz bir teslimiyet içerisindedir. 'İstedğini yap!', 'işte böyle yap!' komutlarıyla bizleri istediği gibi yönlendirebilen popüler kültür, kendi ellerimizle yarattığımız -Simmel'in de dediği gibi- bir kültür trajedisidir (Niedzwiecki, 2011: 112-136). Popüler kültürün dünyasında toplumunda üretilen her şey gibi beden de yabancı olduğu bir nesneye dönüşür (Borden, 2011: 104-106). Popüler kültür, Adorno'nun da dediği gibi beş duyumuzu eğiterek istediği gibi bilincimizi, düşünme şeklimizi ve içeriğini de belirlemektedir. Bunun en temel ajanlarından biri ise reklam sektörüdür.

Reklamlar, sembolik retorikle dolaylanmış metanın dilidir. Fantastik olanı, düşsel olanı arzularla birleştiren mitolojik bir dildir. Reklam, göstergeleri nesnelere içsel kılarak yapılan propagandanın adıdır (Lefebvre, 2007: 120-121). Reklamlar nesneleri olduğu gibi değil, herşeyden daha gerçek görünmesini sağlayan bir baskı mekanizmasıdır (Lasch,

2006: 128-129). Reklam ürünleri değerli kılan değil, ürünle bireylerin kendilerini değerli hissedecekleri bir psikodramadır (Postman, 2016: 159). Reklamlar, kültür endüstrisinin yaşam iksiridir. Müşterinin manipülasyonla alt edilmesidir. Onun tercihleri efendilerinin istem ve talepleridir. Öyle ki, kendi başına karar veremez durumdadır (Adorno, 2008: 103-110). Bunu da eşi görülmemiş bir hissizlik ve kayıtsızlık yaratarak sağlar (Robins, 2013: 125). Üst değerlere ulaşmayı engelleyen hissizleştirme operasyonu, bireyi çocuklaştırıp tüketici haline getirir (Oksay, 2016: 36). Küresel kapitalist ekonominin aygıtı olan medya teknolojileri yüksek teknolojinin ürettiği malları satışını bu şekilde gerçekleştirir (Mc Robbie, 2013: 33-35). Büyülü bir dünyanın fantastik rüyası herkesi uyanmak istemedikleri bir uykuya hapseder. İmgelerin çitleriyle örülen dünyamızda temizliği yapılan ilk şey de gerçeğin kendisidir.

Bu durum, görme duyusunun baskın bir güç olarak merkeze alınmasının sonucudur (Oksay, 2016: 15). Reklamlar, görme duyusu ile her şeyi pazarlama konusu haline getirir (Gürbilek, 2016: 26-29). Reklam, beri taraftan üretilen imgeleri insanlara satarak görünür olmanın imkânını genişletir (Ellül, 2017: 34). Dijital panoptikonun gözü artık her yerdedir. Sadece kamusal alanları değil, ev başta olmak üzere en mahrem alanlarımızı da teşhir eder (Han, 2018: 65-67). Hâlihazırda medya teknolojileri görme duyusu üzerinden basit bir araç olmaktan çıkıp algıları şekillendiren bir (medium) araç konumundadır (Postman, 2016: 109). Bu etki o kadar yaygınlaşmıştır ki, farkına varmaksızın her birey bir reklam standına dönüşür.

Tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar reklam imgeleriyle kuşatılmaktayız. Çünkü reklamlar, bilinçaltımızı yönlendirerek bizlere deneyimlenmiş ve paketlenmiş modeller sunmaktan öte bir şey yapmazlar. Örneğin reklamlar özentili, bakımlı, cazibeli, pürüzsüz ciltlere veya kaslı bedenlere sahip modelleri göstererek onlar gibi olarak ancak kıskanılacak biri olacağımızı vaat ederler. Reklam bu vesileyle “alıcıya satmaya çalıştığı ürünle ya da olanakla çekicilik kazanmış olan kendi imgesini yansıtır. Bu imgeyle alıcıda, kendisinin gelecekte olabileceği durumu özleten bir kıskançlık uyandırır.” Beklenti yaratmak talebi karşılamaktan daha zevkli bir oyuna dönüşür. Reklam kişinin düşlerinde oluşturduğu imgeyi ona satan bir düş satıcısıdır. Düşler seyirciye gerçeğinden daha cazip daha etkileyici gelir. Yaşamdan alınan haz düzeyi düştükçe, düşler daha fazla pazarlanmış olur. Harcadıkça çekici olursunuz, harcadıkça kendinizi baştan yaratabilirsiniz umudu aşılanır (Berger, 1986: 129-143). Bauman’ın da dediği bu oyunu değerli ve zevkli kılan

şey, bu beklentiye dair umudun kendisidir (Bauman, 2011: 49). En nihayetinde reklamlar, dermanı kendisinde olan bir manipölasyon aracıdır. Reklam bu işlevlerini de göstergesel bir ekonomiyi inşa ederek gerçekleştirirler.

Ekonomi-politiğin önemli kaldıraçlarından olan gösterge “kendisi o şey olmadığı halde o şeyi çağrıştırarak iletişimi sağlayan bir araç”tır. Gösterge, gösteren ve gösterilenden oluşan bir dizi işaret dizileriyle oluşturulur. Bunlar işaret, sembol, simge, sözcüklerden de oluşabilir. Göstergelerin oluşturulması kültür dolayımında gerçekleştirilir (Özdemir, 2012: 199-201). Yoğun oranda göstergeye verilen ikame anlamlar tüketilen nesnenin göstergeler olduğunun kanıtıdır (Lefebvre, 2007: 123). Tüketim toplumunda nesneyi nesne yapan bu kodlardır (Kara, 2014: 138). Barthes, bu kodların, göstergelerin ideolojisini anlam ve ima kavramları ile deşifre eder. Ona göre anlam bir şeyin gerçek, ima ise yan anlamını ifade eder. Yan anlam bir nesneye iliştilen mitolojik anlatımlardır. Araç, artık bir nesneden öte mitolojik değer kazanmış bir üründür. Barthes’e göre burjuva toplumu en nihayetinde bir mit üreticisidir (Smith, 2005: 151-153). Mitlerin işlevi ise anlamları meşrulaştırıp masumlaştırmaktır. Mitler ideolojik olarak istismar edicidirler. Onlar egemen sınıf ait pratikleri doğal göstererek gerçeğin üstünü örterler (Storey, 2000: 104-105). Ona göre mitler ideolojinin retoriğidir (Fiske, 2017: 296).

Tüketim toplumunun gösterge oyunları ile çağdaş toplumlar tatmini imkânsız tercihlere yönlendirilir. Tüketim nihayetinde ihtiyaca değil, göstergelerin yaratacağı farklılıklar koduna dayalıdır. Tüketim toplumunda birey, nesnelere iliştilen sembol, simge, kodlarla beğendirmeye ve baştan çıkartmaya ayartılır. Bireyin çekiciliği ve cazibesinin ölçüsüye başkalarıdır. Ölçü sürekli güncellenen bakış, sembol, imge ve göstergeler olunca ortaya çıkan tek şey mahrumiyetin kendisidir (Baudrillard, 2004: 80-114). Dolayısıyla tüketim toplumu Baudrillard’ın ifadesiyle bir bolluk değil, mahrumiyetler toplumudur.

Popüler kültür, reklamlar eliyle oluşturulan eksiklik duygusu ile iş görür. Lacancı psikanalizin argümanları ile söylersek annenin bedeninden ayrılarak tüm ve tam olma durumundan çıkan insanın hissettiği eksiklik duygusu, başka stratejilerle ikame edilmek istenir. Yer değiştirme stratejisi ile anne karnındaki kayıp cennete kavuşma istemi tüketim ideolojisi ile telafi edilir. Tüketim ideolojisi yer değiştirme stratejilerini kullanarak kaybın

telafisine girişir (Storey, 2000: 136-138). Örneğin popüler kültür yaşam ve ölüm gibi biyolojik hayat döngülerini gasp ederek yerine gençlik imgesini geçirir (Debord, 2016: 125). Dolayısıyla yaşlanma ve çocuk kalmayı suç sayan popüler kültür, yaşam aralığını gençliğe eşitler. Gençliğe yaptığı vurgu oranında etki derecesini yükseltir. Böylelikle yaşlılığa ilişkin korku ve kaygılar, gençliğe ilişkin umutlarla baştan çıkartılır. Popüler kültür, bedensel forma dayalı korku ve kaygıları azamileştirerek izler kitleyi arzu ettiği gibi manipüle edebilmektedir.

Popüler kültürün dünyası arzuya duyarlıdır. Beden arzular üzerinden tüketime hazır hâle getirilir (Taşkaya, 2009: 123-126). Beden popüler kültürün dünyasında üzerinde en çok oynanan nesnedir. Tüketime elverişli bir formda tutmak için beden gençlik, sağlık, güzellik vaatleriyle ayartılır (Bennett, 2013: 14). Beden ve güzellik görsel teknolojinin elinde sürekli bir şekilde güdümlenir. Baudrillard'a göre güzellik ve etrafında şekillenen cinsel söylemlerle beden bir fetiş haline getirilir (Dağ, 2011: 92-95). Buradaki beden tüketim ideolojisi ile baştan çıkarılmış bir metadır. O, popüler kültürün en çok işlediği üründür (Köse, 2010: 164). Televizyonlarda sadece ürünün reklamı yapılmaz aynı zamanda ürüne iliştilen sembollerle bedenin nasıl olması gerektiğinin mesajı verilmiş olur.

İnsan ruhunun ikametgâhı olan beden teşhir toplumunda huzurun, sükûnetin, sessizliğin, mahremin mekânı olmaktan çıkar. Sergilenme ve görünme arzusu ruhsal doyumun aurasını paramparça eder. Geriye bir reklam yüzüne dönüşmüş seyirlik bir beden kalır. Sergilenme güzellik ve dinçlik (fitness) ölçütlerinin güncellenen ölçütlerine göre hep yeniden konumlandırılır. Böylece geleneksel toplumun içsel özellikleriyle örnek olan kişisi yerini operasyon güzelliğinin ve dinçliğin dışsal ölçütüne uyum sağlamış kişisine bırakır (Han, 2018: 28-29).

Popüler kültür, bedeni tecimsel bir meta haline getirmek için sağlık, güzellik, gençlik söylemlerini daha fazla kullanmaya başlar (Watson, 2006: 49). Arzulanan değer görünür olmaktır. Birey olmanın tek yolunun bu olduğu söylenir (Bauman, 2012: 105). Bedeni ahlak adına denetimde tutan geleneğin değer yargıları yerini bedeni görünür kılmanın estetik yargılarına bırakmasıyla birlikte, var olmak imrenilebilir, kıskanılabılır bir görünüme eşitlenir. Bu ise, egoya yapılan yatırımları artırır. Öyle ki,

göze gelmek olumlanmanın yegane şartına dönüşür. Nihayetinde bunu sürdürmek tüketirken tükenmeye yol açar.

Olumluluk toplumu her türden olumsuzluğun yok sayıldığı veya giderilmeye çalışıldığı bir toplumdur. Bunun bedeli ise aşırı keyfin vermiş olduğu bitkinlik, yorgunluk ve depresyondur. Korkulacak bir şey yoktur. Bir tuşun okşayıcı yargısı sizi kendinize getirebilir. Çünkü bu toplumun en değerli yargısı like/beğendim'dir. Sanal âlemle bir ve bitişik bu toplumda dislike/beğenmedim yargısı yoktur. Bu bir teşhir toplumdur. “Daha genel olarak bakıldığında görünür şeyler karanlık ya da sessizlik içinde kaybolmaz, görünürden daha görünür olanda yitip gider müstehcenlikte” (Han, 2018: 20-28) kaybolur.

Popüler kültür, bu işleyişini teknolojiye olduğu kadar yeni türde bir zihinsel sermayeye de borçludur. Onlar, Gramsci'nin egemen sınıfın organik aydınları olarak tanımladığı kişilerdir. Onlar kitle iletişim araçları ile sistemi hem meşrulaştırmakta hem de ona uygun rızayı üretmektedirler (Yaylagül, 2014: 113). Sistem, Althusser'in egemen sınıfın baskıcı aygıtı olarak tanımladığı kaba güç ile sürekliliğini tek başına sağlayamayacağını buna ek olarak otoritenin sağlanması için ideolojik aygıtlara da ihtiyacı olduğu düşüncesini pratiğe geçirir (Fiske, 2017: 302). Dolayısıyla sistem hegemonyası için Bourdieu'nun kültürün yeni araçları olarak tanımladığı reklamcılar, modacılar, küratörler, psikologlar, pedagoglar gibi simge üretim uzmanlarına ihtiyaç duyar. Medya profesyoneli olan bu uzmanlar üst sınıf hayat tarzlarını moda üzerinden alt sınıflara aktarmakta, gelen tepkileri işleyerek çevrimiçine sokmaktadırlar (Featherstone, 2005: 32; Tellan, 2009: 82-83; Dağtaş-Erol, 2009: 184). Bu çabalarla üretilen simgeler sistemin koruyucusu ve meşrulaştırıcısı olur.

Bu yeni entelektüellerin tüketimi teşvik edecek, yönlendirecek veya onların tüketime engel eğilimlerini tersine çevirebilecek kişiler olduğunun önemi erken on dokuzuncu yıllarda fark edilmişti. 20. yüzyılın ilk on yıllarında yaşanan ekonomik bunalımı aşmak için onlara artan ilgi daha bir arttı. Örneğin özgürlüğü sigara ile şapkayı da asaletle ilişkilendiren reklam çalışmalarıyla her iki sektörün ürün satışları artırıldı (Güler, 2019: 83; Bernays, 1928: 956-962). Bunun gibi bireylerin bilinç dışı arzuları kullanılarak en çok manipüle edilen şeylerden biri beden olmaktadır. Özellikle de toplumsal cinsiyet çalışmalarından hareket eden medya endüstrisi kadın bedenini daha

fazla manipüle etmektedir. Onlara ince, zayıf ve cezbedici olmanın gereğini dayatarak bedenleri konusunda sürekli mutsuz kılmaktadırlar.

Nihayetinde popüler kültür görsel bir kültürü yaygınlaştırır. Görsellik üzerinden varlık kazanan bir toplumda ‘insanın temel varoluş etkinliği’ olan kültür, insanların kendi ürettikleri bir şey olmaktan çıkar; görselleştirilmiş tüketim etkinliğinin hâkimiyetine geçer. Buna bağlı olarak değerler de değişir. Atay’a göre insanlar artık düşünmekten çok seyretmeye, bilmekten çok görünmeye, kafadan ziyade göze hitap etmeye, bir meslek sahibi olmaktan çok şöhret sahibi olmaya, çalışmaktan çok kısa yoldan zengin olmayı tercih eder hale ge(tiri)lmışlerdir. Bu dönüşümün tamamı nihayetinde bizlerin bir ‘Meşhuriyet Çağı’nda olduğunu gösterir (Atay, 2018: 20). Popüler kültürün bütün araçları görünme ve sergilenmeyi varoluşun özü kılmaya çalışır. “Düşünüyorum o halde varım.” ilkesinin güncel hali artık “Görülüyorum o halde varım.”dır (Bauman, 2011: 44). Sonuç olarak popüler kültür görünür olmayı en çok beden üzerinden işleterek hem güç kazanmakta hem de bedeni güncel kriterlere göre biçimlendirmektedir. Bu kriterlerden en önemlisi de modanın kendisidir.

1.2.2.4. Modanın Nesnesi Olarak Beden

Giysi, insanın vücudunu dış etkilerden koruma ihtiyacından doğar. İnsanlığın gelişmesine bağlı olarak giysi bu ihtiyaçtan öte çeşitli toplumsal nitelikler kazanır. Yani giyim sosyal statüyü, bağlı bulunan toplumsal zümreyi veya başkalarından daha farklı, alımlı ve güzel görünme isteğinin dışavurumlarından biri olur. Bu bakımdan giyim, toplumsallaşma biçimlerinden biridir. Bundan olsa gerek son yüzyıllarda sosyologlar, giyim gibi yapıntıların insan davranışları üzerindeki etkileri üzerine çalışmaya başladılar. Söz konusu çalışmalar ise, şu gerçeği ortaya koyar: Moda gibi yapıntılar davranışları biçimlendirdiği gibi onun ardındaki gizil toplumsal kimliği de açığa çıkartır (Crane, 2018: 13-14). Moda sektörü, Barthes’in ‘Kişi salt imgesini tükettiği ürün aracılığıyla kendi doğasının dışında ikinci doğa edinir.’ ifadesinde açığa çıkan ‘ikinci doğa’ kısmıyla ele alınır (Köse, 2010: 330-332). Çünkü moda insana ikinci bir ben kazandıran fenomenolojik bir deneyimdir. Moda bu çoğulluk ölçüsünde kimliğin zamana göre gizlenen ve açığa çıkarılması gereken yerlerini işaretler (Bennett, 2013: 156). İlgili cihetten hareketle moda giyinme biçimlerine müdahale ederek ortaya çıkardığı ikinci doğaya gizil ideolojisini nakşeder.

Moda geleneksel toplumundan modern topluma geçişle birlikte sanayileşen bir sektördür. Geleneğin muteber toplumunda bir kişinin giyimi ile yaşı, sosyal konumu, dini, cinsiyeti ve işi arasında bir uyum vardı. Bir insanın giyiminden hareketle tanımlamak kolaydı (Barbarosoğlu, 2017: 28-29). Gelenek sınırları çeşitli norm ve değerlerle tahkim etmesi giysinin modeline, rengine ve türüne de yansımaktaydı. Her insanın giyimi onun içinde bulunduğu toplumsal zümre veya sınıf hakkında açık bir fikir vermekteydi.

Tönnies'e göre cemaat toplumlarındaki belirgin adet ve güçlü normların, bir sabitleyici ve denetleyici olarak hayat tarzını kişiselleştirmeye izin vermeyecek şekilde, ferdi toplumun sembolleriyle özdeşleştirir. Öyle ki, kişinin giyimi onun sosyal konumu hakkında açık ipuçları verir. (Kawamura, 2016: 50). Fransız ve Sanayi Devrimlerinin siyasi ve ekonomik etkileri sonucunda ortaya çıkan tüketicinin demokratikleşmesiyle birlikte insanın kendini verili toplumsal normlara göre tanımlamaktan vazgeçip benzersiz kılmaya çalışması moda sektörüne hayat veren bir gelişmedir (Simmel, 2006: 102). Dolayısıyla moda modern bir olgudur diyebiliriz.

Moda, kıyafet ve giysi sektörüne ait bir şey olarak görülse de ondan fazlasıdır. Latince 'modus' sözcüğüne dayanan moda 'güne ait olan davranış biçimi' anlamına gelir (Canatan, 2016: 147). Modanın en temel özelliği değişimdir. Fransızca kökü olan 'imal etmek' bununla ilgilidir (Davis, 1997: 25). Moda, durmamayla beliren ve yavaşlamayan bir devridaim makinesidir. Simmel'in ifadesiyle moda, olan biten bir şey değil, olmakta olan bir şeydir (Bauman, 2011: 67). Moda sürekli yeni olana dair bir arayıştır (Soger-Udale, 2013: 1-3). Moda varlığını var olanı eskitebilme gücünden, değişime ve yeniliğe açık oluşundan alır. Moda 'mal denilen fetişe hangi dinsel kurallarıyla tapılacağını saptar.' (Benjamin, 2017: 95) Moda daha geniş bir fenomen olarak sembolik değerleri yaratarak ortalama zevkleri ve beğenileri yönlendirir (Crane-Bovone, 2006: 320). Bunun devridaimini ise yerleşik beğeni ve kabulleri eskitebilme kabiliyetinden alır (Frisby, 2006: 46). Moda reklamlarla iş birliği içerisinde, bir malın kullanım değerini azaltarak onu hızına ve yenilenme kapasitesine uygun hale getirir (Baudrillard, 2004: 45). Moda metanın ömrünü kısaltan bir beğeni sektörüdür (Oskay, 2019: 125). Yenisine yol açmak için eski olan yok edilir. Değişim adına ürün zayı edilse de döngü devam ettirilir (Bursch, 2017: 86). Moda tüketicinin kendini yenileme ve değiştirme talebini karşılamaya dönük arzularından hem faydalanır hem de onu kendi dizgesi içerisinde diri tutar.

Moda içinde iktidar ilişkilerini barındıran bir ideolojidir. Çünkü moda ürünün sembolik değerini belirleyen bir sistemdir. Modanın üretimi de tüketimi de kolektiftir. Reklam bu kolektif dili dönüştürerek kabul edilebilir olanı norm haline getirir (Kawamura, 2016: 116-142). Bu şekilde moda etkili propaganda araçlarını kullanarak yakışıksız, göze hoş gelmeyen, verili estetik ölçülere uymayan nesneleri dahi bir şekilde kabul ettirebilir (Barbarosoğlu, 2016: 64-65). Moda ‘in’ ve ‘out’ gibi temel beğeni ölçütleri oluşturarak kazanç hariç her şeyi değiştirmiş olur (Busch, 2017: 16). Bunu da Goffman’ın dediği gibi üst sınıflara meşruiyet, alt sınıflara da saygınlık kazandırabilme potansiyeliyle başarır (Davis, 1997: 126). Moda, değişimi kazançla eşitleyen yaratıcı bir yıkımdır. Bunun hızı ve ölçeği içinde bulunduğumuz tüketim toplumunda hergeçen gün artarak devam etmektedir.

Tüketim toplumunda moda merkezsiz, kısa dalgalı, yenilikçi, farklı kimlik ve kültürlerle işbirliğine daha açık bir niteliğe sahiptir (Frisby, 1997: 165-172). Bunun önemli sebebi moda ürünlerini yapı bozuma uğratan tüketicilerin göstergebilim uzmanlarına dönüşmesidir. Böylelikle tüketiciler moda kıyafetleri yaratıcı bir şekilde kullanarak kendi bireysel benliklerini idealize etmiş olurlar (Miles’ten akt. Bennett, 2013: 168-186). Dolayısıyla tüketiciler modanın kurbanları ya da bağımlıları değil, düşünsel olarak daha aktif ve yaratıcıdırlar. Çünkü o, seçenekler manzumesi içerisinde tercih ettikleriyle kendine has bir görüntü oluşturabilir (Crane, 2018: 28-32). Artık tüketici nasıl görünmek istiyorsa ona göre bir tercihte bulunur (Laporte, 2011: 76). Dolayısıyla moda post modern tüketim dünyasında kimliğin belirleyici bir unsuru haline gelir. O, kimliği kendisi gibi kararsız ve değişken hale getirerek yaygınlaşır.

Günümüzde moda seyrini belirleyen ana faktörlerin başında ‘toplumsal kimlik ve onun modadaki kod değişikliklerini sağlama, kanalize etme ve özümsemedeki rolüdür.’ Moda belirleyici etkisini toplumsal kimliklerimizle oynayarak yerine getirir. Moda uzmanları, stillistler, tasarımcılar bireyin kendileri hakkında iletmek istedikleri mesajları ön bir deneyimden geçirerek bilinçaltlarına kodlarlar. Tüketiciler ise hayranlık uyandıracaklarını düşündükleri bu kodları kendi bedenlerinde yansıtırlar. Böylelikle birçok kimlik aynı anda, bir arada yaşamaya başlamış olur. Dolayısıyla “aslında onlara ifade kazandırmaktan başka onları biçimlendirir ve tanımlanmasına katkı sunar.” (Davis, 1997: 27-29). İngiltere’de çocuklar üzerinde yapılan bir araştırmanın sonucuna göre modanın çocukları gençliğe teşvik ettiği için onlarda bir dizi bedensel takıntılara neden

olduğu görülmektedir. Araştırmaya göre kız çocukları saçları, kiloları, giyimleri ve makyajlarıyla ilgili çeşitli endişeler yaşamaktadırlar (Bauman, 2011: 61). Lefebvre, piyasanın gençliği bu şekilde kurumsallaştırdığını söylemektedir (Lefebvre, 2007: 186). Moda sektörü kimlik kararsızlıklarını kullanarak satış oranlarını artırmaktadır. Bu anlamıyla moda sektörünün ana hedef kitlesinden biri kadın tüketicilerdir.

Moda sektörünün asıl işlediği şey kadın değil, kadınsılıktır. “Kadın güzellik ve zevk ilkesi adına canlı canlı kendisi ve sahip olduğu vücuttan koparılmıştır.” (Baudrillard, 2008: 172-173). Özellikle de kadınlar bürokratik olarak yönlendirilmiş tüketimin toplumunun en temel vasıtaları olarak manipüle edilmektedirler. Beden güzellik, gençlik ve fiziksel görüntü adına bir değişim nesnesi kılınır (Lefebvre, 2007: 186-188). Haliyle beden sektörün üzerinde çalışarak işlediği bir hammadde olmaktan kurtulamaz. Çağın hızla değişen beğeni ölçülerine göre biçim alan beden kazanç adına sürekli sömürülür.

Moda farklı strateji ve taktikler kullanarak bu yönde iş görür. Moda dünyası Flugel’in ‘değişen erojen bölge kuramı’ ile izah ettiği usulle sektörü ayakta tutacak yeniliklere kapı aralar. Flugel’in ‘Giyisilerin Psikolojisi’ adlı eserinde iffet-erotizm diyalektiğinde ‘cinsel cazibe konusunda altın kuralın her yerin gösterilmemesi’ gerektiğini söyler. Kurama göre moda sektörü her dönem bedenin bir yerini kapatırken başka bir yerini görünür kılar. Bedeni bu diyalektiğin içinde tasarlayan moda sektörü zamana ve mekâna göre beden ölçülerini de belirlemiş olur (Davis, 1997: 108-112; Silvermann, 2016: 207). Örneğin 1959’da üretilen ‘Barbie Bebekleri’ kimi zaman uzun bacakları, kimi zaman ince belleri, kimi zamanda dolgun göğüsleriyle ideal giyim ve beden ölçülerinin modeli olarak piyasa sunuldu (Özdemir, 2012: 298). Modanın dönemine göre öne çıkardığı vücutun bu bölümleri sektörün elinde bir işlem ürünü olarak kullanılır.

Moda sektörü ürünlerini mevcut dünya görüşüne denk getirir. Moda bu anlamıyla bir zihniyet oluşturunusudur. Moda değişim ve yenilik esprisiyle her türlü sabiteyle çatışma içerisine girer. O, bu şekilde kutsal olanı karşısına alarak kendisini tabulaştırır. Örneğin moda geleneksel işlevi ve anlamı olan bedeni gözlerden ırak tutmaya yarayan elbisenin özüne müdahale ederek bedeni görsel bir nesne haline getirir (Barbarosoğlu, 2017: 11-43). Bu sebeple moda belirli bir dünya görüşünü arkasına almadan kendi işleyişini sağlayamaz. O; güzel, iyi gibi toplumsal değerlere semantik bir müdahalede

bulunarak onları piyasaya uygun bir değer haline getirir. Moda bunu eksiklik hissi tahrik ederek başarır.

Özsaygının yitirilmesi ile modanın gücü doğru orantılıdır. Moda ferdin değersiz kılınmasından beslenir. Eksiklik hissedildikçe etkilenme olasılığı artar. Yaygın bir propaganda sistemi olan moda böylelikle güzele ve iyi yaşama dair yeni değer sistemlerini hedef kitlenin kabulü haline getirmiş olur (Busch, 2017: 110-111). Moda, bilinçdışı düzeyde ölçütlerini geniş ufuklara açarak beğenileri koşullandırır (Davis, 1997: 187). Bu yönüyle o, iktidar işaretleri üreten bir dildir (Laporte, 2011: 67). Böylelikle moda baktığımız ve kendisinden onay beklediğimiz bir aynaya dönüşür. Burada özne ancak moda ile görülebilir bağımlı kişidir.

Sonuç olarak moda çeşitli korku ve endişelerden beslenen bir sektördür. Hızla güncellenen trendlerden geri kalma korkusu arzuyu yönlendiren en temel itkilerden biri olmaktadır. Moda, tüketiciyi ‘in’ ve ‘out’ ölçüleriyle sınıflandırarak ayırım çizgileri oluşturur. Demode görünme, podyuma dönüşen toplumsal mekânda yeni aidiyet biçimlerini tanımlamaya başlayan ‘out’ olma korkusu modayı yönlendirir. Moda sektörü sadece bir üretim ve tüketim ağı değildir; o inşa ettiği değer sistemleriyle “post-totaliter seküler bir dindir.” Dolayısıyla moda aynı zamanda bir mit üreticisidir (Busch, 2017: 64-69). Moda kodlar üreten en yapay oyunlardan biridir. Ürettiği göstergelerle hiper gerçeklikler yaratan ve bunu dolaşıma sokan bir sektördür. O bu anlamıyla bir değişim kahramanıdır (Baudrillard, 2008: 153-163). Bir mit olarak moda her şeyi geçici, kendisini ise tabu kılar. Moda tabusu ayrıştırıcı tasnifler kullanarak ‘doğru’ tüketim alışkanlıklarının ve yaşam tarzlarının karar vericisi olur. Bu bakımdan modanın en temel nesnelerinden biri bedendir. Özellikle de moda güzel bir bedenin mahiyetine ilişkin değişen algıyla işbirliği yaparak bedeni biçimlendirir ve düzenler. Dolayısıyla güzelliğin ve sağlığın algılanma biçimi konumuz açısından tartışılması gereken konuların başında gelir.

1.2.2.5. Güzellik ve Sağlığın Manipölasyonunda Beden

Gösteri toplumunda beden algısını etkileyen saikler farklı olsa da Batı’nın düşün geleneğinde beden hep bir ölçü ile birlikte değerlendirilmektedir. Batı’nın felsefi geleneğinde güzellik; ölçü, oran, orantı ve uyumla ilgili metafizik bir ilkedir. Platon’da güzelliğin ölçütü iyi iken Aristo’da ölçü, oran ve orantı; Augustinus’ta ise birleştiren sayı ilkesidir (Pacteau, 2005: 30). Xenophon’da güzel iyi, Platon’da oran, simetri ve

tinselliktir (Kesim-Kar, 2010: 176-177). Klasik estetik kuramda çirkinlik bir canlı ya da nesnenin ideal ölçülere uygun olmamasıyla beliren bir değerdir. Daha doğrusu güzel, tamamlanmış bir bütünlük ve düzenken çirkinlik eksiklik, kusur ve kaostur (Eco, 2006: 133; Eco, 2012: 37-50). Platon düşüncesinde dünyasal çirkinlikle güzelliğin birbirinden çok farkı yoktur. Platon'da bedene bulaşmış güzellik kötüyken tanrısal olan güzellik iyidir. Sokrates'in çirkinliği sadece görüntüden ibarettir. Onun güzelliği iradesine sahip olmakla kazandığı erdemde açığa çıkmaktadır. Nihayetinde eril güzellik ruhsal, dişil güzellik ise bedenseldir (Sagaert, 2017: 29-30). Eril güzellik rasyonel düşünme ve retorik sanatında ustalaşma ile değerlendirilir.

Orta Çağ düşüncesinde her şey, belirli bir sayısal düzen (ordo) ve ölçüye (mesura) göre yaratıldığı düşünülür. Onlar metafizik ilkelerdir. Aziz Augustinus'a göre bedenin güzelliği uzuvların birbirine orantısal uyumudur. Bu düşünceye ön ayak olan Pitagoras felsefesinde de bir vücudun güzelliği eşit oranlı ölçülere göre tanımlanır. İnsanı büyük âlemin yani mikro kozmosu, evreni insanın makro kozmosu olarak gören Orta Çağ düşüncesi ikisini anlamsal ve matematiksel bir uyumun sonucu olarak güzel görür (Eco, 2009: 53-87; Eco, 2012: 61-74). Denilebilir ki Orta Çağ düşüncesinde güzellik beş duyunun ötesinde ahlaki bir değer yargısı olarak da değerlendirilir. Güzelliği metafizik bir ilke olarak göre Orta Çağ düşüncesi bedensel güzelliğe ciddi bir rezerv koyar.

Örneğin Orta Çağ'da, bedene yapılacak her bakım şeytani bir göz boyama, ilahi düzene bir başkaldırmadır. Bedeni yüceltmek şehvetin ve kibrin göstergesi, zinaya teşvik, şeytanın suretine bürünmek demektir. Şehvet uyandıran her şey günahıdır. Çünkü güzellik dış görüntüde değil, ahlaki tutum ve davranışlarla ilgili bir değerdir. Çirkinlikse ahlaksızlıktır. Bedenin alt kısımları ise değersiz ve hor görüldüğünden güzel olan yerler beden el, yüz gibi üst kısımlarında belirirdi (Sagaert, 2017: 24-46). Modern topluma geçişle birlikte bu anlayış yerini beden tamamlanmaya bıraktı diyebiliriz.

16. yüzyıl beden üzerindeki kısıtlamaların yavaş yavaş aşılmaya başladığı bir dönem olmaya başlamıştı. Kozmetik ürünlere ve estetik yayınlara olan ilgi belirginleşmeye başlanmış ve güzellik artık ahlaktan bağımsız bir şekilde tanımlanmıştı. Güzellik modern dönemle birlikte bedene ilişkin bir estetik bir değerdir. Çirkinlik artık kişisel bir meseledir. Kişisel bir çabayla herkes güzel olabilir. 17. Yüzyılda bu çabayı mümkün kılan yenilikler hız kazandı. Bu dönemde göğüs düzeltme loncalarından kişisel

bakım ürünlerine birçok pratik, hizmet ve ürün piyasada varolmaktaydı (Vigarello, 2013: 50-57; Kesim-Kar, 2010: 177; Sagaert, 2017: 78). Güzellik sektöründe görece olarak artan ürün çeşitliliği toplumsal yapıdaki değişmelerle birlikte kadınların davranış biçimlerini de değiştirmişti. Konuşurken veya yürürken yere bakmayı, küçük adımlarla hareket etmeyi, dişlerini göstermeden gülmeyi, mesafeli olmayı gerektiren ahlaki normlar yerini bedeni özgürce kullanmayı salık veren düşünce ve davranış biçimlerine bırakmıştı (Ory, 2013: 113). Yani albenisi yükseltilmiş bir beden varlığını uzun ve esnek adımlarda, baş ve omuzların dik görünüşünde, parıltılı gülüşlerde, ahenkle dans eden saçlarda görücüye çıkmaktaydı.

Güzelliği vücudun üst bölgeleriyle tanımlayan Orta Çağ düşüncesinin aksine modern dönemde ilgi yavaş yavaş beden hatlarının alt taraflarına doğru kaymıştı. Rönesans Dönemi'nde yayımlanan güzellik kitapları vücut hatları konusunda ilk adımları atmıştı. Sonraki yüzyıllarda korse uygulamaları, perhizler ve çeşitli egzersizler bedene daha ince ve daha sıkı bir görünüm kazandırma adına seferber edilmekteydi. Güzellik adına beden her geçen yüzyıl farklı odak noktalarıyla sürekli keşfedilen bir şey oldu. Beden de her şey gibi bir incelmenin konusu olmuştu. Ayrıca bir vakit geçirme etkinliği olarak sosyal hayata giren güneşlenme ve deniz banyoları incelmeyi daha bir perçinledi. Sonuçta buralar bedenin sergilenme alanlarıydı. O güne kadar çok da problem edilmeyen şişmanlık artık bir kusur, yağlar ise alınması gereken bir fazlalık olarak görüldü (Vigarello, 2016: 92-97). Böylece beden, referansı güzellik olan bir denetime ve kontrole tabi tutuldu. Özellikle vücudu boydan boya gösteren aynaların vazgeçilmez ev eşyası olarak kullanılmaya başlanması bedeni dikkatli bir gözlem nesnesi kılıyordu. Aynalar ve tartıların iş birliğinde beden kayıt altına alınmaya, ölçülmeye ve denetlenmeye başlanmıştı (Sagaert, 2017: 111). Hele ki aynalı dolapların evde yer edinmeye başlaması dikkati bir kat daha artırıyordu (Knibiehler, 2005: 307). Böylece beden bir bütün olarak gözlemlenmeye ve denetlenmeye açık hale geliyordu.

19. yüzyılın sonu ile 20. yüzyılın başı artık zayıflığın devrimine şahitlik etmekteydi. Şişmanlık artık eskisi gibi doğurganlığın, sağlığın, gücün değil tembelliğin, uyuşukluğun ve oburluğun simgesi olarak görülüyordu. Şişmanlığa irade zayıflığı, edilgenliğin, kendilik düşüncesinin eksikliği, ilgisizlik, düzensizlik ve ölçsüzlük olarak bakılıyordu. Şişmanlık her yönden güzelliğin ötekisiydi. O, dışlanmanın, yabancılaşmanın nedeniyle zayıflık modaya uymanın, sağlıklı olmanın, güzelliğin, kendini keşfetmenin ve

toplumsallığın vizesiydi (Vigarello, 2016: 216-245; Sagaert, 2017: 148-150). Bu ise beden algısını etkileyen en temel sebeplerden biridir. Daha doğrusu birey bedenini bu algıya göre değerlendirmek zorunda bırakılmaktadır.

Beden, kader başta olmak üzere hiçbir otoritenin üzerinde olmadığı varsayılan bir yanılsama ile meşrulaştırılmış piyasa iktidarına tabi kılınır. Beden estetik kaygılarla işletilen bir meta olması üzerindeki toplumsal normların geçersiz kılınmasıyla geçerli hale getirilir (Baudrillard, 2004: 182-183). Bağımlılık ölçüsünde parçalanmış beden, kader olmaktan çıkmakta, bir aksesuara dönüşmektedir (Le Bretton, 2019:25). Bunu modern bilincin özerk ve özgür insan kavramıyla ilişkilendirmek yerinde görünür. Aydınlanma düşüncesi, güzelliği kader söyleminden koparır, bireyin çabası ile ilişkilendirir. Onlar açısından güzellik Tanrı vergisi değil, şahsi bir meseledir (Vigarello, 2013: 158). Böylece güzelliği insan eline bırakan bilinç bedeni yapay bir proje haline getirmekte gecikmedi denilebilir.

Güzelliğin ticari bir nesne haline gelmesi değişen ve dönüşen zihniyet bağlamında ele alınabilir. Beden Tanrı'nın mülkünden şahsi bir mülke, güzellikse bir lütuftan kişisel çabaya indirgendikçe (Elçik, 2012: 2) güzellik piyasadan satın alınabilir bir değer haline gelmektedir. Çirkin olmayı bir utanç yargısı haline getiren popüler söylemler, birçok insanı bu yargıdan kurtulmanın telaşına maruz bırakır. Böylece beden üzerinde olmadık kusurlar üreten bu söylemler birçok kurumsal çabayı mucizevi bir statüye taşır (Le Bretton, 2017: 10-11). Güzelliği bireysel keşfe ve çabaya indirgeyen modern algı, güzellik enstitüleri ile bakım merkezlerinin açılmasını; kişisel bakım ürünlerinin satışını ve estetik ameliyatları teşvik etmektedir (Vigarello, 2013: 243). Bu yönlü çabalar tarihsel olarak çok da yeni sayılmaz diyebiliriz. Örneğin 19. yüzyıl boyunca 'herkesin güzel olmaya hakkı vardır' söylemi ilgiyi yavaş yavaş bedenin alt kısımlarına doğru yoğunlaştırmıştı. 20. yüzyılın başlarında ise alt kısımların görünümüne ilişkin yeni türde kusurlar bulunmuştu. Bunlardan biri olan selülit ilk defa bu dönemlerde tanımlanan bir şey olmuştu. Vogue dergisi onu bedenin bir düşmanı olarak resmetmişti (Vigarello, 2013: 202). Böylece beden artık boydan boya teşhir edilebilecek seyirlik bir nesne haline getirilmektedir. Bu, bedene iliştilen simgesel kodlarla yakından bağlantılıdır.

Beden, çağımızın yan anlam bolluğuna sahip metalarından biridir. Geleneksel ve ilk modern çağın pürten ahlakında bir hiç mertebesine getirilen beden, günümüz

postmodern toplumunda yeniden keşfedilir. Dış görünümün edindiği değer -iş sahibi olmaktan, aile kurmaya kadar birçok toplumsal ilişkilerin belirleyicisi olması- bedeni daha bir görünür kılar. Yani beden benliğin, kimliğin, yaşam tarzlarında dayalı statü gösterisinin dışı vurumudur. Beden gittikçe sosyalleşmekte, sosyal olansa bedenleşmektedir. Böylece beden moda, reklam ve çeşitli popüler kültür araçlarının iktidarına daha fazla bağımlı kılınmaktadır (Köse, 2010: 163). Piyasanın norm haline getirilmiş güzellik ve sağlık standartlarıyla manipüle edilen beden, dönemin belirlenmiş imajlarıyla sürekli bir dönüşüme tabi tutulur. Bunun asıl kurbanları ise kadınlar olmaktadır.

Güzellik sektörü kadın bedenini ve cinselliğini, özgürlük söylemi adı altında ticari bir nesne haline getirir. Kadını cinsel özgürleşme ile özdeş kılan popüler anlayış cinsel özgürleşme ile kadını, kadın ile cinsel özgürleşmeyi tüketir. Piyasanın etkili silahına dönüşen cinsellik sansürün her türünü özgürleşmenin önünde bir engel görerek ayıp, utanma ve edep gibi değerleri boşa çıkarır (Baudrillard, 2004: 175-186). Bu minvalde Anne Moulin, kadın bedeni üzerinde bir söylem haline getirilen özgürleşmenin cinsiyetler arasında eşitliği sağlamaya dönük bir çaba olmadığı kanaatindedir (Monieshon, 2013: 103). Böylece, bedeni tecimsel bir meta haline getiren piyasa ve onun özgürlük vaadi geleneksel tarzda kurulan ilişkilerin sürekliliğini de askıya almış olur.

Böylece beden kendisini gözetleyen, kısıtlayan, denetleyen ve üzerinde tasarruf hakkı olduğu düşünülen otoritelerin ortadan kalkması ile işlem hacmi artan bir nesneye dönüşür. Öyle ki Baudrillard'ın da vurguladığı gibi bedene bakmama, ihmal etme, gereken özeni göstermemenin cezası yine onun tarafından verilir (Bilgin, 2015: 310-314). Yüzün buruşukluğu yaşlılıkla, şişmanlık iradesizlikle, yağlanma hantallıkla eşdeğer kılınır. Bu ise yeni türde bir ayrımcılık konusunu oluşturur. Postmodern tüketim toplumunda sürekli güncellenen önerileri dikkate almak ise göze gelmenin ve görünür olmanın yegâne şartı olarak belirlenir.

Günümüz postmodern tüketim toplumunda özellikle de kadın birçok alanda özgürlüğüne kavuşmuşsa da güzellik ve çirkinlik gibi değer yargıları üzerinden ayrımcılığa uğrar. Çocuk yaşta Barbie bebeklerle bilinçaltına işlenen tanımlı zayıf kadın modellerinin baskısı kadınları zorlayıcı bir estetik değer yargılarına maruz kalır. Belirlenen ölçülere uymamak norm dışı kabul edilmekte ve toplumsal dışlanmaya neden

olmaktadır. Böyle bir anlayışta estetik cerrahi veya fitness, mucizevi bir dokunuş gibi kutsanır (Sagaert, 2017: 153-172). Güzellik söyleminin yarattığı baskının sonucunda meydana gelen özgüven eksiklikleri piyasa tarafından telafi edilir. Bu sadece kadınları değil, erkekleri de tüketimin kısır döngüsüne sokar (Özgen, 2017: 8). Popüler kültürde güzelin ve çirkinin ne olduğuna dair vurgular sistematik bir baskı unsuruna dönüşerek güzellik sektörünün genişlemesine yataklık etmiş olur.

Le Breton kadının ideal bir güzelliğin baskısı altında kalmasına gerekçe olarak onların seyirlik bir nesne olarak görülmesinden kaynaklandığını belirtir. Özellikle baskın güzellik normları kadını hep ötekinin bakışına bağımlı kılar (Le Breton, 2017: 10). Hele de günümüz gösteri toplumunda öteki sürekli karşıda duran biridir. Moda, reklam, sinema endüstrisindeki ideal beden ölçüleri ve güzellik normları bakılan her aynada görünür olur. Bu ise belirli iktidar ilişkisi yaratır. Onaysa mevcut güzellik endüstrisine eklenmekle alınır (Bilgin, 2015: 310-311). Aynadan kişiye bakan öteki ve onun bakışında beliren kabul olmaksızın bu iktidar işletilemez denilebilir.

Günümüz tüketim kültürü estetik değer yargılarını etik bir ölçü olmaktan çıkarmakta onu tarzların ve görünüşlerin dünyası ile sınırlamaktadır (Watson, 2006: 50). Bu ise, en çok kadınlar üzerinde bir baskıya neden olmaktadır. Ontolojik olarak erkek bedenini kendiliğinden olumlayan düşünce geleneği kadın bedenini eril ölçütlere göre nesneleştirir. Dolayısıyla bu durum kadını ‘genç kalın!’, ‘formda olun!’, ‘güzelleşin!’ gibi cinsel ayrımcılığı körükleyen sloganların gereğine maruz bırakır (Timurtürkan, 2009: 108). Böylece çirkinlik ontolojik bir ilke olmaktan çıkmakta yetersizliğe dayalı bir kusur olmaktadır. Bu yönde eksikliğin giderilmesi işi bir sanata, bedeni hammaddeye, kişiyi de sanatkâra dönüştürür (Sagaert, 2017: 140). Estetik buyruklar, bir yerde bir zorunluluk olarak kadına dayatılmış olur.

Kadını güzellik mitine endeksleyen toplumsal ve kültürel atmosferi psikanalitik açıdan inceleme konusu yapan çalışmalar, Lacancı perspektiften hareketle ‘bütüncül zevkten’ kaynaklı eksiklikle bu bağımlılığı açıklarlar. Onlara göre kadın bu eksikliğin güzellikle tamamlanması gereken parçasıdır. Eksiklik ithamı ve baskısı altında yeşertilen beden memnuniyetsizliği, güzelliği bir baskı unsuru haline getirir. Psikiyatrinin bu yaklaşımını yedeğine alan popüler, kültür kadını önbelirlenmiş güzellik ölçülerine hapseder. Kadınların erkeklere oranla bedenlerinden daha az memnun olduğuna dair

araştırmalarsa tespit edilen gerçeği kanıtlar. Başka bir araştırmanın sonucuna göre de yeme bozukluklarına en çok kadınlarda rastlanması ifade edilenleri pekiştirir mahiyettedir. İzmir ve çevresinde 736 kişi ile yapılan görüşmenin sonucuna göre bedenlerini tombul, şişman, yuvarlak gibi olumsuz sıfatlarla değerlendirenlerin çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. Bu ifade edilenler artık erkek bedeni için de geçerlidir (İnceoğlu-Kar, 2010: 67-83; Oğuz, 2005: 33). Kadını bir eksiklikle kodlayan güzellik sektörü, tamamlanma ihtiyacını karşılamadan bir gerilim içerisinde tutar. Bu ise kadını küreselleşen güzellik söylemine maruz bırakır (Pacteau, 2005: 16-17). Bu sadece Batı ve Anglo-Amerika’da olan biten bir şey değildir. Buralarda üretilen güzellik ikonları Batı dışı toplumlara dayatılır (Soyşekerci, 2011: 334). Bugün yapılan estetik ameliyatlarda tercih edilen yüz modellerinin çoğunun Batı merkezli olması bir tesadüf değildir.

Tabii ki bu; bilimin yardımı, teknolojinin imkânı ve yeni kültür araçlarının katkıları ile mümkün olmaktadır. Bourdieu tüketim eylemlerini yönlendirebilme becerisine sahip modacı, reklamcı, imaj üreticileri, dergi editörleri gibi yeni kültür araçlarının bu süreçte daha etkin olduğunu belirtir. Bu uzmanlar, küreselleşen dünyanın imaj vaizleridir (Köse, 2010: 227). Güzelliğin sosyal bir inşa olduğunu vaaz eden bu araçlar, güzel olmayı ihtimal dâhilinde bireyin sorumluluğunda görürler. Yine de güzelliğin bu ‘eşik bekçileri’, meşru olanı belirleyerek kolektif kanaatleri oluştururlar (Kawamura, 2016: 139-140). Reklam, moda ve sinema endüstrisinin değer yargıçları sürekli değiştirdikleri beğeni yargıları ile kadın ve bedenini daha fazla tüketim nesnesi haline getirirler. Dolayısıyla eşsiz bir görünüme kavuşma çabası, piyasanın alanını genişleten bir şeye dönüşür. Bu, ‘birkaç değişiklikle sen de güzel olabilirsin’ çağrısıyla yapılır (Niedzwiecki, 2011: 40). Çünkü bu toplum gösteri üzerinden kapitalizme alan açar. Bunu görünmeye değer olan her şeyi iyi, iyi olan her şeyi de görünür kılarak yapar (Debord, 2016: 35). Görünürlüğü varlık meselesi haline getiren gösteri toplumu güzelliği de endüstriyel bir malzeme haline getirir. Bireyin güzellik üzerinden bedenini takıntı haline getirmesi ayrıca sağlık ile güzellik sektörünün işbirliğinden kaynaklanır. Bugün güzellik dair birçok öneri sağlık adı altında kitlelere ulaştırılır.

Çirkinlik ve güzellik, sağlığın konusu haline getirilerek yeni türde hastalıklarla ilişkilendir (Sontag, 2015: 137). Sağlık, bu anlamıyla bir değerden öte güzelliğe eklenen bir formdur (Baudrillard, 2004: 178). Böylelikle güzel ve bakımlı bir görüntü, sağlıklı

olmanın ifadesi olarak okunur (Nazlı, 2009: 66). Bu, sosyal bilimler alanında tıbbi yönelik sorgulamaları da gündeme getirir. Yani tıbbileştirme (medikalizasyon) eleştirisi konusu olmaktadır. Onun insan sağlığı üzerinden manipülatif bir güç olduğu belirtilir. Çünkü tıp, hastalık kavramının kapsamını genişletir, yeni hastalıklar üretir ve kendisini bunları onarmakla yükümlü kılar (User, 2010: 143). Sosyal olarak inşa edilen tıp, normal ve anormalin ölçülerini sürekli güncelleyerek bedeni bir işlem nesnesi haline getiren sağlık gasbı ile (Ilich, 2017: 38-40; Turner, 2017: 240) iktidar alanını genişletir

Gösteri toplumu, sağlık ile hastalık, güzellik ile çirkinlik, doğru ile yanlış arasındaki belirsizliği artırmakta olan bir dezenformasyon toplumdur (Debord, 2016: 199). O, parçalı mesajlarla bedeni sarar ve onu sürekli manipüle eder (Watson, 2006: 50). Haliyle bu durum beden ile kurulacak olan ilişkisinin niteliğini de belirler. Dezenformasyon toplumunda bedene yönelik yeni türde kaygılar ortaya çıkar ve bunlar zamanla bir hastalık olarak görülür. Örneğin dış görünüşü takıntı haline getiren günümüz toplumu, saplantısına eş hastalıklar da üretir. Anoreksiya Nervosa (anormal bir zayıflıkla kendini gösteren ciddi yeme bozukluğu) ile beden dismorfik sendromu (kişinin vücudundaki görünümle ilgili hayali bir kusur ile aşırı ölçüde uğraşıp durmasıyla belirgin bir klinik fobi) akla gelen ilk örneklerdendir. Bu hastalığa yakalananlar, dış görünüşleri üzerinden çeşitli fobiler üreterek bedenlerini tiksindirici görürler (User, 2010: 141-143). Anoreksiya Nervosa ve beden dismorfik sendromu tüketim toplumunda artan beden takıntısı ile ilgili hastalıklardır.

Popüler kültürün ana ilgilerinden olan sağlıklı yaşama dair söylemlerin çoğu tüketim adına yapılır. Bauman, sağlıklı ve zinde beden kavramlarını modern ve postmoderne özgü bir ayrımla ele alarak mevcut durumu açıklar. Ona göre ‘sağlıklı beden’, üretimi önceleyen modern toplumun, ‘zinde beden’ ise tüketimi önceleyen postmodern toplumun ölçüsüdür. Ona göre “zinde beden”, postmodern toplumda her türlü mal ve sembolü tüketebilecek bir arzu üssüdür (Dağdaş-Erol, 2009: 186). Bu şekilde beden, sağlıklı yaşam düsturu üzerinden hiç olmadığı kadar tüketim toplumuna bağlanmakta ve onunla görünür olmaktadır (Cirhinlioğlu, 2011: 404) Dikkat çekici, alımlı bir görünüm ise her daim bir yenilenmeyi gerekli kılar. Buna eşlik eden duygular ise korku, endişe ve depresyondur (Niedzwiecki, 2011: 53). Haliyle forma girme çabası bitimsiz bir yarış çizgisi gibi önümüzde uzanıp durmaktadır. Hedefe ulaşmaksa mümkün değildir.

Beden üzerinden varlığını, kişiliğini, yaşam tarzını ve kimliğini görünür kılma estetik söylemin kontrolünden bağımsız değildir. Mükemmellik kaygısı her şeyden evvel ona karşılık gelen eksikliğin farkına varılmasıyla ilgilidir. Yok yere üretilen kusur ve eksikliklerin giderilmesi için önce ‘Yapabilirsin!’, ardından ‘Yaptırmalısın!’ emri gelir. Bu talimat doğrultusunda beden estetik cerrahinin laboratuvarına taşınmış olur. (Bauman, 2011: 64-65). Söz konusu süreç, bedeni güzellik tanrısına kurban eder. Bu amaçla bedenin kimi yerleri kesilip atılır, kimi yerleri düzleştirilir, kimi yerleri gerdirilir, kimi yerleri sıkılaştırılır, kimi yerleri ise küçültülür (Morris, 2006: 105). Böylece beden ona yönelen geçerliliği ve meşruluğu piyasa tarafından kabul edilmiş, ayartmayı esas bakışların üstüne kurulu olduğu toplumsallığa yakalanır (Bretton, 2014: 53). Beden günümüzde hiç olmadığı kadar hem sağlığın hem de güzelliğin baskısı altındadır. Güzel, genç, ince, albenisi yüksek, cezbedici bir beden ile sağlık arasında kurulan pozitif korelasyonlar bedeni nihayetinde detaylandırarak bir takıntı nesnesi haline getirir.

İKİNCİ BÖLÜM : BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Araştırmanın ikinci bölümünde katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen verilerin analizi yapılmaktadır. Bu kapsamda betimlenen veriler öncelikle kodlanmakta, sonrasında bir tema altında organize edilmekte ve nihayetinde değerlendirilip yorumlanmaya çalışılmaktadır. Söz konusu çalışmada yer alan katılımcıların kimlikleri özel hayatın gizliliği kapsamında gizli tutulmakla birlikte kendilerinden müstear isimlerle bahsedilmekte, karşılarında belirtilen demografik bilgiler de doğru verilmektedir. Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim, medeni, mesleki durumları ve fitness dışında yaptıkları diğer sportif faaliyetler aşağıda gösterildiği gibidir:



Tablo 2.1: Kadın Katılımcıların Demografik Bilgileri

No	İsim	Yaş	Eğitim Durumu	Medeni Hali	Meslek
1	Seda Hanım	21	Lisans Devam	Bekâr	Çalışmıyor
2	Mehtap Hanım	22	Lisans Devam	Bekâr	Çalışmıyor
3	Meltem Hanım	23	Ön Lisans	Bekâr	Serbest Meslek
4	Tülay Hanım	23	Lisans Devam	Bekâr	Çalışmıyor
5	Aslı Hanım	25	Lisans	Bekâr	Muhasebeci
6	Beren Hanım	25	Lisans	Bekâr	Hemşire
7	Funda Hanım	25	Lise	Bekâr	Kuaför
8	Ayça Hanım	25	Lisans	Bekâr	İç Mimar
9	Nuray Hanım	26	Lisans	Bekâr	Sigortacı
10	Tuba Hanım	28	Lisans	Bekâr	Öğretmen
11	Ebru Hanım	28	Lisans	Bekâr	Banka Personeli
12	Ayşe Hanım	29	Lise	Bekâr	Çalışmıyor
13	Gülten Hanım	29	Lisans	Evli	Memur
14	Nermin Hanım	29	Lisans	Evli	Serbest Meslek
15	Nilay Hanım	32	Lisans	Evli	Öğretmen
16	Selin Hanım	34	Lisans	Evli	Öğretmen
17	Müjgan Hanım	40	Yüksek Lisans	Bekâr	Öğretmen
18	Senay Hanım	46	Yüksek Lisans	Evli	Öğretmen
19	Zeynep Hanım	48	Lise	Evli	Ev Hanımı
20	Sevda Hanım	48	Lisans	Bekâr	Öğretmen

Tablo 2.2: Erkek Katılımcıların Demografik Bilgileri

No	İsim	Yaş	Eğitim Durumu	Medeni Hali	Meslek
1	Yusuf Bey	19	Lise	Bekâr	Çalışmıyor
2	Murat Bey	20	Lise	Bekâr	Çalışmıyor
3	Mustafa Bey	21	Lisans Devam	Bekâr	Çalışmıyor
4	Ali Bey	23	Lisans Devam	Bekâr	Çalışmıyor
5	Barış Bey	24	Lise	Bekâr	Serbest Meslek
6	Ercan Bey	25	Lise	Bekâr	Esnaf
7	Burak Bey	25	Lisans	Bekâr	Göv. Görevlisi
8	Mehmet Bey	26	Lise	Bekâr	Serbest Meslek
9	Onur Bey	26	Lisans	Bekâr	Esnaf
10	Özcan Bey	27	Lisans	Bekâr	Antrenör
11	Serhan Bey	28	Ön Lisans	Bekâr	Serbest Meslek
12	Cemil Bey	30	Ön Lisans	Evli	Memur
13	Nazım Bey	32	Lisans	Bekâr	Öğretmen
14	Akif Bey	33	Lise	Bekâr	Esnaf
15	Hasan Bey	35	Lisans	Evli	Öğretmen
16	Okan Bey	36	Lisans	Bekâr	Mimar-Müh.
17	Erkan Bey	39	Lisans	Bekâr	Öğretmen
18	Zeki Bey	40	Ön Lisans	Evli	Tekniker
19	Metin Bey	44	Lisans	Evli	Öğretmen
20	Mahmut Bey	54	Ön Lisans	Evli	Memur

Tablo 3.1: Kadın Katılımcıların Ek Olarak Yaptıkları Sportif Faaliyetler

No	İsim	Yaş	Ek Olarak Yaptığı Sportif Faaliyetler
1	Seda Hanım	21	Yürüyüş +Voleybol
2	Mehtap Hanım	22	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik
3	Meltem Hanım	23	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik
4	Tülay Hanım	23	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik + Yüzme
5	Aslı Hanım	25	Yürüyüş + Yüzme
6	Beren Hanım	25	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik + Yüzme
7	Funda Hanım	25	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik + Yüzme
8	Ayça Hanım	25	Kick Box +Yürüyüş
9	Nuray Hanım	26	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik
10	Tuba Hanım	28	Yürüyüş + Yüzme
11	Ebru Hanım	28	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik + Yüzme
12	Ayşe Hanım	29	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik
13	Gülten Hanım	29	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik + Yüzme
14	Nermin Hanım	29	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik + Yüzme
15	Nilay Hanım	32	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik
16	Selin Hanım	34	Yürüyüş + Evde Kültür Fizik + Yüzme
17	Müjgan Hanım	40	Doğa Yürüyüşü + Yüzme
18	Senay Hanım	46	Yürüyüş + Yüzme
19	Zeynep Hanım	48	Yürüyüş + Yüzme
20	Sevda Hanım	48	Kayak + Yüzme

Tablo 3.2: Erkek Katılımcıların Ek Olarak Yaptıkları Sportif Faaliyetler

No	İsim	Yaş	Ek Olarak Yaptığı Sportif Faaliyetler
1	Yusuf Bey	19	Yürüyüş + Futbol
2	Murat Bey	20	Boks
3	Ali Bey	23	Futbol
4	Mustafa Bey	23	Futbol
5	Barış Bey	24	Boks
6	Ercan Bey	25	Yürüyüş + Futbol
7	Burak Bey	25	Yürüyüş + Futbol
8	Mehmet Bey	26	Yürüyüş + Futbol
9	Onur Bey	26	Yürüyüş + Futbol
10	Özcan Bey	27	Yürüyüş + Boks
11	Serhan Bey	28	Yürüyüş + Futbol
12	Cemil Bey	30	Yürüyüş+Futbol
13	Nazım Bey	32	Yürüyüş + Futbol
14	Akif Bey	33	Yürüyüş
15	Hasan Bey	35	Yürüyüş + Futbol
16	Okan Bey	39	Yürüyüş
17	Erkan Bey	39	Voleybol
18	Zeki Bey	40	Yürüyüş + Futbol + Voleybol
19	Metin Bey	44	Yürüyüş + Futbol+Voleybol
20	Mahmut Bey	54	Yürüyüş

2.1. Katılımcıların Mevcut Beden Algıları ve İdeal Beden Algılarının Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması

Bir insanın kendi bedeni hakkında vardığı olumlu veya olumsuz değerlendirmelerin tamamına beden algısı adı verilir. Beden algısı kişinin kendi bedenini nasıl tasavvur ettiği veya nasıl bir modele göre inşa etme isteğiyle şekillenir. İdeal tasarılar ise akran grupları, aile ve akraba çevresi gibi yakın çevreden başlayarak popüler olan sporcu, sanatçılar, artisler, aktrisler, mankenler gibi ikonların beden algılarından etkilenerek oluşturulur. Bir model olarak zihinde beliren tasarılar kişiyi kendi bedeniyle karşılıklı bir ilişkiye sokar. Eğer vücut ideale uygun olduğu düşünüldüğünde beden algısı olumlu, değilse olumsuz algılanır. Bu ise beden memnuniyetin en temel ölçülerinden biridir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde kısaca kendi bedenlerini nasıl algıladıkları ve nasıl bir forma göre biçimlendirmek istedikleriyle ilgili birtakım tanımlama yapmaları istendi. Söz konusu tanım üzerinden belirli bir tasarıya göre bedenlerini inşa edenlerin ne tür bir modeli esas aldıkları, bunun küresel çapta baskın bir hale gelen bedensel formlarla bir ilişkisinin olup olmadığı hakkında ön bir bilgi edinmeyi amaçladık. Bu vesileyle, katılımcıların hem kendi bedenleri hem de karşı cinsteki insanların bedenleri hakkında ideal düzeyde nasıl bir algıya sahip olduklarını da öğrenmeye çalıştık.

2.1.1. Kadın Katılımcılara Göre İdeal Kadın Bedeni ve Mevcut Beden Algıları

Kadın katılımcılardan bazılarına sorulan “İdeal bir kadın bedenini nasıl tanımlarsınız?” ve “Mevcut bedeninizi nasıl görüyor ve değerlendiriyorsunuz?” sorularına karşılıklı olarak verilen cevaplar şöyle olmaktadır:

Tablo 4.1: Kadın Katılımcıların İdeal ve Mevcut Beden Algıları

İdeal Beden Algıları	Mevcut Beden Algıları
Nilay Hanım (32), “İdeal bir kadın bedeninin ince bir bele, uzun bir boyuna ve ona uygun bir kiloya sahip olması gerekir.”	“Uzun boylu değilsem de kilomun boyuna uygun olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca belim tam değilse de istediğim incelikte.”

Seda Hanım (21), <i>“Basenler çok geniş olmaması, bacakların ince ve uzun olması, bel ölçülerinin omuz yapısına göre belirli bir incelikte olması gerekir.”</i>	<i>“Basen kısımlarımda hafif bir inceleme gözlemleyebiliyorum. Bacaklarım boyumla, bel kalınlığı da omuzumla orantılı şekildedir.”</i>
Mehtap Hanım (22), <i>“Çok etli ve butlu, kocaman bir görüntünüz yoksa biraz beliniz ince, fit ve uzun bir görüntü iyi bir ölçüdür.”</i>	<i>“Hafif bir bel kısmımda yağlanma var ama çok değil. Bir kadına göre çok da kısa sayılmasam da uzun boylu biri olmak isterdim.”</i>
Ebru Hanım (28), <i>“Boyla orantılı bir zayıflık, sırt ve omuz bölgesinin daha dik olması, basenlerin çok ince değil de boy ve kilo ile uyumlu bir yapısı olmalı.”</i>	<i>“Basen ve bel kısımlarımda yağlanma var. Göbekten dolayı omuzlarım küçük görünüyor.”</i>
Ayşe Hanım (29), <i>“İnsanı kendisine iyi hissettirecek kadar bir görünüm idealdir.”</i>	<i>“Eskiye oranla daha zayıfladığımı görebiliyorum. Yani eskiye kıyasla çok daha iyi ama biraz daha zayıflarsam daha güzel olur.”</i>
Müşgan Hanım (40), <i>“Fit ve uygun zayıflık diye tanımlayabilirim. Doksan altmış doksan olma gibi bir tanımda bulunamam. Bireysel olarak aynaya baktığım zaman istediğim kıvamda mıyım, değil miyim ona bakarım. O benim için önemli. Çok zayıflığı sevmem.”</i>	<i>“Kilolarım var ama öyle çok da rahatsız edecek düzeyde değil.”</i>
Tuba Hanım (28), <i>“Kadıncadan kadına değişen bir şeydir her kadının boyuna ve kilosuna farklılaşır yani şöyle genel bir tarif zor gibi.”</i>	<i>“Kilomla boyum arasında sırtacak düzeyde bir orantısızlık olmasa da belimin biraz daha incelmesine ihtiyacı var gibi”</i>

Meltem Hanım (23), “Kişiyeye göre değışir. Ama vücudun birbirine göre ölçülü bir uyumda olması önemlidir. Örneğın boy kısa kilo fazlaysa kötü bir görüntü ya da basenler çok geniş bel inceyse o da kötü bir görüntüdür.”	“Eskiden kilomla boyum birbirine istediğım ölçüde uygun değilse de şu an birbirine eskiye nazaran daha uyumlu diyebilirim”
Tülay Hanım (23), “Omuz kısmı daha dik, bel ince, uzun bacak ve boy idealdir.”	“Özellikle kış aylarında sırt ve göbek kısmımda bir yağlanma oluyor.”
Aslı Hanım (25), “Kesinlikle göbek ve yağ oranı düşük olmalı, daha narin bir görünüm iyi ve yeterlidir.”	“Biraz daha çalışmakla vücudumun belirli bölgelerindeki yağ oranını azaltabilirim. Eskiye göre daha iyi hissediyorum kendimi.”
Funda Hanım (25), “Bana göre kişinin aynadan kendi beğenmesi yeterdir diye düşünüyorum.”	“Hafif kilo alınca her yerden alıyorum. Basen ile göbek kısımlarımı biraz daha incilmesi gerekir.”
Zeynep Hanım (48), “Dayanıklı, sağlam ve sağlıklı bir vücut her şeyden daha önemlidir.”	“Bir dönem ara ara kilolarım artıyor olsa da şu an daha iyi görüyorum kendimi. En azından daha hareketli ve esnek bir vücuda ulaştığımı söyleyebilirim. Bunu eski fiziksel halimle karşılaştırarak söylüyorum.”
Beren Hanım (25), “Çok yağlı, çok göbekli olmasın fit ve ince bir beden ideal bir bedendir.”	“Kendimi kilolu görmesem de biraz daha fit ve ince bir görüntüye sahip olmayı isterim.”

Nuray Hanım (26), “Ortalama bir ölçü belirlemek zor olsa da bence kişinin kendisini nasıl görmek istediği ile ilgili bir şeydir.”	“Şu an için halimden memnunum. Biraz da bunu korumak için fiziksel aktivitelerimi yapıyorum”
Selin Hanım (34), “Hareket kabiliyeti iyi ve sağlıklı bir vücuda sahip olmak yeter artar bile.”	“Kilolarım olsa bile spora başlamakla birlikte daha rahat hareket ettiğimi söyleyebilirim. Böyle devam edersem daha iyi olacak gibi”
Ayça Hanım (25), “Kişiden kişiye, kadından kadına göre değişiyor. Ama hafif bir basen, biraz fit, ince bir bel, hafif bir kas, biraz böyle toplu olsun yeter. Çok abartılı kas sevmem”	“Her geçen gün daha iyi olan birini aynada görüyorum.”
Sevda Hanım (48), “Boyuna göre yerinde bir zayıflık ama ince bir bel.”	“Dış görünüşümden memnunum. Dışarıdan gelen dönütlerde beni doğruluyor. Ben de öyle olduğuna inanıyorum. Yaşıma rağmen iyi bir fiziğe sahip olduğumu düşünüyorum.”
Senay Hanım (46), “Biraz daha ince belli olmayı isterdim.”	“Yaşıma, boyuma ve kiloma göre fiziksel halimden memnunum. İki çocuk annesi olmanın vermiş olduğu dezenformasyona rağmen gayet iyiyim. Daha iyi de olabilirdim. Daha iyi olma düşüncesi vardır ya o bakımdan.” şeklinde cevaplar verildiği tespit edilmektedir.

İdeal bir kadın bedeni tarif ve tanımlarına bakıldığında söz konusu yanıtları dörde ayırabiliriz. Kadın katılımcılar, ideal kadın bedenini birinci olarak “ince, zayıf, fit ve zarif” gibi sıfatlarla; ikinci olarak vücut uzuvlarının bedene olan oranıyla; üçüncü olarak sağlık, hareket kabiliyeti ve zindelik açısından; dördüncü olarak ise kişinin kendini nasıl hissettiğiyle ilgili öznel bir değerlendirmeye tarif etmektedirler. İlgili kategorilerden

hareketle katılımcılar arasında farklı ölçü ve beklentilere göre tarif yapıldığı gözlemlenebilir.

2.1.2. Kadın Katılımcılara Göre İdeal Erkek Beden Tarifi

Kadın katılımcılara “Yakışıklı ve ideal ölçülerde bir erkek bedenini nasıl tarif edersiniz?” sorusunu genel anlamda cevaplamakta çekindikleri görülmüşse de ilgili birkaç değerlendirme aşağıdaki gibidir:

Tülay Hanım (23), *“Nasıl desem bilemiyorum ki. Böyle kaslı, uzun boylu, geniş omuzlu olmak bir erkeği yakışıklı gösterir gibi. Kendine bakması şartıyla tabii...”*

Mehtap Hanım (22), *“Göbekli ve kel olmasın, boyu uzun olsun. Biraz saçına, başına, giyimine dikkat etse uygundur.”*

Beren Hanım (25), *“Bir kadın kendine yakıştırıyorsa yani kendine uygun olduğunu düşünüyorsa o erkek onun için yakışıklıdır.”*

Seda Hanım (21), *“Fit bir görünüme sahip olması, temizliğine dikkat etmesi, kendine bakması erkeği yakışıklı yapar.”*

Ayşe Hanım (29), *“Bir kadın bir erkeği yakışıklı buluyor ve beğeniyorsa bence tamamdır.”*

Tuba Hanım (28), *“Derler ya boyu boyuna posu posuna öyle işte. Bir çift birbirine uyuyorsa ideal olan odur.”*

Sevda Hanım (48), *“Kesinlikle bakım, temizlik, şık bir giyim bir erkeği yakışıklı gösterir.” şeklinde cevaplar verildiği gözlemlenmektedir.*

İlgili değerlendirmelere bakıldığında kadın katılımcıların önemli bir kısmı ideal ölçülerde bir erkek bedeni ile ilgili bir tarifte bulunmadıkları, bunun kişinin öznel beğeni yargılarıyla ilgili bir kıstas olduğunu belirtmektedir. Kimi kadın katılımcılarsa yakışıklı bir erkeği kişisel bakım, giyim ve temizlik ölçütleriyle, kimiye boy uzunluğuna, omuz genişliğine ve kas yoğunluğuna göre değerlendirdikleri görülmektedir.

2.1.3. Erkek Katılımcılara Göre İdeal Erkek Bedeni ve Mevcut Beden Algısı

Erkek katılımcılardan bazılarına sorulan “İdeal erkek bedenini nasıl tanımlarsınız?” ve “Mevcut bedeninizi nasıl görüyor ve değerlendiriyorsunuz?” sorularına karşılıklı olarak verilen cevaplar şöyle olmaktadır:

Tablo 4.2: Erkek Katılımcıların İdeal ve Mevcut Beden Algıları

İdeal Beden algısı	Mevcut Beden Algısı
Yusuf Bey (19), “Uzun boy, kaslı bir vücut, bilekler geniş, kollar kaslı ve şişkin.”	“Daha yeni yeni kendimi toparlıyorum. Böyle devam edersem daha iyi olurum.”
Ali Bey (23), “Zayıf olmamalı, sıkı bir bel, çok üçgen olmamalı, omuzlar belle orantılı bir genişlikte olmalı.”	“Biraz daha kilo alıp kasa çevirmem lazım. Bölgesel çalışıyorum. Kiloyu daha artırabilirsem istediğim şekle sokabilirim.”
Mustafa Bey (21), “Göbek olmayacak, bacaklar ince olmayacak, zayıf olmayacak, iri bir görünüm, sırt kasları hafif belirgin, omuzlar geniş.”	“Şu an istediğim kiloyu almak için çaba sarf ediyorum. İyi bir kilom olursa onu daha rahat kasa çeviririm.”
Ercan Bey (25), “Kaslı ve güçlü biri olmalı.”	“Şimdi istediğim hedefe varmış değilim. Daha çalışmamız lazım.”
Barış Bey (24), “Sırt kasları şişkin olmamalı ama daha sıkı olmalı, bel çok ince şeklinde olmamalı. Böyle bodybuilding tarzı değil yani.”	“Vücudumun üst kısmından memnunum biraz daha bacağıma kuvvetlendirmem lazım”
Cemil Bey (30), “Karın düz ve sık olmalı, bel civarı yağ olmamalı, kollar giydiğin elbiseyi doldurmalı, göğüs hafif şişkin olmalı”.	“Arada bıraktığım için bel çevrem hafif bir yağlanma var. Kollarımda kas yoğunluğunda da hafif bir azalma var. İdare eder yine de.”
Hasan Bey (35), “Ben böyle hareket kabiliyetimi artırabileceğim bir vücuda ek	“Şu an eskiye nazaran hem kilomda bir azalma hem de karın bölgede

<i>olarak giydiğin elbisenin üzerine istediğin gibi oturması ile tanımlıyorum.”</i>	<i>yağlanmanın azaldığını görüyorum. Devam edebilirsem daha iyi olur gibi.”</i>
<i>Mehmet Bey (26), “Çok üçgen bir görüntü iyi değil baştan söyleyeyim. Fit bir vücut idealdir.”</i>	<i>“Benim omuzlar biraz bel çevreme göre çok daha geniş gibi hem kilo alıp hem de yağlanmamak için arayış dengelemem lazım.”</i>
<i>Nazım Bey (32), “Herkesi göre değişir ama bana göre aynadan kendine bakarken memnunsan tamamdır bence.”</i>	<i>“Şu an halimden memnunum. Az daha omuz kaslarımı güçlendirmeye ihtiyacım var gibi”</i>
<i>Erkan Bey (39), “Tam şöyle olsun böyle olsun diyemem. Ama görsel olarak göze hoş gelse yeterlidir. Vücut genel anlamda orantılı olmalıdır.”</i>	<i>“Aynaya baktığımda öyle memnum olmayacak gibi değildi ama niye daha iyisi olmasın derdim.”</i>
<i>Okan Bey (36), “Böyle yarışmacıların tipi gibi olmasa da çok hafif bir üçgen bir vücut isterim. Dediğim gibi öyle abartılı bir vücut istemem. Böyle her bölgesi birbirileri ile uyumlu bir şekilde şekillenmiş bir vücudum olmasını isterim.”</i>	<i>“Kollarım istediğim kalınlıkta değil. Sırt ve karın bölgemde bir yağlanma var. Ama spora başladığımdan beri kollarım biraz daha kalınlaşmış, yağ oranımda bir azalma olmuştur diyebilirim.”</i>
<i>Onur Bey (26), “Daha derli toplu görünse iyidir. Yani bacak, bel, göğüs ve omuz ölçüleri birbirini tamamlayacak şekilde olmalıdır. Uyumlu görünsün isterim.”</i>	<i>“Arada bıraksam daha iyi olur gibi. Ama şu an daha iyi hissediyorum kendimi. En azından halimden memnunum diyebilirim.”</i>
<i>Burak Bey (25), “Eğer ideal bir erkek bedeni için yüzde yüzlük bir ölçü üzerinden mevcut durumuma seksen beş puan verebilirim. Bu da fitness tabiriyle üçüncü sınıf bir vücuttur.”</i>	<i>Hedefim doksan iki ya da doksan üç puan almaktır. Bu ise biraz daha kilo alıp hacim büyütüp kas kütlemini artırmaktır.</i>

Erkek katılımcılardan alınan verilere göre ideal bir erkek bedeninin üç şekilde tanımlandığı görülmektedir. Çoğunluk, ideal bir erkek bedenini “geniş omuz, dar bel,

uzun boy, sıkı bir bel” gibi daha nicel bir şekilde tarif etmektedir. Bir kısım daha öznel ifadeler kullanmaktadır. Daha doğrusu ideal bir erkek bedeni beğeni yargılarına göre yani kişiden kişiye değişebilir bir şey olarak tanımlanmaktadır. Bir kısmı da ideal erkek bedenini vücut uzunlarının beden bütünlüğüne oranına göre betimlemektedir.

2.1.4. Erkek Katılımcılara Göre İdeal Kadın Beden Tarifi

Erkek katılımcılara yöneltilen “İdeal bir kadın bedenini nasıl tanımlarsınız?” sorusu şu şekillerde cevaplanmaktadır:

Yusuf Bey (19), *“Beli ince olsun. Şişman olmasın. Yüzü de hoşuma giderse benim için idealdir.”*

Mustafa Bey (21), *“Çok cılız olmamalı. Geniş basenleri olmasın. Uzun boylu olsun. Başka da yüzü güzel olsun tabii.”*

Ercan Bey (25), *“Kesinlikle boyu uzun olmalıdır. Bel ince, öyle ince derken çok da zayıf olmamalı.”*

Barış Bey (24), *“Herkes kendine göre birini sevebilir. Bana güzel olan başkası için çirkin olabilir.”*

Cemil Bey (30), *“Vücudu orantılı olmalı bence. Boyu kısa ve kilolu olması kötüdür. Uzun boylu ama çok da zayıf olmasın.”*

Mehmet Bey (26), *“Boynu da boyu da uzun olsun. Şişman olmasın. Çok zayıf da değil yani. Hafif balıketli derler ya. Öyle olmalı.”*

Nazım Bey (32), *“İdeal bir kadın bedeni herkes için aynı değildir. Her insanın beğeni tarzına göre değişir. İllaki bir tarif de bulunacaksam orta düzeyde bir yüz güzelliği, dengeli bir vücut...”*

Erkan Bey (39), *“Tanımana bağlı olarak değişir. Eğer ilk izlenim dersiniz yüzü, gözü ve fiziksel görünümün hoşuna gitmesi gerekir. Önemli olan etkili bir dış görünüştür. Bu da herkese göre değişir.”*

Onur Bey (26), *“Boyunun uzun olmasını isterim. Çok çıta gibi olmasa da belinin ince, omuzlarının boyuna uygun bir orantıda olmasını isterim.”*

Nazım Bey (32), “Ben yüz güzelliğine önem versem de kesinlikle kilolu olmamasını isterim. Çok geniş ve kocaman bir yapıda bayanları güzel bulmam.”

Okan Bey (36), “Kendim gibi uzun boylusunu isterim. Yanımda çok kısa olmasını istemem. Çok kilolu istemem ama boyuna uygun bir kiloda olmalıdır.”

Erkeklerle göre de ideal bir kadın bedeni şöyle bir tipolojiye sınıflandırılabilir: Bir kısım katılımcı ideal kadın bedenini “ince bel, zayıf, balık etli, uzun boy” gibi nicelik bildiren sıfatlarla; bir kısmı uzuvların bedene oranına göre; bir kısım da kişisel beğeni yargılarına göre betimlemektedir. Genel anlamda mevcut ve ideal beden beden algıları üzerine alınan bu kısa verilerin birçok yerde katılımcıların bedenlerini nasıl ve ne şekilde inşa ettikleriyle ilgili daha açıklayıcı betimlemeleriyle uyduğu görülmektedir. Ayrıca bu verilerin, küresel çapta revaçta olan beden ölçüleriyle paralellik arz ettiği tespit edilmektedir.

2.2. Cinsiyetlere Göre Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenme

TDK sözlüğünde “görüp beğendiği, hoşlandığı bir şeyi edinme, yiyeceği yeme ya da eylemi yapma isteği duymak”, “beğendiği bir kimseye ya da şeye benzemeyi çok istemek.” veya “aynı hali şiddetle arzu etmek.” anlamlarına gelen imrenme duygusu bir kişinin beğendiği, takdir ettiği kişiye benzemek isteğini ifade eder. Bu kimi zaman daha üzüntü, öfke ve nefret gibi bir duygularla kıskançlığa dönüşebilse de salt imrenme duygusu başkalarının sahip olduğu bir şeyin olmamasını gerektirmez. İmrenme mutedil bir düzeyde kişinin kendisinde eksikliğini hissettiği bir şeye sahip olmaz arzusu olarak tanımlanabilir. Söz konusu duygu, başkalarında olan ama kişi açısından bir eksiklik olarak görülen her hangi bir şeye sahip olamamaktan kaynaklanır. İlgili duyguya mal, mülk, makam, gelir durumu, hayat tarzı gibi şeyler kaynaklık ettiği gibi dış görünümde edebilir. Yani bir insanın güzelliği, saçı başı, kaşı gözü, boyu posu gibi bedensel özellikleri de imrenme duygusuna neden olabilir. Dolayısıyla bedenlerini belirli bir forma göre biçimlendirmek isteyen katılımcıların beden algılarını başka insanların bedensel görünümlerinden ne derece etkilendikleri önemli görünmektedir. Bu cihetten katılımcılara farklı bağlamlarda yönelttiğimiz çeşitli sorular üzerinden beden algılarının başka insanların görünümü ile karşılaştırmak suretiyle nasıl ve ne şekilde şekillendiği önemli olmaktadır.

2.2.1. Kadın Katılımcıların Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenmesi

Genel anlamda “Çevrenizde ya da televizyon programlarında fiziksel görüntüm keşke bunun gibi olsaydı diyebileceğiniz birileri var mı?”, “Varsa bu spora gelmenizi ne derecede belirliyor?” sorularına verilen yanıtlar karşılıklı olarak şöyle aktarılmaktadır:

Tablo 5.1: Kadın Katılımcıların Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenmesi ve Sportif Faaliyetlerini Belirlemedeki Rolü

Kadın Katılımcıların Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenmesi	İmrenmenin Belirleyici Etkisi
Seda Hanım (21), “ <i>Lise dönemlerimde beden eğitimi dersimize giren bayan bir hocamız vardı. Boyu, duruşu ve yürüyüşü aklıma geldikçe onun gibi bir vücuda sahip olmak isterdim.</i> ”	“ <i>Ona benzemek için spor yaptığım söylemesem de öyle olmasını isterdim.</i> ”
Mehtap Hanım (22), “ <i>Uzaktan bir akrabamız vardı. Kız spora falan da gitmiyordu. Doğal bir güzelliği ve endamı vardı. Belinin inceliği ve boyunun uzunluğu insana keşke benim de böyle bir fiziğim olsaydı dedirtiyordu.</i> ”	“ <i>Hususi ona benzemek için spor yapmıyorum. Ama çabam onun gibi olmama sebep olursa daha iyi olur.</i> ”
Nilay Hanım (32), “ <i>Çevremde değil de mesela ben Ebru Şallı gibi vücut hatlarımın olmasını isterim.</i> ”	“ <i>Spora yeniden başlamam da onun etkisi var diyebilirim.</i> ”

Tuba Hanım (28), “Öyle şu ya da budur diyebileceğim biri aklıma gelmese de bazı kadınların güzellikleri, boyları falan insanı teşvik edebiliyor.”	“Her ne kadar işte ona ya da buna benzemek için salona gitmiyorsam da her kadın böyle birine benzemek isteyebilir veya ona benzemek için çaba sarf edebilir.”
Tülay Hanım (23), “Doğrusu bazı daha güzel kadınların beden ölçülerine sahip olmak isterdim. Tabii boynu ya da bacağını uzatmak mümkün değilse de en azından omzumu hafif genişletilip belimi inceltmek isterim.”	“İnsanın bazen aklına gelmiyor değil. Aynadan bakınca ben de böyle olabilirim diyebiliyorsunuz.”
Ayşe Hanım (29): “Güzellik bakımından değil de etrafımda daha rahat hareket edebilen daha sportif kadınları görünce onlar gibi olmak içimden geçmiyor değil.”	“Sırf sportif birine benzemek için değil de onun gibi daha rahat hareket edebilmek için spor yaparım.”
Meltem Hanım (23), “Salona gelmediğim zamanlarda youtube üzerinde takip ettiğim pilates hocalarının vücut hatları bana hep güzel geliyordu.”	“İzliyor ve takip ediyorsanız Etkileniyorsunuz.”

Yukarıda yönelttiğimiz sorulara cevap veren kadın katılımcıların çoğunun yakın çevresinden, televizyon programlarından veya sosyal medya uygulamaları üzerinden gördükleri kişilerin dış görünümlerinden etkilendikleri ve bunun fitnessa başlamalarında dolaylı yönden bir etkisi olduğu görülmektedir.

2.2.2. Erkek Katılımcıların Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenmesi

Genel anlamda “Çevrenizde ya da televizyon programlarında fiziksel görüntüm keşke bunun gibi olsaydı diyebileceğiniz birileri var mı?” “Varsa bu spora gelmenizi ne derecede belirliyor?” sorularına verilen yanıtlar kısaca sırası ile şöyle aktarılmaktadır:

Tablo 5.2: Erkek Katılımcıların Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenmesi ve Sportif Faaliyetlerini Belirlemedeki Rolü

Erkek Katılımcıların Başkalarının Fiziksel Görünümlerine İmrenmesi	İmrenmenin Belirleyici Etkisi
Yusuf Bey (19), <i>“Buraya çalışmaya gelen bir tanıdığım var. Uzaktan akrabam sayılır. Onun gibi bir vücuda sahip olsam yeterdir.”</i>	<i>“Ben özellikle de o abimizle çalışıyorum. O beni yönlendiriyor. Nasıl daha doğru çalışabilirim diye bana yol gösteriyor.”</i>
Murat Bey (20), <i>“Boksla da ilgilendiğim için Anthony Joshua gibi bir vücuda sahip olmak isterim.”</i>	<i>“Boyum çok müsait olmasa da onun gibi bir irilik için çaba sarf ediyorum.”</i>
Barış Bey (24), <i>“Pham Woodbridge gibi bir vücudumun olmasını isterim.”</i>	<i>“Çalışırken onu model aldığımı söyleyebilirim.”</i>
Burak Bey (25), <i>“Kendime model olarak ünlü fitness antrenörü Sami Hamidi’yi model alıyorum.”</i>	<i>“Onun vücudunu kendime ölçü olarak alıyorum diyebilirim.”</i>
Metin Bey (44), <i>“Spora başladığım ilk zamanlarda beni en çok motive edenlerin başında resimleri salonun çeşitli yerlerine asılan ünlü fitnessçılardı.”</i>	<i>“O dönemlerde onlara imreniyorduk. Keşke böyle olsaydı vücudum derdim.”</i>
Ali Bey (23), <i>“Çok net olarak birini gösteremem ama buraya daha düzenli gelip spor yapan abilerimiz var. Onları örnek almaya çalışıyorum. Onlar nasıl çalışıyorlarsa ben de öyle çalışıyorum. Daha doğru çalışmak için fikirlerini alırım.”</i>	<i>“Burada daha iyi vücut yapmış abilerimi örnek alıyorum. Sağ olsunlar bize yardımcı da oluyorlar.”</i>
Cemil Bey (30), <i>“Spora başlamam da beni en çok motive eden Spartaküs adlı dizideki gladyatörlerin vücutlarıydı. Onlar gibi olmak için spora başladım.”</i>	<i>“O dönemlerde öyle olmak için geliyordum. Ama şimdi öyle değil.”</i>

Erkek katılımcılarımızın birçoğunun, salonlara düzenli olarak gelen kişilerden ya da popüler sporcu ve modellerden ilham alarak fitnessa başladıkları görülmektedir. Fikirlerini beyan eden katılımcıların beden algıları, bahsi geçen kişilerin fiziksel görünümlerinden etkilenecek şekilde şekillenmektedir. Bahsi geçen kişiler, onlar gibi bir vücuda sahip olmak için fitness yaptıklarını doğrudan aktarmaktadırlar. Öyle ki, birçoğunun onların idman programlarına göre çalıştıkları gözlemlenmektedir. Söz konusu kişilerin beden inşaları, imrenilir bir forma sahip olan kişilere göre şekilleniyor olsa da onların beden algılarını belirleyen faktörlerin, sosyal gerçekliğin prizmasında daha farklı gerekçelerle iç içe geçerek çeşitli duygu, düşünce ve deneyimlerinde ortaya çıkmaktadır.

2.3. Katılımcıların Beden Algıları ve Beden İnşalarının Sosyal Örüntüleri

Son yıllarda beden sağlığına verilen önemin tetiklediği bir dizi kaygıdan kaynaklı olarak fitness salonlarına artan bir ilgiden bahsedilebilir. İlçelerden il merkezlerine kadar birçok bölgede faaliyete geçen daha sağlıklı, formda ve zinde bir yaşam adına kurumsallaşan bu salonların önemini sağlıklı bir yaşam dışında başka nedenlerle de izah edebilir miyiz? Hayat koşullarında artan iyileşmeye rağmen kötü beslenme alışkanlıkları, yükselişe geçen stres, sıkıntıya eşlik eden daha çekici bir görünüm takıntısı insanları çeşitli sportif aktivitelere yönlendirmektedir. Birçok insan hem daha zinde bir bedene hem arzuladıkları ideal bir fiziksel görünüme sahip olma kaygısı ile maddi ve manevi imkânlarını seferber etmektedir. Bu ise, fitness salonları altında aerobik ve vücut geliştirme salonlarına başvuru sayılarını artırmaktadır. Düz bir okuma ile sağlık ve daha çekici bir görünüm için fiziksel aktivitelere artan bir ilgi olduğu söylene de gerekçeler sanıldığı gibi basit olmayıp insan etkileşimleri prizmasında karmaşık bir hal almaktadır. Bunu anlamanın imkânlarından biri bu salonlara gidenlerin beden algılarını etkileyen faktörlerin neler olduğunu bilmekten geçmektedir. Daha doğrusu bunu anlamanın yolu fitness salonlarına gidenlerin bedenleri ile kendileri arasında giren faktörlerin neler olduğunu, bu faktörlerin onları nasıl motive ettiğini veya bunlara ne türden kaygıların eşlik ettiğini öğrenmekten geçer. Dolayısıyla çalışma boyunca katılımcılardan edinilen verilerden hareketle çeşitli temalar altında onların beden algılarını etkileyen nedenlerin sosyolojik analizi yapılmaya çalışılmaktadır.

2.3.1. Bir Simülakr Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi

Katılımcılarla yapılan görüşmeler, beden algısını etkileyen faktörlerin başında televizyon, internet ve diğer sosyal medya araçlarının geldiğini göstermektedir. Bu durum, küresel iletişim teknolojilerindeki artan gelişmelerle ilişkilendirilebilir. Küresel iletişim ağları ve kitlesel ölçekte güç kazanan iletişim araçları zaman ve mekânın sonunu getirerek dünyayı küçük bir köy haline getirmektedir. Küresel bir köy haline ge(tiri)len dünyada artan ve çeşitlenen kitle iletişim araçları, hayatın her alanına nüfuz etmektedir. Özellikle de dijital teknolojilerdeki yenilikler, özel hayatı içine alacak şekilde kuşatmakta ve çevrelemektedir. Söz konusu güç, kişinin bedenine karşı aldığı tutum, düşünce ve duyguları da derinden etkilemektedir. Hele ki bedenini sıkı bir disiplin içerisinde, belirli bir modele göre şekillendirmek isteyenler için bu etki daha bir görünür olmaktadır. Televizyon reklamlarından moda dergilerine, Instagram, Facebook, Twitter gibi sanal âlem uygulamalarından sinema endüstrisine kadar bir dizi platformlarda boy gösteren model, ikon, sporcu, sanatçı, manken ve artis gibi ünlülerin giyimleri, tüketim alışkanlıkları, beden ölçüleri takip edilmekte ve bir özentî içerisinde taklit edilmektedir.

Bauman bu durumu -Foucault'un disiplin toplumuna ilham veren Bentham'ın toplumu bir noktada en ücra köşesine kadar gözetlemeye ve denetlemeye imkân veren teknolojik bir aygıt olan panoptikona gönderme yapan- synopticonla izah eder. Seyredilenlerin çoğunlukta, seyreden azınlıkta; seyredilenlerin hareketsiz, seyredenlerin hareketli olduğu bir düzlemde iş gören panoptikonun gözetleme mantığı günümüz toplumlarında tersine dönmüş gibidir (Bauman, 2010b: 62-63). Örneğin ölçek ve kapsamı alanı genişleyen iletişim teknolojileri ile bir kişinin çok kişiyi gözetlemesi yerini çok kişinin bir kişiyi gözetlemesine bırakmaktadır. Synopticon bu geçiş sürecini imleyen, küresel iletişim teknolojilerinin varlığına işaret eden bir aygıtlar teknolojisidir. İnsanlar, bu vesileyle kendilerinden çok uzakta olan ünlülerin, modellerin, mankenlerin, ikonların yaşam tarzlarını takip etmekle kalmamakta onları yaşamlarında yeniden üretmektedirler. Bu üretim, bir yanılsamanın ötesine geçerek, onu kat ederek bir özdeşim pratiği olarak işler. Bunun en görünür yüzü beden ve bedene dair her türlü etkinliklerdir.

Bedenin yeniden değil, yeni kodlar eşliğinde sembolik bir değer olarak ortaya çıkması ve sahiplenilmesi yirminci yüzyılın ikinci yarısına, yani kitlesel tüketim çağının

doymuş eşiğine gelişinden hemen sonrasına denk gelir. Her başlangıç vurgusu görece olarak problemlili olsa da bu dönemler, aynı zamanda bedenini siyasallaşmaya başladığı zamanlardı. Kitleli ölçekte aynı tip, renk ve modelde, standart üretim yapan üretim mantığının yaşadığı daralmaya eşlik eden bedenini kimlik politikaları ile siyasallaşmaya başlaması, tüketicinin farklı ve özel taleplerini karşılamaya dönük bir üretim modelini hayata geçirdi. Böylece üreticiler müşteri kitlelerinin zevk, tarz, stillerini takibe aldılar. Onlar tüketicilerin bilinç dışı arzularını ürünlerine yönlendirebilmek için kitle iletişim araçlarını daha incelikli çalışmalarla kullanmaya başladılar. Psikoloji, göstergebilim, psikopatoloji, psikiyatri, halkla ilişkiler gibi bilimlerin verilerinden hareketle bireyin tüketim kapasitesini artırmaya dönük kullanışlı usuller geliştirdiler. Post-Fordist üretim modeli olarak da tanımlanan bu üretim sürecinin keşfettiği önemli şeylerden biri bedendi. Dolayısıyla bedenini görücüye çıkması ve kullanışlı bir meta olarak işlenmesi yeni tarz üretimin önemli bir parçası oldu. Bu ise hem felsefe hem sosyoloji alanında yeni fikirleri ortaya çıkardı. Bunlardan biri de Baudrillard'ın alet kutusundaki simülakr, simülasyon ve hiper gerçeklik kavramlarıdır.

Baudrillard'ın ilk olarak "Üretimin Aynası" adlı eserinde kullandığı simülakr "gerçeklikten, ilk örnekten yoksun, gerçeğin yerini alan kopyanın kopyası olan, imaj anlamına gelen simülasyon olayının görüntüsü ve görünümüdür." (Dağ, 2014: 176-177). Taklitin takliti olan simülakrların işgal ettiği yerin önemi ise, yer aldıkları toplumsal yapı ile ilişkisinde anlaşılabilir. Bu vesile ile Baudrillard, Batı'nın toplumsal dönüşüm sürecine de ışık tutabilecek simülakrları üçe ayırır: Birinci simülakr düzeni: "Erken modernlik, Rönesans ile başlayıp Sanayi Devrimi'nin başlangıcına dek uzanan bir dönemdir." Erken modernlik öncesi feodal toplum, sınırları katı normlarla çizilmiş bir kast sistemi ile herkesin sosyal konumunu belirlendiğinden alt sınıfların üstlere öykünmesi imkânsızdı. Yani bir serfin senyörün ya da kontun hayat tarzını taklit etmesi söz konusu değildi. Rönesans ise bir geçiş evresidir. Hız kazanan ticaretle birlikte başlayan sosyal hareketlilik görünür taklitlerin üretildiği ilk evredir. Mermer görünümlü alçı sütunlar, hacimli büstler, asil soy belirtisi tablolar hepsi birden taklit ürünlerdi. Erken modernlik evresinde bir şey aslına yani doğal olana ne kadar benzerse o kadar değer edinirdi. İkincisi modern simülakr düzenidir. Sanayileşmenin burjuvazinin güdümünde olduğu üretim çağıdır. İlk örnekten yoksun sınırsız üretimin yapıldığı bu evrede bir malın değeri "eşdeğerlilik mantığı" ile belirlenirdi. Bu, Marx'ın kapitalizm analizinde merkeze

aldığı metanın değerini belirleyen “değişim” yasasıdır. Üçüncü evre ise “model” ve “kodlar” aracılığıyla her şeyin kopyaya dönüştürüldüğü postmodern simülakr düzenidir. Kitlesele ölçekte üretim yapan kapitalizm bu evrede, yerini post kapitalizme, “ekonomi politik, gösterge ekonomik politığe”, değişim değeri yerini gösterge değere bırakmaktadır. Üçüncü evrede “büyücü şef” olan “kodlar” ve “modeller” bir nesneye esrik anlamlar zerk ederek değer kazandırırılar. Öyle ki, bir ürün saygınlık uyandıran, fark yaratan statü değeri mantık ilkesi ile değerlendirilmeye başlanır (Sarup, 2010: 228-229; Adanır, 2010b: 85-91). Bu ise içinde bulunduğumuz tüketim toplumdur.

Baudrillard’ın Platon’un felsefe tarihinde meşhur olan ideal evren ile görünüşler evreni arasında yaptığı ayırımından hareketle -kapitalist postmodern toplumu izah etmek amacıyla- kullandığı bir kavram olan simülakrlar ve simülasyon (Akay, 2007: 47) yeni türde bir gerçekliğin ifadesi olarak okunabilir. Simülasyon, model ya da kopya olmaksızın bir şeyin gerçeklik kazanmasıdır. Yani “gerçeğin tüm göstergelerine sahip olduğu halde gerçeğin kendisi olmayandır.” (Adanır, 2010a: 312). Örneğin sınırlı bir eşdeğer üretimin mekânı ve zamanı olan kapitalist modern toplumda üretim, bir şeyin aynı değerde aynısından fazlaca üretilmesiydi. Bu üretim sürecinde, kitlesele ve arz yönetimli bir üretim söz konusuydu. Her üretilen gösterenin yani nesnenin gösterilen yani işlevsele değeri ile eşdeğer bir mantıkla senkronize olması gerekiyordu (Bilgin, 2010: 296-298) Sistem Baudrillard’ın küçük harfle ifade ettiğii nesnelerin üretilmesini içermekteydi. Haliyle bu tarz bir üretim gerçekliğı kopyanın kopyası ile gerçekleştirmektedir. Ama böylesi bir üretim mantığı yarattığı doyumla kendisini kendi sınırlarına doğru kaydırmakla kalmamakta içe kapanık bir hâle, yani durma noktasına getirmektedir.

Bu, bir krizin işareti olarak algılandığı için bunun aşılması istenmişti. Her krizi bir fırsata çevirme kabiliyeti olan kapitalizm, ürünün işlevini ikinci plana atan bir üretim modelini hayata geçirdi. Bu, bir nesnenin kullanım değerinden bağımsız, herkesçe anlamlandırılabilir bir kod haline getirilmesini gerektiriyordu. Örneğin Lexus marka bir araba işlevsele ya da kullanım değerinden çok ona iliştilen hız, güç, zenginlik gibi sembollerin tüketiciye kazandıracağı saygınlıkla değeri kazanıyordu. Bu, “tatmin mantığı” ile işlemeyen bir “üretim ve toplumsal gösterenlerin güdümlenmesi” mantığıdır (Bilgin, 2010: 298; Ritzer-Stepnisky, 2015: 205). Nasıl ki modern dönemle birlikte bir malın kullanım değeri yerini değişim değerine bırakmışsa yeni ekonomik sistemde de

değişim değeri yerini gösterge değeri mantığına bırakır. Böylece bir ürün simgesel evrende kabul gören anlamlı bir kodla görünür olur.

Gösterge değeri ekonomisinde, kodların sonsuz bir biçimde yer değiştirmesi ve birbirlerini ikame etmesi için gösteren ile gösterilen arasındaki bağ -gerçeklik bir temsil ile sabitlendiği noktada kodların yer değiştirmesi mümkün görünmediğinden- yerinden edildi. İş bu noktada devreye giren kavram simülasyon, simülakr ve hiper gerçekliktir. Hiper gerçeklik kavramı bir şeyi yansıtan, tanıtan, belirleyen temsillerin kurgu ile ortadan kaldırılmasını ifade eder. Hiper gerçeklik adındaki yanılsamaya aldanmadan doğrudan ifade ettiği şey, gerçekliğin siber uzamda artarak çoğalması ve yok olmasıdır. Sistemin gerçeklikle metastaza uğraması yani kontrol edilemez bir biçimde çoğalmasıdır.

Gerçek artık tüketim adına çoğaltılan göstergelerdir (Watson, 2006: 48). Bunun ifadesi olan simülasyon en bariz anlamıyla olmayan bir şeyin var gibi gösterilmesidir. Daha doğrusu bizlerin bu yanılsama olarak kabul etmemizin mümkün olmadığı gerçeklerin postuna bürünmüş sanılardır. Nihayetinde o, gerçeğin kendisi olmasa da inandırıcılık düzeyi hiper olan bir gerçekliktir. Üstündeki örtünün kaldırılması zor olan bir gerçekliktir. Kendisine göndermeli simülasyonun yarattığı aura içinde onun ne bir modelliği ne kopyalığı ve ne de orijinalliği söz konusudur (Adanır, 2010: 312; Slattey, 2010: 470; Akay, 2007: 27-28). Baudrillard, teorik çerçevesini çizdiği ‘Simülakrlar ve Simülasyon’ adlı eserinde hiper gerçekliği ifşa etmenin zorluğunu ise şöyle ifade etmektedir: “Simüle edilen öyleyse maskesini indirmenin mümkün olmadığı çünkü kişinin yalan söylediğini kanıtlayabilmenin imkânsız olduğu bir bilinçaltı söylevinin bu şekilde tekrarlanması karşısında psikanalizin yapabileceği bir şey yoktur.” Çünkü yine onun örneği ve tabiriyle bu durum hasta olmadığı halde hastaymış yapanın değil, hastalığın bizzat semptomlarını kendi üzerinde yaşayan birinin deneyimine benzer. Simülasyon bir –miş gibi yapmak değildir; her ne ise o olmaktır (2010: 17). Onu, bütün gerçekliğiyle herhangi bir yanılsamaya izin vermeden deneyimlemektir.

Kitle iletişim araçları bilince oturarak, daha doğrusu bütün duyu organlarımızı kendi protez nesneleri haline getirerek gerçeklikle olan bağımızı koparır. Gerçeklik artık sanal âlemde deneyimlenir ve onun gerçekliğinde şüphe anlamsızlaşmaya başlar. Siber uzam içine çivilenen birey, bedenini bu şekilde medyanın göstergelerine teslim eder. Beden bu alan içinde, Baudrillard’ın da ifade ettiği gibi medyanın bir terminaline

dönüşür. Daha doğrusu, kitle iletişim araçlarının bilincimizi sanal dünyanın tam bir ekranına (Baudrillard, 2000: 162, Robins, 2013: 198) dönüştürdüğü çağımızda yok olan mesafelerin yarattığı belirsizliklerin en kullanışlı kurbanı beden olur.

Bedenin medyanın uyarıcılarına duyarlılaştırılması onu hiper gerçeklikler evreninin en başat simülasyonlarından biri haline gelir. Bütün bir bakış repertuvarının nesnesi haline gelen beden, her izlenimin parçalara böldüğü, her parçayı da ayrı bir işlem nesnesi haline getirdiği yamalı bir bohçaya benzer (Baudrillard, 2008: 186-190). Beden gösterge ekonomisinin içinde kusursuz bir imajlar örnekliğinde kusursuzlaştırılır. Beden maruz kaldığı modelleri artık ekranda değil kendi düşlerinde üreterek, bir nevi ekranı bilincine transfer ederek kendine bakar. Kendi bakışının pasif görünümünde kendini nesne kılan birey kendini kusursuzlaştırmanın telaşına düşer. Söz konusu imajların katılımcıların beden algılarını etkileyen faktörlerden olduğu gözlenmektedir.

Katılımcılarımızla yaptığımız görüşmelerde “Model olarak aldığınız bir beden var mı?”, “Keşke şöyle bir bedene sahip olsaydım dediğiniz bir örnek var mı?” sorusuna katılımcılardan Cemil Bey (30) bir dönem dünya çapında çok izlenen Spartaküs dizisindeki oyuncular gibi olma isteğinin, kendisini fitness salonlarına yönlendirdiğini şöyle ifade etmektedir:

“Yirmili yaşlarımda Spartaküs adında çok izlediğimiz bir dizi vardı. Dizideki oyuncuların kahramanlıkları, mücadeleleri ve yaşadıkları zulümler beni çok etkilemişti. Ben de onlar gibi güçlü ve kaslı olmak istiyordum. Bu sebeple salona kayıt oldum. Çok etkilenmiş olmalıyım ki durmadan çalışıyor, iyi besleniyor, programlarıma harfiyen uyuyordum. Bir zaman sonra emeğimin karşılığını almış gibiydim. Vücudum iyi kötü istediğim kıvama gelmişti.” Akabinde sorduğumuz “Onlar gibi bir vücuda sahip olduğunuzu düşündünüz mü? sorusuna “Evet, bir zaman sonra onlar gibi bir vücuda sahip olduğumu aynaya bakarken görebiliyordum.” şeklinde verdiği yanıt bedenın ekrandan türetilen modeller örnekliğinde farkı ayırtedilmeyecek bir şekilde inşa edildiğini göstermektedir.

Cemil Bey’in hikâyesi bedenın bir simülakr olarak inşa edildiğine iyi bir örnektir. O, medya endüstrisinin güç, kuvvet ve çekicilik kodları ile modellediği erkek bedenini kendi bedeninde gerçekleştirmiştir. Daha doğrusu bir kurguyu yeniden kurgulamıştır. Aynaya baktığında gördüğü, kendisine ait bir görüntü değildir. Nihayetinde kendisine

sanal âlemin gözünden bakmaktadır. Dizi oyuncularının sıcak silikonlar, makyajlarla popülerleştirilmiş bedenleriyle kendisini özdeş kılmakta, kendi kurgusu ile medyanın kurgusu arasında bir fark görememektedir.

Baudrillard simgesel değiş tokuş evreninde en çok manipüle edilen nesnenin kadın bedeni olduğunu belirtir. Hayatımızı çepeçevre kuşatan sanal âlemin etkisi bedenimizi nasıl belirleyeceğimizi de şekillendirmektedir. Öyle ki buna en fazla kadınlar maruz kalmaktadır. Birçok araştırma medyada bir örneklik olarak sunulan ideal beden görüntülerinden en çok etkilenenlerin kadın olduğunu göstermektedir. Öyle ki, kadın kendisine sanal bakışların odağından bakmaya başlamaktadır. Böylece beden “göstergeler pazarında ayrıntılı bir optimal işletim normuna” dıkar bırakılır. Özellikle moda ve reklam endüstrisinin modeller aracılığıyla örnekleştirdiği bedenlerin kusursuz bir imalatını -kadının sorumluluğunda olan ve becerilmediğinde bir dışlanma nedeni olabilecek şekilde- onlardan istemektedir. Böylece bedeni oyuncak bebek haline getiren siberetik ortam, onu da bir simülakra çevirmiş olur. Bunun öznesi de kesinlikle kişinin kendisi değildir. Daha doğrusu “tüketimin ve özellikle de vücudun öznesi Ben ya da bilinçaltına ait özne değil, siz'dir.” (Baudrillard, 2008: 195-198). Bedenin simülasyonu ise kumandası ötekinin elinde olan bir cihazla mümkündür. Öyle bir iç içe geçmişlik durumu ortaya çıkar ki, medyadan bize bakan gözle aynadan kendimize baktığımız gözü ayırt etmemiz zorlaşır. Çünkü o, aynanın karşısında kendisine bakan göz sayısınca parçalarına ayrılır. Bedenin simülasyon süreci hangi uzvunun kendisine ait olduğunu bilmemekle tamamlanmış olur.

Benzer soruları yönelttiğimiz Nilay Hanım (32) şu an sağlığı için spor yaptığını ama ilk gençlik dönemlerinde ünlü mankenlerin giyim, endam ve beden ölçülerinden etkilendiği için fitnessa başvurduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Şu an takip etmesem de yıllar evvel takip ettiğim Fashion Tv gibi bazı moda kanalları vardı. Aslında bu kanalları takip etmemin sebebi modaya olan merakımdı. İşte yeni ve farklı tarz ürünlere ve modellere bakıyordum. Kıyafet alırken de benzer ürünler almaya dikkat ediyordum. O dönemler çok alışveriş yapardım. Galiba insan gençken biraz daha fazla giyimine dikkat ediyor. Şu an o kadar kıyafet aldığım söylenemez. Sorunuza gelirse aslında bu kanallarda bazı mankenlerin bedenleri gözüme hoş geliyordu. İçimden keşke onlar gibi bir güzelliğe sahip olsaydım diye geçirmiyor

değildim. Dolayısıyla ben de onlar gibi olmak için giyimime daha dikkat etmeye, makyajımı daha özenli yapmaya başlamıştım. Şişman değildim ama yine de formumu korumak için spor yapmam gerektiğine karar verdim. Kısa bir zaman sonra onlara benzediğimi fark etmeye başlamıştım. Hatta onlar gibi biri olmaktan memnundum.”

Nilay Hanım’ın ifadesine binaen sorduğumuz “Ne kadar benzediğini düşünüyordunuz?” sorusuna verdiği cevap bedeninin bir simülakra dönüştüğünü özetler şekildedir: “(tebessüm ederek) Fark edilmeyecek kadar...”

Televizyon bir araç (medium) olarak “merkezi sinir sistemine” yerleşerek “giyim, saç, yürüyüş, jest ve mimiklere genel olarak davranış biçimlere dair kurulan hayallere” egemen olur. Öyle ki, televizyon bir yerde bilince konumlanarak bir şeyi nasıl görmemiz gerektiğine dair karar verici bir güce dönüşür. Aynı anda hem gerçekliği hem ona uygun görme biçimlerimizi şekillendiren televizyon Postman’ın da ifade ettiği gibi “dünyanın gerçekte nasıl görüldüğüne dair model” oluşturur (Şentürk, 2017: 157). Yani televizyon bizleri “bir imgeler evreni olarak tanımlanan bir üst gerçeklik tuzağına” düşürür (Gottidener, 2005: 43). Nilay Hanım’ın tecrübesi bedeninin bir simülakra olarak nasıl inşa edildiğini özetler. O, model aldığı kişilere televizyon aracılığıyla ulaşmıştır. Böylece o, televizyonda bir model olarak üretilen ideal bedenleri taklit ederek elde ettiği görüntüyü ‘-miş gibi’ değil de bizzat kendisinde bir gerçeklik olarak deneyimlemiştir. Hatta hangi uzvun kendisine ait olduğunu bilmediği bir yabancılaşmayı tecrübe etmiştir.⁸ Dolayısıyla bir hiper gerçeklik olarak üretilen modeller bedeninde bir simülakra olarak varlık kazanmıştır.

Bütün tüketim nesnelerinin üzerlerine iliştirilen etiket, logo ve markaların bir “tanınma dili”ne dönüştüğü, daha doğrusu bir onay ve kabullenme kodu olduğu akışkan modern dünyada kimlik, içine doğulan bir şey olmaktan çıkmakta, bir “görev” ve

⁸ Bu durum, bir dönem Türkiye’nin en güzel kadınlarından biri olarak gösterilen sonrasında kabuğuna çekilen ünlü bir manken olan Merve İlideniz ile yapılan bir söyleşide şu ifadelerle açığa çıkmaktadır: “Bu gördüğünüz ben değilim.” Çünkü o, bir meslek gereği olarak sürekli estetik operasyonlara maruz kalmış ve her ameliyat sonrasında da bedenini kendisine daha bir yabancı hissetmeye başlamıştır (Atay, 2019: 124). Merve İlideniz, moda ve kozmetik ürün reklamlarında dizayn edilen, parlatılan, cilalanan bedenlere ait parçalara göre modifiye edildikçe kendisini tanıyamaz hale gelmiştir. Öyle ki, bedeni tam anlamıyla bir simülasyona dönüşmüştür.

“sorumluluk” olarak telakki edilmektedir. Karakter ve kişiliğin bileşkesi olan kimlik “bir zamanlar sonu gelmez zahmetli bir iş olarak görülen ve katlanılan kesintisiz mobilizasyon ve her ‘içsel’ kaynağın sonuna kadar kullanılmasını gerektiren şey” değildir; aksine “artık az miktarda para ve zamanın harcanmasıyla satın alınabilir ve kullanıma hazır tertibat, cihaz” veya simülakrlarla oluşturulan bir şeydir. Bu tertibat ve cihazların başında ünlü, model, manken ve sporcuların bedenleri ile özdeş hale getirilen, bir marka veya logoyu hatırlatan, onlar gibi bir hayat tarzının sembolü olan bedensel uzuvlar gelir. Dudak, göğüs, kalça, bacak şekli veya ölçüleri gibi kimi zaman her bir parçanın bir ünlünün bedensel patentine dönüşen uzuvlar tüketici piyasasında “ısmarlama bir benlik edinme” düşünün en önemli simülakrları olmaktadır (Bauman, 2018: 22-25). Bir Angelina Jolie dudağına, bir Kim Kardashian kalçasına, bir Çağla Şikel bacağına veya bir Türkan Şoray gözüne sahip olarak bir düş perisine dönüşmek katlanabilir bir zahmet, ağrı ve acıyla ve bir o kadar denk bir bütçe ile mümkün olabilmektedir. Yapılması gereken tek şey bir vücut kataloğu içerisinde seçilen uzuvlarla nasıl görünmek istediğine dair bir model oluşturabilmektedir. Gerisi maddi koşullara veya bir dizi zahmetli egzersiz ve sıkı rejimlere bağlıdır. Nilay Hanım’ın aktardıkları bu durumun özeti niteliğindedir. O, düşlerinde arzı endam eden mankenlerden kiminin bacağına, kiminin belini, kiminin saçını, kiminin yürüyüşünü kâh kozmetik ürünlerin sihirli dokunuşları kâh düzenli fiziksel aktivitelerle bedeninde kendisi dâhil hiçbir gözün ayırdına varamadığı bir şekilde inşa ettiğini ve böylece ortaya mucizevi bir sanat yapıtı çıkardığını düşünmektedir. Nihayetinde Nilay Hanım düşleri, arzusu, çabası ve gayreti ile bir simülakra dönüştürdüğü bedenini seyirlik bir nesneye çevirerek havalı, kıskanılır, imrenilir bir görünüme kavuştuğu yer yer yüzüne yer yer de ifadelerine yansıyan duygu ve düşüncelerinden anlaşılmaktadır.

Bu modeller aracılığıyla üretilen beden deyim yerindeyse gösterge pazarında kodlanan, bir büyük harfle yazılması gerekli bir nesne konumuna gelir (Baudrillard, 2008: 200). Öyle ki beden birçok gözün üzerinde dolandığı göstergeler mezarlığına dönüşür (Nazlı, 2009: 65). Tüketim toplumu tarafından oluşturulan “bu yeni model, beden ve güzelliğin oluşturulmasını kadının ‘kendisine bırakan’ kişiselleştirilmiş rejimler, diyet ve form programları vasıtasıyla öz denetimli, zayıf, taze, sıkı ve canlı bedenler, dingin, sorunsuz ve pürüzsüz bir güzellik yaratmayı hedeflemektedir.” (Çabuklu, 2014: 149). Beden farklı noktalardan gelen bu buyruklara bağlı olarak sürekli tezgâha konup

işlenmesi gereken bir nesne olur (Bretton, 2011: 26-30). Hal böyle olunca beden bireyin söküp takabildiği, parçalayıp onarabildiği, yırtıp dikebildiği, kesip parçalayabildiği bir makineye benzer duruma gelir.

Bedenin tüketim dünyasına transferi en kolay nesnelerden biri olması onu aynı zamanda en çok manipüle edilen şey haline getirir. Baudrillard'ın deyişiyle bagajına en çok yan anlam yüklenen şey bedendir. Hiçbir şey onun kadar simgesel bir değere çevrilemez. Bu ise, uzun insanlık tarihi boyunca gölgede kalmış olan bedenın medyanın ışıkları altında görünöre çıkmasıyla -ruhın kendi üzerindeki denetimini bertaraf etmesiyle- mümkün olmuştur. İnsanlık artık bir bedenleri olduğuna ve onun da en yüksek düzeyde bir haz nesnesi haline getirilmesine ikna edilmiştir. Haliyle bu durum ruhu bedenın emrine vermiştir denilebilir (Baudrillard, 2004: 163-164). İşte bu evrede bedenle kurulan ilişkinin mahiyeti de değişir. Ruhın denetiminden azade kılınan beden sermayeye çevrilmesi en kolay nesnelerin başına gelir.

Tıp dünyasında yaşamın sürdürülmesi ve korunması için referans beden nasıl “kadavra”ysa, dinin temel değerlerini mümkün kılan öte hayatın varlığı için referans beden iştah ve tensel hazla ilişkili “hayvansal beden”se, seri üretimi esas alan kapitalist üretim için referans beden işlevselliği, üretkenliği ve disipliliği ile “robot beden”se gösterge ekonomi politiginde de örnek model “manken”in bedenidir. Manken beden katılımcıların aktardığı ifadeleri somutlaştıran bir modeldir. O, “göstergelerle sınırlandırılmış olup kısır döngüleşmiş bir simülasyona dönüşmüş” bir “vücudun güncel tarihi”ni somutlaştırır. Onun bedenın işlevsel bir değeri yoktur. Tıpkı bir aracın ulaşım vazifesinden öte anlamlara sahip olması gibi... Örneğin yarı açık, makyajlı ağzı nasıl yemeye, öpüşmeye, kusmaya ve konuşmaya uygun değilse podyuma uygun bacakları da yürümeye, koşmaya, zıplamaya uygun değildir. Bu uzuvlar artık bir “yapısal bir gösterge/değiş tokuş malzemesi”ne dönüştürülmüşlerdir. Onlar artık simülatif uzuvlardır. Varlıkları organik ihtiyaçları karşılamaya dönük değildir. Uzun bir bacak, şişirilmiş bir dudak, ince bir bel ya da kaslı bir vücut “varlığın tamamlanması” için bakışlara sunulan, güzellik, çekicilik, sağlık ve zindelik gibi kod ve anlam dizgelerine sahip erotize edilmiş beden parçalarıdır (Baudrillard, 2010: 199-203). Bir ev eşyasının ya da bir elbisenin kişiyi herkesten farklı ve özgün gösterecek ve bu şekilde imrenilecek, hayranlık ve kıskançlık uyandıracak bir gösterge değere sahip olmasını istemekle bir simülasyona dönüştürülmüş bir bedeni arzulama aynı mantığı izler. Üç boyutlu cihazlarla taslağı

çıkarılan şablonlara göre üretimi yapılan bu beden, parçaları bir gösterge ile kodlanarak bedene monte edilir. Onları bedende üretmek, modellemek ise yabancı bir bedeni imler. Jimnastik salonları, estetik ameliyatlar, diyetetik ilaç ve beslenme rejimleriyle bir montaj hattında üretilen uzuvları bedende üretmek neredeyse hiçbir parçanın kendisine ait olmadığı bir bedeni varlığa getirir.

2.3.2. Örseleyici Bir Etiket Olarak “Damga Beden”

Nitel bir çalışma örneği olarak Erwing Goffman tarafından sosyoloji dünyasına kazandırılan ‘Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar’ adlı eser, damgalanan kişilerin izlenimleri nasıl denetledikleri ve onlara ne tür tepkiler vererek benliklerini yapılandırdıklarını konu edinir. Söz konusu çalışmanın konumuz açısından önemi, katılımcıların bedenlerini başka insanların kimi zaman söz, kimi zaman da jest ve mimiklerle ifade ettiklerini yorumlamalarıyla algılamaları sonucunda izlediği yönergenin benzerliğinden ötürüdür. Katılımcılardan bazıları kilolarından veya beden biçimlerinden dolayı ‘şişman’, ‘cılız’, ‘çirkin’, ‘biçimsiz’ vs. gibi sıfatlarla etiketlendiklerini ve bundan kurtulmak için de fitness, yürüyüş, yüzme, aerobik gibi çeşitli spor dallarına yöneldiklerini belirtmektedirler. Haliyle “şişman” ya da “cılız” gibi bir damga bedeninin inşa edilmesinde “motive edici” bir etken olmuştur denilebilir.

Goffman, klasik sosyolojinin yapı, kurum, örgüt gibi makro konularının aksine sembolik etkileşimciliğin ayak izlerinden hareketle bireylerin gündelik yaşamlarına odaklanır. Onun asıl ilgisi bir bireyin etkileşimler vasıtasıyla toplumdan kendisine yönelik izlenimleri ne şekilde denetleyip kontrol ettiği üzerinedir. Yani gündelik yaşamımızda Mead’ın ‘genelleştirilmiş başkası’ olarak tabir ettiği toplumsal tutum, norm ve davranışlara karşı bireyin nasıl bir karşılık verdiği ve bu sayede benliğini nasıl oluşturduyuyla ilgilidir. Bu yönerge, kişinin örseleyici bir damgaya maruz kaldığında gösterdiği reaksiyonları içinde barındırır.

Goffman’ın toplumsal aktörlerin yüz yüze etkileşimleri nasıl yürüttüklerini, kendi lehlerine nasıl çevirdiklerini ve bu şekilde benliklerini nasıl koruduklarını anlama çabası bahse konu olan çalışmasının merkezi konusudur. En basit anlamıyla damga, görsel bir işaretlenmeyle bedeninin herhangi bir yerine kazındırılmış bir leke ya da sembol olarak tanımlanabilir. Özellikle görseelliği kullanma becerisiyle mahir olan antik Yunanlılar, bir kişinin suçlu mahkûm ya da köle olduğunu onun üzerine bıraktıkları bir izle ifşa ederlerdi.

Bu tarihsel örnekten hareketle Goffman, damgayı daha genel bir düzeyde gündelik etkileşimlerin alanına taşır. Goffman, kavramı semantik kökenine bağlı kalmak şartıyla “gözden düşmenin bedensel belirtisinden ziyade gözden düşmenin bizatihi kendisi için kullanır.” (Goffman, 2014: 29). Bu ise bir bireyin herhangi bir engeli, hastalığı, etnik kimliği ya da toplum nazarında hoş görülmesi kolay olmayan davranışları sonucunda edindiği itibarın yarattığı itibarsızlık veya itibarsızlaşabilirliğe binaendir.

Örseleyici bir etiket olan damga, toplumsal kabullerin perspektifinde oluşan sosyal bir olgudur. Bir evrensellik arz etmez. Damganın niteliği zamana ve mekâna göre değişebilir. Tarihsel ve olumsaldır. Damga mevcut toplumun değer yargılarına göre anlam kazanan kültürel bir etiketlemedir. Yani her toplum kendi damgasını kendi ideal yaşamından türeterek meydana getirir. Bir damganın anlam ve değeri başka toplumlarda olduğu gibi aynı toplum içinde de zamanla farklı anlam kazanabilir. Örneğin 1930 ile 1940’ların Almanya’sında Yahudi olmakla şimdinin Almanya’sında Yahudi olmak arasında fark vardır. Bir zamanlar itibarsızlık göstergesi olan Yahudilik, şimdi nötr bir kimliğe dönüşmüştür. Bu izah, damganın göreceli bir olgu olduğunu gösterir.

Kavramın mahiyetini böyle tanımlayan Goffman, üç tip damga tespit eder: Birincisi beden disformik bozukluklarıdır. İkincisi alkolizm, eşcinsellik, bağımlılık, hapis yatma, ruh hastası olma gibi iradenin zayıflığıyla açıklanabilecek damgalardır. Son olarak da soy bağıyla edinilen kimliklere ilişkin tanımlamaları içerir. Bu üçünün dışında kalanlar ise topluma uyum sağlamış kişileri ifade eder. Ki o da “normal insandır.” (Goffman, 2004: 33). Bu ise bir toplumun medyanıdır.

Goffman bu üç damga tipine ek olarak her toplumun kendi değer yargılarına bağlı olarak farklı türde damgaların da olabileceğini belirtir. Yani damgaya konu olan özellikler başka sıfatlar kategorisine eklenebilir veya bunlar onu çağrıştıracaktır. Yukarıdaki tasnifin içerisinde olmasa bile günümüz tüketim toplumunda estetik değer yargılarına bağlı olarak yeni türde damgaların ortaya çıktığı gözlemlenebilir. Örneğin geleneksel bir toplumda şişmanlık doğurganlığın, bolluğun ve bereketin göstergesi iken günümüz toplumunda çirkinlik, bedensel bir bozukluk veya bir hastalığın belirtisi olarak görülmektedir. Haliyle buna benzer sıfatlar, toplumun estetik, ahlaki veya dini değer yargılarına göre değişiklik arzedebilir.

Goffman'ın mikro sosyoloji alanında yaptığı çalışmalara yakından bakıldığında göreceğimiz en temel hususlardan biri, her birimizin bir şekilde damgalanabileceği üzerinedir (Ritzer, 2015: 123; Goffman, 2014: 33-34). Özellikle konumu açısından bu tespit doğru görünmektedir. Çünkü hali hazırda estetik değerlere dayalı yargılarının bu kadar hızlı bir şekilde ters yüz edilebildiği bir zamanda neyin normal neyin anormal olduğu belirsizdir. Dolayısıyla bu değişim hızı damgalanma riskimizi daha bir artırmıştır denilebilir.

Damgalananlar, toplumun beklentilerine karşılık veremedikleri için normal dışı kabul edilenlerdir. Toplumsal bir önyargı ile karşılaşan damgalılar ayrımcılığa uğrar, yok sayılır ve gözden düşürülür. Örneğin bir yüz yarası, körlük, bir uzvun eksikliği gibi bir özellik toplum tarafından tiksiniç veya korkunç bulunarak etiketlemeyi oluşturur. Kendini dışlanmış hisseden kişide ise suçluluk, özgüven eksikliği ve utanç baş gösterir. Böyle durumda kişi toplumla arasına ya mesafe koyar, yalnızlaşır veya damgasını bir şekilde kapatmaya çalışır (Goffman, 2004: 38-44). Damgalanan kişi saklanma, kaçınma, uzak durma, görmemezlikten gelme gibi bir dizi taktiklerle kendini güvene almaya çalışsa da damgası ona bir bakış, bir söz veyahut çeşitli jest ve mimiklerle hatırlatılır.

Bu bölümde bedensel damgalanma üzerine katılımcıların maruz kaldığı örselenmelere dair bir dizi görüşmeci ifadelerine yer verdik. Bu katılımcıların bu tür damgalanmalara karşı nasıl bir tutum takındıklarına, onları nasıl denetim altına aldıklarına ve bu süreci kendi çıkarları için nasıl yönlendirdiklerine bakacağız. Söz konusu olan, fiziksel görünümünden dolayı damgalanan katılımcının sosyal etkileşimlerinde bedenini nasıl bir strateji içerisinde ne tür taktiklerle konumlandığı ve bu sayede benliğini nasıl sunduğudur.

Gündelik yaşamda benliğin sunumu genel anlamda şu yönergeyi izlemektedir: Yüz yüze etkileşimlerin olduğu her durumda “bir bireyin kendini ve faaliyetlerini başkalarına nasıl sunduğu, başkalarının kendisi hakkında oluşturduğu izlenimi nasıl yönlendirdiği ve denetlediği, onların karşısında performansına devam ederken neler yapabileceği ve yapmayacağıdır.” (Goffman, 2009: 13). Etkileşim ortamındaki toplumsal aktörün süreci kendi denetimine nasıl aldığı, çıkarı için nasıl kullandığı önemlidir. Ayrıca etkileşimi denetleme ve yönlendirme “iletişim sürecinin simetrisinin dengelenmesini sağlar ve potansiyel olarak sonsuza kadar sürebilecek bir gizleme, ortaya çıkarma, sahte ifşa ve

tekrar ortaya çıkarma döngülerinden oluşan bir çeşit istihbarat oyununa ortam hazırlar.” (Goffman, 2009: 19). Haliyle böyle bir oyun, toplumsal alanı teatral bir sahneye çevirir. Goffman’a göre bireyler gayet doğal da davransalar onlar bir tiyatro sahnesinde oyun oynamaktadırlar (Hülür, 2018: 1). Böylesi bir tiyatro sahnesinde ise aktör, rol, rutin ve performans gibi kavramlar ön plana çıkar.

İster doğrudan bir temas biçiminde gerçekleşen odaklı iletişimde isterse herhangi bir temas gerektirmeyen odaksız iletişimde kişiler birbirlerinin eylemlerini kendi üzerlerindeki etkilerine göre değerlendirirler. Tiyatro sahnesini andıran toplumsal alanda eylemi yürüten kişilere aktör, yaptığı eylemlere performans, performansına yataklık eden kalıplaşmış davranış biçimlerine rutin veya rol adı verilir. Toplum içerisinde her birimiz toplumsal uzlaşmayla kabul edilmiş rutinleri kendi öznel performanslarımızla oynamaktayız. Anne, baba, eş, öğretmen, kadın veya erkek gibi her rolü oynama biçimimiz kendi öznel performanslarımızla yeni bir boyut kazanmaktadır. Bu rutinler ortak olsa da onları icra etme biçimimiz her zaman toplumsal olarak kabul edilmemektedir. Dolayısıyla böylesi uyumsuzluk toplumsal olanı aşındıran bir duruma sebebiyet verebilir.

Bizi asıl ilgilendiren konu ise bedenleri yüzünden bir şekilde örselenenlerin kendi benlik imgelerini yaratmaları, sürdürmeleri ve oluşturmaları olacaktır. Sorumuz ise böylesi bir aşağılanmaya maruz kalanların kendi saygınlıklarını korumak için ne tür bir performans sergiledikleridir? (Slattery, 2010: 189). Temel problem “benliğin inşası ve gündelik yaşamda sunumudur.” (Esgin, 2008: 118). Genel anlamda insanlar kendi bedenlerine yönelik algı ve tutumları da içlerinde bulundukları toplumdaki etkileşimler vasıtasıyla kurarlar (Canatan, 2016: 45). Yani bireyler kendi benliklerini oluşturma sürecini bedenlerine yönelik edindikleri izlenimleri denetim altına alarak yönetmektedirler. Çünkü söz konusu denetim onun kendini güvende hissetmesinin yoludur (Goffman, 2017: 18). Dolayısıyla birey, toplumdan kendisine doğru gelen mesajları doğru okumaya çalışıp ona göre bir tepki vermektedir.

Yapılan görüşmelerde katılımcılar, kendilerine yönelik izlenimleri doğru bir şekilde okuduklarını ve ona göre davrandıklarını belirtmektedirler. Ara vermekle birlikte üç yıldır fitness salonlarına giden Aslı Hanım’ın (25) söyledikleri bu durumu izah etmektedir. *“Doğrusu beni fitness salonlarına yönlendiren sebeplerin başında çevrem*

olur olmaz kilolarıma yönelik ifade ettikleriydi. Doğrudan şişman olduğumu söylemeseler de vücudumun çeşitli bölgeleriyle ilgili söylediklerinden ne demek istediklerini anlamam kolay oluyordu. Aslında ben de mesajı almıştım. Bir an önce kilolarımdan kurtulmam gerekiyordu. Ki öyle de oldu. Kısa sürede iyi bir mesafe katettiğimi düşünüyorum.” Kendisine bunun nasıl hissettirdiğini sorduğumuzda “Eskisi gibi bu tür imalara maruz kalmıyorum. Bu da beni doğrusu mutlu ediyor.” şeklindeki cevabı bireyin edindiği izlenimlerden hareketle kendi benliğini bedeni üzerinden nasıl inşa ettiğini göstermesi açısından önemli görünmektedir.

Aslı Hanım’ın şişman olduğuna dair bir beden algısına sahip olmadığı görülmüşse de çevresinden bedenine yönelik değerlendirmelerden hareketle şişman olduğu kanaatine varmış, bunu beden algısını olumsuz yönde etkileyebileceğine yönelik tehdit edici bir sinyal olarak görmüştür. Daha doğrusu o, bu uyarıların artarak bir şişmanlık damgasına dönüşebileceğini, bunun da kendisini kötü hissettirebileceğine dair bir histen hareketle bedensel egzersizlerine önem vermeye başlamıştır. Denilebilir ki, Aslı Hanım’ın önleyici bir tedbir olarak fitnessa başvurması damgalanma endişesinden kaynaklanmaktadır. Bizzat dile getirmese de o, ince ve narin bir görünüme sahip olmanın biyo-kültürel bir önem taşıdığı, yani böyle bir görünümün daha kişiyi daha çekici, güzel ve sağlıklı gösterdiği, bunun aksine şişmanlığın çirkin ve hastalıklı bir bedeni çağrıştırdığı üzere kabul edilen beden algısını veri aldığını varsayabiliriz. Böyle bir beden algısının kabul edildiği bir dönemde o, şişmanlığın dışlayıcı, küçük düşürücü bir etiket olduğunu ve bunun hem beden algısını hem de benlik algısını negatif⁹ yönde etikeleyebileceğini sezinlemektedir.

⁹ Negatif beden algısı bir kişinin ister aile, akraba, akran ve arkadaş grubu yakın, isterse medyada güzel, alımlı, çekici diye tabir edilen beden imgesi “beklentilerine uygun fiziksel görünüme sahip olmadığı hissini geliştirdiğinde kişide olumsuz beden imgesi gelişir.” Özellikle de kadınların medyada sunumu yapan modellerle kendilerini daha fazla karşılaştırma olasılığının olduğu göz önüne alındığında negatif bir beden algısına daha fazla maruz kalabileceklerini söyleyebiliriz. Karşılaştırma artıka kişinin kendi bedenini olduğundan daha kilolu, çirkin ya da kusurlu görebilme olasılığı da doğru yönde artmaktadır. Böyle bir durumda ise kişinin olumsuz bir beden algısına sahip olması kaçınılmazdır. Bunun aksine pozitif beden algısı ise bir kişinin kendisini olduğu gibi kabul etmesi ve bunu problem görmemesi şeklinde tanımlanabilir. Olumlu beden algısına sahip olan insanlar genel anlamda “çevrelerindeki insanların onların fiziki görünimleri hakkındaki düşüncelerinin ne olduğu ile pek ilgilenmezler, medyadaki fizik imgelerine pek aldırış etmezler.” Daha doğrusu olumlu beden algısına sahip kişilerin mevcut bedenleri ile ideal beden

Bu bağlamda Ayşe Hanım'ın deneyimleri ile karşılaştırıldığında Aslı Hanım'ın damgalamanın sınır ucunda bir yerde olduğunu, her an şişman olarak damgalanabileceğini söyleyebiliriz.

Katılımcılardan Senay Hanım'a (46), çok kilo aldığı bir dönemine atfen sorduğumuz “Bahsettiğiniz dönemde kilonuzdan dolayı herhangi bir uyarıya maruz kaldınız mı?”, “Kilonuzu saklamaya çalışır mıydınız?” sorusuna verdiği cevap toplumda giderek bir “kusur” olarak görülmeye başlayan kiloların saklanması, gizlenmesi veya başka şekillerde kamufle edilmesi gerektiğine dair bir algının yer etmeye başladığını göstermektedir. *“Çok ilginç bir örnek verebilirim. Bizim okulda samimi bir öğretmen arkadaşımız vardı. O nöbetçi olduğu zamanlarda merdivenin başında durur. İnsanların iniş ve çıkışlarına bakarak kiloları ile ilgili yorum yapardı. Ne zaman ismimle seslenmeye başlasa ben otomatik olarak göbeğimi geriye çekme ihtiyacı duyardım. Karnımı içe çeke çeke neredeyse o şekilde yağlarımı yakıyordum. O da takılırdı bize. ‘Niye göbeğiniz var?’, ‘Niye fit değilsiniz?’ şeklinde uyarırdı. Çok farkında olmasam da böylesi uyarıların beni bir şekilde rahatsız etmiş olabileceğini söyleyebilirim. Etmemiş desem yalan olur.”* ifade ettiklerine binaen “Bu tür uyarılara maruz kalmamak başka ne tür tedbirler alırdınız? sorusunu ise şu şekilde cevaplamaktadır:

“İki oğlumun doğumu da sezeryanla gerçekleşti. Esas göbek almama neden olan şey ilk oğlumun tüp bebekle dünyaya gelmesiydi. Yaptığım iğnelerin hepsi karın bölgesinden yapıldığı için yağlanmaya neden olmuştu. Aslında göbek bölgemdeki yağlanma ve kilo ilk çocuğumdan kalan birşeydi. Doğumdan sonra bir türlü veremedim. Bu da rahatsız ediyordu beni. Ben de o bölgeden yarım kiloya yakın yağ aldurdım. Çünkü varolan yağların enfeksiyon riskine neden olabileceğini söylendi. Ben de veremeyince mecburen aldurdım. Bu da beni mutlu etti. Otomatik olarak daha fit görünmeye başlamıştım. Net olarak şunu söyleyebilirim: Yine olsa baksam veremiyorum yine gider aldırırım. Hatta benzer dertten müzadirip bir arkadaşımız vardı. Bana danıştı. Ben de liposuction (yağ aldırma) yapmasını tavsiye ettim. Hatta ona ‘Bu şekilde mutlu olacağını düşünüyorsan kimseyi takmadan, çekinmeden al yap.’ dedim.”

algıları arasında bir çelişki görmediklerini, bedenlerinden memnun ve kendileri ile barışık olduklarını söyleyebiliriz (<http://psikososyalhizmet.com/dos/Bedenimgesi.pdf>’den akt. Çatalcalı, 2014: 12).

Senay Hanım'ın anlattıkları vücudun belirli bölgelerinde baş göstermeye başlayan yağlanmanın zamanla insanları rahatsız edebilecek bir damgaya dönüşebileceği üzeredir. Beyanından da anlaşılacağı üzere kilolu bir görünümün toplumsal algıda bir kusur olarak görülmeye başlanması beden memnuniyetsizliğin başlıca nedenlerden biri olmaktadır. Öyle ki o, kilosunu başka bir bağlamda ifade ettiği gibi ya elbiseleri ile ya da söylendiği şekilde karnını içe doğru çekerek gizlemeye çalışmıştır. Senay Hanım, toplumsal algıda bir damga olarak yer etmeye başlayan kilolu bir görünümü çeşitli “idare etme pratikleri”¹⁰ ile yönetmeye ve bu şekilde benliğini hem yüceltmeye hem de korumaya çalıştığı görülmektedir. Ek olarak doğum sonrası gibi aşırı kilo alması halinde altını çizerek liposuction (yağ alma ameliyatı) yapabileceğini de vurgulamaktadır. Çünkü o, ince, narin ve zinde bir görünümü olumlu bir beden algısının temel şartı olarak değerlendirmektedir. Hatta bunun insanı daha mutlu kılabileceğini düşünmektedir.

Katılımcılardan Ayşe Hanım (29) kilosu sebebiyle şişman¹¹ olarak damgalandığı ve incitici birçok uyarıya maruz kaldığı zamanları iç geçirerek şu şekilde ifade etmektedir:

¹⁰ Damga idaresi, damgalı olanın izlenimleri kendi lehine çevirme stratejisidir. Bahsi geçen strateji, “ötekinin davranış ve karektirine ilişkin normatif beklentilerin streotipleştirilmesinin ya da ‘profilleştirilmesinin bir filizidir, uzantısıdır.” (Goffman, 2013: 90). Daha doğrusu damga idaresi, “anormal” olarak yaftalananın olumlu bir streotip olan “normal” karşısında benliğini koruma çabasına yönelik bir dizi tedbirleri içeren taktikleri içerir.

¹¹ Vücut kitle indeksine (ağırlığın boy uzunluğunun metre cinsinden karesine bölünmesiyle elde edilen vücut ağırlığı ölçüm hesabı) göre birçok insan çeşitli sayısal değerlerle fazla şişman, obez ve aşırı obez şeklinde sınıflandırılarak sadece hasta olarak tanımlanmamakta ayrıca tembel, iradesiz, başarısız, akıllı olmayan, öz disiplinden yoksun, iradesi zayıf ve hiçbir uyarıyı dikkate almayan bilinçsiz kişiler olarak damgalanmaktadır. Olumsuz, aşağılayıcı ve örseleyici bu stereotipler, işyerlerinden sağlık ve eğitim kurumları, kitle iletişim araçlarından akran ve akrabalık ilişkilerine kadar birçok yaşam alanında karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki, son yıllarda yapılan çalışmalar aşırı kilosu olanlara yönelik ayrımcı uygulamalarda yüzde altmışaltı oranında bir artış olduğunu, bunun da neredeyse ırk ayrımcılığıyla aynı boyutlara vardığını kanıtlamaktadır. Bunun ise ters bir etki yaratarak çeşitli tedavi süreçlerini sekteye uğrattığı vurgulanmaktadır. Mevcut kanıtlardan hareketle birçok bilim adamı kilo damgasının obeziteyi azaltmak veya sağlığı iyileştirmek için yararlı bir halk sağlığı aracı olmadığı kanaatindedir. Daha ziyade, örseleyici damgalamanın psikolojik ve fiziksel sağlıkları için ciddi riskler oluşturduğu, sağlık eşitsizliklerini artırdığı ve etkili obezite önleme çabalarının önüne geçtiği ileri sürülmektedir (Phul-Heuer, 2010: 1019-1013).

“Benim için kötü zamanlardı. Sokakta yürürken, iş yaparken, merdiven çıkarken vs. ağır hareket ediyordum. İnsanların yadırgayıcı bakışlarını bir şekilde hissediyordum. Bu bazen gülümsemelere de neden olabiliyordu. Benim için en acısı da buydu. Yani mizah konusu olmaktı. Onun için kalabalıkların az olduğu تنها yolları kullanıyor veya o yerleri edebildiğim kadar hızlı geçmeye çalışıyordum. Doğrusu insan içine hiç çıkmak istemiyordum. İnsanların bakışlarından, uyarılarından, tavsiyelerinden rahatsız olmaya başlamıştım. Her geçen gün bu daha katlanılamaz olmaya başladı. Bir iki defa hastaneye de gittim. Diyetisyen bir tanıdığımız vardı. Onunla görüştim. Sağ olsun kendisi benimle çok ilgilendi. Bana bir diyet listesi hazırladı. Ben de iyi kötü uymaya çalıştım. Akşamları da evimizin yanındaki bir parkta yürüyüşlere başladım. Sonrasında spor salonuna yazıldım. Çok çalıştım, azmettim, gayret gösterdim. Çok şükür kendimi eskiye nazaran daha iyi hissediyorum.”

Ayşe Hanım’ın “uygar kayıtsızlık” olarak tabir edilen bir çeşit görgülü bir bakışa zıt bir gözaltına maruz kalması, bir “kusur” olarak görülen kilosu ile mevcudiyetinin daha görünür olmasına neden olmuştur. Kamusal mekânlarda ona “var olduğunu gösterecek kadar” bakıldığını ve kendi hakkında zihinlerinin arkasında küçük düşürücü bir fikir ve meraklarının olduğunu hissetmiştir (Goffman, 2020: 94). Ona yönelik bakışlardaki süreklilik ise bunu teyit etmektedir. Ayşe Hanım, bunu kesintiye uğratmak için gücünün yettiği kadar hızlı adımlarla yürümüş veya gideceği yerler için de تنها sokakları seçmiştir. Her iki taktikle Ayşe Hanım, mevcudiyetini görünmez kılmaya ve bu sayede benliğini güvene almaya çalışmıştır. Aksi takdirde kendisini mutsuz ve kötü hissetmiş olacaktır.

Ayşe Hanım, kilosu nedeniyle toplum tarafından “şişman” olarak damgalandığı, alay edildiği ve hor görüldüğü için bedenini beslenme rejimleri ve egzersizlerle denetlemekte, bu sayede “arzuladığı” forma kavuşmakta, bunu da memnun edici bir sonuç olarak görmektedir. Çünkü Ayşe Hanım bedenini başkalarının bakış açısıyla deneyimlemiş, onun içinde kendisini yabancı bir kişi olarak hissetmişti. O, kendisini toplumdan izole eden, dışlayan bedeninden büyük bir azim göstererek kurtulmaktadır. Bunu da “iç beden”inden kaynaklı iştahını sıkı bir diyet ve sporla denetleyerek başarmaktadır. Bu yeni formuyla Ayşe Hanım, eskisi gibi izbe yolları tercih etmemekte, kendini toplumdan izole etmemekte aksine sosyal ortamlara olumlu bir beden algısıyla

daha fazla dâhil olmaktadır. Bu ise zayıf, ince ve narin bir görünüme sahip olmanın bir norm haline ge(tiri)ldiğini göstermektedir.

Ayşe Hanım'ın bedensel görünümüne yönelik dışlayıcı ima, bakış, jest ve mimikler ile şişmanların dışsal görünümüne yönelik yapılan araştırmalar ve bu araştırmalarda dile getirilen etiketler birbirileri ile paralellik arz etmektedir. Anderson ve Brehansan'ın her bir kadın ve erkek için belirledikleri orta, kaslı, büyük, cılız ve küçük olmak üzere toplam beş boyutta olan kişilerin vücutlarının belirli bölgelerinin lisans mezunu katılımcılar tarafından nasıl algılandıkları, bu bedenleri ne tür etiketlerle işaretledikleri üzere yaptıkları çalışmanın sonuçları şişman bedenlerin hem kadın hem erkek katılımcılar tarafından örseleyici etiketlerle tanımlandıklarını göstermektedir. Katılımcılardan elde edilen veriler şişmanların genelde “yumru”, “dolgun”, “sarkık” veya “hamursu”, “çirkin”, “iğrenç” bir görünüme sahip oldukları, bu halleriyle de “itici” oldukları üzeredir. Bu nitelendirmeler mevcut sağlık algısından bağımsız olmadığı düşünüldüğünde ortaya çıkan sonuçlar daha bir anlamlı olmaktadır. Çünkü katılımcıların birçoğu şişmanları bireysel sorumsuzluklarına dikkat etmeyen “sağlıksız” kişiler olarak tanımlamaktadırlar. Onlar, fotoğrafları gösterilen şişman bedenleri diyabet, kalp rahatsızlığı, yüksek tansiyon sahibi kişiler olduğunu ve bundan sebep hayatlarının risk altında olduklarını düşünmektedirler. Bu sebeple, bu kişilerin bir an önce doktora gitmeleri gerektiği tavsiyesinde bulunmaktadırlar. Bunun aksine, yağ oranı düşük bedenler “ideal”, “çekici”, “mükemmel”, “seksi”, “kusursuz”, “doğru”, “güçlü”, “tamamen doğal”, “muhteşem” sıfatlarla nitelendirilmektedir (Anderson-Bresnahan, 2013: 605-613). Anderson ve Bresnahan'ın beden boyutlarının damgalanma oranları üzerine yaptıkları araştırma nihayetinde Ayşe Hanım'ın kaygılarını doğrular görünmektedir. Küresel çapta zayıflığı ve kaslı bir vücudu zindeliğin, güzelliğin ve sağlığın ölçütüne dönüştürülmesi şişmanlığı bir damga nedeni haline getirmektedir. Hal böyle olunca Ayşe Hanım ve onun gibi birçok kişi ya zayıflamak için bir çaba, olmazsa gözlerden uzak kalmaya çalışarak bir damga konusu olmamaya gayret göstermektedir.

Zayıflık bir takıntıya dönüşmekle kalmamakta tıpkı bir ideoloji gibi “biz” tanıımı yapmakta, kendisi gibi olmayanları dışlayarak, hor görerek, örseleyerek ötekileştirmektedir. Bunun kaynağında hiç şüphesiz yirminci yüzyılın ilk çeyreğinde standart kozmetik ürün ve araçların piyasaya sürülmesi ile Batı'nın güzellik algısının medya aracılığıyla dünyanın geri kalanını etkisi altına alması bulunur. Hollywood

sinemasının, moda dergilerinin, güzellik yarışmalarının “neyin güzel olduğu” ile ilgili standart kalıpları geçerli ve evrensel bir norm haline getirmesi ise bunun cabasıdır. Burada öne çıkan form ise ince bir silüet, düz bir karın, uzun bacak, büyük göz, şişkin bir dudaktır. Bu form 1950’lilerin sonu itibariyle piyasaya sürülen Barbie¹² bebekler ve bir İngiliz model olan Dame Lesley Lawson dış görünüşü ile özdeşleştirilen Twiggy modelinde bir tiple pekiştirildi. Böylece Batı’da ayrıntılarında kimi zaman değişiklikler olsa

¹² İlk Barbie bebekler, Ruth ve Elliot’un kızları Barbara’nın kağıttan bir bebekle oynamalarından ilham alarak tasarlanmışlardır. Adına Barbie adı verilen bu oyuncak bebeğin tanıtımı ise Mattel Şirketi tarafından 1959 yılında kurulan bir oyuncak fuarında yapılmıştır. İlk tanıtımından günümüze kadar yer yer satışlarında düşüşler gözlenirse de Barbie bebeklerin oyuncak piyasasında ciddi bir pazar payına sahip olduğu gözlemlenmektedir. Tatar’ın aktardığı rakamlara göre “Mattel, 2012 yılında 1.275 milyar Dolar; 2013 yılında 1.202 milyar Dolar ve 2014 yılında 1.009 milyar Dolar değerinde Barbie satışı yapmıştır.” Öyle ki, bunda 1960’ların son çeyreğinde piyasa sunduğu kısa ve kıvrıkcık saçları, siyah tenli; 1990 itibariyle de farklı etnik gruplara yönelik oyuncak bebeklerin payı bulunmaktadır. Bunlar Barbie’nin vücut ölçülerine göre modellenerek üretilmiştir. Ki bu, kimi zaman 1967 de ya yeteri kadar siyah olmadığı için Afro-Amerikalılar ya da çok güzel olması ve gülerken dişlerini göstermesinden dolayı Japonlar tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Barbie bebek sadece ince bel, uzun bacak, küçük ve dik göğüs, ufak kalçası ile değil bekar, özgür ve havalı görünümü ile de örnek bir kişi olarak tanıtılmıştır. Böylesi bir tip ve yaşam tarzı ile modellenen Barbie bebekler beden memnuniyetsizliklerin de kaynağını oluşturmaktadır. Örneğin Barbie bebeklerle büyüyen çocuklar üzerinde yapılan bir araştırma bu çocukların kendilerini olduğundan daha kilolu gördüklerini tespit etmektedir (2016: 169-175). Başka bir araştırmanın sonucuna göre de Barbie bebeklerin taklit edilemezliğini kanıtlamaktadır. Söz konusu araştırmaya göre 100. 000 kadından sadece biri bu bebekler gibi bir bedene sahip olmayı başarmıştır (Norton, Olds, Olive, & Dank’tan akt. Calogero-Boroughs-Thompson, 2007: 271). Barbie bebek ruhsuz bir kadın modeni simgeler. “Bedenim benimdir” diyen bir çağın hamile kalmayan, kalsa bile şişmanlamayan, doğursa bile annelik vazifesini başkasına yükleyen, özgür, istediği gibi giyinen, bedenini arzuladığı gibi tasarlayan, bencil ve narsist bir kişiliğin karşılığıdır. O medya vasıtasıyla sadece bedensel bir görünümün değil nasıl bir yaşam tarzına sahip olunması gerektiğine dair “kurgusal ve büyülü bir yaşam tarzının propagandisti ve kapitalist tüketiciliği kışkırtan bir ideolojinin simgesidir.” Nihayetinde o, evrensellik görünümü altında dayatılan Batı tipi bir kadın ve ona uygun bir hayat tarzının temsilcisidir. O, on dokuzuncu yüzyıl antropolojisinde sömürgeciliğin meşrulaştırıcı ve haklılaştırıcı söylemine koşullandırılan beyinleri daha az gelişkin olduğu için “hayvan karakterli”, “hayalperest”, “karamsar”, “içe kapanık”, “vahşi”, “barbar” olarak lanse edilen siyah derili insan söylemi karşısında (Aktaş, 2014: 58-76) zekâsıyla, özgüveniyle, rekabetçiliğiyle, girişimciliği, özgür aklı ve rasyonalitesiyle beliren bir tipin sadece plastiğe değil aynı zamanda söze, yazıya, bilimsel dile ve bedene bürünmüş halidir.

da bir kadın güzelliği için belirlenen ideal incelik, ultra yalın bir figürle ki bu, düz bir karın, ince bir bel, yer yer çocuksu bir kalça, uzun bacakla tasvir edilmektedir. Bu şekilde baskın bir norma dönüştürülen ideal form, birçok kadın için olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Calogero-Boroughs-Thompson, 2007: 261-264). Bunların başında Ayşe Hanım ve onun gibi birçok kişinin kilosundan dolayı damgalanmasıdır. Öyle ki, onun gibi birçok kişi güzelliği, sağlık, gençliği zayıflıkla bir tutulmasından dolayı sağlıklı ve çirkin olarak nitelendirilmektedir. Hal böyle olunca birçok kişi sağlık problemleri olmasa da ufak bir artış gösteren kilosunu problem etmekte ve hemen bunun hal çaresine bakmaya başlamaktadır. Bunların başında ise diyet, sportif aktiviteler, yağ aldırma ameliyatları gelmektedir.

Ayşe Hanım'ın "şişman" veya "hantal" olarak damgalanıp "çirkin" ve "bakımsız" biri olarak değerlendirilmesi, benlik değerinin sosyal etkileşimler vasıtasıyla düşmesi ile sonuçlanmaktadır. Beden algısını olumsuz etkileyen bakışların, uyarıların, ithamların ve bir mizah konusu olduğuna dair edindiği intiba düşük bir benlik değerine sebebiyet vererek yüksek düzeyde bir kaygı içerisinde yaşamasına neden olmaktadır (Hewitt-Shulman, 2019: 176-177). Böylelikle Ayşe Hanım -edindiği intibanın sebep olduğu psikolojik çöküntü- başkalarının kendisi hakkında ne düşündüğünü daha fazla önemsemeye başlaması, yakın çevresi dışında başka insanlarla görüşmesine bir nevi set çekmektedir diyebiliriz. Ayşe Hanım, insanlarla sosyal etkileşimlerini bu süre zarfında en aza indirdiğini *"Doğrusu insan içine hiç çıkmak istemiyordum."* ifadesi ile özetlemektedir. Başkalarının bedeni hakkında yapabileceği doğrudan veya dolaylı her bir yoruma, değerlendirmeye; en az bunlar kadar bir gerginliğe, huzursuzluğa neden olabilecek göz ucu bakışa bile duyarlı olması içsel bir kapanmaya ve sosyal temaslardan uzak kalmasına sebebiyet vermektedir. Ayşe Hanım'ın aşırı duyarlılığı -kendini tehdit altında hissedebileceği birçok sosyal ilişkiye ve kamusal aktivitelere kapatmak suretiyle- benliğini koruma noktasında bir tedbir mekanizması olarak işlevselleşmektedir. Öyle ki o, benliğini tehdit altına sokabilecek her türlü temastan ya insan içine çıkmayarak ya da daha izbe yolları kullanarak kaçtığı görülmektedir.

Şişmanlığı bir damga konusu haline getiren ideal beden ölçüleri fit bir görünümü ahlaki bir standart haline de getirmektedir. Öyle ki çekici insanların daha çok sevildikleri, daha sosyal, bağımsız, heyecan verici, daha az sapkın ve daha az damgalandıkları yapılan bir dizi çalışmalarla kanıtlanmaktadır. Aksi bir görünüm ise içe kapanık, depresif bir

kişiliğin göstergesi olarak okunur (Eagly, Ashmore vd.'den akt. Calogero-Boroughs-Thompson, 2007: 267). Nihayetinde şişmanlığın bir damga haline gelmesi ve bunun bir utanca dönüştürülmesi çağımızın estetik değer yargılarının sebep olduğu baskıdan kaynaklanır. Zayıflığın güzel, çekici ve cazip bir beden formu haline getirilmesi kuşkusuz küresel ölçekte revaçta olan ideal kadın modellerinden bağımsız değildir. Zayıflığı açık ve seçici bir norm haline getiren medya endüstrisinin modelleri, insanların beden algısını doğrudan etkiler. Bu modeller artık bir karşılaştırma ölçeğine dönüşür. Onlar gibi olmak memnuniyet, uzaklaşmak ise bir ızdırap nedenidir. Bu ise, bir yabancılaşmaya ve benlik saygısını zedeleyen psikolojik sorunlara neden olur.

Katılımcıların önemli bir kısmının şikâyet konularından biri olan, form ve zindelik ölçütlerine doğrudan gönderme yapan “cılızlık” da bir “damga” nedeni olabilmektedir. Uzun zamandan beri fitness salonlarına giden Barış Bey (24) ‘cılızlık’ sıfatının kendisi üzerinde bıraktığı etkiyi şu şekilde ifade etmektedir:

“24 yaşındayım. Yaklaşık olarak yedi senedir fitness salonlarında çalışıyorum. Bu kadar erken bir zamanda spora başlamamın sebebi ergenlik döneminde içinde bulunduğum grup tarafından dışlanıyor olduğumu hissetmemdi. Nasıl anlatsam. Beni çok ciddiye almıyorlardı. Kendimi artık yabancı biri olarak görüyordum. Sanki arkadaşlarım değilmiş gibi geliyordular bana. Doğrusu bu duruma çok içerleniyordum. Çünkü ben onlara göre daha zayıf, cılız ve kısa boyluydum. Böyle olduğum için de kendime kıızıyordum. Daha nasıl bir suçum varsa. (Gülerek) Ama şimdi olsa bu vücudu kolay kolay dışlayamazlardı.”

Barış Bey, bir zamanlar zayıf ve çelimsiz bir bedene sahip olduğu için dışlandığını ve küçük düşürüldüğünü düşünmüş, bunun da öz bir nefrete dönüşerek özsaygını zedelediğini hissetmiştir. Bu his ve düşüncelerden hareketle o, kendisini küçük düşüren şeyin bedeni olduğuna karar vermiş ve onu da gurur duyacağı bir forma kavuşturarak benlik saygısını muhafaza etmiştir. Sonuç olarak Barış Bey’in, kendisini örseleyen “zayıf ve cılız” damgasını denetim altına almak için fitness salonuna kaydolduğunu ve burada inşa ettiği bedeninin de kendisine ciddi bir özgüven kazandırdığını söyleyebiliriz.

Barış Bey’in arkadaş çevresi tarafından cılız, çelimsiz ve zayıf olarak damgalanıp dışlanması “bedensel temsil ve performansın sembolleştirilerek, kimlikler arasında belirli hiyerarşik ayrımların inşa edilmesine yönelik gerçekleştirilen en önemli sınıflandırma

pratiği” olan toplumsal cinsiyet düzleminde eril bir beden nasıl tanımlandığı, ne tür niteliklerle temsil edildiği ile yakından ilgilidir. Çünkü “toplumsal cinsiyetin sembolik düzeninde” eril bir beden gücü, kuvveti temsil eden ve böylece her türlü zorluğun üzerinden gelebilecek bir formda olması ile sembolize edilir (Öztürk, 2012: 39-42). Böyle bir formla eşitlenen eril bedenin varlığı Barış Bey’in zayıf ve çelimsiz haliyle erkeksi bir görünüme sahip olmadığı düşüncesini doğurmuş, bu ise onun damgalanıp dışlanmasına neden olmuştur. Buradan hareketle Barış Bey’in damgalanıp dışlanmasını toplumsal cinsiyet düzeninde eril bedeni temsil eden “algı şemaları”na uygun bir görünümü harekete geçirememesiyle ilişkilendirebiliriz. Daha doğrusu o, eril bedene yüklenen değerler olan güç ve kuvvet gibi “kollektif beklentiler”i karşılamadığı için damgalanmıştır diyebiliriz (Bourdieu, 2018: 84-85). Böylece Barış Bey, toplumsal algıda “eril beden şemasını” dikkate alarak fitnessa başlamakta ve düzenli antrenmanlarla eril bedene yönelik “kollektif beklentiler”i karşıladığını düşünmekte, nihayetinde erkeksi bir forma kavuşarak önemsenir bir görünüme sahip olduğu kanaatine varmaktadır.

2.3.3. Sosyal Etkileşimlerde Benliğin Sunumu Olarak “Ayna Beden”in Temsili ve Takdimi

Sosyal etkileşimlerde benliğin oluşumu bireyin sadece kendisinin değil, kendisi dışındaki insanların da duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını göz önüne aldığı anlamlı semboller ile gerçekleşir. Toplumsal aktörün bilinci çifte bir katlanma ile karşı karşıya kalır. Yani o, bir taraftan bilinci ile hareket eden bir özne iken beri taraftan başkalarını düşüncelerine referans kılarak bilincini nesne kılar. Birey bu şekilde hem kendisi ile hem de ‘genelleştirilmiş başka’ları veya “önemli diğerleri”yle etkileşim kurar. Daha doğrusu aktör bunlar sayesinde toplumu bilincine taşır ve onlara göre davranmak suretiyle de benlik bilinci gerçekleşmiş olur (Slattery, 2010: 334-338). Yani sosyal aktörün benlik imgesi, birey ile toplum arasındaki anlamlı etkileşimlerden bağımsız değildir.

G. H. Mead’a göre “kendinin bilincinde olmak; sadece kendisinin değil başkalarının da duyguları, güdüler ve görüşlerinin farkında olmak; ‘diğerlerinin rolü’nü alabilmek ve insanların belirli bir davranış veya durumu nasıl yorumlayabileceklerini tasarlamak ve hatta kendisinin başkalarına nasıl göründüğünü tasavvur etmek” demektir (Slattery, 2010: 334). Daha doğrusu sosyal aktörün benliği örgütlenmiş başkaları ‘the me/bana’ ile ben ‘I’ arasındaki mücadele, çatışma ve müzakere gibi etkileşim

örüntülerinden hareketle gerçekleşir. Sosyal aktör, toplum içerisindeki davranışlarına toplumun filtresinden geçirilmiş kabuller ölçüsünde bir denetim uygular. Daha doğrusu toplumsallaşmış birey, başkalarının kendisine yönelik bütün izlenimlerini bilincine aktararak onu devralır ve ona göre bir yanıt oluşturarak benlik imajını oluşturur. Burada birey ‘I/ben’ durumunda özne, me/bana durumunda başkalarının nesnesi olur. G. H. Mead’e göre benlik bilinci böyle bir süreçte yani çifte bir katlanma ile gerçekleşir. Bu katlanmada ‘the me/bana’ davranışlarımıza, düşüncelerimize, tutumlarımıza referans olan içselleştirilmiş başkalarıdır. Nihayetinde benlik, bireyin fiziksel ve psikolojik olarak “I/ben” ile sosyal olan “the me /bana”nın etkileşiminden müteşekkildir denilebilir (Zijderveld, 2007: 53; Wallace, 20102: 279; Dever, 2017: 137). Benzer doğrultuda Blumer de bireyin içselleştirilmiş başkalarının rolleri ile kendisine yönelerek toplumsal etkileşime girdiğini belirtir (Wallace, 2012: 277). Bu sadece benliğin değil aynı zamanda toplumsal aktörlerin bedenlerini inşa etme biçimlerine ve onu toplum içerisinde yönlendirmelerinde de ‘genelleştirilmiş başkaları’nın etkisinin olduğunu gösterir.

G. H. Mead, benliğin oluşumunu bireyin hem kişisel hem de sosyal benliği ile açıklarken oluşum sürecini de oyun öncesi evre, oyun evresi ve kurallara dayalı etkileşimli oyun evresi olarak üç aşamada inceler. Bir hazırlık evresi olarak oyun öncesi evrede çocuk, etrafında gördüğü insanların davranışlarını olduğu gibi taklit eder. İkinci evre olan oyun evresinde çocuk yine taklit eder ama birinci evreden farklı olarak taklit ettiği kişilerin davranışlarına kendince yeni bir yorum katmaya başlar. Son aşamada ise birey ‘genelleştirilmiş başkaları’ dediği toplumun değerleri, inançları ve düşünceleri olduğunu ve eylemde bulunurken de bunları dikkate alması gerektiğini öğrenir. Böylece birey ‘genelleştirilmiş başkaları’nı dikkate almaya başlar (Wallace, 2012: 283-284). Bireyler, ‘genelleştirilmiş başkaları’nı davranışlarına kılavuz olarak alsalar bile onları en çok etkileyen kişiler kendilerince önem verdikleri ‘önemli diğerleri’ olmaktadır. ‘Önemli diğerleri’ ise G. C. Chu’nun ifadesiyle “benliğin sosyal çevresindeki, onun değişik türdeki rol ilişkilerinde devamlı olarak karşılıklı etkileşim içinde olduğu bireyler”in oluşturduğu dikkat merkezleridir (Önderman, 2020: 73). Konumuz açısından bizi asıl ilgilendiren referans noktalarından biri de ‘önemli diğerleri’dir.

Cooley, bu olguyu öncesinde ‘ayna benlik’ kavramı ile somutlaştırır. Cooley’e göre birey kendisi dışındaki “önemli diğerleri”nin aynasından kendisine bakarak kendini değerlendirmekte ve gözden geçirmektedir. Aynadan gelen mesajlar olumluysa

davranışlar tekrar edilir; değilse davranış ya terkedilir ya da yerini başkasına bırakır (Ritzer-Stepnisky, 2015: 118). Bu “önemli diğerleri” arasında aile ve akraba çevresi, akran grubu, popüler kişiler veya kişinin dikkat aldığı karşı cins de bulunabilir. Katılımcılar açısından bu aktörler onların kendi bedenlerini algılamaları ve inşa etmeleri bakımından bir ayna vazifesi görmektedir. Dolayısıyla “ayna beden” olgusu katılımcıların gündelik ilişkilerinde önemsedikleri, dikkate aldıkları kişilerin gözünde kendi bedenlerini nasıl algıladıkları ve ona göre nasıl inşa etmeye çalıştıklarını ifade etmektedir. Söz konusu olgunun çerçevesi sembolik etkileşimciliğin düşünürleri olan G. H. Mead’ın “Sosyal Benlik Teorisi” ve Cooley’in “Ayna Benlik” kavramı ile ilişkili olarak çizilmektedir. Nasıl benlik toplumsalın dolayımında gerçekleşiyorsa onun tamamlayıcı unsuru olan beden de toplumsalın dolayımında algılanmakta ve inşa edilmektedir. Bunun izdüşümleri katılımcıların ifadelerine doğrudan yansımaktadır. Onların birçoğu bedenlerini etkileşim halinde oldukları karşı veya hem cins, eş, akran, sevgili gibi “önemli diğerleri”nin tutum ve düşüncelerine göre algıladıkları ve bu doğrultuda bir forma kavuşturmak istedikleri gözlenmektedir. Ayrıca onlar küresel çapta revaçta olan kaslı, fit, ince, zinde ve çekici bir bedeni de dikkate alarak egzersiz yaptıklarını, beslenme rejimlerine dikkat ettikleri görülmektedir. Bu durum da onların aynı zamanda “genelleştirilmiş başkaları”nın da beden algısını belirleyen ideal bir bedeni de model aldıklarını göstermektedir. Daha doğrusu katılımcılar hem “genelleştirilmiş ötekiler”in hem de “önemli diğerleri”nin aynasından bedenlerini gözden geçirmekte, değerlendirmekte ve ona göre biçimlendirmektedirler.

Konuyla bağlantılı olarak katılımcılarımızdan Onur Bey’in ifade ettikleri bu durumu doğrular niteliktedir. Yaklaşık dört yıldır fitness salonlarına giden görüşmecimiz Onur Bey’in (26) “Göze hoş gelen bir görünüme sahip olmanın sizin için önemi nedir?” sorusuna verdiği cevap “önemli diğerleri”nin motive edici etkisini teyit etmektedir.

“Yaklaşık olarak üç ya da dört yıldır fitness salonlarına düzenli geliyorum. Bir defa işlerimin yoğunluğundan ara vermek zorunda kaldım. Genel anlamda aksatmamaya dikkat ediyorum. Spora başladığımdan beri kendimi hem sağlık hem de psikolojik bakımdan daha iyi hissediyorum. Hatta evvelden başlamadığıma cidden hayıflanıyordum. Sorunuza gelince belirttiğim gibi ben ilk zamanlar kas ağrılarım için gelmiştim. Sonrasında ise kendimdeki değişimin farkına varmaya başlamıştım. Şöyle zamanla daha dikkat çekici biri olduğumu fark ettim. Derlerdi çok inanmazdım ama

gerçekten öyleymiş. Yani insan omuzları geniş, pazuları kaslı olunca daha fazla göze geliyormuş. Söylenmesi belki hoş değil ama karşı cinsten birinin bana hoşlanır gözlerle bakması doğrusu beni motive ediyor diyebilirim.”

Onur Bey’in (26), verdiği yanıt ‘önemli diğerleri’ olarak gördüğü kadınların kendi bedeninden hoşlanmasını bir onay olarak görmekte ve bu da onu motive etmektedir. Bu şekilde onaylandığını düşünen Onur Bey, spora devam edeceğini şu sözlerle tamamlamaktadır: *“Her insan beğenilmek ister. Bence bu beni mutlu ediyorsa bunda ayıplanacak ya da hor görülecek bir şey de yoktur.”* O, karşı cins tarafından beğenilmeyi memnun edici bir gelişme olarak görmektedir. Takdir edilme duygusunu karşı cinsin bakışları ile deneyimleyen Onur Bey fitnessa devam edeceğini önemle belirtmektedir.

“Evlilik düşünüyor musunuz?”, “İnsanların daha iyi bir evlilik yapabilmek için daha iyi bir görünüme sahip olmaları gerektiğini düşünüyor musunuz?” sorularını yönelttiğimiz Ayça Hanım (25) da evlilik gibi bir düşüncesi olmasa da insanların sanal âlem uygulamaları ile kendilerini daha iyi gösterip karşı cinsteki insanları etkilemeye çalıştıklarını şöyle belirtmektedir.

“Bunu kendim cevaplayacak olursam tabii ki hayır. Bir insan spor yapıyorsa önce kendisi için yapmalıdır. Yani sağlığı için yapmalıdır. Ama bunu günümüz açısından değerlendirebilirim.. Özellikle de sosyal medyada bazı kesimler de böyle kaygılar var bence. Görünüşün çok önemli bir planda olduğu dönemdeyiz. Birçok insan için bu çok önemli bir faktördür. Çoğu kişi karşıdaki insanı etkilemek için spor yapıyor. Birçoğu da kendi sağlığı için spor yapıyor.”

Ayça Hanım, dış görünüşün ön plana çıktığı günümüz toplumlarında daha iyi bir görüntü ile karşı cinsteki insanları etkilemeye çalışan insanların azımsanmayacak kadar çok olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca o, sanal âlem uygulamaları üzerinden insanların daha cazip, çekici bir görünümle başkalarının beğenisine kendilerini sunduklarını belirtmektedir. Daha doğrusu Ayça Hanım, birçok insanın beden algısını belirleyen şeyin her bir insanın karşı cinsi olduğunu, onların aynasından kendilerine baktıklarını ve oradan yansıyan dönütlere göre bedenlerini inşa ettiğini düşünmektedir. Bu ise, “ayna beden” olgusunun sanal âlem üzerindeki etkileşimlerde mücessem olduğunu göstermektedir.

“Fitness salonuna gitme gerekçenizi oluşturan asıl sebepler nelerdir?, “Karşı cinsin beğenisini ne kadar önemlersiniz?” sorularını yönelttiğimiz Erkan Bey’in (39) verdiği cevaba binaen devam eden görüşmemizde her ne kadar insanın kendisine karşı öncelikle iyi görünmesi gerektiği belirtilse de karşı cins tarafından beğenilme de memnun edici bir neden olarak değerlendirilmektir.

“Yani daha çok dış görünüşümün daha iyi hale gelmesi için gittim. Gitme sebebim oydu. Daha çok kendi vücudumun görünümünde önce kendim memnun olmak istedim. Tabii öyle çok abartılı bir vücut sahip olma gibi bir derdim de olmadı. Daha iyi görünsün istiyorum. Amaç belki başkalarını memnun etmek için olmasa da başkalarının hoşuna gitmesi memnun eder. Niye etmesin. Şöyle düşünelim karşı cinsten birini hiç tanıımıyorsak bizi ilk etkileyen kısmı dış görünüşüdür. Vücudu, kaşı, gözü budur yani. Haliyle dış görünüşün önemi vardır. Bu herkes için böyledir. Yolda karşılaştığında ilk göze çarpan şey dış görünüştür.”

Yani Erkan Bey, fitness deneyimine gerekçe olarak karşı cins tarafından beğenildiğine, göze geldiğine ve onaylandığına dair bir söz veya bir işaret aramaktadır. Daha doğrusu Erkan Bey, fiziksel görünümün estetik değerini sadece kendi aynasında değil, karşı cinsin aynasından da görmeyi önemsemektedir. Bu değerlendirmenin sonucunda olumlu bir dönüt alındığında aktivitelerinin tekrar etme sıklığı artmış olur. Söz konusu pozitif korelasyon, onun sportif egzersizlerini devam etmesinde önemli bir gerekçe olmaktadır.

Burak Bey’in (25), “Fit bir vücudun karşı cins tarafından ne derece önemseniyor?, “Böyle bir model beğenilme ölçütü müdür?, “Bu şekilde daha fazla dikkat çekileceğini düşünüyor musunuz? sorularına verdiği cevap, fit bir vücudun farklı ve özgün bir tarzı ifade ettiğini, bunun da dikkat çekici bir şey olduğu üzeredir. “Çevrenize baktığınızda aynı potansiyelde aynı şekillerde vücutlar. Hepsi birbirinin aynısıdır. Böyle bir vücuda sahipseniz kimsenin dikkatini çekmez. Ama farklı bir görünüm elde edildiğinde dikkat çekilir. İnsan psikolojisi biraz böyledir. Daha farklı ve hoş görünümü daha ilginç bulur. Bu şekilde size daha fazla odaklanmaya başlarlar.” “Daha farklı derken fit bir vücudu mu kastediyorsunuz?” sorusunu ise dikkat çekmeyi belirli bir program çerçevesinde inşa edilmiş bir vücutla değerlendirdiği gözlemlenmektedir. “Evet aynen. Örneğin çarşıda, kafelerde, kiraathanelerde hep aynı tip insanlar var. Hepsinin göbeği var. Vücutları

sarkık ve salaş görünüyor. Bunlar içerisinde fit bir vücudunu düşünün. Olumlu manada daha dikkat çekmez mi?” Burak Bey, rasyonel bir biçimde, doğru ve düzenli antrenman programıyla inşa edilmiş bir vücudu çevresindeki çoğu erkeklerin “salaş”, “sarkık” vücutlarının karşı kutbuna yerleştirmekte ve bunun da daha ilgi çekici olacağını vurgulamaktadır. Aslında o, toplumun büyük bir çoğunluğunun aynı tip vücutlara sahip olsa da fit hale getirilmiş vücutları daha beğendikleri kanısındadır. Dolayısıyla o, bir yerde “genelleştirilmiş ötekiler”in ideal beden algısını ölçüt aldığını söylese de en nihayetinde onun nazara aldığı karşı cinstekilerin hayranlıklarını, beğenilerini ifade eden bir söz veya kaçamak bir bakıştır.

“Başka insanların dış görünüşünüzü beğenmesini ne derece önemsiyorsunuz?”, “Bunun fitnessa başlamanızda bir etkisi oldu mu? sorusuna Nazım Bey’in (32) verdiği cevap karşı cins tarafından beğenilmenin kendisi için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. “Ben size rahatlıkla şunu söyleyebilirim: İnanın buraya gelenlerin birçoğu kızlara tarafından beğenilmek için vücut yapıyor. Belki sağlığını düşünen vardır. Ona bir şey diyemem. Ama onların sayısı bence çok değildir. Geneli daha fit görünmek için fitness yapıyor.” Cevabına binaen “Söylediğiniz şeyin kendiniz için de bir geçerliliği var mıdır? sorusunu kendisinden emin bir kararlıkla şöyle cevaplamaktadır: “Aynen vardır. Benim için de geçerli. Bunu kim istemez. Herkes gibi benimde hoşuma gider beğenilmek.” Nazım Bey, fitness salonlarına gelmesini karşı cins tarafından beğenilme ile gerekçelendirmektedir. O sadece kendisini değil, spora gelen birçok kişinin açıkça dile getirmeseler de karşı cins tarafından beğenilmek için fitnessa geldiğini belirtmektedir. Nazım Bey, kaslı bir vücuda sahip olanların daha fazla göze geldiklerini, beğenildiklerini ve ilgi çektiklerini gözlemlediğinden kendisi de aynı ilgiye iyi bir vücutla mazhar olacağını düşünmektedir. Daha doğrusu bedenini toplumsal algıda kanıksamış bir dizi beğeni ölçütleri ile algılamakta ve bu yönde inşa etmeye çalışmaktadır.

Benzer soruları yönelttiğimiz Mustafa Bey (21), genel olarak karşı cinsin fit bir vücutlu erkekleri daha çok beğendiğini gözlemlerinden hareketle tecrübe ettiği için fitnessa başladığını şöyle aktarmaktadır: “Arkadaşlarla bir kafeye gittiğimizde veya çarşıda falan gezerken de fark ettiğimi bir şey vardı. O da şuydu: Genelde kızların vücut yapmış erkekleri daha beğendiğini fark etmemdi. Örneğin arkadaşlarla kafeye gittiğimizde içimizde fit olanların daha dikkat çektiğini görüyordum. Böyle görünce ben de onlar gibi fit bir vücuda sahip olup dikkat çekmeyi istedim.” Yöndeki ifadesini

“Fitnessa başladıktan sonra bu yönde bir izleniminiz oldu mu? sorusunu referans alarak tamamlamasını rica ettiğimizde sarfettiği şu cümleler karşı cinsin onaylayıcı bakışlarının onu ne yönde motive ettiğini açıklar mahiyettedir. *“Çok farkettim. Daha iyi bir vücuda sahip olunca daha dikkat çektiğimi görüyordum ve bu da benim çok hoşuma gidiyordu. Bunu daha fazla farkedince fitnessa daha fazla bağlandım.”* Mustafa Bey, fitnessa başladıktan sonra elde ettiği yeni görünümüyle daha çekici olduğunu karşı cinsin artan beğenisi ile gözlemlemektedir. O, bunun kendisini daha bir motive ettiğini ve fitnessı devam ettirmesinde önemli bir etken olduğunu belirtmektedir.

“Spora başladıktan sonra hayatınızda ne gibi değişiklikler oldu?”, “Daha iyi bir görünüme kavuştuğunuzu nasıl farketmeye başladınız?” sorularına Metin Bey’in (44) verdiği cevap, karşı cinse daha iyi görünme maksadı ile fitnessa başladığını içermektedir.

“Üniversiteden mezun olduğumda elli altı ya da elli yedi kiloydum. Ayakta ölüyor dedikleri cinsten bir tiptim. Çok zayıf ve çelimsiz birseydim. Takım elbise giydiğim de üstüme oturmuyordu. Böyle hiçbir kızın dikkatini çekemiyordum. Hiçbiri bana dönüp bakmıyordu bile. Böyle bir zamanda fitnessa gitmeye bir beden öğretmenin yönlendirmesiyle karar verdim. Öyle fitness falan nedir? Doğrusu çok da bilmiyordum. O sıralar sanırsam sadece bir fitness salonu vardı. O zamanlar spor benim için hayatımın dönüm noktası oldu. Bir de kuaförümün saçımı arkaya doğru tarayıp şekillendirmesi idi. Sadece salonda değil evde de çok çalışıyordum. Böyle çok gaza gelmişim. Daha iyi vücutları görünce ister istemez bir özentide oluşmuyor değildi. Neyse bir zaman sonra göğsüm çıkmaya, kollarım kalınlaşmaya, kilom da bir artış olmaya başladı.”

Metin Bey’in ifadesine binaen “Çevrenizdeki insanlar yeni görünümünüz hakkında ne düşünüyorlardı?”, “Nasıl ve ne tür dönütler alıyordunuz?” sorularına verdiği cevap karşı cins tarafından beğenilme kaygısının beden algısını ne derecede belirlediği üzeredir.

“Mesela çevremdeki insanlar böyle daha yakışıklı göründüğümü söylemeye başladılar. Ne yaptın? Falan gibi şeyler söylüyorlardı. Daha dikkatimi çeken şey de okuldaki bayan öğretmenlerin benle konuşurken altan alta kollarıma ve omuzlarıma bakmaya başlamalarıydı. Bir de arkadan peşi sıra başkaları aracılığıyla tekliflerde gelmedi değil. Ben bunları görünce spora daha asılmaya başladım. Bir de şu var: İnsan asıl dönütü aynaya baktığında o farkı görmeye başlayınca hissediyor. Bir de kendine hayranlık durmaya başlıyorsunuz. Bu, sporu insan için vazgeçilmez kılıyor. Ondan sonra

spordan hiç kopamadım. Öyle ki, bir aylığına bile bir yere gitsem orada bile spor salonuna yazılıyordum.”

Metin Bey, çevresindeki insanların hassaten karşı cinsin kendisine hayranlıkla baktıklarını motive edici bir gelişme olarak değerlendirmektedir. O, bedenini karşı cinsin beğenisine göre algılamakla kalmamakta ayrıca o yönde, belirli bir forma göre biçimlendirdiğini belirtmektedir. Ayrıca o, aynaya bakınca kendisini başkalarının gözünde değerlendirdiğini örtük bir şekilde dile getirmektedir. Metin Bey, karşı cinsin penceresinden algıladığı bedenini onların taleplerine denk gelecek şekilde inşa ederek arzulandığını ve çabasına gelen görüşme teklifleriyle somut bir karşılık verildiğini ifade etmektedir. Daha doğrusu o, aynadan kendisine bakan gözlerin ölçüsü ile bedenini hem algılamakta hem de inşa etmektedir diyebiliriz.

“Kilolu olan birinin çekici olma şansı var mıdır? sorusunu kendinden emin bir kararlıkla cevaplayan Meltem Hanım’ın (23) ifade ettikleri beden algısının “genelleştirilmiş ötekiler”in bakış açısına göre nasıl belirlendiği üzerine yerinde bir örnektir. *“Biraz zor gibi... Kilolu ya da bacakları kalın olan birinin çok dikkat çekeceğini düşünmüyorum. Belki makyajı, giyimi ve saç bakımı ile olabilir. Ama genel anlamda çok dikkat çekeceğini düşünmüyorum. Yanlış anlaşılmasın ben sadece erkekleri kastetmiyorum kadınları da göz önüne alarak söylüyorum. Hatta bu konularda kadınlar daha dikkatlidirler.”* Söylediklerine atfen “Düzenli yaptığınız egzersizlerle birlikte daha dikkat çektiğinizi düşünüyor musunuz? sorusuna verdiği cevap söylediklerini teyit etmektedir. *“Evvelden de öyle çok kilolu olduğum söylenemezse de düzenli egzersizlerimle birlikte daha fit olduğumu görebiliyordum. Haliyle çevrenizdeki insanların yorumlarından, başkalarının da bakışlarından bunu anlayabiliyorum.”* Cümlesini “Bu durum karşısında ne hissediyorsunuz?” sorusunu cevaplayarak tamamlamasını rica ettiğimizde ifade ettikleri Meltem Hanım’ın (23), “önemli diğerleri”nin ve “genelleştirilmiş ötekileri”nin beden algısını ne derecede belirlediğini gösterir mahiyettedir. *“Beğenilmek güzel bir duygu bunu kimse inkâr edemez. Hele ki yakınınızda insanların sizi beğeniyor olması insanı daha mutlu eder. Başka insanların da sizi rahatsız etmeyecek şekilde beğendiğini hissettirmesi de güzel bir şeydir.”* Meltem Hanım (23), spora başlamasıyla birlikte yakın çevresinin bedeni hakkında olumlu yöndeki yorum ve değerlendirmelerini, başka insanların da kaçamak bakışlarını egzersizlerini devam ettirme konusunda motive edici bir unsur olarak gördüğünü

belirtmektedir. Meltem Hanım'ın söyledikleri hem yakın hem uzak çevresinin kilolu bir görünümü albenisi yüksek bir vücut tipi olarak görmediği, daha göze gelir ve çekici bir vücudun sportif ve fit bir şekilde olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu ise, bedenini ne yönde biçimlendirmek istediğine estetik bir referans oluşturmaktadır.

“Ayna beden” olgusu kişinin kendisini başkalarının gözünde değerlendirmesi ile açığa çıkar. Burada bir metafor olarak değerlendirebileceğimiz ayna “meşruiyetini kendisine uzatan ötekiden alır.” Katılımcılarımız birçoğunun bedensel deneyimine ayna olan ötekilerin varlığı beden algısının toplumsal boyutlarına işaret eder. Çünkü burada görüşlerini bildiren her bir katılımcı bir “görünüş sanatı” çekiciliklerini, çevrelerinde önemsedikleri kişilerin dolayımında değerlendirmektedirler. Dolayısıyla katılımcıların birçoğu “başkalarının aynasında” kendilerine baktıklarını ve ona göre bir beğeni ölçütü oluşturmaktadırlar. Bu ise “birinden ötekine sıçrayan ve iki varlık arasında anlaşmayı harekete geçiren, geri dönen yankı” gibidir (Melchior-Bonnet, 2007: 137). İster “önemli diğerleri” gibi duygusal olarak yakınlık hissedilen kişilerden isterse tanıdık olmayan ama varlıkları onlar açısından yine de önemsenen kişilerden kotarılan onaylayıcı bir bakış, bir iltifat veya doğrudan dile getirilmeyen bir sezinleme beden memnuniyetini pozitif yönden koşullayabilmektedir. Aksi durumda ise birçoğunun fiziksel görünümünü sosyal adaptasyon adına arzu edilen görüntü modelinde algıladıklarını ve ona göre inşa etmeye çalıştıklarını söyleyebiliriz.

“Spora başlamanızda çevrenizde herhangi birinin etkisi oldu mu?” sorusunu Zeynep Hanım (48), eşinin teşvik edici rolüne atıf yaparak şöyle cevaplamaktadır: *“Bahsetmiştim az evvel ailemizde kronik bir kalp rahatsızlığı var. Malum bu da hep kilolardan kaynaklanıyor. Spora başlamayı hep düşünmüştüm ama eşim de destek olunca hemen başladım. O sağlığım için endişeleniyordu hep. Onun desteği ile de spora başladım. Bir de unutmadan çocuklarım da biraz beni zormadı değil.”* Zeynep Hanım, çevresinde değer verdiği kişilerin yani eş ve çocuklarının gözünden bedenini algıladığı söylenebilir. Onlar Zeynep Hanım'ın mevcut kilosunu kronik bir rahatsızlığın tetikleyicisi olarak gördükleri için sağlığı noktasında kaygılandıkları görülmektedir. Bu vesileyle onlar, Zeynep Hanım'ı spor yapmaya teşvik etmektedirler.

“Spora başlamanızda eşinizin bir teşviki oldu mu?” sorusuna Hasan Bey'in (35) verdiği cevap, fitnessa başlamasında “önemli diğerleri”nden biri olarak gördüğü eşinin

dikkate değer bir faktör olduğunu göstermektedir. *“Ha evet. Olmaz olur mu? Çok oldu. O olmasaydı belki gelemeyebilirdim de.”* cevabına binaen *“Sizi teşvik edici ne söylediğini söyleyebilir misiniz? sorusuna verdiği şu cevap bedenini, hayatındaki yerini ve fikirlerini çok önemsedığı kişi olan eşinin düşünceleri üzerinden algıladığını çok net göstermektedir. “Eşim son yıllarda biraz daha artan kilolarımdan dolayı endişeleniyordu. Sonunda bir ömür geçirdiğiniz insanın sizin sağlığınız için endişelenmesi gayet normal. O beni bu anlamda çok umursuyor. Ben de onun düşüncelerini birçok konuda olduğu gibi bu konuda da dikkate aldım diyebilirim.”* Hasan Bey’in fiziki görünümünün sağlık dışında eşini kaygılandıran başka bir nedeni olup olmadığını sorduğumuzda ise estetik görünümün bir eş için ne kadar önemli olabileceğini şu ifadelerle göstermektedir: *“Haliyle her insan birlikte olduğu insanın güzel ya da yakışıklı olmasını ister. O da benim hem sağlık olarak hem de daha güzel bir görünüme sahip olmamı istiyordu. Hiçbir kadın göbeği çok önde, yürüme ve hareket etmede zorluk çeken birini yanında görmek istemez. Yani daha dinamik ve en azından biraz daha derli toplu biri olmasını ister.”* Hasan Bey, eşinin sağlığının yanında bir de fiziki görünümü hakkında endişelendiğini ve bunun da onu spor yapmaya teşvik eden nedenlerin başında geldiğini belirtmektedir. Daha doğrusu onun giderek artan hareket kabiliyetini kaybetme korkusu ile hem eşine daha iyi görünmek için hem de sağlıklı bir bünyeye kavuşmak için spora yöneldiğini söyleyebiliriz.

Benzer soruları yönelttiğimiz Selin Hanım (34), doğrudan olmasa da eşinin dolaylı yönlerden kendisini teşvik ettiğini şöyle ifade etmektedir: *“Eşim bu konularda çok fazla bir şey söylediğini hatırlamıyorum. Yani öyle salonlara falan git dediğini duymadım. Ama havalar ısınınca akşam yürüyüşe birlikte çıkalım diye beni teşvik ediyor. Öyle çıkarız arada yürüyüşe. O daha tempolu yürüyor. Ben bazen onun hızına yetişmesem bana takılıyor.”* Eşinin ona nasıl takıldığını, spora başlamasında yaptığı şakaların ne derece etkili olduğunu öğrenmek için sorduğumuz bir dizi soruya Nilay Hanım’ın verdiği şu cevap eşini ne kadar ciddiye aldığını göstermektedir:

“Bizim kilosundan dolayı zor yürüyen bir akrabamız var. Ben yürüyüşlerde biraz geride kalsam şaka yoluyla beni ona benzetir. Daha bana takılmaya başlar. Dediği gibi bir kilom da hiç yok. Ama o öyle deyince ben de hırs yapıyorum.” ifadesine binaen *“Hırsınız spor salonlarına yönelmenizi ne kadar belirliyor?”* sorumuza verdiği cevap ise eşinin takdir edici onayını ne kadar almak istediğini göstermektedir. *“(Gülerek) Tam*

olarak onun şakaları için hırs yaptığımı söylemesem de günü geldiğinde onu geride bırakacağıma eminim. Ona göstereceğim kim daha hızlıymış. Beni takdir edeceğinden şüphem yok.”

Metin Bey (44) de evlendikten sonra sporu bir müddet bırakmasına rağmen eşinin dolaylı yönden teşvikiyle tekrardan fitness salonlarına gittiğini şöyle ifade etmektedir: *“Evlenene kadar düzenli olarak salonlara gidiyordum. Çoluk çocuğa karıştıktan sonra sporu bıraktım. İşte yeniden spora başlamam da eşimin ‘omuzun küçülmüş’, ‘kolların zayıflamış’, ‘göbeğin çıkmış’ şeklindeki söyledikleri çok etkili oldu. Yani öyle arada başlıyoruz. Tekrar bırakıyoruz falan.”* Metin Bey, spora ara verdiği dönemlerde bedenini eşinin algısı üzerinden değerlendirmekte ve bu üzere yeniden spora başladığını belirtmektedir.

“Fitness salonlarına başvurmanızda eşinizin teşviki oldu mu?” sorusuna Gülten Hanım’ın (29) verdiği şu cevap, eşinin beden algısını ne derecede belirlediği üzeredir: *“Herkes eşinin daha bakımlı ve güzel olmasını ister. Ben de eşimin daha bakımlı olmasını nasıl istiyorsam eşim de benim öyle olmamı istiyor. Ben de onu spor yapması noktasında teşvik ettiğim gibi o da beni teşvik ediyor.”* İfadesine binaen “Spora başlamanızla birlikte eşinizin desteğinizi ne kadar gördünüz?” sorusunu eşlerin birbirinin beden algılarını nasıl belirleyebildiğini, şu cevabıyla net bir şekilde göstermektedir: *“Herkes eşinin daha güzel ve yakışıklı olmasını ister. Bu gayet normal bir şeydir.”* Gülten Hanım eşi tarafından beğenilme, takdir edilme ve onaylanma arzusunu göz önüne alarak fitness salonlarına kaydolduğunu söyleyebiliriz. Hatta sadece kendisinin eşine değil, eşinin de kendisine daha iyi görünmesini önemsemektedir. Karşılıklı bu beklenti, fiziksel görünümlerine dikkat etme konusunda onları birbirilerinin taleplerine daha duyarlı kılmaktadır.

Benzer soruları yönelttiğimiz Nermin Hanım (29), fitnessa başlamasında eşinin doğrudan bir yönlendirmesinden bahsetmiyor olsa da onun tarafından beğenilmeyi önemseddiğini, hatta aldığı olumlu dönütlerin kendisini daha fazla motive edebildiğini şöyle dile getirmektedir: *“Eşimin spora gidip gitmem konusunda teşvik edici bir şey söylediğini hatırlamıyorum. Yani ‘Niye sen de spor yapmıyorsun?’ gibi bir şey söylemez. Ama spora başladıktan belli bir müddet sonra daha olumlu şeyler söylemeye başlıyor.”* Söylediklerine atfen “Olumlu şeyleri duymak için spor yapmaya devam ettiğinizi söyleyebilir miyiz?” sorusunu kendinden emin bir kararlıkla şöyle cevaplamaktadır: *“Yok*

hayır. Tam olarak öyle değil de güzel ve olumlu şeyler duymak insanı daha teşvik eder.” Nermin Hanım, spora başlamasını doğrudan eşinin beğenisi ile açıklamasa da eşi tarafından beğenilmeyi de teşvik edici bir unsur olarak görmektedir. Daha doğrusu Nermin Hanım, bir yerde aerobik vasıtasıyla belli bir forma soktuğu bedenini eşinin olumlu dönütleriyle algılamakta ve bu doğrultuda sportif aktivitelerini devam ettirmektedir. Yani aldığı olumlu dönütler, davranışlarının tekrar etme olasılığını arttırmıştır denilebilir.

Benzer soruları yönelttiğimiz Seda (21), Mehtap Hanım (22), Burak Bey (25), Serhan Bey (28), Mustafa Bey (21) bir dönem birlikte oldukları erkek ve kız arkadaşları tarafından dolaylı yönden spora teşvik edildiklerini ifade etmekteydiler.

Örneğin Seda Hanım (21), *“spora başlamamı sadece bununla açıklamasam da bir dönem birlikte olduğum erkek arkadaşımın etkisi oldu.”* Cevabına binaen *“Spor yapmanız gerektiğini açık bir şekilde ifade ediyor muydu?”* şeklinde sorduğumuz soruya verdiği cevap, erkek arkadaşının fiziksel güzellikleriyle ön plana çıkmış kadınların genel anlamda spor yaptıklarına dair ifadesini göz önüne alarak spora başladığını içermektedir. *“Yok öyle açık açık söylemezdi ama fiziği daha düzgün kadınların hep spor yaptığını söylerdi. Ben de iyi kötü anlıyordum ne demek istediğini.”* Erkek arkadaşının başka kadınların dış görünüşleri hakkında yaptığı değerlendirmelerin Seda Hanım’ın beden algısını bir yerde etkilediğini söyleyebiliriz. O, erkek arkadaşının *“fiziği düzgün”* diye tabir ettiği kadınların fiziksel görünümelerini kendine ölçü alarak hem önem verdiği birinin hem de genelleştirilmiş ötekilerin beden algılarını referans almaktadır.

Mehtap Hanım’ın (22) spora başlamasında etkili olan faktörlerin başında erkek arkadaşının istihza yoluyla söylediklerinin etkisi olduğunu söylemektedir. *“Şaka yapmayı seven biridir. Beni rencide etmek amacıyla söylediğini sanmasam da tatil dönüşlerinde göbeğime dokunur ‘Büyütmüşsün yine balkonu’ derdi. Üzüldüğümü belli etsem de şaka yaptığını ve beni her şeklimle beğendiğini söylerdi. Bu şakaları etkilemedi dersem yalan olur.”* Cevabına istinaden *“Erkek arkadaşınızın dış görünüşünüzü beğenmesi sizin için çok önemli bir şey midir?”* şeklinde sorduğumuz soruya verdiği şu cevap, bedenini önem ve değer verdiği erkek arkadaşının bakış açısıyla nasıl algıladığını ifade etmektedir: *“İnsan sevdiğine güzel görünmek ister yani.”* Mehtap Hanım, erkek

arkadaşının vücuduyla ilgili yaptığı dolaylı değerlendirmeleri önemsediğini ve bundan kaynaklı olarak da bedenini inşa etmeye çalıştığı söylenebilir.

Mehtap Hanım'ın (22) bedensel deneyimi sosyal etkileşimlerde benliğin beden üzerinden nasıl sunulduğunu sembolik etkileşimciliğin kavram haritası üzerinden de okumak mümkündür. Örneğin Mehtap Hanım “Ben” (I) durumundayken beden memnuniyeti hakkında çok fazla bir tedirginlik içerisinde değilken, erkek arkadaşının beden formu hakkında istihza yoluyla söyledikleri “Beni”nin (Me) bir parçası haline gelmekte ve onun gözünde benliğini bir nesne olarak değerlendirmeye tabi tutmaktadır. Daha doğrusu bu süreçte Mehtap Hanım, sevgilisinin gözünden nasıl görüldüğünü hayal ederek, bedenini hem kendisinin hem de onun arzu edebileceği bir forma kavuşturmak istemektedir. Bu bir yerde Mehtap Hanım'ın ayna olarak “Beni”yi (Me) karşısına aldığı ve oradan kendisine yansıyan görüntünün ölçütleri ile bedenini gözden geçirdiğini göstermektedir. Nihayetinde bu süreç, “ ‘Ben’ ile ‘Beni’nin anbean birbirleriyle yer değiştirmesi sayesinde kendisinin bir başkasının gözündeki görüntüsünü başarıyla hayal etme ve eyleminin yönünü bu hayal edilen görüntüye karşılık vererek kontrol” etmeyle sonuçlanmaktadır (Hewitt-Shulman, 2019: 89-91). Mehtap Hanım'ın bedenini belirli bir kontrole tabi tutarak estetik bir formda tutma çabası erkek arkadaşına daha güzel görünme isteği ile koşullanmaktadır. Söz konusu titizlik, bedenin sürekli bir şekilde gözden geçirilmesini de gerektirmektedir. Çünkü o, erkek arkadaşıyla sosyal uyumunu böyle bir etkileşim içerisinde sağlayabileceğinin farkındadır.

Beş altı yıldır bir iki sakatlığı dışında düzenli spor yapan Burak Bey (25) de spor yapmaya başlamasında etkisi olan iki faktörden birinin askeri okullara yerleşmek ve ikincisi de bir dönem hoşlandığı bir kız olduğunu şöyle aktarmaktadır:

“On dokuzlu yaşlarımdan beri spor yapıyorum. Spora başlamamda etkisi olan iki şey vardı. Birincisi astsubay olmak için askeri bir okula yerleşmekti. Hayalim hep astsubay olmaktı. Askeri okullara yerleşmek için de sağlam bir fizik gereklidir. İkincisi ise bir dönem bir kıızı çok seviyor oluşumdur. O dönemler çok çelimsiz ve zayıf biriydim. Çelimsizden kastım elli iki, elli üç kiloydum. Arada onunla problem yaşıyordum. Bende hep beğenilmeme kaygısı vardı. Bu kaygım kendimi sürekli başkalarıyla kıyaslama noktasına kadar gelmişti. Bir yıldır ayrı olduğum bir zamanda daha iyi ve fit bir vücuda

sahip olmak için spora başladım. Düzenli ve doğru bir program eşliğinde antremana yapmaya başladım. Her geçen gün daha iyi olunca üstüne gitmeye karar verdim.”

Söylediklerine binaen “Fit görünümünüzün dikkat çektiğini hissetmeye başladınız mı?, “Kız arkadaşınızdan beğenildiğinize dair bir dönüt alabildiniz mi?”, “Bu sizi ne derece motive etti?” sorularına Burak Bey’in verdiği cevap, beğenilmeyi ve göze gelmeyi dikkate değer görünümü için bir onay olarak gördüğünü göstermektedir. Hatta kendisini bir dönem cılız olduğu için olgun biri olarak görmeyen kız arkadaşının fitnessa başladıktan belli bir zaman sonra bir forma göre biçimlendirdiği bedeninden ötürü beğenmeye başladığını ve bununla ilişkisini ciddi yönde etkilediğini şu cümlelerle aktarmaktadır:

“Evet. Bir yıldır sırf ben cılız ve olgun değilim diye beni terk eden kız arkadaşına nispet ben daha çok gayret etmeye başladım. Çünkü çok gurur yapmıştım. Onun için de daha fazla çalışıyordum. Bu şekilde çok iyi bir vücuda sahip olduğumu görüyordum. İşte sonra tekrar buluştuk. Görüşmeye başladık. Yeni halime hem şaşıyor hem de beğeniyordu. Bu defa o benle görüşmek istiyor ama ben nazlanıyordum. Vücudumun iyi olması elimi daha güçlendirmişti. Sanki elimde iyi bir koz vardı diyebilirim. (Gülerek) Hem kozum hem pozum vardı. Bu görüntümün bu kadar etkili olacağını doğrusu ben de kestiremiyordum. Sadece o değil. Daha çok kısmetim açıldı. Güzel ve fit bir görünüm elde ettikten sonra giydiğim kıyafetlerin üzerime daha iyi olduğunu ve bu şekilde dikkat çekmeye başladığımı görünce daha iyisi neden olmasın diye çok çalıştım. Bu yolda takdir edilmek de iştahımızı daha da kabarttı diyebilirim.”

Burak Bey, spora başlamasını hayalini kurduğu askeri okula yerleşmek ve kendisini görüntüsünden dolayı terk eden kız arkadaşına nispetle inşa ettiğini ifade etmektedir. O bedenini çok sevdiği ve kendisiyle birlikte olmak istediği kız arkadaşının bakışında algılamış ve o doğrultuda vücudunu geliştirmiştir. Doğru ve düzenli antreman programlarıyla daha iyi bir görünüme kavuştuktan sonra sadece önemli verdiği kız arkadaşı tarafından değil, başka kadınlar tarafından beğenildiğini deneyimlemiştir. Onun edindiği yeni beden, hem kendisine ciddi bir özgüven kazandırmış hem de ilişkisini kendi lehine çekebileceği bir koz olmuştur. Büyük bir özveri ile inşa ettiği bedeni ile ilişkisini kendi tasarrufuna aldığını dile getirmektedir. Hem kız arkadaşı tarafından beğenildiği duymak hem de başka kadınların dikkatini çekebildiği görmek, Burak Bey’in sportif

faaliyetlerini devam etmesinde motive edici unsurların başında gelmektedir. Nihayetinde o, bedenini hem önemli diğerlerinin hem de geliştirilmiş ötekilerin beğenilerine göre bir forma sokarak olumlu bir benlik algısına kavuşmaktadır.

Birçok insan için olduğu gibi katılımcılar açısından da mevcut benlik yani bireyin kendisinde olduğuna inandığı özellikleri ile önemli diğerleri veya geliştirilmiş ötekilerin kendisi hakkındaki fikirlerine yönelik edindiği izlenimi değerlendirmesi arasında ortaya çıkan farkın derecesi önemlidir. Bu farkın kişinin ruh sağlığı noktasında edindiği yerin önemine binaen Higgins’in yürüttüğü araştırmalar gerçek benlik ile ideal benlik arasında artan farkın kişide karamsarlık, hayal kırıklığı gibi ruhsal sorunlar yaratacağını, aksi durumun ise kişinin özsaygısını olumlu yönde etkileyeceğini göstermektedir. Bunun çerçevesi olan “özbenlik çelişki teorisi”, ideal benlik arayışını çevresindeki insanların referanslarına dayandıran birçok kişinin umduğu tatmini elde edememesi durumunda çeşitli duygusal çöküntülere maruz kalabileceğini ifade eder (Higgins, 1987: 335-337). Bu ise kişinin kendisini tamamen erdirmeye, kendisinde var olduğunu kabul ettiği eksikliği giderme ihtiyacının altındaki motivasyonu imler. Söz konusu teorinin içeriğine dair katılımcıların doğrudan bir ifadesine rastlanmamışsa da onların değer verdikleri insanların gözünde daha güzel görünme istekleri ve bu vesileyle kendilerini daha iyi hissetmeyi önemsemeleri teoride açığa çıkan çelişki durumunda ortaya çıkması muhtemel sorunlar için bir bariyer görevi gördüğünü söyleyebiliriz.

Serhan Bey (28) de spora başladığı zamanlarda tanıştığı kız arkadaşının bir erkeğin iyi bir vücuda sahip olması gerektiğine dair fikirlerinden etkilendiğini şöyle aktarmaktadır: *“Spora başladığım ilk aylarda okuldan tanıştığımız bir kızla görüşmeye başladım. Önceleri telefonla sonrasında ise dışarıda bir yerlerde görüşmeye başladık. Konu bir ara spordan falan açılınca fitnessa gittiğim söyledim. Çok memnum kaldığını söyledi. Spor yapmanın insanı güzel yaptığını falan söyleyince ben daha sıkı spor yapmaya başlamıştım.”* söylediklerine atfen *“Kız arkadaşınızın spor yapmanızda çok etkisi oldu diyebilir miyiz?”* sorusuna verdiği şu cevap, önem verdiği kişilerin kendisini nasıl motive ettiğini izah etmektedir. *“Yok, tam olarak öyle değil. Ben zaten spor yapıyordum. Sadece daha sıkı çalışmaya başladım.”* Serhan Bey de kız arkadaşının bir erkeğin dış görünüşüne dair genel ifadelerinden hareketle bedenini bir forma sokmaya daha gayret ettiği söylenebilir. Yani o, önemseydiği kişinin ideal bir erkek bedeninin

nasıl olması gerektiğine dair algısından etkilenecek egzersizlerine bir süreklilik katmaktadır.

Mustafa Bey de (21), çok cılız olduğu bir zamanda tanıştığı kız arkadaşının bu halinden memnun olmadığını, kilo alıp daha iyi bir vücuda sahip olması gerektiğini tavsiye etmesiyle fitnessa başladığını şöyle dile getirmektedir.

“Fitnessa başlamadan önce çok cılızdım. Böyle yüzüm falan içeri girmişti. Neredeyse kemiklerim sayılabilir haldeydi. O dönemde tanıştığım kız arkadaşım bu halimi değiştirmem gerektiğini yani biraz daha kilo almam gerektiğini söylüyordu. Aslında ben de bunun farkındaydım ama bu durumu değiştirmek için çok gayret göstermiyordum. Ben de o zamanlar daha fazla kilo alıp kasa çevirmek için fitness salonuna kaydoldum.”

Mustafa Bey, kız arkadaşının fiziksel görünümü hakkındaki yorum ve değerlendirmelerini nazara alarak fitnessa başladığını belirtmektedir. Daha doğrusu o, beden memnuniyetsizliğini kız arkadaşının gözü ile daha bir fark etmiş ve bu yönde çaba sarfederek hem kendisinin hem de kız arkadaşının gördüğünde daha memnun kalabileceği bir bedeni inşa etmeye çalışmıştır.

Katılımcıların aktardıkları benliğin önemli bir vechesi olan bedenin, sosyal etkileşimler yoluyla nasıl şekillendiğini göstermektedir. Kimi katılımcıların tecrübeleri bedenin bireysel ve toplumsalın diyalektiğinde inşa edildiği üzere bir fikri doğrulamaktadır. Çünkü onların bedenlerine veya kendilerine “yönelik bilinci, öteki zihinlere atfettiği kendisi hakkındaki fikirlerin bir düşünümü” ile yakından bağlantılıdır (Coser, 2008: 272-273). Bazı katılımcılar, bir aynanın karşısında görünüşlerini nasıl inceleyip değerlendiriyorlarsa önem ve değer verdikleri kişilerin aynasından da kendilerine öyle bakmaktadırlar. “Yüzümüzü, görüntümüzü ve kıyafetimizi aynada görüp ve onlara bizim oldukları için ilgi duyup ve onların ne gibi olmasını istiyorsak, bu isteğe bir yanıt alıp almamıza göre onlardan mutlu ya da mutsuz oluruz.” (Cooley’den akt. Coser, 2008: 272). Cooley’den aktarılan bu ifade, kimi katılımcıların görüş, tutum ve davranışlarını önemsedikleri kişilerin beden algılarına doğrudan yön verdiğini teyit etmektedir. Onlar nasıl aynaya bakarak üst başlarına, kılık kıyafetlerine çeki düzen veriyorlarsa bir ayna olarak karşılarında beliren “önemli diğerleri”nin karşısına da kendilerini mutlu kılacak bir görünümle çıkmak için bedenlerine öyle çeki düzen

vermektedirler. Onların asıl aynası “önemli diğerleri”dir. Katılımcılar önemsediklerinin aynasında dışsal görünümlerini değerlendirmekte, onlardan gelen dönütlere göre bedenlerini biçimlendirmektedirler. Söz konusu dönütler arzu edilen türde değilse beden yeniden gözden geçirilerek istenilen forma kavuşturulmaktadır. Burada gözden kaçırılmaması gereken hususların başında onların tamamıyla pasif bir aktör olmadıklarıdır. Çünkü onlar, sadece önemsedikleri kişilerin değil, kendi beden algılarını da göz önüne almaktadırlar. Bu anlamıyla beden, diyalektik bir ilişki sürecinde algılanmakta ve inşa edilmektedir.

Katılımcılarımızdan Tuba Hanım (28), öncesinde bilinçli anlamda ilgilenmediği sportif faaliyetlere “önemli diğerleri” olarak gördüğü arkadaş çevresinin teşvikiyle yöneldiğini şöyle ifade etmektedir:

“Okulda samimi olduğum, iş dışında da görüşmeye başladığım bir arkadaş grubum oldu. Onların etkisiyle spora başladım dersem yeridir. Onlar yüzme, yürüyüş, aerobik gibi faaliyetlerle düzenli olarak spor yapıyorlardı. Bana da ısrarla tavsiye ettiler ama ben çok istekli değildim. Ben istekli olmayınca başka şekilde beni uyarmaya başladılar. Örneğin yüzün güzel ama spor yapmazsan ‘Çabuk yaşlanır’, ‘Çirkinleşirsin’, ‘İyi bir kısmet bulamazsın’, ‘Şişmanlarsın’ gibi uyarılarla beni spora teşvik ettiler. Onlar beni sevdiği için beni yönlendiriyorlardı. Ben de bir zaman sonra onlarla birlikte hem yüzme kursuna hem aerobik salonuna kayıt oldum. Onlarla birlikte olmak beni mutlu ediyordu. Zamanla hem keyif almaya başladım hem de kendimdeki değişimleri fark etmiştim. Şimdi iyi ki beni teşvik etmişler diyorum. Şu an kendimi hem fiziksel hem de psikolojik olarak daha iyi hissediyorum.”

Tuba Hanım’ı spor yapmaya teşvik eden faktörlerin başında çevresinde değer verdiği ve önemseddiği kişilere ek olarak, toplumsal ölçekte beliren ideal güzellik anlayışının sadece ‘yüz’ üzerinden değil, bedeninin tamamını içerek şekilde genişlemesi de gelmektedir. Yani o, yüz güzelliğinin estetik bir görünüm için yeterli olmadığı, daha etkili bir izlenim bırakabilmek için beden de ideal ölçülere göre biçimlendirilmesi gerektiği ve bu vesileyle albenisi yüksek biri olarak, hem daha sağlıklı olacağına hem de daha iyi bir kısmet bulacağına ikna edilerek sportif faaliyetlere yönlendirilmektedir. Daha doğrusu Tuba Hanım, kendisine yansıtılan aynanın gerçekliğine kani olarak spor salonlarının vaat ettiği güzelliğin müşterisi olmaktadır. Başka bir anlatımla o, karşısında

beliren aynanın pürüzsüzlüğünde ve netliğinde beliren gerçekliğe inanmak suretiyle egzersizlerini devam ettirmektedir denilebilir. Dolayısıyla Tuba Hanım hem çevresindeki ‘önemli diğerleri’nin etkisiyle hem de ‘genelleştirilmiş başkaları’nın ideal güzellik tanımına göre bedenini gözden geçirmektedir.

Akif Bey (33) de, yakın çevresinin bedeni hakkındaki yorum ve değerlendirmelerini dikkate alarak fitness salonlarına yöneldiğini şöyle ifade etmektedir:

“Kullandığım ilaçlar aşırı kilo almama neden olmuştu. Ben de anlamadım nasıl oldu da ben böyle kilo aldım. Bir de o dönem çok dışarı da çıkmazdım. Genelde evdeydim. Öyle çok kimseyle de görüşmezdim. Çevremdeki insanların biraz da söylemesiyle farkına varmıştım kilo almaya başladığımı. Komşu, akraba falan görünce diyordular kilo aldığımı. Ben biraz da onların uyarıları ile farketmiştim. Çok dile gelince rahatsız olmaya başladım. O sıralarda bir kuzenim vardı. Benim aynı zamanda arkadaşımıdır da. İşte o beni yönlendirdi. Fitness salonuna git hem kafan dağılır hem vücudun daha biraz kendine gelir gibi. Benim spora gelmem de onun etkisi oldu.”

Akif Bey, dış görünüşü hakkındaki fikirlere çevresinin aynasından bakarak ulaşmaktadır. O, kilosunun farkına başkalarının onun görünümünü hakkında yaptığı değerlendirmelerle varmaktadır. Bir nevi çevresinin ona tuttuğu baskül üzerinden kilosu hakkında bir fikir edinmektedir. Akif Bey’in edindiği izlenim, beden memnuniyetini düşürecek cinsten olduğundan, durumu kendi lehine çevirecek bir çare olarak kuzeninin tavsiyesine kulak vermektedir. Kullandığı ilaçlar nedeniyle hızlıca kilo almaya başladığı bir zamanda, hem bir kuzeni hem de arkadaşı olan birinin tavsiye ve telkini ile spora geldiğini belirtmektedir. Akif Bey, şişmanlık emareleri gösteren bedenine verilen dikkati ortadan kaldırmak ve nihayetinde önemseydiği kişilerce beğenileceği bedensel bir forma kavuşmaya çalışmaktadır. Daha doğrusu o, iyi bir izlenimi kesintiye uğratan mevcut beden halinden bir an önce kurtulup çevresince kabul göreceği bir bedende yaşamayı arzulamaktadır. Çünkü o, spora başladıktan sonra nasıl bir görünüme kavuşacağını değer verdiği kişilerin düşünceleri ile hayal etmektedir. Yani Akif Bey, çevresinde önem verdiği kişilerin hayallerini, hayali kılıp vücudunu inşa etmeye koyulmaktadır diyebiliriz.

Görüştiğimiz katılımcıların birçoğu, bedenlerini yakın çevrelerinde önem verdikleri, dikkate aldıkları kişilerin duygu ve düşüncelerine göre algıladıklarını

söyleyebiliriz. Ayrıca bazıları da bedenlerini halk arasında fiziksel görünüşleri ile popüler olmuş manken, oyuncu, sporcu, sanatçı gibi fenomen kişilerin aynasında algılayarak fitness salonlarına kaydolduğunu dile getirmektedir. Örneğin Nilay Hanım (32), düzenli yürüyüş yapma ile başlayıp aerobik salonlarına gitmesine ilham olan kişinin bir dönem her sabah televizyon ekranlarında izlediği “Ebru Şallı ile Pilates” adlı programın yapımcısı olan Ebru Şallı’nın kendisi olduğunu ifade etmektedir. *“Beni edasıyla, anlatımıyla hele de güzelliğiyle spor yapmaya yönelten en önemli kişi Ebru Şallı olmuştur diyebilirim”*. Nilay Hanım (32), Ebru Şallı’yı sadece estetik görünümüyle değil, başka tutum ve davranışlarıyla da önemseydiğini bunun da onu spor yapmaya teşvik ettiğini belirtmektedir. Her ne kadar Nilay Hanım, bahsi geçen ünlü kişiyle doğrudan bir etkileşim içerisinde olmasa da onun etkili bir izlenimi mümkün kılacak bir beden nasıl olması gerektiğine ilişkin tahayyül edilen ideal bir bedene göre kendisini gözden geçirdiğini söyleyebiliriz. Başka bir anlatımla Ebru Şallı’nın beden algısı, Nilay Hanım’ın kendisine doğru çevrilmiş bir ayna gibidir. O, kendisine dönük aynadan bakarak, bedenini diyaletik bir ilişkinin sonucuna göre sentezleyip inşa etmektedir.

Benzer doğrultuda Burak Bey (25), spora başlamasında olmasa da sürdürmesinde kendisine rol model olarak Sami Hamidi’yi -vücut geliştirme şampiyonlukları olan ve Türkiye’de birçok ünlü kişiye de antrenörlük yapan bir sporcu- örnek almaktadır. Burak Bey de tıpkı Nihal Hanım’ın durumunda olduğu gibi bedenini örnek aldığı bir sporcunun ideal bir erkek bedeninin nasıl olması gerektiği düşüncesini hayal ederek inşa etmektedir. Yani o, bir yerde fitness dünyasında ün yapmış bu kişinin beden algısını kendi bedeninde vücuda getirerek takdir edileceğini düşünmektedir. Onun için ilgili kişi, kendisine bakıp bedenini inşa edebileceği örnek bir modeldir.

“Benimde kendime göre Instagram, Facebook ve Youtube üzerinden takip ettiğim ve onun gibi bir vücuda sahip olmak istediğim kişiler var. Onlardan biri Sami Hamidi’dir. Birçok ünlünün de antrenörü olan Sami Hamidi’yi örnek alıyorum.” şeklindeki ifadesine binaen “Keşke vücudumun onun gibi olsaydı diyor musun? sorumuza verdiği cevap fitness alanında ün yapmış birinin örnek alındığını göstermektedir. *“Evet istiyorum. Bir de kendime örnek aldığım bir sporcudur. Benim için ideal bir modeldir. Ama onun gibi olmam için daha çok fırın ekmek yemem lazım.”*

Ayça Hanım da (25), *“Erkeklerde çok fark ettiğim bir şey değil. Bir kadın bir erkek için süslenmez. Bir kadın bir kadın için süslenir. Bir kadın başka bir kadına daha güzel görünmek için çaba sarfeder. Kadınlar kendi cinslerini daha fazla önemserler.”* Sözleriyle kadınların kendi bedenlerini hem cinslerinin bakışına göre inşa ettiğini belirtmektedir. Ayça Hanım’a göre, kadınlar bir şekilde kendilerini karşı cinse beğendirebildiklerini ama bir kadına beğendirebilmek için de ekstra bir çaba sarf etmesi gerektiği kanaatindedir. Ona göre bir kadın için başka bir kadın “önemli diğerleri”ndendir. Yani bir kadın giyimine, beden ölçülerine, kişisel bakımına öncelik verirken dikkate aldığı kişilerin başında kadınlar gelmektedir. Genel düzeyde bir değerlendirme yapan Ayça Hanım, kadınların daha dikkatli bir gözlemci olduğunu, bir kadının dikkate değer bir görünüme sahip olup olmadığı konusunda erkeklere nazaran daha farklı kriterleri göz önüne alarak bir değerlendirme yaptıklarını, dolayısıyla bir kadının dış görünümünü düzenlerken onların düşüncelerini veya bakış açısını daha önemsediklerini belirtmektedir. Daha doğrusu o, bir kadın için asıl aynanın başka bir kadın olduğunu düşünmektedir.

Funda Hanım (25) da çalıştığı iş yerindeki dedikodulardan hareketle bir kadının beden ölçülerinden kilosuna, giyiminden makyajına varıncaya kadar herşeyine daha fazla dikkat etmesinde başka kadınların etkisi olduğunu ve hatta bundan kendisinin de münezzeh olmadığını şu ifadelerle dile getirmektedir:

“Malum bayan kuaförüüyüm. Buraya saçını yaptırmaya gelen kadınların birçoğu bize herşeylerini anlatırlar. Özel sorunlarını, eşleri ve akrabaları ile yaşadıklarını, sağlık durumlarını, başka kadınların kilosunu, giyimini, saçını başını vs. gibi konularda konuşurlar. Onları dinlerken en çok fark ettiği şeylerden biri şudur: Bir kadın daha çok başka kadınların onun hakkında ne söylediğine dikkat ederek bakımına dikkat eder. Onun fikirlerini daha önemsiyor. Mesela biri ona derse ki ‘Saçın hafif ağarmış’ ya da ‘Saçın rengi solmuş’ ikinci gün buraya gelir, bakımını yaptırır. Salonda da çok benzer şeyler duyuyorum. Bu anlattıklarım benim için de geçerli. Biri bana ‘Şurana burana dikkat! diye çok söylerse ben de aynı şeyleri yaparım.’”

Funda Hanım, hem çalıştığı iş yerindeki hem de salondaki gözlemlerinden hareketle kadınların başka kadınların düşünce ve bakışlarından daha etkilendiklerini ve birçok konuda olduğu gibi beden ölçülerine de dikkat etmelerinde bunun önemli bir faktör

olduğunu dile getirmektedir. Kendisi başta olmak üzere birçok kadının, beden algısının hem cinslerinden etkilenecek şekilde şekillendiğini kişisel bakıma gösterilen özende titizlikle örneklemektedir. Ona göre bir kadının, hem cinsine daha iyi görünmek için sadece makyajına, giyimine, saç bakımına değil, aynı zamanda beden ölçüsüne de dikkat etmesini gözlem ve deneyimleri ile aktarmaktadır. Onun için başka kadınlar beden algısını belirleme noktasında “önemli diğerleri”ndendir. Ona göre dış görünüm noktasında bir kadın için asıl belirleyici kriter yine başka bir kadındır.

Benzer doğrultuda fikrini beyan eden Senay Hanım (46) da kadınların çoğu zaman birbirini kıskandırmak amacıyla giyim ve kuşamlarına, makyajlarına ve beden ölçülerine dikkat ettiklerini şöyle ifade etmektedir: *“İnanın ben hiç kıskanç değilim. Hatta etrafımda bütün insanların güzel ve hoş olması benim hoşuma gider. Ama herkes öyle değil. Bazıları bu konuda sırf başkalarını kıskandırmak için de olsa süslerine, püslerine, giyimlerine, makyajına, sporuna dikkat etmeye çalıştıklarını söyleyebilirim.”* Senay Hanım, kadınların daha iyi bir görünüm için çaba sarfetmelerinde etkili olan asıl faktörün haset uyandıracak bir görünüme kavuşma istemi olduğunu belirtmektedir. Daha doğrusu onun bir kadının daha çok başka bir kadın için kişisel bakımından giyimine, süslenmesinden vücut ölçülerine kadar dikkat kesildiği yönündeki fikirleri, benliğin sunumunda ve beden inşasında “önemli diğerleri”nin kim olabileceğini göstermesi bakımından önemlidir.

“Önemli diğerleri” diye tabir edilen önem ve değer verilen bireylerin benliğin oluşumu ve sunumu açısından önemi büyüktür. Onlardan gelen dönütler bireyin hem beden hem benlik algısını doğrudan etkilemektedir. Bu ise hem benliğin hem de beden in “doğuştan bir algıdan ziyade, ...sosyalizasyon ve etkileşim içerisinde gerçekleşen bir süreç”te inşa edildiğini göstermektedir. “Benlik bu algı içerisinde ilahi ya da biyolojik belirlenimli bir kavram olmaktan çıkıp, toplumsala ve etkileşime ait bir olgu olarak” karşımıza çıkmaktadır. Bu, bireyin çevresindeki insanlarla etkileşim halinde olması ve “karşılaştıkları durum ve olayları kendi perspektifleri doğrultusunda yorumlama ve davranma eğiliminde” olmasıyla yakından ilgilidir. W. I. Thomas tarafından “durum tanımlaması” olarak kavramsallaştırılan bu durum, “bireylerin gündelik hayat içerisinde karşılaşmış oldukları durumların ve ilişki biçimlerinin öznel olarak değerlendirmesi yoluyla, davranışa karar verildiği bir anı ifade etmektedir.” Nihayetinde her birey ilişkide olduğu insanlarla kurduğu iletişim biçimine göre karşı karşıya kaldığı durumu kendi

penceresinde görür, yorumlar ve ona göre davranır. Benlik ile dışsal görünümün birbirleri olan ilişkisi gözönünde alındığında, katılımcıların nasıl bir bedene sahip olmak istedikleri, bedenlerini nasıl sunmaları gerektiğine ilişkin “durum tanımlaması”na göre şekillenmektedir. İşte Cooley’in ayna benlik kavramı bu iç içe geçmiş durumu yani “başkalarının bizim hakkımızda düşündüğü şeylerin, bireyin kendi düşüncelerini ve davranışlarını etkile”mesini ve bunun sonucunda ortaya çıkan “durum tanımlaması”nı içermektedir (Gökulu, 2019: 178-182). Birçok katılımcı önemli diğerleri diye tabir ettikleri kişileri dikkate alarak bir durum tanımlaması yaptıkları ve ona göre bedenlerini inşa ettiklerini belirtmektedir. Dolayısıyla başkalarının görüş, değerlendirme ve yorumlarıyla vuku bulan ayna benlik kavramı, katılımcıların bedensel görünümünden düşüncelerine varıncaya kadar birçok davranışını etkileşim sürecine göre ayarladığını göstermektedir. Katılımcıların önemli bir kısmı karşı veya hem cins, sevgili, eş, dost ve ailelerinin gözünde nasıl göründüklerini, onlardan edindikleri izlenimleri nasıl değerlendirdikleri ve yorumladıkları, onları ne ölçüde dikkate aldıkları ve bu dikkat üzere bedenlerini nasıl inşa ettikleri ifadelerinden anlaşılmaktadır.

2.3.4. Dramaturjik Süreçte Benliğin Sunumu Olarak “Dış Beden”in Temsili ve Takdimi

Goffman ‘Gündelik Hayatta Benliğin Sunumu’ adlı eserinde sosyal aktörün toplum sahnesinde gerçekleştirdiği ‘performans’ları takındığı maskeler yani roller aracılığıyla yürüttüğünü, hatta bunlar vasıtasıyla hem kendini hem de başkalarını tanımaya başladığını ifade eder. Goffman, maskelerin hakiki benliğimiz olmakla kalmadığını aynı zamanda olmak istediğimiz hali de ifade ettiğini belirtir. Ona göre maske; cinsiyet, yaş, boy, görünüş, kılık kıyafet, konuşma kalıpları, yüz ifadeleri ile görünür olan “kişisel vitrin”i ihtiva eder. Kişisel vitrin “performans sırasında kişi tarafından kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan standart ifade donanımıdır.” Kişisel vitrinin sahnelendiği alana da set adını verir (2009: 31-35). Sosyal aktör görünüş ve tutumlardan oluşan kişisel vitriniyle sahnede başkalarına kendi üslubu ölçüsünde bir imaj verir. Bu imaj ise toplumsal beklentiler ile kişinin kendi performansları arasında oluşan diyalektik bir ilişkinin ürünüdür. Örneğin toplum bir kadından rutin olan bir kadınlık talep ederken kadın o rutini kendi performansıyla zamana ve mekâna göre farklı bir şekilde gerçekleştirebilir (Hülür, 2018: 3-8). Kişisel vitrinimizin ‘görünüş’ kısmına denk gelen bedense normlarla tahsis edilmiş rutinin istemleriyle karşı karşıya kalmakta ve durmadan

yeni stratejiler geliştirerek bunu idare etmeye çalışmaktadır (Çil, 2017: 58). Dolayısıyla sosyal aktörler kimi zaman bedenlerini içinde bulundukları sosyal ortamın niteliğine göre düzenlemekte, yönlendirmekte ve bu sayede arzu ettiği izlenimi toplumsal beklentileri de dikkate alarak vermeye çalışmaktadır.

Birey kendi kişisel vitrinini dramaturji¹³ denilen bir süreç içerisinde sahneler. Dramaturji toplumsal sahneyi bir perdeyle ikiye böler. Birinci bölgeye ön bölge, ikinci bölgeye de arka bölge adı verilir. Birinci bölgede birey toplumsal beklentilere uygun olacak şekilde rolünü en iyi şekilde oynar. Arka bölgede ise birey en doğal haliyle baş başa kalır. Örneğin bir doktor ön bölgede önlüklü, boynunda stetoskop, ağır ve ciddi bir tavırla hastasını muayene ederken arka bölgede önlüğünü çıkarır, ayaklarını masanın üzerine atar ve lakayt bir halde sigarasını tütürebilir (Poloma, 1993: 203-204). Birey, ön bölgeyi seyircinin bakışını istediği gibi yönlendirmek üzere kullanır. Yani onlara onların görmek istedikleri gibi görünür. Bunun için de kişisel vitrini en iyi şekilde sahnelemeye çalışır. Bu yönergeyi, katılımcıların bedenlerini daha iyi bir görünüme kavuşturmak için önce ne yaptıklarını, nasıl bir çaba içerisine girdiklerini ve arzu ettikleri görünüme kavuştuktan sonra bedenlerini nasıl ve ne şekilde sahnelediklerinde de görebilmekteyiz. Katılımcıların birçoğu kafe, plaj, yüzme salonu veya yüz yüze karşılaşmaların daha çok olduğu çarşı pazar gibi kamusal mekânlarda bedenleri ile en iyi performansı sergileyip kabuledilebilir ve onaylanabilir en iyi izlenimi elde etmek için bedenlerini inşa ettikleri görülmektedir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde birçoğunun doğrudan, az bir kısmının da dolaylı ifadelerinden hareketle beden dramaturjik bir nesne olarak sahnelenmeden önce nasıl süslenip paklandığını, seksapalitesi için ne tür bir ölçü ile biçimlendirildiği, dikkat çekici, albenisi yüksek bir görünüm için nasıl inşa edildiği görülebilir.

¹³ İzlenim yönetimi olarak da kavramsallaştırılan dramaturji “insanların başkalarının sahip olduğu izlenimleri ve diğer kişilerin onlara nasıl tepki vereceğini yönetmek için gerçekleştirdikleri stratejik eylemleri tanımlamak adına” kullanılmaktadır. Dramaturjik süreçte birey hem kendisini özne hem de bir nesne kılarak toplumsal etkileşimlere nasıl duyarlı olduklarını ortaya koymaktadır (Hewitt-Shulman, 2019, 363). Toplumsal aktör, bu süreçte benliğinin toplumsal etkileşim ağlarında örüldüğüne dair bir bilince de sahip olduğunu böylelikle göstermiş olmaktadır. Böyle bir bilinç toplumsal aktörün salt bir kukla olmadığını, kişisel öyküsüne şahsi iradesini de ekleyebildiği toplumla birey arasındaki etkileşimin boyutları hakkında da önemli bilgiler vermektedir.

“Tatillerde deniz kenarlarını tercih eder misiniz?”, “Plaj ya da yüzme havuzlarının olduğu yerlere daha fit bir vücutla gitmek için herhangi bir çabanız oldu mu? şeklindeki sorulara Erkan Bey’in (39) verdiği cevap, tatil yerlerine fit, bakımlı bir görünümle gitmenin bir kişi açısından daha memnun edici olduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Giderim tatile evet. Ama yüzmeyi falan çok iyi bilmesem de serinlemek için, değişiklik olsun diye giderim. Giyinik de olsak, çıplak da olsak nerede olursak olalım diğer insanlara hoş bir görüntü oluşturmak bence daha iyi. Yani deniz kenarına koca bir göbikle gitmeyi kimse istemez haliyle. Şunu da belirtiyim hani yaz geldi tatile gideğim öyleyse vücut yapmayalım diye düşünmüyorum. Ben zaten sporu düzenli olarak yapan biriyim.”

Erkan Bey, tatil yerleri için hassaten spor yapmadığını belirtse de insanın her haliyle dış görünüşüne dikkat etmesi gerektiği düşüncesindedir. Ayrıca o, insanlar üzerinde daha iyi bir izlenim bırakabilmek için hoş bir görüntüye sahip olmanın iyi bir şey olduğunu belirtmektedir. Bu minvalde deniz kenarlarına koca bir göbikle gidilmesini hoşla giden bir şey olmadığını ve bunun da kimse tarafından istenemeyeceğini ifade etmektedir. Erkan Bey yine de en iyi izlenimin kaslı bir vücutla verilebileceğini dolaylı yönde vurgulamaktadır.

Benzer sorulara Sevda Hanım (48) da “Çok sık plajlara ya da havuzu olan otellere giderim. Ama öyle sadece plaja gidiyorum diye spor yapmasam da egzersizlerimi oraya gittiğimde ekstra daha iyi görünmeliyim diye de yaparım. Mesela gider gitmez de hemen yürüyüşlerime ve diğer sportif aktivitelere başlarım.” Şeklindeki düşüncelerine binaen “Daha iyi görünmeliyim derken tam olarak ne kasettiğinizi öğrenebilir miyim? sorusuna verdiği cevap, bir sahne olarak tasavvur edebileceğimiz plaj ya da havuz kenarlarında bedenini en iyi izlenimi verecek şekilde inşa etmeye çalıştığını görmek mümkündür. Söz konusu inşa etme vücutta kusur olarak görülmeye başlanan “selülit” ve “yırtıkların” ortadan kaldırılmasına dönük bir çaba olarak da okunabilir. “Hiçbir kadın tüyü, selüliti ve yırtıkları olan bir vücutla tatile gitmek istemez.” Daha doğrusu Sevda Hanım’ın, “pürüzsüz, tüysüz ve yırtıksız” fit bir vücudu böylesi mekânlar için ideal bir tasarı olarak kodladığını söyleyebiliriz.

Sevda Hanım da diğer birçok katılımcı gibi benliğini en iyi şekilde yansıtabilecek kişisel bir imaj yaratmak, sürdürmek ve denetlemekle iştigal etmektedir. O, vücudunun

muhtelif yerlerinde beliren yırtıkların, pürüzlerin ve kırışıklıkların, başkalarında olumlu yönde bir izlenim oluşturmamaya başladığını bildiği için, benliğini bir problem olarak görülen bu tür “kusurlardan” arındırmakla korumaktadır. Burada bir tedbir olarak görülen bedensel denetleme, kontrol ve düzenleme benliğine yönelik arzu edilmeyen yakıştırma ve nitelermelerden uzak durma kaygısı taşımaktadır. Daha açık olarak Sevdâ Hanım, benliği hakkında birçok açık işaretler taşıyan bedenini tıpkı bir metin gibi okuyup yorumlamakta ve başkalarının da aynen kendisinin anladığı türden mesaj verecek şekilde düzenlemektedir. Bu amaç doğrultusunda vücudunu, çıplak duyulara en açık hale gelebildiği plaj, havuz gibi kamusal mekânlara göre gözden geçirmekte, kendisini kötü hissettirebilecek pürüzleri dikkate almakta ve ona göre vücudunu modifiye etmektedir. Bu şekilde o, bir nevi “beden redaksiyon”u yaparak nasıl görünmek istiyorsa öyle bir görüntü vermeyi amaçlamaktadır.

Karışık havuz ve plajları tercih etmese de Ebru Hanım (28) kapalı yüzme havuzlarına gittiğinde dış görünüşünün ne kadar önemli olduğunu hem cinslerinin dikkatli bakışlarında sezinlediğini şöyle ifade etmektedir: *“Karışık havuzlara gitmem. Burada olur, başka yerde olur farketmez ben genelde kapalı yüzme havuzlarını tercih ederim. Yüzmeyi de çok severim. Ama oraya gittiğinizde kendinize daha dikkat etmek zorunda kalıyorsunuz. Çünkü burada kadınlar birbirini çok daha fazla gözlemliyor. Duyuyorsun da yok şunun burası öyle, şurası böyle gibi... Bu tür şeyleri duydukça sen de daha dikkat etmek zorunda kalıyorsun.”* söylediklerine atfen “Nasıl bir dikkat gösteriyorsunuz?” şeklinde yönelttiğimiz soruya verdiği cevap bir “kusur” olarak görülmeye başlanan göbeğin ve geniş basenlerin saklanması, gözden uzak tutulması ve bu şekilde en iyi görünümün verilmesi üzeredir. *“Eğer göbeğim ve basen kısımlarım istediğim halde değilse daha uzun şeyler giyerek havuza giderim. Bu şekilde kimse sizi çok süzmez. Şu an gidersem çok fazla dikkat etmem gibi...”* Ebru Hanım, kendini şişman olarak algıladığı dönemlerde yüzmek için gittiği kapalı havuzlarda hem cinslerinin olumsuz bakış, yorum ve ifadelerinden sakınmak için daha uzun şeyler giymeye çalıştığını, spor yaptığı dönemde ise daha fit bir görünüme kavuştuğu için, bu gibi bir tedbire ihtiyaç duymadığını belirtmektedir. Daha doğrusu o, sahne arkasında yani spor salonunda inşa ettiği bedenini en göze gelir şekilde, sahne önünde yani yüzme havuzlarında sahnelemektedir. Bu durum, beden gibi görünüşe gelen “kişisel vitrin”in,

dramaturjik bir süreçte arzu edilen izlenimi yaratmak suretiyle nasıl sahnelendiğini göstermektedir.

Ebru Hanım'ın aktardıkları “etkileşimlerin sosyal düzenine” dair birçok kavramı ve olguyu açığa çıkartır. O, kendini kilolu gördüğü zamanlarda mevcut bedenini “belirli bir duruma münasip” görmediği daha doğrusu zımmen kabul görmüş bir beden ölçüsüne “uygun düşme”diğini hissettiği için uzun bir kıyafeti duruma uygun bir “katılım perdesi”¹⁴ olarak kullanmaktadır. Bu sayede o, “iki ya da daha fazla bireyden oluşan ve sadece o an birbirinin yanında bulunan insanları” ifade eden topluluk önünde bedenini saklamış ve kilolu olmadığına dair “vücut bulmuş bir mesaj”ı alıcılara iletmektedir. Uzun kıyafetlerle kilosunu gizleyen Ebru Hanım, bedenini geçici bir süreliğine dahil olduğu, “karşılıklı birbirini izleme” olasılığının arttığı, havuz gibi “mekânsal çerçeve”¹⁵ ye uygun düşecek bir şekilde inşa ettikten sonra, benliğinin özerkliğini güvence almaktadır. Ayrıca o, gözlerin vücutun bütün hatlarını seyretme olasılığını genişlettiği, “çıplak duyulara” daha açık hale getirdiği havuz gibi bir kamusal alana münasip inşa ettiği bedeniyle “kişisel sima”sını en iyi şekilde sergilemektedir (Goffman, 2020: 20-34). Böylece Ebru Hanım tabiri caizse bir taşla iki kuş vurmaktadır. Bir yandan vücudunda göze batan fazlalıkları törpüleyerek bedenini kabul gören, olumsuz manada dikkat çekmeyen, bir yandan da hayranlık uyandıracak bir forma kavuşturmaktadır. O, bu şekilde gizleme, saklama, gözden uzak tutma ile açığa çıkartma, teşhir etme, görünür

¹⁴ Katılım perdeleri, birçok kamusal mekân ve sosyal müesse içinde bireylerin “normalde olumsuz yaptırımlarla karşılaşılacak şeyleri güvenli bir şekilde” yapabilmesini sağlayan bir zırhtır. Bu şekilde sosyal aktör başkalarının görmesini istemeyeceği, görüldüğünde kendisini rahatsız edeceği bir performansını veya bedensel kusurunu perdeyebilir. Örneğin toplumsal rolüne yakışmadığını düşünen bir öğretmenin sigarasını bodrum katında bir yerde içerek “rolünden kurtulması”, bir kadının esnerken ağzını kapatması, ayıp olmasın diye sigaranın avuç içine alınarak içilmesi veya şişman birinin daha geniş elbiseler giyerek kilosunu gözlerden irak tutması gibi tedbirler “katılım perdeleri”ne örnek teşkil eder (Goffman, 2020: 48-49).

¹⁵ Goffman mekânsal çerçeveyi daha genel olarak “durum” diye kavramsallaştırmaktadır. O, durum derken de mevcut toplanma haline dâhil olan kişinin bunun bir üyesi haline geldiği tüm “mekânsal çerçeve”yi kastetmektedir. Her durum karşılıklı bir izlenme sürecine gönderme yapar. Bu ise “en son ikinci kişi”nin ortamı terkmesiyle son bulur. Dolayısıyla kamusal bir mekân en az iki kişinin birarada bulunmasıyla, birbirilerinin menziline girmesiyle mekânsal bir çerçeveye kavuşur. Ancak bu şekilde “durum” mümkün olur (2020: 25-26).

kılma arasındaki gerilimi fit bir vücutla azaltarak benliğini bedeni üzerinden koruma altına almaktadır.

Tülay Hanım (23) da yaz tatillerinde amcalarının ikamet ettiği tatil bölgesi olan Ayvalık’a gitmeden evvel daha sportif ve fit bir görünüme kavuşmak için ekstra bir çaba harcadığını şu cümlelerle aktarmaktadır:

“Amcalarımın Ayvalık’ta evleri var. Biz de ailecek onların yanına gidiyoruz. Kuzenlerimle hemen hemen hergün denize gireriz. Ben buradayken salona giderim. Orada ise sabahları kültürfizik hareketlerimi yaparım. Hatta kuzenlerimle birbirimizi teşvik ediyoruz. Çünkü daha rahat yüzebilmeniz için vücudunuzun daha sportif olması gerekiyor. Bir de vücudunuzun çeşitli bölgelerinde yağlanma varsa o da sizi çirkin gösteriyor.”

Cümlesini “Sizi çirkin gösteriyor.” ibaresini daha açarak tamamlamasını rica ettiğimiz de altını çizerek vurguladığı şu ifadeler, benliğin daha çekici bir bedenle sunulması gerektiğini gösterir mahiyettedir: *“İnsan her nerede olursa olsun güzel görünmek ister. Nasıl üstünüz başınız yırtık ve dağınık bir halde olması sizi çirkin gösterirse vücudunuzun da dağınık görünmesi sizi çirkin gösterir.”* İfadesine binaen “dağınık görünme” ile neyi kastettiği sorusuna verdiği cevap, Tülay Hanım’ın, bedenini bir elbise gibi üzerinde en güzel görünecek şekilde tasarladığını göstermektedir. *“Sırt, basen ve karın bölgenizde sarkıklar olması hoş bir görüntü değildir. Vücudunuz çok biçimsiz görünür. Dolayısıyla daha sportif olmanız gerekiyor.”* Tülay Hanım, fiziksel aktivitelerini hem tatil öncesi hem tatil esnasında süreklileştirerek vücudunun çeşitli bölgelerinde bir “dağınıklık” işareti olarak beliren sarkıkları pürüzsüzleştirerek daha iyi bir görünüme kavuşmak istemektedir. Tülay Hanım için yaptığı egzersizler tıpkı bir ütü gibidir. Nasıl bir ütü kırışık, buruşuk bir elbisedeki kırışıklıkları, buruşuklukları gideriyor ve elbiseyi daha düz bir duruma getiriyorsa fiziksel egzersizler de tıpkı bir ütü gibi, bedenin kırışıklığını gideren, onu daha düz ve pürüzsüz bir hale getirmek için yapılmaktadır. Böylece Tülay Hanım, hem tatil öncesi hem tatil esnasında yaptığı düzenli egzersizlerle pürüzlerinden, buruşukluklarından, kırışıklıklarından arındırdığı bedeniyle hoş bir görüntü vererek benliğini en iyi izlenimi bırakmak için sunmaktadır.

Bu etkileşimler, başkalarının izlenimlerini kontrol ederek benliği sunmanın sosyal çerçevesini teşkil eder. Kişiler arası etkileşimlerde bireyin arzu ettiği görünümü

yansıtmak için bir gösteri sanatı olan tiyatro alanından uyarlama metaforlardan hareketle böyle bir sonuca varmak mümkündür. Bunların başında sahne önü ve arkası gelir. Onların varlığı da duruma göre değişiklik arz edebilir. Örneğin doktor için hastası ile karşı karşıya geldiği muayenesi bir ön sahne iken ara verip dinlenmek için çekildiği yer sahne arkası olabilir. Rol arkadaşı olan hastasının olmadığı bir zaman sürecinde muayene, sahne arkasına dönüşebilir. Yerin sahnenin önü veya arkası olması seyirci ve rol arkadaşlarının varlığına göre değişebilir. Sahne önü seyirci ile karşılaşma durumunun mevcut olduğu mekânda belirir. Böyle bir esnada aktör bir seyirci tarafından izlendiğinin, gözlemlendiğinin veya kaçamak bir bakışla karşı karşıya kaldığının bilincindedir ve bu bilinçle kendisini duruma münasip bir şekilde uyarlamak zorunda hissedebilir. Bir sosyal aktör olan katılımcılar da dâhil oldukları bir mekânda nasıl görünmeleri gerektiğine dair ön bir bilinçten hareketle giysilerine, makyajlarına, kıyafet ile beden ölçülerinin uyumlarına, duruşlarına gibi kişisel görünümlerine dikkat ettikleri ifadelerinden anlaşılmaktadır.

Mustafa Bey (21) de önümüzdeki yaz, yurtdışından gelecek kuzenleriyle birlikte gidecekleri tatil yöresine sahne arkasında inşa ettiği ve görünümünden memnun kalacağı bedeni ile gitmek için hazır olduğunu peşisıra sorduğumuz sorulara verdiği şu cevaplarla beyan etmektedir: *“Bu yaz nasip olursa yurtdışından gelecek olan kuzenlerimle birlikte Antalya’ya tatile gitmek için sözleştik. Hazırlığımızı ve planlarımızı yaptık. Bir kaza bela olmazsa yazın birkaç haftalığına güzel bir otele gitmeyi düşünüyoruz.”* söylediklerine atfen *“Ne tür hazırlıklar yaptınız?”*, *“Bu hazırlıklarınız içinde daha fit bir vücut için yaptığınız fitness da var mı?”* şeklinde yönelttiğimiz sorulara verdiği cevap bedenini en dikkat çekecek ve çekici haliyle sergilemek istediği üzeredir.

“Hiçbir genç böyle yerlere cılız, kuru, sıska veya yağ bağlamış göbekli bir vücutla gitmek istemez. Oraya gittiğinizde haliyle iyi bir vücutla gitmeniz sizi daha mutlu eder. Bir de gitmeden evvel koluma dövme yaptırmak istiyorum. Kollarım eskiden ince olduğu için böyle bir şey istesem de yapamazdım. Şimdi kollarım istediğim kalınlığa geldiği için dövme de yaptırmak istiyorum.”

Mustafa Bey, “kuru”, “cılız”, “sıska”, “göbekli” bir vücudu göz alıcı, çekici olmayan çirkin bir beden olarak tanımlamakla kalmamakta, bu nitelikte bir vücudu denizi ve plajı olan yerlere gitmeye uygun bir beden olarak görmemektedir. O, vücudun mahrem

yerler hariç her şeyiyle görünüre çıktığı bu yerlerde fit bir vücudun daha dikkat çekeceğini düşünmekte ve bu doğrultuda bedenini inşa etmektedir. Ayrıca Mustafa Bey bir tablo gibi inşa ettiği bedeni üzerine kazındırmak istediği dövmesi ile çekiciliğini daha bir artırmayı planlamaktadır. Bir dönemler çelimsiz bir vücuda sahip olduğu için aklının ucundan bile geçmeyen dövme yaptırma fikrine, fitness vasıtasıyla belirli bir kıvama getirdiği bedeni ile varmakta ve bu imkânla arzu ettiği motifte bir dövme yaptırmak istediğini ifade etmektedir. Bu şekilde sahneye çıkardığı vücudunun daha fazla ilgi ve beğeni göreceğini düşünmektedir.

Bir dönem, her yaz tatili için deniz kenarlarını tercih eden Metin Bey (44) de, vücudunu göze en hoş geldiğini düşündüğü şekilde inşa ettikten sonra tatile çıktığını ifade etmektedir. Hatta o, bedenini en iyi şekilde sunabilmek için ekstra bir çaba sarfettiğini şöyle aktarmaktadır:

“Evet. Hatta ben ve birkaç arkadaşım eylül, ekim ve kasım aylarında sıkı çalışmazdık. Ama ocak ayından sonra yani tatile yakın zamanlarda daha fazla çalışırdık. Tempomuzu daha yükseltirdik. Çünkü gittiğimiz yerlerde iyi vücutların daha dikkat çekeceğini düşünürdük. Niye? Ben spora başlamadan evvel birkaç defa Alanya tarafına gitmiştim. Çok kişinin fit vücutlara sahip olduğunu gözlemlemiştim. Ortalama çok kişinin omuzları geniş, kolları kaslıydı. Yani onların yanında çok cılız ve zayıf kaldığım hatırıma gelmişti. Bunlar aklıma geldiğinde ben de daha fazla çaba sarfediyordum. Çünkü kendimizi turistlere falan beğendirmek istiyorduk. Bir şekilde onların dikkatini çekip onlarla tanışmak istiyorduk. Kendimizi teşhir ediyorduk görümümüzle. İşe yarıyor muydu? diye sorarsanız yarıyor diyebilirim. Doğrusu bu tatiller bizi çok motive ediyordu. Unutmadan öyle havuza girip girmemektense böyle güzel bir short ve tişörtle daha iyi bir görünüp görünmediğime bakıyordum. İlginç bir şey ki bir de milleti zorla havuza falan gitmeye zorluyordum.”

Metin Bey, birkaç arkadaşı ile birlikte tatile yakın zamanları tempolu bir şekilde çalışmak için en iyi zaman olarak belirlemiş ve bu yönde büyük bir gayret göstermişlerdir. O, evvelden gözlemlediği bu yerlerdeki insanların vücut ölçüleri ile kendi vücudunu kıyaslamış ve arada gördüğü fark üzere sportif faaliyetlerine daha dikkat kesilmiştir. Onların geniş omuz, kaslı kol ve şişkin göğüsleri karşısında kendi vücudunu daha olumsuz algılamış ve bu nedenle çalışmalarını sıklaştırmıştır. Bu şekilde onlar gibi daha

iyi bir görünüme kavuşup kadın turistlerin dikkati çekmeyi arzulamıştır. Daha doğrusu o, bu neden üzere tıpkı heykeltraş misali bedenini sıkı bir program doğrultusunda şekillendirmiştir. Nihayetinde Metin Bey, fit bir hale kavuşturduğu vücudunu karşı cinsin bakışlarını kendi üzerine çekebilecek bir uyaran olarak kullanarak benliğini daha kabul gören bir sunumla sahnelemeye gayret ettiğini söyleyebiliriz. Onun için dikkat çekici bir görünüme sahip olmak kendini iyi hissetmenin önemli bir nedenidir.

Birçok katılımcımızın tecrübeleri ile aktardıkları bazı reklam filmlerinde kullanılan temaları çağrıştırmaktadır. Söz konusu bu reklamlarda beden dramaturjik sunumu benzer yönergeleri izlemektedir. Alyakut'un "Nestle Nesfit" ve "Doğadan Form" reklam filmlerinin göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile analizinden elde edilen sonuçlar bir kadının dikkat çekici ve alımlı güzelliğe sahip olmasını uzun bacaklara, sıfır bir bedene, sağlıklı ve genç görünüme bağlandığını göstermektedir. Her iki reklamda kullanılan renklerin kişide hangi duygu ve çağrışımlar uyandırdığı, bu reklamların hangi kitleyi hedef aldığı, ideal bir bedene sahip olmanın ne anlama geldiği, kişiye ne tür bir avantaj sağladığı üzerine birçok yan anlamı içermesi bakımından da önemlidir. Reklam, tanıtımı yapılan ürün ile "mükemmel", "kusursuz" ve "ideal" bir bedene ulaşma vaadini çeşitli göstergelerle kanıtlamaya çalışmaktadır. Yapılan analizde dikkatimizi çeken hususların başında ürünü kullanmadığı için kendisini ayna karşısında şişman gören kadının vücudunun belirli bölgelerini daha uzun kıyafetlerle kapatması, gizlenmeye çalışması, kasvetli bir yatak odasına sığınması gelmektedir. Ürünse sihirli bir dokunuşla her şeyi değiştirebilen büyü bir güç olarak sunulmaktadır. On dört gün gibi kısa bir zaman aralığında çekici, zayıf, fit ve sportif bir görünümün garantisini veren ürünün kullanılması ile kadın, özgüven kazanmakta, daha kısa ve renkli mayolar giymeye başlamakta, plajda kendinden emin ve havalı bir şekilde yürümekte, yeni görünümü ile şezlongda uzanan geniş omuzlu, kaslı, fit, genç, sağlıklı ve yakışıklı adamın dikkatini üzerine çekmeyi başarmaktadır. Birçok mesajı kısa saniyelere sığdıran bu reklamda kadın, sadece iyi bir görünüme kavuşmamakta aynı zamanda hayatın keyfini daha iyi sosyalleşerek çıkarmaktadır. Reklamda kullanılan göstergeler ise böyle bir hayat tarzını sembolize eden metaforlarla zenginleştirilmektedir. Örneğin sosyal tutum olarak beğenilme, onaylanma, kabul görme zayıflık; canlılık, cazibe ve çekicilik kırmızı, pempe ve şuh renklerle; özgüven, mutluluk ve teşhit etme de plajda görünme ile temsil edilmektedir. Aksi olan "şişmanlık" ise sosyal tutum olarak beğenilmeme, onaylanmama, kabul görmeme;

karamsarlık, mutsuzluk, içe kapanma siyah renklerle; gizlenme, saklanma ve mahremiyet ise yatak odası ile sembolize edilmektedir (Alyakut, 2016: 703-705). Tıpkı reklamdaki kadın oyuncu gibi birçok katılımcı da plaj veya havuz gibi kamusal bir mekâna kendilerini içinde özgüvenli, havalı, göze hoş gelen, dikkat çekici hissedecekleri bir bedeni inşa ederek dâhil olmaktadır. Doğrudan ifade etmeseler de birçoğunun aksi bir durumda böyle bir mekânı beğenilmeyeceklerini, kabul edilmeyeceklerini, onaylanmayacaklarını bildikleri için tercih etmeyecekleri sezilenmektedir.

“Kadınların daha iyi bir evlilik için bedenlerini daha iyi forma soktuklarını söyleye bilir miyiz?” sorusunu yönelttiğimiz Müjgan Hanım (40), kendi gözlemlerinden hareketle kadınların karşı cinsten birileri ile tanışmak için görünümelerini kafe gibi yerlerde nasıl daha iyi sunmaya çalıştıkları üzerine fikirlerini şöyle dile getirmektedir:

“Bu tür insanlar mutlaka vardır. Beğenilmek her kadının hoşuna gider. İster karşı cinsten istersen hem cinsleri tarafından beğenilmek ister. Bence insanlar daha iyi bir kısmet bulmak için kafe gibi ortamlara girmeyi daha fazla tercih ederler. Orada kendilerini gösterip başkalarıyla tanışmak isterler. Bunun içinde bakımlarına, makyajlarına ve fiziksel görünümüne dikkat ederler. Daha etkili olabilmek için yaparlar.”

Müjgan Hanım insanların en doğal istemlerinden biri olan beğenilme, ilgi görme ve kabul edilme arzularını tatmin etmek için bir ön sahne olarak tasavvur ettikleri son yıllarda sayılarında ciddi bir artışın olduğu kafe gibi kamusal mekanlarda sportif egzersizleriyle belirli bir forma kavuşturdıkları bedenlerini giyim, makyaj, saç tasarımı, süs ve takı eşyaları ile bezedikten sonra kendilerini başka insanların onayına sunduğunu düşünmektedir. Bir tiyatro sahnesini andıran bu tabloda bir kaçamak bakış -tıpkı bir alkışın oyuncunun sahne performansını onaylanması ve beğenmesinde olduğu gibi -kendi dış görünümünü başkalarının ilgisine sunan bir kişi açısından motive edici bir sinyal olarak görülmektedir. Müjgan Hanım beğeniyi, hayranlığı içeren bu bakışların evlilik gibi uzun vadeli duygusal bir ilişkiye atılan ilk adımlardan biri olduğu için birçok kişinin kısa bir zaman aralığında en iyi gösterisini yapmaya çalıştığını belirtmektedir. Kendisini dâhil etmese de birçok insanın bedenlerini dikkat çekici bir şekilde inşa edip sergilemesi yönündeki ifadeleri, bedenin sembolik değerini artırmak suretiyle arzulanma kapasitesinin artırılmasına dönük bir çabanın göstergesi niteliğindedir.

Katılımcılarımızın kişisel vitrinlerinin görünüşe denk gelen kısmı olan bedenlerini -dramaturjik süreçte- en iyi izlenimi bırakacak şekilde sahnelediklerini çeşitli vesilerle dile getirmektedirler. Örneğin katılımcılarımızdan Ali Bey (23) kafe, alışveriş merkezi gibi kamusal alanlarda görüntüsüyle en iyi izlenimi bırakmanın nasıl olabileceğini şu şekilde ifade etmektedir:

“Hiç kimse vücudunu saklamak için fitness salonlarına gelmiyor. Buraya gelen her insan bir şekilde bedenini göstermek derdindedir. Tabii bunun ortamı değişebilir. Bunun yeri kimi zaman instagram, facebook gibi sanal âlem ortamları da olabilir veyahut gençlerin özellikle çokça takıldığı kafe ve alışveriş merkezleri de olabilir. Bu ortamlara girenler bedenlerinin ölçülerini daha iyi gösterecek kıyafetleri tercih ediyorlar. Ne bileyim bu göğsü gösteren bir tişört, dar kesim bir gömlek veya ceket de olabilir. Yani bu iş size kalmış diyebilirim.”

İnsan davranışlarının belirli bir boşlukta değil de insanların tanıdığı, bildiği “eylemler ve nesnelerin düzenlenişini sunan belirli, somut ve genellikle iyi bilinen durumlarda vuku” bulduğu bir gerçektir. İnsan etkileşimini belirli bir kural ve sınırlarla belirli bir çerçeye tabi tutan bu düzenleniş “durum tanımı” denmektedir. İnsanların genel itibarıyla davranışlarını durum tanımlarına göre tanzim ederler. Her nereye gideceklerse ona göre bir durum tanımı yapmakta ve o ölçüde çeşitli davranış ilkelerini kendilerine rehber edinirler. Örneğin Ali Bey kafe ve AVM gibi yerlere farklı cins, statü, hayat tarzlarına sahip insanların birçoğunun kendilerini en göz gelir şekilde süsleyerek gittiği ve olası bir kız arkadaş edinmek için en iyi yer olduğuna dair bir “durum tanımı”ndan hareket etmektedir. O da birçok genç akranı gibi bu tür bir “durum tanımları” temelinde eylemde bulunduklarını varsayabiliriz. Daha doğrusu o, tanıdığı ve bildiği bir durumdaysa ve bu “durumun anlamının düzünleşimi”nin farkındaysa “hem kendi davranışlarını hem de diğerlerine ilişkin beklentilerini bu tanımla ilişkili bir şekilde organize eder.” (Hewitt-Shulman, 2019, 93-95). Yani o, kaslı ve atletik vücudunu daha görünür kılan elbiseleri böylesi yerlerde giyinmenin olası beğenileri üstüne çekebilmek için en doğru tercih olabileceği düşüncesini veri almaktadır. Çünkü o, buralara gelen birçok karşı cinsin de benzer beklentilerini karşılamak için geldiğini dolaylı yünden ifade etmektedir. Bunu da dâhil olduğu duruma dair ön bir bilgiye sahip olarak yapmaktadır. Nihayetinde onun performansının değeri içine gömülü olduğu durumun varlığına bağlı olarak değer kazanır. Bu bakımdan birçok insanın dış görünüşünü sergilediği kafe gibi

kamusal alanlarda en dikkate değer görüntü kişinin bütün ihtişamı ve şatafatını güzelliği, takıları, beden ölçüleri, kişisel bakımı, giyimi ile ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla Ali Bey, kafe gibi yerlerin bedensel görüntünün önem kazandığı yerler olduğuna dair bir tanımlama yaparak performansına hazırlanmaktadır. Örneğin Ali Bey’in kafeye değil de bir camiye veyahut bir cenaze merasimine katılacağını varsaydığımızda “durum tanımı”nın değişebileceğini düşünebiliriz. Bir varsayımla Ali Bey’in bir Cuma namazını eda etmek için gideceği camiye ilişkin daha farklı bir durum tanımı yapacağını ve ona göre üstüne başına, davranışlarına, hal ve hareketlerine dikkat edeceğini öngörebiliriz.

Ali Bey, fitness salonlarında biçimlendirilen bedenlerin belirli kamusal alanlarda izleyicilerin dikkatine nasıl sunulabileceğini göstermektedir. Bir sosyal aktör olan Ali Bey de dâhil olduğu bir mekânda nasıl görünmesi gerektiğine dair ön bir bilinçten hareketle giysisine, bakımına, kıyafet ile beden ölçülerinin uyumuna dikkat ettiği ve onlar vasıtasıyla kendini en iyi şekilde sahneye çıkardığı ifadelerinden anlaşılmaktadır. Katılımcıların yani sosyal aktörlerin fit bir hale getirdikleri bedenlerini daha göze gelmesi ve dikkat çekmesi için Ali Bey’in durumunda olduğu gibi kimi zaman kafeler ve AVM’lerde kimi zaman da sanal ortamlarda beğeniye sunmaktadırlar.

“Facebook, Instagram veya Twitter gibi sosyal medya hesaplarından hangisini kullanıyorsunuz?”, “Bu platformlarda fotoğrafınızı paylaşıyor mısınız?”, “Ne tür fotoğraflarınızı paylaşırsınız?”, “Fotoğraf çekerken nelere dikkat edersiniz?” gibi sorularımıza farklı zamanlarda Tülay Hanım (23), Beren Hanım (25) ve Ercan Bey’in (25) verdiği cevaplar, sosyal medya ağlarına uygun bir fotoğrafı nasıl tasarladıklarını, en iyi görüntüyü vermek için ne yaptıklarını, bedenlerini nasıl sunduklarını ve bunu yapma gerekçeleri benliğin sunumu hakkında ilginç ipuçları vermektedir.

Katılımcılarımızdan Tülay Hanım’ın (23): *“Bir dönem twitter hesabım vardı. Şu an kullanmıyorum. Instagram hesabım var. Onu da daha aktif kullanıyorum. Twittere göre daha eğlenceli bir yer. Instagramda arkadaşlarımızla piknik, gezi, bir yerlerde oturma gibi ortak etkinliklerimizi paylaşıyorum. Bazen de düğün, nişan ya da bir davet gibi özel bir yere gittiğimde boydan çekilmiş fotoğraflarımı paylaştığım oluyor. Bu tür fotoğraflara biraz daha dikkat gösteriyorum. Böylece en güzel pozunu vermeye çalışıyorum.”* cevabına istinaden *“Biraz daha dikkat ederim.”* ifadesi ile neyi kastettiği tekrar sorulduğunda verdiği şu cevap: *“Örneğin kilo aldığım zamanlarda çok nadir fotoğraf paylaşıyorum. Ne*

zaman istediğim kiloya ulaşırsam ya da görünüme kavuşursam o zaman fotoğraf paylaşırım. Kimse kötü çekilmiş bir fotoğrafını paylaşmak istemez haliyle.” bedeninin görsel olarak en iyi görüntüyü vermek üzere nasıl inşa edildiğini özetlemektedir. Çünkü Tülay Hanım kendisini kilolu hissettiği zamanlarda fotoğraflarını paylaşmamakta, zayıfladığına ve fit bir görünüme kavuştuğuna inandıktan sonra fotoğraflarını paylaşmaktadır. Çünkü Tülay Hanım, kendisini şişman gösteren bir hali çirkinliğin bir göstergesi olduğunu, bu haliyle de kötü bir izlenim bırakmak istemeyeceğini belirtmektedir. Nihayetinde o, narin bir endamı etkili bir izlenimin yagane şartı olarak düşünmektedir.

Katılımcılarımızdan Beren Hanım (25) da sanal âlemde paylaşacağı fotoğraflara özen gösterdiğini şöyle ifade etmektedir: *“Ben daha çok Instagram ve Facebook kullanıyorum. Doğa resimlerini, özlu sözleri, sevdiğim bir şarkıyı ya da filmin fragmanını paylaşırım. Bunların dışında bazen böyle özenerek çektiğim fotoğraflarımı paylaşırım. Ona da çok dikkat ederim. Mesela bazen kameranın açısı sizi çok kötü gösterebilir. Ne bileyim olduğunuzdan daha şişman ya da çirkin gibi.”* Beren Hanım’a “Spora gelmeden önce ne sıklıkta fotoğraf paylaştınız? şeklinde sorduğumuz soruya verdiği şu cevap: *“Spora başlamadan önce kilolarım fazla olduğu için doğrusu çok fotoğraf çektirip paylaşmak içimden gelmiyordu.”* bedeninin ne tür kaygılar gözönüne alınarak sahnelediğini çok iyi bir şekilde örneklemektedir. Tıpkı sahneye çıkan bir oyuncu gibi önce bedenini istediği şekilde biçimlendirmekte, sonrasında ise fotoğraflayıp paylaşmaktadır. Bu sayede arzu ettiği izlenimi bırakabildiğini düşünmektedir.

Katılımcılardan Nazım Bey (32) ise Whatsapp profil resimlerini ve Instagram hesabı üzerinde paylaşmayı düşündüğü fotoğraflarını seçerken çeşitli fotoğraf uygulamalarından yararlandığını şöyle dile getirmektedir: *“Salonda hiç fotoğraf çektirmediim. Ama özel gün ve gecelerde boydan çekilmiş resimlerimi paylaştığım çok olmuştur. Onları da çok sık değiştirmesem de whatsapp profil resmi olarak kullanıyorum. Bazen de instagramda paylaştığım olmuştur.”* Söylediklerine atfen “Bu resimlerini belirlerken en çok neye dikkat edersiniz?” şeklindeki soruya verdiği cevap, en iyi görüntüyü vermek için bedenini nasıl konumlandığı, onu çeşitli fotoğraf uygulamaları ile nasıl desteklediğini göstermektedir. *“Böyle hafif kollarım önde bağdaşık şekilde ve boydan fotoğraf çektiririm.”* Teyit etme maksadıyla “Bu şekilde çektiğiniz fotoğrafların vücudunuzu daha iyi gösterdiğini düşünür müsünüz?” sorusuna verdiği cevap, bedeninin

canlı ve kanlı bir şekilde en iyi görünüm adına nasıl sahnelendiğini gösterir mahiyettedir. *“Evet tabii. Kimse kötü çıkmış bir resmini paylaşmak istemez. Ben de nasıl daha iyi çıkarsam öyle poz veririm. Hatta bazen çeşitli ışık-gölge oyunları ile daha iyi bir resim elde etmeye çalışırım. Beni daha iyi göstermesine dikkat ederim.”* Nazım Bey, görenlerin onu daha beğeneceğini düşündüğü bir şekilde bedenini ve onu konumlandığı sahneyi düzenlediğini belirtmektedir. O, fitness vasıtasıyla belirli bir forma soktuğu vücudunu kollarını hafif öne bağdaşık bir şekilde ve boydan çektiği fotoğrafları ile başkalarının beğenisine sunmaktadır. Hatta önemseydiği fotoğraflarını çeşitli efekt ve filtrelerin eşliğinde hassas ışık ayarları ile detaylandırdığını ifade etmektedir. Bu şekilde o, daha akılda kalabileceğini düşündüğü bir izlenimle performatif bir aktarım gerçekleştirmektedir.

Katılımcılardan Ercan Bey (25) ise sık kullandığı Instagram hesabında ilgi çekeceğini ve beğenileceğini düşündüğü fotoğraflarını çektirirken sahneyi nasıl düzenlediğini şöyle ifade etmektedir: *“Salondayken çok fotoğraf çekerim ama bunların hepsini paylaşmam tabii. Ben daha çok özel olanlarını paylarım. Örneğin vücudumun kanı en çok pompalandığı zamanlarda fotoğraf çekerim. Çünkü bu zaman sizin en iri ve kaslı görüldüğünüz andır. İkincisi ışığa dikkat ederim. Güzel aydınlatılmış bir ortam sizi daha iyi gösterir.”* Ercan Bey, vücudunu daha kaslı ve iri gösterecek şekilde fotoğrafladıktan sonra sosyal medyada paylaşmaktadır. O, ilgili takipçilerinden daha fazla beğeni almak için görsel efektleri doğru bir şekilde kullanmaya dikkat etmektedir. Antremanda kan basıncı ile iyice şişmiş kaslarını, açısı doğru ayarlanmış bir ışık altında sahneye çıkarmaktadır. Böylece arzuladığı beğeni sayısını artırdığını düşünmektedir.

Metin Bey (44) spora başladığı zamanlarda fitness salonlarında çektiği fotoğrafları herhangi bir sosyal medya uygulaması üzerinden paylaşmasa da büyük bir titizlik içerisinde fotoğraf çektiğini şöyle ifade etmektedir: *“O zamanlar bir arkadaşımızın profesyonel bir makinesi vardı. Arada salona getiriyordu. Biribirimizin fotoğraflarını çekiyorduk.”* “Bu fotoğrafları çekerken en çok neye dikkat ederdiniz?”, “Nasıl bir poz verirdiniz?”, “Herhangi bir sanal mecrada paylaşır mıydınız?” sorularına verdiği cevap, fotoğraflarını en iyi izlenimi verecek şekilde nasıl çektiğini şöyle ifade etmektedir:

“Genelde antreman sonlarına doğru fotoğraf çekerdik. Çünkü bu esnada vücut daha iri bir görünüm kazanıyordu. Kollar ve göğüs daha şişkin görünüyordu. Böyle

kollarımızı yana doğru şişirerek fotoğraf çektiriyorduk. Aslında facebook üzerinden çok paylaşmak istesem de yakınlarımız, öğrencilerimiz görür diye biraz utanıyordum.”

Metin Bey fitnessa başladıktan belli bir zaman sonra kaslı ve fit bir hale getirdiği bedeni ile çektiği fotoğraflarda arzu ettiği şekilde çıkmak için tutarlı ve güvenilir bir performans sunan profesyonel bir makine kullandığını, salonun en iyi ışıklandırılmış bölgesini tercih ettiğini, daha kaslı bir görünümü mümkün kılan antreman sonlarını beklediğini ve bu ayarlamaları da fitness aletlerini kullanıyormuş gibi yaptığı bir pozla gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Metin Bey sosyal uygulama platformlarının çokça yaygınlaşmadığı gençlik dönemlerde bir sahne düzenlemesi yaptıktan sonra çekindiği fotoğraflarını, toplum tarafından yadırganacağını düşündüğü için paylaşmadığını ifade etmişse de bedenini bir film veya reklam karesini andıracak şekilde fotoğrafladığını söyleyebiliriz. Daha doğrusu o, ışığı ve mekânı doğru kullanmak suretiyle en iyi karede görünmeye gayret göstermektedir. Metin Bey, büyük bir titizlikle çekindiği fotoğraflarını bugün sık kullanılan Facebook, Instagram gibi bir sosyal mecrada beğeniye sunamamışsa da beğenildiğini farklı şekillerde tecrübe etmektedir. Örneğin salonun reklamı için fotoğraflarının kullanılması yönünde aldığı çeşitli teklifler kendisini memnun etmişse de böyle bir teklifi utandığı için reddettiğini sözlerine eklemektedir.

Metin Bey’in fitness salonunda göğsünün önemli bir kısmının açıkta olduğu fotoğrafları paylaşmamak istememesi toplumun mahremiyete¹⁶ verdiği önemle izah edilebilir. Onun aksine daha genç yaşta olan birçok katılımcı kaslı, fit ya da sportif bir hale getirdikleri göğüs, bacak gibi toplumca mahrem kabul edilen bölgelerini fotoğraflayıp sergilemekten memnun oldukları, bunu bir mahremiyet endişesi içerisinde olmadan yaptıklarını söyleyebiliriz.¹⁷ Bu anlamda katılımcıların önemli bir kısmı

¹⁶ “Bir kişi veya grubun başkalarıyla etkileşimini düzenleyen bir kişilerarası sınır koyma süreci” olarak tanımlanan mahremiyet bir insanın başkaları tarafından bilinmesini, görünmesini istemediği şeyler üzerine denetleyici gücünü ifade eder. Bu anlamda mahremiyet “başkalarıyla kurulan temasın ve ilişkinin derecesini denetlemek amacıyla kişinin çevresindeki sınırları açan ve kapatan düzenleyici bir sürece” gönderme yapar (Mutlu, 2012: 219).

¹⁷ 1923-1980 yılları arasında yayımlanan Türk romanlardaki asri bir bedenin görünümüleri üzerine söylem analizi ile incelemeye aldığı Peyami Safa’nın “Matmazel Noraliya’nın Koltuğu” adlı romanında “kadın kimliğinin beden üzerinden inşası ve beden aracılığıyla teşhir edilmesi, materyalist ve pozitif dünya görüşünü benimseyen Ferit bakış açısının/ruhsal yapısının çalkantıları aracılığıyla sunulur.” (Kanter, 2019:

Facebook, İnstagram gibi sosyal uygulamalar yoluyla farkında olmadan kendileri ile ilgili en mahrem şeyleri paylaşma sunarak “gönüllü mahremiyet ihalleri”¹⁸nde

122). Söz konusu romanın kahramanlarından olan Ferit’in kadınların kendilerini eski dönemlerden farklı olarak bir teşhir nesnesi olarak sunduklarına dair şu düşünceleri mahremiyetin toplumsal algıdaki dönüşümü üzerine ilginç bir fikir vermektedir: “Demin Amerikan mecmualarını karıştırıyordum. Bacak yağıyor. Operetler, müzükholer, filmler, caddeler her yer bunlarla dolu değil mi? Babam söyler: Eskiden vücuttaki uzuvlardan pek çoğunun adını söylemek ayıpmış: Meme, karın, kalça, baldır, atak gibi sözlerden birini ağıza almadan evvel bir ‘affedersiniz’ deyip sesi alçaltmak lazımmiş. Şimdi bacağını göstermek ve beğendirmek ayıp bile değil. Senin ipek çorabının içinde bir ruh varsa bunu benim avucum anlar. Onunla başka bir temas ve muhabere vasıtası bilmiyorum.” Ferit Amerikan mecmularını tezini desteklemek için bir argüman olarak sunduktan sonra asri kadınların gönüllü bir şekilde bedenlerini teşhir ederek mahremiyetlerini ihlal ettiklerini şu sözlerle dile getirmektedir: “Sen boyadığın ve süslediğin vücudunla bende hangi duyguya hitap ediyorsan ondan cevap alıyorsun. İskarpinin açık penceresi önünde oturmaktan ve seyredilmekten hoşlanan topuğun benden merhamet mi istiyor? Kainatın sırlarına ait düşünceler mi istiyor? Milli heyecan mı istiyor? Ruh, ruh... Ne istiyorbu dekolte ayak benden? Bugün sokaklarda dizkapağına kadar açılan kadın bacakları hangi budala Aristo’nun mantığına, Eflatun’un idelerine, Leibniz’in monadına ait fikir uyandırır? Göğsünüzde zıp zıp sıçrattığınız yuvarlaklar Bach’ın Ave Maria’sını mı söylüyor, Süleyman Dede’nin Mevludunu mu? (Safa’dan akt. Kanter, 2019: 124). Buna karşıt olarak yakın dönem Türk yazınında özellikle kadın edebiyatçıları tarafından kaleme alınan roman ve öykülerde kadının mahrem uzuvlarından kasti olarak bahsedilmekte ve bununla kadınları bedenleri üzerinden dışlayan, ötekileştiren, yok sayan toplumsal algıdan özgürleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu gayretse şu şekilde anlamlandırılıp takdir edilmektedir: “Üçüncü kuşak kadın yazarlar ...öncelikle kendi varoluşlarını yazmayı elzem gördüler. Bu doğrultu da, ilk iş olarak kendi özellerini anlatılaştırmaya yöneldiler. Kadın bedeni ve cinselliğin yazımı, 70’li yıllarda işte bu algının neticesi olarak gündeme geldi: Mademki ‘kadın yazar olarak ‘kendilerine ait alanları’ yazmayı ve bu yolla ‘kadınlıklarını özgürleştirmeyi’ deneyeceklerdi, öyleyse işe beden ve cinselliklerinden söz açmakla başlamak, yerinde bir adım olabilirdi...” (Kütükçü, 2010: 11).

¹⁸ Tarihi daha evveline dayansa da 2008 yılında Apple’in İphone 3G’yi piyasaya sürmesiyle ivmesi en yüksek zirvesine ulaşan mahremiyeti gönüllü olarak ihlal etmeyi içeren yeni bir çağın içinde olduğumuz öne sürüldü. Söz konusu iddiayı içinde bulunduğumuz yüzyılı bir “Dikizleme Kültürü Çağı” olarak ortaya koyan Hal Niedzviecki oldu. Niedzviecki’ye göre iletişim ve bilişim teknolojilerinde yükselen teknolojik gelişmelerle yakından bağlantılı olarak ortaya çıkan Dikizleme Kültürü birçok alanda toplumsal düşünce ve alışkanlıklarımızı değiştirmektedir. Bunların başında bu kültürün “ister eğlence, ister kişisel gösteri, isteri dikkat çekme diyelim, bedenleri ve ruhları ile sürekli soyunan ve bu bitmeyen striptizi izleyen büyük bir kalabalığa” çevirmesi gelmektedir. Herkesi içine doğru çeken dikizleme anaforu yakalan her bir insan zamanla sadece izlemek değil, izlenmek, görülmek, farkedilmek mümkünse meşhur olmak istemektedir. Aynı doğrultuda sorgulamalarını devam ettiren Hal’a göre insanların görünmeyi, bilinmeyi, tanınmayı

bulunmaktadırlar. Bu durum, Facebook, İnstgram gibi platformaların kurucu veya ceolarıyla yapılan söyleşilerde sıradan insanların kendileri ile ilgili mahrem bilgileri paylaşmaya gönüllü oldukları için mahremiyete dayalı sosyal normların zamanla zayıfladığı yönündeki tespitlerini doğrulamaktadır. Katılımcıların mahremiyet ihlalini kendi elleriyle zayıflatmalarında takip edilme, beğenilme, onaylanma ve kabul edilme istemleri bulunmaktadır.¹⁹ Hatta takipçi sayıları ile beğeni sayılarını artırmak için

istemlerinin asıl nedenlerinden birini çözülen geleneksel toplumda bu işlevleri yerine getiren dedikodu kültürünün ortadan kalkması ile ilişkilendirmektedir. Çünkü dedikodu kültürü insanların birey olarak var olduklarını, tanındıklarını ve bilindiklerini onlara hissettirmekteydi. Ayrıca geleneksel toplum kişilerin önemli olduklarını dair algıyı güçlendirecek toplumsal bir formasyona da sahipti. Bir derdiniz, bir sıkıntınız veya kendi başınıza baş etmekte zorlandığınız birçok konuda aile başta olmak üzere yakın çevrenizde birçok kişiyi yanı başınızda bulmanız mümkündü. Bu da insanın değerli olduğuna dair duyguları kişiye hissettirebilmekteydi. Oysa insanlar adına ister geç modern isterse postmodern toplum adı verilsin toplumsal bağların çözüldüğü, bireyselleşmenin arttığı günümüz toplumlarında kendilerini ilgiye mazhar kılmak için mahremiyetlerini gönüllü olarak ihlal etmekte bir beis görmemektedirler. Modern toplumlarda insanlar ancak bu şekilde yani kendilerini görünür ve izlenir kıldığında var olabildiklerinin bilincine varmaktadırlar. Yine aynı şekilde duygu, düşünce ve dertlerini paylaşacak birilerini bulabilmeyi ummaktadırlar (2019, 30-40). Bunun aksine geleneksel toplumlarda herhangi özel bir sırrın açığa çıkması, duyulması toplumdan dışlanmaya neden olabilecek bir riski içinde barındırdığından mahremiyet göz bebeği gibi korunurdu.

¹⁹ Son çeyrek yüzyıldır hayatımızın birçok alanını işgal etmeye başlayan sosyal platformalara giderek yalıtık bir halde yaşıyan insanların yalnızlıklarını gidermek, kabul edilme, onaylanma ve beğenilme taleplerini karşılamak için dâhil oldukları bazı araştırma sonuçlarıyla da desteklenmektedir. Örneğin Sığın'ın 15 ile 30 yaş arasında 634 kişi ile yaptığı ankete dayalı görüşmelerin sonuçlarına göre katılımcıların %81'nin izlediklerini bildikleri halde beğenilme arzularına yok diyemedikleri için hayatlarına dair birçok bilgiyi paylaştıklarını ve mahremiyetlerini kendi elleriyle ortadan kaldırdıklarını göstermektedir. Bu anlamda araştırma "sosyal ağların verdiği beğeni ve haz duygusu, insanı bile bile paylaşma, daha fazla özel alanı açmaya itiyor. Sosyal ağlar adeta bir ödevmiş gibi, her daim yeni bir şeyler düşünüp, farklı bir şekilde paylaşım yapma arzusunu dürtüklüyor." şeklinde bir sonuca varmaktadır (Sığın, 2019: 55). Bu, beri taraftan özel hayatın gizliliği hakkındaki tartışmaları da daha çözülemez bir hale getirmektedir. Özellikle hayatımızın her alanına sirayet eden gizli kameralar, akıllı telefonlar, GPS'ler, kredi kartları gibi gözetlenmemize neden olabilecek potansiyelde olan teknolojilerinin varlığı ister gönüllü isterse gönülsüz olarak mahremiyetin ihlaline neden olabilmektedir. Söz konusu tartışmalarda en çok hedef tahtasına konulan Google, Yandex, Facebook, Twitter, Snapchat, İnstgram gibi arama motorları ve sosyal medya uygulamaları bulunmaktadır. Bahsi geçen yazılım şirketlerinin sahipleri veya CEO'ları ise basına verdikleri kimi demeçlerde kendilerini insanların gönüllü olarak mahremiyetlerini ihlal ettikleri

bedensel görünümlerine dair mahrem detayları daha farklı stratejiler altında sergilemektedirler. Bu detaylar içerisinde en mahrem paylaşım ise “bedenin teşhiridir.” Daha doğrusu sosyal medya platformaları bir yandan “bedenin teşhir edebilme imkânları çoğaltırken, diğer yandan mahremiyetin sınırlarını daraltmaktadır.” (Arık, 2017: 124-128).

“Instagram, Twitter, Facebook kullanıyor musunuz?, “Kullanıyorsanız ne tür şeyler paylaşırsınız?,” sorularını öncelikle *“instagramı çok kullanıyorum ve genelde kendi resimlerimi çokça paylaşıyorum.”* şeklinde cevaplayan Mustafa Bey’e (21) akabinde “Fitness salonunda çekindiğiniz fotoğraflar var mı?” ve “Varsa bunları çalışmalarınızın hangi aşamasında çekiniyorsunuz” ve “Ne tür pozları içerdiğini öğrenebilir miyiz?” gibi peşisıra sorduğumuz sorulara verdiği yanıtlar, bedenin sosyal medya uygulamaları ile neden sahnelendiğini, daha iyi bir görünüm için bedenin ne tür bir açıyla kadrja alındığını ve ışık ayarlarının nasıl ayarlandığını göstermektedir.

“Instagram hesabımda salonda çektiğim fotoğraflarım da var. Onları daha çok günlük çalışmalarımın sonuna doğru çekiyorum. Çünkü bu esnada çektiğiniz fotoğraflar sizi daha kaslı ve şişkin gösteriyor. Poz olarak da ya dumbbella yandan ya da ağır bir halteri göğüs hizasında kaldırarak bir görünütü veririm. Bu esnada salonun daha aydınlık yerlerini tercih ediyorum.”

Mustafa Bey, cılız bir haldeyken iyi beslenerek kazandığı hacmi kasa çevirmek suretiyle edindiği yeni görünümünü sosyal medya üzerinde görücüye çıkartarak daha fazla beğeni kazandığını görmekte ve bu yönde motive olarak çalışmalara devam ettiğini belirtmektedir. O, takipçilerinin kendisini daha olumlayıp beğenmesi için fotoğraf sahnesini ince bir titizlikle düzenlemektedir. Vücudunun kanı en çok pompaladığı zamanı daha kaslı ve şişkin bir görünüm için doğru bir an olarak belirlediğini, kaldırdığı ağırlıklı bunu daha mümkün kıldığını ve tam bu esnada yandan ve göğüs hizasında verdiği

gerekçesiyle savunmaktadırlar. Örneğin Facebook’un hem kurucusu hem de CEO’su olan Zukenberg, insanların bilerek ve isteyerek kendi özel hayatlarını teşhir ettiğinden hareketle “özel hayatın bir hükmü kalmadığını”, “sosyal bir norm” olmaktan çıktığını belirtmektedir. Yine aynı doğrultuda Eric Schmidt Google’ı savunan bir demecinde özel hayatın kullanıcılar tarafından gönüllü bir şekilde teşhir edildiğini şöyle ifade etmekteydi: “Başkalarının bilinmesini istemediğiniz şeyler yapıyorsanız belki de her şeyden önce bunu hiç yapmamanız gerekmektedir.” (Esguerra’dan akt. Løkke, 2020, 86).

pozlarla en iyi açığı yakaladığını ve bu şekilde çektiirdiği fotoğrafların daha fazla beğeni kazanacağı üzere bir düzenleme yaptığını görebilmekteyiz.

Mustafa Bey'in farklı bir bağlamlarda birkaç defa dile getirdikleri gerek sanal ortamda artırabildiği beğeni sayısı, gerekse kendisine dönük kaçamak bakışları bedensel memnuniyetine bir ölçü aldığını göstermektedir. Çünkü o, aldığı beğeni sayısınca veya bir hoşnutluk duygusu uyandıran bakışlar oranınca bedeninde memnun kalmaktadır. Aksi sonuçlar ise, bedenin memnuniyetini azaltmaktadır. Bu ise, Instagram beğenilerinin beden memnuniyetsizliği üzerinde etkisi üzerine yapılan araştırmalarla benzer sonuçlar vermektedir. Tiggeman, Hayden, Brown ve Veldhuls'un iki yüz yirmi kadın lisans öğrencisinin ideal görüntülere maruz kalmaları, aldıkları beğeni sayısı ve mevcut görünümelerini değerlendirmeleri üzerine ortaklaşa yürüttükleri çalışma beğeni ile beden memnuniyeti arasında bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Tiggeman, Hayden vd. 2018: 90-97). Söz konusu çalışmanın sonucunda elde edilen veriler Mustafa Bey'in beden algısı ile beğeni sayısı arasındaki kurduğu pozitif korelasyonu doğrulamaktadır. Buna göre elde edilen beğeni sayısı olumlu bir dönüt olarak algılanmakla kalmamakta bu yönde paylaşılan fotoğrafların sayısını da çoğaltmaktadır. Bu anlamda beğenileri Mustafa Bey, "Doğru yoldasın", "Böyle daha iyisin", "Güzel görünüyorsun" şeklinde tasdik edici bir işaret olarak gördüğünü de belirtmektedir. Her ne kadar beğeniler heyecan uyandırıp onu teşvik ediyorsa da tersi de bir o kadar hayal kırıklığı yaratabilmektedir. Böyle bir durumda da o, -İnstagramda beğenmeme seçeneği olmadığı gözönüne alınarak- beğenilmemeyi "daha iyisi olmalısın" şeklinde bir uyarı olarak kodlamakta ve "daha iyisi" için bedenini inşa etmeye gayret göstermektedir.

Nihayetinde sanal ortamlarda gösterime sunulan çekici bedenler bireyin kendini dışsallaştırması yoluyla kamuya ait bir meta haline gelmesine neden olmaktadır. Bedenin sanal platformlardaki dramaturjik sunumu bireyin başkalarının yargılarına daha fazla açık olması ile sonuçlanmaktadır. Mustafa Bey'in örneğinde bunu görebilmek daha mümkün görünmektedir. Çünkü o, kendisini daha geniş bir kesim tarafından beğenilmesine, farkına varılmasına ve izlenmeye değer bulunmasına imkân tanıyan sanal medya ortamına dâhil oldukça dışsal yönlendirmelere daha açık hale gelmektedir. Bu, bir "siber etki" olarak değerlendirilebilir (Niedzwiecki, 2019: 85). Özellikle de insanların teknoloji ile daha yakın bir ilişkiye girdiği, bireyselleşmenin arttığı, güzelliğin demokratikleştiği, insanın bir tasarım haline geldiği, yaşam tarzlarının bir proje

dönüştüğü günümüzde başka insanların bakışlarında kendini onaylatma çabasına daha fazla şahitlik etmekteyiz. İşte siber ortamlar varlığını başkalarının onayıyla var kılan sanal kişilikler için hiç olmadığı kadar önemli yerlerin başında gelmektedir. Çünkü birçok katılımcımızın da ifade ettiği üzere sanal âlem kişinin başkalarının gözünde kendilerini gördükleri ve değerlendirdikleri önemli etkileşim alanlardan biridir. Buralar tek bir beğeni tuşuyla kişinin kendisini daha iyi hissedebileceği mecralar olduğu gibi başkalarının fikirlerine daha duyarlı bir kişilik tipinin varlığı ölçüsünde aynı kişinin kamunun malına da dönüşebileceği yerlerdir.

2.3.5. Benliğin Tasarımı Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi

Genel bir tanımıyla benlik, “şahsın kendisine bakış açısı, kendisini zihninde temsil ediş biçimi şeklinde tanımlamak mümkündür. Ayrıca, benlik kavramı şahsın kendisi ile ilgili algılamalarının, kişisel atıflarının (yüklemelerinin), geçmiş yaşantılarının, gelecekle ilgili hedeflerinin, sosyal rollerinin onun zihninde temsil edilişi ve zihinde kavramsal ben olarak odaklaşmasıdır” (Aydın, 1996: 41). Bir insanın kendisini tanımasını, kendisi hakkındaki yargı, düşünce ve tutumlarının bütünselliğini içeren benlik tasavvurunun her sosyal ortamda görünüre çıkışı aynı olmadığı gibi, her toplumda algılanışı da farklılık gösterebilir.

Örneğin modern öncesi dönemlerin “ben ve benlik” kavramından anladıklarının modern dönemden çok farklı olduğunu söyleyebiliriz. Şöyle ki, modern öncesi dönemlerde benlik bir insanın kemale ulaşması için terbiye edilmesi gereken “normatif bir kavram”dı. Kişinin kendini bilinmesini ifade eden “kendini bil” veya “nefsini bilen rabbini bilir” özdeyişlerinde açığa çıkan düşünce modern anlamdaki benlik bilincinden farklıdır. Modern öncesi dönemlerde benlik kozmik âlem içerisinde tek hakikat olan Cenab-ı Hakk’ın bilinmesinin ön şartıdır. Varlık âleminin en şerefli varlığı olan insanın kendisini tefekkür etmesi, onun üstünde daha yüce ve mükemmel bir varlık olduğunu hayret, acziyet ve huşu ile anlaması demektir (Güven: 2015: 36-38). Yine Ortaçağ düşüncesinde benliği ifade eden “self” tıpkı tensel hazlar gibi ruhsal kurtuluş adına vazgeçilmesi gereken birşeydir (Kara, 2014: 36). Burada benlik ilahi varlığa yönelmesi ölçüsünde anlamlıdır. Ayrıca topluma olan ferdi bağlılık ve aidiyet hissi modern bir “ben” algısına da izin vermemektedir.

İnsan ilişkilerinin daha kapalı bir evrede sürdürüldüğü, geçimlik ekonomisine dayanan, kendine yeterli ve dış topluluklara pek de bağımlı olmayan “geçmişin klasik toplulukları” üyelerine kendilerini topluluğun diğer üyeleri ile özdeşleştirdikleri güvenilir bir dünya sunmuşlardı. Toplumsal normların baskın olduğu, biz duygusunun ağır bastığı, ilişkilerin yüz yüze ve samimi bir çerçevede sürdürüldüğü geleneksel toplumlarda “benlik topluluk içinde temellenen ve onun tarafından onaylanan güçlü bir sosyal duygusuyla tanımlanan istikrarlı bir nesne” durumundadır. Burada “benliğe devamlılığını ve bütünlüğünü” toplum içerisinde sahip olduğu sosyal kimliği verir ve “insanlar kimliklerini güvence altına alıp sürdürmek için fazla enerji sarfetmezler.” Bu toplumlarda modern anlamıyla kişinin kendini toplumdan yalıtın, kimliğini bir performansa bağlayan ve her ne olmak istiyorsa o olmasını ifade eden kişisel kimlik duyguları toplumca “kişinin yaşam doğrultusunu” sabitleyip tayin eden sosyal kimliklerinin altındadır (Hewitt-Shulman, 2019: 193-195). Dolayısıyla insanların kim ve ne olduğunu seçebildiği, kimliğini kendi tercihleri doğrultusunda belirli sınırlamalar ölçüsünde kurgulayabildiği, herkesten farklı ve özel olduğuna dair bir benlik bilinci bahsi geçen toplumlara göreli olarak daha uzak bir deneyimdir.

Modern öncesi sözlü toplumlarındaki insanların modern anlamıyla “bilen ve bilinen benlik” şeklinde bir ayırım yapmadığını bir saha araştırmasında alınan sonuçlar da göstermektedir. Araştırmaya göre köylüler, “kendinizi nasıl tanımlarsınız?” sorusuna babalarının ismi, çocuklarının sayısı, sahip oldukları mal varlıkları ile cevap vermişlerdir. Soru daha açıklayıcı örneklerle yeniden sorulduğunda kendilerini “iyi insanlarız, misafirperveriz” gibi ‘biz’ zamiri ile tanımlamışlardır. Sonuç olarak kendini tanımlamak günümüz modern psikolojinin “benlik” olgusu çerçevesinde değerlendirilmemiştir (Ong’tan akt. Güven: 2015: 38-39). Dolayısıyla benlik her toplumda farklı bir şekilde algılanmıştır diyebiliriz.

“Ben” ve “benlik bilinci”nin insanın kendi iradesi cihetinde kendisini bir “incelenme ve tasarım nesnesi” haline getirmesi modern zamanların ürünüdür. Söz konusu durum “öz yönetim”, “yeniden yaratım”, “öz kavrayış”, “öz bilinçlenme”, “kendi üzerine düşünme” ve “yaşam deneyimi” gibi olgularla doğru orantılı olarak ortaya çıkmaktadır. Berman, tüm üyelerinin verili, basmakalıp, değişmez norm ve statülerle belirli aidiyetler çerçevesinde çizildiği geleneksel toplumlarda “insan idealleri” diye bir olgudan bahsetmenin mümkün olamayacağını belirtir. Benzer doğrultuda J. S. Mill,

insanın başkalarının kural ve istemlerine göre yaşadığı yerlerde mutluluğun ve kendilik hissinin eksik olacağını ifade eder. Yine Marx, birey düşüncesinin doğuşunu normatif anlamda olmasa da feodal toplumun çözülüşüyle ilişkilendirir. İnsanın kendini bir tasarı, bir proje haline getirmesi eski toplumsal yapının çözülüp yerine yeni bir toplumsal yapının geçmesiyle mümkün olur. Ki bu, modern toplumdur (Berman, 2011: 22-25). Burada karşı karşıya getirilen toplum türleri geleneksel ile modern toplumlardır. Hatta modern toplumun hanesine kaydedebileceğimiz postmodern veya geç modern toplum türlerini de ekleyebiliriz.

Genel anlamda sosyoloji literatürüne bakıldığında geleneksel toplumlar düşük kentleşme, düşük okuma yazma oranı, geniş aile, yaşa endeksli otorite, geçimlik ekonomi, verili statülerin varlığı, gelişkin pazarların yokluğu, teknolojik araçları kullanmada kısıtlılık, dinsel düşüncenin baskın varlığı, yatay ve dikey sosyal hareketliliğin sınırlılığı gibi niteliklerle tanımlanır. Nereden bakılırsa bakılsın geleneksel toplumlar durağan, değişim hızının oldukça seyrek bir seyirde yol aldığı, içe kapanık bir toplum olarak nitelendirilir. Bu toplumlarda insanlar ailelerinden tevarüs eden ekonomik ve kültürel mirası çok değiştirmeden muhafaza eder; toplumsal statüleri de buna göre belirlenir.

Yukarıda nitelikleri yazılan toplum tipini Emile Durkheim mekanik toplum, Marx feodal toplum, Tönnies cemaat toplumu, Toffler ise birinci dalga toplum olarak nitelendirir. Durkheim'in mekanik toplumu basit ve asgari bir iş bölümünün, ziyadesiyle imece usulü bir dayanışma türünün, birbirine benzerliklerin ve üyeleri arasında ortak duygusal birlikteliğin fazla olduğu tutarlı bir toplumdur. Mekanik toplumda yaşam, nihayetinde hiçbir endişe ve şüpheye yer vermeyen organize inançlar bütününde bir araya gelir. Tönnies ise cemaat toplumunu ortak iradeleri duygusallık, alışkanlık, gelenek ve ortak inançlarla bir araya gelmiş toplum olarak nitelendirir. Cemaat toplumu, Charles Cooley'in üyeleri arasında resmi ilişkilerin olmadığı sevgi, samimiyet, fedakârlık, yardımlaşma, güven ve dostluk duygularının yüksek olduğu aile, kır, klan ve dini tarikat gibi topluluklardaki birincil ilişkiler kavramı ile tanımlanabilir. Bir taslak ile şunları söylemek mümkündür: Bireysel açıdan topluluğa bağlılık, ilişkiler samimi ve yakın, sosyal farklılaşma düşük, topoğrafik yer köy, anahtar kurumlar din ve ailedir (Kivisto, 2008: 124-132). Karl Marx'ın üretim ilişkileri üzerinden incelediği feodal toplum ise para ve pazar ekonomisinin sınırlı kaldığı, bir nevi toprak kölesinin yani serfin daha çok efendisi için çalıştığı durağan bir toplum tipidir. En genel anlamıyla değişim hızı düşük,

örgütlü uzmanlık sistemleri oluşmamış, sosyal normları güçlü, duygusal bağları yüksek geleneksel toplumlarda ferdin kendini toplumdan ayrı ve bağımsız bir kişi olarak değerlendirmesi nihayetinde zor görünmektedir. Böyle bir olasılığın vuku bulması yani birey ve çıkarlarının baskın bir değer haline gelmesi bu toplumun çözülmesi ile mümkün olur, ki bu toplum modern toplumdur.

Modern toplum ve ona ilişkin geç modern ya da postmodern toplumların varlığı, son iki yüz yıldır süregelen toplumsal çözülmenin devinim hızındaki artışla yakından bağlantılıdır. Giddens, modern toplumu önceki toplum tiplerinden ayıran temel niteliğin “değişim hızı” ve “değişim alanı” olduğu düşüncesindedir. Geleneksel toplumlara kıyasla modern toplumun devingenlik oranı çok daha yüksektir. Değişimi bilim, teknoloji ve ekonomi alanıyla sınırlamak eksik bir okuma olur. Çünkü modern toplum önüne gelen her şeyi süpüren dev bir tsunami dalgası gibidir. İkinci ayırıcı özelliği olan değişim alanı ise modernleşmenin radikalleşmesinin bir sonucu olan küreselleşme olgusu ile izah edilir (Giddens, 2010b: 12-14). Eisenstadt ise geleneksel toplumun kültürel olarak çözülmesi, değişmesi ve dönüşmesi ile hız kazanan sekülerleşmenin bireye ideallerini gerçekleştirme noktasında birçok demokratik fırsat sunduğu düşüncesindedir (Eisenstadt, 2007: 17-20). Taylor ise modernliği insanların yaşamlarını, özgür tercih ve edimleriyle yönlendirebilme gücüne atfen “bireysellik”, dünyayı kutsal halesinden uzaklaştıran bilim ve teknolojinin artan hâkimiyetine atfen “araçsal akıl” ve toplumun yukarıdan aşağıya doğru bürokratik mekanizmalarla kontrol edilmesine ve düzenlemesine atfen de “siyasal düzlem” olmak üzere üç nitelikle tanımlar (Taylor, 1995: 10-18). Touraine’ye göre de modernlik, Tanrı imgesinden sıyrılan insanın akli ile toplumu sil baştan inşa etmesidir (Touraine, 2004: 32). Modernliğin insan özerkliğine, özgürlüğüne ve kendini yeniden gözden geçirmeye imkân tanıma olarak geleneksel toplumdan oldukça farklı bir dönemi imlediği söylenebilir. Aynı vurgulara modernleşmenin şafağında bir Rönesans manifestosu olarak takdim edilen Pico Della Mirandola’nın ‘İnsanın Değeri Üzerine Bir Söylev’ adlı eserinde rastlamak mümkündür. Mirondola ticari hareketliliğin Akdeniz etrafında yoğunlaştığı, burjuvazi adı altında yeni bir sınıfın ortaya çıktığı, cumhuriyetçi bireyselliğin yükseldiği, eski düşünürlerin tartışıldığı, yeniye dair düşüncelerin arttığı, kilise otoritesinin yavaş yavaş çatladığı bir zamanda insana asıl değer kazandıran şeyin özgür düşünce ve bireysel otonomi olduğunu belirtir.

Gündelik hayat, geleneksel tarım toplumlarında Giddens'in vurguladığı 'ontolojik güvene' karşılık gelir. Ontolojik güven toplumun değer, norm, rol ve davranış kalıplarının ferde vermiş olduğu emniyet duygusudur (Gardiner, 2016: 19). Yani fert, böyle bir güven içinde toplumsal belirsizliklerden kaynaklı kaygıları bertaraf etmekle kalmaz; muhtemel sürprizlere de daha kapalı olur. Ontolojik güveni Giddens'ten aktaran Esgin ise onu belirli rutinlerin devam edeceğine dair bireylerde beliren inanç olarak tanımlar. Bunun karşısında ise "güvensizlik" değil, "ontolojik kaygı" yer alır (Esgin, 2008: 465-467). Ontolojik kaygı ise modernliğin ürettiği imal edilmiş belirsizliklerden kaynaklanır. Bu ise risk sosyolojisi bağlamında modernleşmenin düşünümseelliğini koşullar.

Konumuz açısından, modernliğin ürettiği öngörülemez ve sonuçları kestirilemez olan risklerin yarattığı kaygıların ortadan kaldırılmasına yönelik ikincil modernleşmenin imkânlarını seferber eden modernleşmenin düşünümseelliği olgusunu daha farklı bir noktadan işleyebiliriz. Beck ve Giddens gibi risk sosyologları açısından küresel ısınma, nükleer facialar, bulaşıcı hastalıklar gibi küresel felaketlerin nedeni Beck'in ifadesiyle birincil modernleşmedir. Onlara göre sorun modernleşmeyse çözüm de modernleşmededir. Bu risk sosyologları için modernliğin kendisinden hâlâ umutlu olmamızı gerektirecek çeşitli potansiyeller bulunmaktadır. İşte bu potansiyellerin başında bireyin yapıp ettikleri üzerine düşünebilmesi ve onları kontrol edebilme becerisi gelir. Öyle ki bu imkân makro ölçekteki çevresel, ekonomik, toplumsal sorunların çözüm kaynağı olarak görülür. Mikro ölçekte ise insanın dışsal etkilere daha açık kaldığı günümüz küreselleşme çağında insanların kendi varoluşsal sorunlarını değerlendirme ve çözme kapasitelerinin daha bireysel bir hal aldığını düşünmektedirler. Onlara göre bu, bireyi benliğini yapılandırma sürecinde daha aktif kılmaktadır.

Park ve Burgess, şehrin toplumsal haritasına odaklandıkları çalışmalarında birincil gruplarda yaşayan insanların birbirleriyle olan etkileşimlerinin doğrudan, dolaysız ve yansımaz olduğunu; buna karşın şehrin toplumsal biçimi olan ikincil gruplarda ise etkileşimlerin kalıcı olmaktan ziyade geçici ve tesadüfi olduğunu ifade ederler (Park ve Burgess, 2016: 62-63). Şehirdeki etkileşimlerin doğasının bu şekilde tasviri önceden sınırlandırılmış, ön belirlenmiş rol ve beklentilerin daha düşünümseel biçimde yeniden gözden geçirilmesine imkân tanır. Özellikle yirmi ve yirmi birinci yüzyıllar modernliğin kurumsal olarak yükselişe geçtiği on dokuzuncu yüzyıldan daha fazla çoğul ve çekişmeli bir kültürel alana ev sahipliği yapar. Çünkü geç modern dönemde meslek tarzları, cinsiyet

ve sınıf gibi kategoriler yerlerini tüketim ve boş zaman aktivitelerine bağılı olarak ortaya çıkan yeni türde kimlik örüntülerine bırakmaktadır. Daha doğrusu geç modern dönemde “bireyler kendi kimliklerini giderek daha çok kültür ve medya endüstrilerinden alınmış imgeler ve nesneler kullanarak şekillendirdiklerinden... kültür gittikçe daha çeşitli hale gelen kimlik projelerini kapsayan son derece çoğul ve parçalı bir hale gelir.” (Bennett, 2013: 14-15). Yani kimliğin geleneksel parametrelere göre belirlediği zamanlar yerini bireyin kimliğini kendi içsel parametrelerine göre belirlediği bir döneme bıraktığından bireysel kimlik ve benlik daha refleksifleşir. Boş zaman ve medya endüstrisi ile yeşeren tüketimciliğin en çok nesneleştirdiği beden çoğul kimliklerin kerteriz noktası olur.

Bireysel-kimlik anlatıları, toplumların kitle iletişim araçlarıyla uzaktaki etkileşimlere daha açık olduğu bir zamanda daha fazla refleksif olarak oluşturulur ve sürdürülür. Kimliği bireyselleştirme ve onu kendince bir anlatıya dönüştürme bireylerin kendini gerçekleştirme olanaklarına kavuştuğu geç modern toplumlara özgü bir gelişmedir (Giddens, 2010a: 268). 1960’larda ‘kişisel olan politiktir’ sloganıyla siyasallaşan yeni türde toplumsal hareketler kimliği bireysel bir anlatıya dönüştürme noktasında pekiştirici bir rol üstlendi. İtirazlar her ne kadar siyasal taleplere kapı aralasa da postmodern kapitalizm bu tür isyanları sermayeye çevirmede gecikmeyecekti.

Giddens’e göre “geç modern çağda artık beden geleneksel ritüeller temelinde ‘alınmaz’, ‘bakılmaz’ ve ‘süslenemez’; o refleksif tasarımın merkezi bir parçası haline gelmiştir.” Yani beden bireysel kimliğin ayrılmaz parçalarından biri olmaktadır. Giddens’e göre, beden çeşitli yaşam tarzları arasındaki seçimlerle kendini tasarlayanın merkezi noktalarından biridir (Giddens, 2010a: 225). Giddens, bedenin kişi açısından yarattığı kaygıları denetim altına almak için onu kendince düzenleme çabasını refleksif benlik gelişiminin yolu olarak görür. Hatta refleksif benlik, küresel çapta sayısı artan hayat tarzları üzerine danışmanlık yapan psikolog, diyetisyen, aile danışmanı, imaj maker gibi otoritelerin fazlalığı ile birçok öneriye açık hale gelir. Böylece birey geç modern dönemde farklı noktalarından gelen önerileri kendi perspektifinden geçirmek suretiyle kendi benliğini tasarlar. Konumuz açısından öne çıkan husus bedenin geç modern veya postmodern toplumda kimliğin ve benliğin bir tasarımı olarak nasıl öne çıktığı ve bunun katılımcılarımız tarafından nasıl deneyimlendiğidir. Bu aynı zamanda değişen toplumsal koşulların bireyin kendi benliğini tasarlama noktasındaki itici gücünü de vurgulamak demektir.

Örneğin Ayça Hanım(25), “Dış görünüşe verilen önemin arttığını düşünüyor musunuz?” sorusuna duyduklarından ve tecrübelerinden hareketle verdiği cevaplar toplumun geçirdiği yapısal dönüşümlerin bireyin kendi benliğini tasarlama noktasında belirleyici etkisini göstermektedir.

“Eskiden en fazla kollarına altın takarak süslenirlermiş, öyle fiziklerine çok dikkat etmezlermiş diye duydum büyüklerimden. Yakın zamana kadar ben bile çok istediğim gibi giyinemiyordum. Özel bölgelerin kapatılması gerektiği söylenirdi. Şu an öyle değil ama. Şimdi herkes kendisine daha çok bakıyor. Moda, yeni tarz giyimler, farklı takı ve süs eşyaları, zıt kombinler daha fazla deneniyor. Her geçen daha bir fark oluyor. Şu an fizik daha ön plana çıkmış gibi. Özellikle de spor yapma oranında bir artış olmuş. Ben bu kadar bilmiyordum. Mesela hiçbir şey olmasa bile herkes daha fazla yürüyüş yaparak formunu koruyor. Bir de şuna inanıyorum: Çirkin kadın yoktur. Bakımlı, bakımsız kadın vardır. Kendinize bakarsanız güzel olursunuz.”

Ayça Hanım görüşlerini bildiren diğer katılımcılara nazaran daha genç olmasına rağmen duyduklarından ve gözlemlerinden yola çıkarak insanların daha iyi bir görünüme sahip olmak için modayı takip ettiğini, yeni tarz kıyafetler giydiğini, gösterişli süs takılar kullandığını ve spor yaptığını belirtmektedir. O da beden inşasının her geçen gün daha fazla bir kişisel çabaya dönüştüğünü düşünmektedir. Özellikle de dış görünüş üzerine yaygın kanaatlerde azalan baskının buna daha fazla katkı sunduğunu ifade etmektedir. Bu durum, modern dönemle birlikte benliğin beden üzerinden nasıl tasarlanabileceğini örneklemektedir. Daha doğrusu o, günümüz kültürel atmosferinin ve beden endüstrisinin insanların başkalarından daha farklı bir görünüme kavuşabilmesi noktasında birçok opsiyonu mümkün kıldığını vurgulamaktadır.

Sevda Hanım (48) da benzer doğrultuda fikirlerini şöyle dile getirmektedir:

“Geçmişte insanlar dış görünüşlerine çok fazla dikkat etmiyordular. Belki kıyafetlere dikkat edilse de kimse kilosuna çok dikkat etmezdi. Şu an çok fazla bir dikkat var. Özellikle kadınlar açık kapalı, evli bekar ayrımı olmaksızın çok spor yapıyor. Bence insanların fiziksel görünümlerine özen göstermeleri güzel birşeydir. Eskiden bir kadın evlenip çoluk çocuğa karıştığında kendini salardı. Şimdi öyle değil. Evlendikten sonra, hamile olduğunda veya çocuk yaptıktan sonra da kendisine bakmaya devam ediyor. Spor

yapmaya çalışıyor. Beslenmesine daha dikkat ediyor. Kişisel bakımını ihmal etmiyor. Daha iyi görünmeye çalışıyor.”

Sevda Hanım da eski dönemlere nazaran kadınların evli bekâr, açık kapalı ayrımı olmaksızın daha zinde bir vücuda kavuşmak için spor yaptıkları, kişisel bakımlarına özen gösterdikleri, fiziksel görünümelerini daha önemsedikleri düşüncesindedir. Hatta kadınların hamilelik ve doğum sonrasında da kendi bakımları için titizlenmelerini olumlu karşılamaktadır. Ayrıca o, “kendini salmayı” kilolu olmakla, kendinden vazgeçmeyle, bakımsızlıkla ilişkilendirerek benliğin tasarımı fiziksel görünüme gösterilen özenle ilişkilendirmektedir. Burada benliğin tasarımı, kişisel kimliğin çeşitli performatif davranış setleriyle yapılandırılabilmesine ve onu mümkün kılan sosyal değişimlere endekslenir.

Beden geleneksel toplum yapısının hâkim olduğu dönemlerde Tanrı’nın bir ihsanı ve emaneti olarak görülmüş ve onun rızası doğrultusunda sınırlandırılmış, kontrol edilmiş ve terbiye edilmiştir. Modern dönemle birlikte beden “ihsan”, “lütuf” ve “emanet” söyleminden kopmakta, kişinin bizzat kendi mülkü olarak algılanmaya başlanmakta ve bu bağlamda bir tasarı ve proje nesnesi olmaktadır. Beden hayat tarzlarının çokluğu içerisinde tercih edilen seçeneklerle şekillendirilen, düzenlenen ve bu vesileyle kim ve ne olunacağına dair sembollerin görünür yüzüne dönüşmüş durumdadır. Bunu ‘bedenim benimdir’ sloganında ortaya çıkan hak söylemi meşrulaştırmakta, teşvik etmekte, desteklemektedir. “Her insan tekinin bedeni üzerinde nihai söz hakkına sahip olması” ve tüketim kültüründe açığa çıkan ‘tercih’ ve ‘hayat tarzı’ gibi kültürel kavramlarla birlikte beden pazarın esareti altına girmektedir. Bedenin bir imkân ve tercih meselesi olarak benliğin oluşumu ve tasarımı doğrultusunda bir proje haline getirilmesi süreci “genç ve güzel beden imajının sarmalında” kozmetik sanayiden estetik cerrahiye, spor salonlarından beslenme ve diyetetik merkezlerine varıncaya kadar birçok alanda tüketim kültürüne olan bağımlılığı koşullandırmaktadır (Şişman, 2016: 38-40). Yalıtık ve bireyselleştirilmiş bir toplumsallığın salık verildiği, insanın tükettiğiyle var olduğu, özkipliğin pazardan toplanan parçalarla oluşturulduğu bir zamanda beden yaşam tarzlarının çokluğu ölçüsünde puzzle oyununun malzemesi gibi heyecan veren bir mülk olmaktadır. Bu durum, katılımcılardan elde edilen verilerle de desteklenmektedir.

Katılımcıların birçoğu içinde bulundukları dönemde azalan toplumsal baskı ve artan kozmetik endüstrisi, spor salonları, yüzme havuzları ve açık spor alanları sayesinde insanların kendi kişisel kimliklerini arzuladıkları gibi tasarlayabildiklerini ifade etmektedirler. Katılımcılarımızdan Zeynep Hanım (48) toplumun geçirdiği dönüşüm ve artan bakım teknolojileri ile birlikte benliğin daha rahat ve özgür bir şekilde tasarlanabildiğini şöyle ifade etmektedir:

“Spora gelenler arasında sanırsam yaşı en ilerlemiş kişilerden biri benim. Buraya gelenlerden farklı olarak ben hem kozmetik ürünlerin neredeyse çok kıt olduğu zamanları gördüm hem de şu an olduğu gibi çok bol olduğu zamanları da gördüm. İlk gençliğimde buralarda kozmetik ürün satan bir dükkân bile yoktu. Varsa da ben hatırlamıyorum. Doğru düzgün kıyafet alabileceğiniz bir mağaza bile yoktu. Yeni yeni alışveriş merkezleri yapılıyor. Hele ki bu tür salonları ancak televizyonlarda görebilirdik. Sanırsam yüzme havuzları da açılalı birkaç yıl oldu. Yine o zamanlar kültürel olarak da ciddi bir baskı ile karşı karşıyaydık. Yani öyle süslenmek falan o kadar hoş görülmezdi. Biraz süslenmeye çalışsaydınız farklı bir şekilde damgalanabilirdiniz. Oysa şimdi durum değişmiş görünüyor. Herkes istediği gibi giyinebiliyor, spor yapabiliyor, makyaj yapabiliyor. Doğrusu (tebessüm ederek) ben sağlığım açısından buraya geliyorsam da buraya gelenlerin birçoğu bu durumdan gayet memnun görünüyor.”

Zeynep Hanım'ın ifade ettikleri geç modern veya postmodern diye tabir edilen dönemin benliğin tasarımını nasıl teşvik ettiğini, ona nasıl bir zemin hazırladığı ile ilgili önemli ipuçları içermektedir. Zeynep Hanım, ilerlemiş yaşına bağlı olarak yaptığı karşılaştırma geleneksel toplum ile modern toplumun benliği şekillendirme açısından farkını bedensel görünüm üzerinden ortaya koymaktadır. Bu anlamda onun ilk gençlik dönemlerinde yaşadığı bölgenin sosyo-kültürel özellikleri daha çok geleneksel bir toplumu andırmaktadır. Bu zamanlarda insanların her kimse öyle oldukları, verili cinsel rolleri olduğu gibi kabul ettikleri, en azından kim ve ne olduklarına dair bir sorgulama içerisinde olmadıklarını söyleyebiliriz. Ferdin toplumsalın ayrılmaz bir uzantısı olduğu bu toplumlarda farklı ve dikkat çekici bir şekilde görünmek, toplumdan ayrı bir hayat tarzına sahip olduğunu göstermek, kolektif kabülleri zorlayıcı bir düşünceye sahip olmak toplum açısından dışlanma, küçük görülme veya alay konusu edilebilirdi. Bunun aksine herkes gibi olmak, göze gelmemek ise muteber olandı. Bu durum, kentleşme olgusunun yaygınlaştığı, sosyal bağ ve normların azalmaya başladığı, bireyselleşmenin artan gelir

düzeyi ile birlikte arttığı, küresel etkilere sosyal medya imkânları ile daha açık kalındığı son çeyrek yüzyıldır değişmektedir. Değişen hayat koşulları insanların kendi benliklerini hiçbir baskı altında ve herhangi bir eleştiriye maruz kalmaksızın mevcut imkânların varlığı ile daha fazla tasarlayabildikleri Zeynep Hanım'ın da ifadelerinde açığa çıkmaktadır. O her ne kadar fitness salonlarını sağlığı açısından tercih ettiğini belirtiyorsa da beden algısının ekonomik ve sosyo-kültürel değişimlerle iç içe geçtiğini söyleyebiliriz. Şöyle ki, sosyal normların çok güçlü olduğu dönemlerde kendisi de dâhil olmak üzere toplumun birçok üyesinin baskı altında olduğunu, bundan sebep kendilerini farklı sunamadıklarını, böyle bir ihtimalin ise yanlış anlaşılmalara mahal vereceğini açık bir şekilde dile getirmektedir. İçinde bulunduğumuz dönem tam tersi bir mahiyet taşımaktadır. Yani bir birey, eşsiz ve benzersiz bir görünüm için kendisini bir sanat eseri gibi tasarlayabilmektedir. Artık herkes tıpkı bir ressam gibi resmini, bir heykeltıraş gibi de kendi yontusunu yapabilmektedir. Bu doğrultuda beden bir ressamın tuvalini, bir heykeltıraşın da yontulmaya hazır bir malzemesini andırmaktadır. Daha doğrusu Zeynep Hanım içinde bulunduğumuz geç modern veya postmodern dönemdeki diğer birçok katılımcımız gibi “kendini yontan adam” heykelinde olduğu gibi bedenindeki fazlalıkları atmakta, traşlamakta, varsa pürüzlerini gidermekte ve bu şekilde “kusursuz” bir görünüme kavuşmaya çalışmaktadır.

Katılımcılarımızdan Gülten Hanım'ın (29), “İnsanların kişisel bakımları özen göstermeleri açısından kendi gençlik döneminiz ile şimdiki dönem arasında nasıl bir fark görüyor musunuz?” sorusuna verdiği cevap, geleneğin daha verili bir güzelliğe öncelik verdiğini, insanın bedeni üzerinde günümüzdeki kadar tasarruf sahibi olamadığını şöyle dile getirmektedir:

“Az evvel de size bahsetmiştim. Bizim gençlik dönemlerimiz şu anki gibi değildi. Biz şu anki gençlere oranla daha az özgürdük. Bizden öncekilerde bizden daha az özgürdüler. Şimdiki gençliği kontrol etmek daha zorlu bir çaba istiyor. Kendi yeğenlerimden biliyorum. Çok şükür öyle kötü ahlakları yok ama daha talepkarlar şimdi. Herşeylerini tam istiyorlar. Yemeği beğenmezler, aldığın elbiseyi giymezler, odasını kimseyle paylaşmak istemezler vs. bir de bakımlarına daha fazla dikkat ediyorlar. Benim yeğenler öyle mesela. Birkaç yıldır Gratis diye kozmetik ürün satan bir mağaza açıldı. Her ay içerisinde birkaç defa gidip alış veriş yapıyorlar. Ablam çok şikâyetçi ama yapılacak bir şey yok. Yeni nesil biraz böyle artık.”

Gülten Hanım'ın söylediklerine atfen “Yeni nesil daha mı fazla kişisel bakımına dikkat ediyor?”, “Bu durumu kendiniz için de geçerli olduğunu düşünüyor musunuz?” şeklindeki sorulara verdiği cevap, beden endüstrisinin imkânları ölçüsünde benliğin beden üzerinden daha kişisel bir tasarrufa açık olduğunu göstermektedir.

“Evet, bu benim için olduğu gibi yeni nesil içinde geçerli. Sadece onlar biraz daha aşırıya kaçıyorlar. Örneğin saçlarını sık boyatmaları, epilasyon yapmaları, makyajlarını hergün tazelemeleri, üst başlarını sık değiştirmeleri ve kilolarına daha dikkat etmeleri vs. Bu salonlara bu kadar kişinin gelmesi de bunu açıklıyor.”

Gülten Hanım'ın ifadeleri “beden” üzerinden benliğin tasarımının her geçen gün daha bir artarak, kuşaklar arası mesafelerin daha kısa zaman aralıklarına bölündüğünü göstermektedir. Gülten Hanım, ilerlemiş bir yaşta olmamasına rağmen kendi beden algısı ile mevcut gençliğin bedensel görünümelerini bir takıntıya dönüştürmeleri arasında gördüğü fark, geç modern çağın benliğin beden üzerinden tasarımına daha fazla imkân tanıdığına dair ipuçları içermektedir. Bu, “belirli bedensel dış görünüş tipleri ve davranış tarzları özellikle modernitenin ortaya çıkışıyla açık önem” kazandığının kanıtıdır. Onun üç kuşaktan gençlerin dış görünümüne verdikleri önemi toplumsal yapının zihinsel haritasına göre karşılaştırdığımızda ortaya çıkan manzara geleneksel yapının aşınmasıyla birlikte benliğin beden üzerinden daha fazla bireyselleştiği üzeredir. Örneğin modern çağ öncesine ait kültürdeki çoğu ortamda “dış görünüş büyük ölçüde geleneksel kriterlere göre standartlaş”tığı için makyajdan giyim tarzına, cilt bakımından saç tasarımına, diyetten fiziksel aktivilerine kadar birçok yol “bireyselleşmenin araçları olsa da, bunun mümkün olma veya arzu edilme derecesi genellikle sınırlı”ydı. Bu kültürlerde “dış görünüş esasen kişisel kimlikten ziyade toplumsal kimliğin işaret”leriydi. Şimdi ise artan serbestlik, güzellik sektörünün piyasaya sunduğu ürün çeşitliliği, dünyanın geri kalanıyla artan temas, modanın devirdaim hızındaki artış gibi faktörler ölçüsünde dış görünüş refleksif benlik tasarımına daha fazla müdahil olmaktadır (Giddens, 2010a: 132-133). Gülten Hanım'ın çocuk, genç ve orta yaş grubunu da içine alan ve her geçen gün kapsam alanı genişleyen dış görünüş takıntısına dair düşünceleri modern çağla birlikte bedenin şahsi tasarrufa daha açık hale gelmesiyle izah edilebilir. Söz konusu dönemde beden hem benlikle hem bireysel kimliğin yapılandırılmasıyla daha fazla iç içe geçmektedir. Bu ifade ve tespitlerden hareketle Gülten Hanım ve gözlemine konu ettiği gençlerin üyesi olduğu toplumun çok değil, belki yirmi ya da otuz yıl öncesinde bedenleri

üzerinde böyle bir tasarrufta bulunmalarına yok denilmese de daha az imkân tanıdığını söyleyebiliriz.

Benzer doğrultuda Mahmut Bey'in ifade ettikleri sağlıklı bir yaşam için artan farkındalığın, azalan kültürel baskıların ve her geçen gün sayısı çoğalan spor merkezlerinin benliğin tasarımına nasıl dâhil olduğunu toplumsal değişimler ölçeğinde şöyle dile getirmektedir:

“Eskiden burası daha küçük bir şehirdi. Çoğunlukla damlı evlerden oluşan küçük bir kasaba gibiydi. Çok kalabalık bir şehir olmadığından herkes birbirini bilir ve tanırdı. Çarşı ya da pazara çıktığınızda birçok kişi ile selamlaşır, sohbet ederdiniz. Bu iyi bir şey ama beri taraftan çok da baskı vardı. Küçük bir şehirde yaşıyorsanız gözler sizin daha çok üstüne olur. Sorunuzla bağlantılı olduğu için söylüyorum. Örneğin eskiden bırakın yetişkin bir insanı bir gencin bile böyle dışarda eşofmanla ya da şortla gezdiğini göremezdiniz. Buralarda bir dönem böyle şeyler ayıp sayılır, hoş karşılanmazdı. Ben mesela günün belirli bir saatinde dışarıda eşofmanı veya şortuyla spor yapanı hiç hatırlamıyorum. Şimdi öyle mi? değil. Hemen hemen her mahallede yürüyüş parkurları, spor alanları ve içlerinde çok çeşitli spor aletleri var. Yaşlısı genci, erkeği kadını birçok insan buralara spor yapmak için geliyor. Eskisi gibi kimse tuhafsamıyor. Çünkü insanlar sağlıklarına ve bakımlarına daha fazla dikkat gösteriyor. Çevreme bakıyorum aynı hassasiyeti görebiliyorum. Bakıyorsunuz çok kişi sigarayı, ekmeği veya şekerini ya azaltıyor ya bırakıyor.”

Mahmut Bey'in söylediklerine yakın bir görüş bildiren Müjgan Hanım da (40) benzer bir kıyaslamadan hareketle içinde bulunduğumuz dönemde artan hoşgörünün iyi bir görünüme sahip olmayı daha teşvik ettiğini şu düşünceleriyle vurgulamaktadır:

“Eski dönemlerde kendilerine çok bakan kadınlar gözümün önüne geldi. O dönem yaptıkları bakımla daha fazla dikkat çekiyordular. Haliyle bu da riskli birşeydi. Bu da içinde yaşadığımız toplumun kapalı olması ile ilgili bir şeydir. Çok bakım yapmak yanlış anlaşılmalara neden olabiliyordu. Onlar birçok eleştiriye maruz kalıyorlardı. Ama şimdi öyle değil. Şimdi daha rahat spora gidiliyor. Birçok kadın estetik ameliyat yapıyor. Kendi bakımına daha dikkat ediyor ve güzelleşmek istiyor. Hatta tam tersine bugün kendine bakmayan, paspal insanlar daha fazla dikkat çekiyor.”

Teyit etme amacıyla “Geçmişte güzelleşmek için çaba sarfetmek şimdi ise sarfetmemek mi ayıpsanıyor diyorsunuz? sorusuna verdiği şu cevap, iyi bir görünüm için çaba göstermenin ne kadar önemli ve gerekli olduğunu gösterir niteliktedir: “*Etrafınızda bakımlı, göze hitap eden o kadar kadın var. Ki bunlar çok para harcıyıp çok emek veriyorlar. Böyle bir ortamda siz kendinize bakmadığınızda ya da kendinizi ihmal ettiğinizde silikleşirsiniz gibi.*” İfade edilenler benliğin beden üzerinden bir tasarı nesnesi haline gelmesinde artan hoşgörünün önemini göstermektedir. Ayrıca o, içinde bulunduğu toplumun bir dönem farklılıklara ve değişime kapalı olmasından ötürü güzelleşme çabalarını hoş görmediğini, ayıpsadığını ve kınadığını belirtmektedir. Öyle ki, bir kadın güzelliği ile sivrilmişse birtakım ağır ithamlara dahi maruz kalabilirmiş. Oysa herşeyin çok değiştiği, mevcut kültürel ortamın daha özgür olduğu, farklılık ve çeşitliliğe daha müsamaha gösterdiği kanaatindedir. Hatta toplumun şu an itibariyle güzel ve bakımlı olmaya daha önem verdiği düşüncesindedir. Ona göre bir dönemler güzelliğine, giyimine, makyajına dikkat edenler dışlanmışsa, günümüzde de kendine özen göstermeyenler gözden düşerek silikleşebilmektedir. Burada güzel, bakımlı ve iyi bir görünüme sahip olma var olma ile eş değer kılınmaktadır. Yani var olmak, görünmeye değer dış görünüme ve fiziksel bir cazibeye sahip olmakla eşitlenmektedir.

İçinde bulunduğumuz hiper modern çağda benlik ve beden “düşünümsellikle iç içe geçmiş” durumdadır. Bedene yönelik bir ilgi olagelmişse de “günümüzde bedensel görünüş ve denetimle ilgilenme tarzımızın, bariz şekilde geleneksel kaygılardan farklı olmasının nedeni”ni modern dönemde bedenin verimliliğini artırmaya dönük biyo-politik stratejiden daha fazla bir şeyle açıklamak gerekmektedir. Bu ise, bedenin “giderek artan bir şekilde bireyin verdiği kararlar” ölçüsünde benliğin yani öz kimliğin taşıyıcısı olmasıyla yakından ilgilidir (Giddens, 2014: 35-36). Söz konusu olgu, özen gösterilen diyetlerin, estetik ameliyatlara ve kozmetik ürünlere ayrılan bütçelerin, fitness salonlarında gerdilerin bedenlerin varlığını açıklamaktadır. Beden modern öncesi çağda olduğu gibi ulvi gerekçelerle veya sosyal normlarla denetlenip kontrol edilmemekte, artık benliğin özgün bir tarzda tasarlanması ve görünüşe çıkarılması için denetlenmekte, kontrol edilmekte ve gözden geçirilmektedir.

Dış görünüşe, kişisel bakıma, güzelleşme ve süslenmeye verilen önemdeki artış, sadece güzellik sektöründe artan ürün çeşitliliği veya cinsiyet eşitliğine yönelik toplumsal değişimle açıklanamaz. “Bunlara aynı derecede derin bir değişim, kimlikle ilgili bir

kopuş, bireysel imgeye ve onun özel anlamına özel bir yatırım da eşlik eder. Bu kimlik bugün hiçbir zaman olmadığı kadar bireyin kendisine, buradalığına bedenine indirgenir.” Bu, her bir bireyin artık ne ve kim olmak ya da nasıl algılanması gerektiğiyle ilgili kişisel kararlarının daha bir ön plana çıktığına gönderme yapar. Müjgan Hanım’ın da anlatımlarında açığa çıktığı üzere birçok kişi kendi varolma biçimlerine bedenlerini daha özgün tarzlarda tasarlayarak karar vermektedirler. Güzellik sektörü de verdiği önerilerle kişinin herkesten farklı ve benzersiz olduğuna dair bir benlik algısına ziyadesiyle katkı da bulunmaktadır. Bu bağlamda beden “kişinin ayrıcalıklı ifadesi haline gelir.” Daha doğrusu onu daha görünür kılan ürünler bireye kendi kişiliğini ortaya koyan, yansıtan ve yücelten bir imkân sunar. Böylece benliğin “içsel hakikatine” dair bir anlatıya “kendinin en derin parçasını maddileştiren bir beden”le, yani üzerinde çalışılarak, oynanarak, değişiklikler yapılabilecek bir proje bedenle ulaşılır (Vigarello, 2013: 260-264). Bedenin bir proje nesnesi olarak görülmesi, benliği yansıtacak bir metne dönüştürülmesi büyük resimde geleneksel yapının bireyselleşme lehine ortadan kalmasıyla ilintilidir. Müjgan Hanım ve diğer birçok katılımcının benzer doğrultuda aktardıkları benliğin beden vasıtasıyla yapılandırılmasını mümkün kılan en önemli şeyin geleneksel yapıda meydana gelen güç aşınması olduğunu göstermektedir.

“Yirmili yaşlarınızda bugünkü spor yapabilme şansınız var mıydı?”, “O döneminizle şimdiyi kıyaslarsanız kişisel bakımda artan bir artıştan bahsedebilir miyiz?” sorularını Senay Hanım da (46) geleneksel inanç ve normların daha kabul gördüğü geçmiş zamanlar ile günümüz toplumunun kabul, norm ve beklentilerini karşılaştırmak suretiyle bir değerlendirme yapmaktadır.

“O yaşlarımızda spor yapabilme şansımız çok yoktu. Örneğin sırf spor yapma amacıyla dışarıya çıkılıp yürünebileceği üzerine bir bilincimiz yoktu. Eskiden bir insanın öyle tek başına spor amacıyla tempolu bir şekilde yürüyüş yaptığını hatırlamıyorum. Sanırsam bir kaç yıl evveldi. Bizim şu ana köprüde bir genç kızın yalnız başına, eşofmanlarıyla spora çıktığını gördüğümde çok sevinmiştim. Gerçekten çok mutlu olmuştum. Niye? Böyle artık birşeyleri aştığımızı, dünyaya bakış açımızın değiştiğini gösterir. Yani akşamın bir saatinde bir kızın o şekilde spor yapmasını kimse artık yanlış birşeye yormaması güzel birşeydir. Ama on beşli, on yedili yaşlarımızda bir kızın o şekilde çıkıp spor yapabileceğini tahayyül bile edemezsiniz. Sadece o değil. Mesela bir kadın çok süslüyse ya da kendine çok bakım yapsaydı acaba bu kendine bir şey mi arıyor

diye bir dedikodu başlardı. Hele kadınlar arasında bir dedikodu konusu olurdu. Daha doğrusu kendine bakmak olumsuz birşeymiş gibi algılanırdı. Yani başkasını ayartmak için mi yapıyor diye konuşulurdu. Şimdi ise öyle bir algı yok. Daha çok kendisini çok sevdiği için yapıyor. Keşke ben de öyle kendime bakabilseydim deniliyor. Bir de imkanlar çoğalmış. Geçen PRP tedavisi (saç tedavisi) için bir pasaja gittim. Tam olarak beş tane güzellik merkezi bir yerde bulunuyordu. Bunun bir sebebi de benlik algısıyla ilgili. Herkes nasıl görünmek ve algılanmak istiyorsa o şekilde kendilerine bakıyorlar. Spora gideninden tutun da güzellik merkezine gidenlerine kadar herkes böyle düşünüyor. Mesela ben botoks da yaptırıyorum. Altı yedi ayda bir gözden geçiririm. Eğer rahatsız edici bir görüntüm varsa gider botoks yaptırırım. Öncelikle kendime iyi görünmem lazım. Yani yaşlı görünmek istemem haliyle.”

Senay Hanım’ın ifadeleri, Higgins’in “ayrışık benlik kuramı” gereğince üç türde tanımlanan mevcut durumumuzu ifade eden “gerçek benlik”, olmasını istediğimiz “ideal benlik” ile “ne olmamız gerektiğine dair düşüncemizi” ve inancımızı karşılayan “olması gereken benlik” şeklindeki benlik türleri ve bunun modern dünya ile olan ilişkisine dair düşünceleri ile örtüşmektedir. Burada öne çıkan husus, son iki türün benliğe kılavuzluk etmesidir. “Benlik kılavuzları”ndan olan ideal benlik, Seray Hanım’ın da kim “nasıl algılanmak ve görünmek istiyorsa” ifadesinde olduğu gibi ulaşılmak istenen hedeflerle, “olması gereken” benlik imgesi de kişinin kendisinde olması gerektiğine inandığı özellikler bütünüyle ilgilidir. Bireysel benliğin beden üzerinden tasarımı söz konusu kılavuzlarla yakından ilintilidir. Bu bağlamda beden bireysel benliğin içeriden dışarıya, dışarıdan içeriye doğru diyalektik etkileşimlerinin önemli bir veçhesidir. O, ne ve kim olmak istediğimize dair tasarıların temsil edildiği, içerisine birçok psikolojik gerilimlerinde dâhil olduğu sembollerle örülü bir yüzey olmaktadır. “Olmaktadır” derken “görünür olanın altında karmaşık bir bireysel benliğin yattığı yolundaki düşünce”nin varlığını mümkün kılan büyük çaplı toplumsal değişimin yaşanmasına atıf yapılmaktadır. Söz konusu dönüşümün evrildiği yer modern toplumu, hareket noktasını da geleneksel toplum imler. Bu iki ucun bir ucunda yer alan “toplumsal ilişkilerin sabit ve istikrarlı”, “din tarafından meşrulaştırıldığı”, sosyal normları güçlü ve baskın olduğu geleneksel toplumlarda benlik bir kişinin toplumsal düzendeki “aile, sosyal mevki, doğum yeri, doğum sırası”, gibi sosyal konum ve mevkilere bağlıydı. Denilebilir ki burada benlik verili sosyal rol, statü ve konumlarla belirlenir, kişi ölümüne kadar verili

bir benliğin içinde yaşırdı. Oysa sekülerleşme, sanayileşme, aydınlanma, şehirleşme, bireyselleşme ve kapitalizm ile müşahhas olan moderniteyle birlikte benlik geçmişe nazaran bir kişinin kendi tercih, arzu ve istekleriyle inşa edilebilen bir şeye dönüşmektedir (Hogg-Vaughan, 2007: 138-146). Bunun imkânı ise beden üzerinden hergeçen gün daha bir artmaktadır. Estetik bir ameliyat, moda bir kıyafet veya sportif aktivitelerle inşa edilmiş bir bedenle birey, Seray Hanım'ın da vurguladığı gibi “nasıl görünmek ve algılanmak” isteniyorsa öyle olabilir. Şimdiki durumunuz size cildinizin kırıştığını, selülitlerinizin arttığını, vücudunuzun sarktığını ve bu halinizle yaşlandığınızı veya yaşlı görüldüğünü söylüyorsa bir kararla ideal bir tasarınız olan gençliğe ulaşmanız tıpkı Seray Hanım'ın durumunda olduğu gibi kolaylaşabilmektedir. O, mevcut görünümüyle yaşlandığına dair bir benlik algısına sahip olduğunu düşünmüşse de beden endüstrisinin olanaklarından faydalanarak idealize ettiği kılavuz benliğe birkaç saati aşmayan estetik bir operasyonla veya bundan daha fazla emek ve çaba gerektiren fiziksel aktivitelerle kavuşabilmektedir. Daha doğrusu o, beden teknolojileri vasıtasıyla bedenini arzu ettiği benliğe ulaşma noktasında inşa edebilmektedir. Oysa ilk gençlik dönemlerindeki toplumsal yapıyı veri alan aktarımlarını esas alırsak, bunun ilgili zamanlarda çok da mümkün olamadığı anlaşılmaktadır. Çünkü söz konusu dönemlerde baskın olan sosyal normların, biz düşüncesine dair güçlü aidiyet bağların, benliğin bir tasarı nesnesi olarak düşünülmemesi veya buna imkân tanıyan beden endüstrisinin yokluğu gibi belirleyici nedenlerin varlığı hem bedene hem benliğe istikrarlı bir yapı kazandırmaktaydı. Yani beden üzerinden çok büyük bir değişimin ve dönüşümün gerçekleşmesi imkân dâhilinde değildi.

Müjgan Hanım, Senay Hanım ve Mahmut Bey'in yaşadığı yerden hareketle ifade ettikleri eskiye nazaran günümüz toplumlarında bireyin istemleri, arzuları, ve idealleri doğrultusunda benliğini bedeni üzerinden tasarlayabildiğini göstermektedir. Günümüzde benliğin zemin bulduğu bedenin edindiği değer artıkça, ona yüklenen anlamlar da daha bir artmaktadır. Geleneksel toplumlarda toplumun ve doğanın verili bir unsuru olarak görülen beden, her ne ise o olarak görülmüş ve kendisine bir işlem nesnesi olarak bakılmamıştır. Oysa günümüz toplumlarında beden, bireyin kendi kişisel anlatısının merkezi nesnelerinden biri olarak görülmektedir. Bu anlamda beden, benliğin tasarlandığı sembolik kodlarla örülü bir yüzey olmaktadır diyebiliriz. Hal böyle olunca beden sağlığı ve güzelliği konularında uzmanlaşan otoritelerin sayısında hem bir artış olmakta hem de

bu kişiler daha fazla dikkate alınmaktadırlar. Dolayısıyla mesajların fazlalığı bireylere alternatifler arasında bir tercih yapmaya imkân tanımaktadır. Böylece birey bedenini daha fazla gözden geçirme şansı edinmektedir. Konuya katılımcımız Meltem Hanım'ın (23) şu söyledikleriyle açıklık kazandırabiliriz:

“Televizyonların sabah kuşakları alabildiğince sağlık ve güzellik programıyla dolu. Bir doktorun veya iş yerinin bekleme salonunda mutlaka bu konularla ilgili dergiler görürsünüz. Haliyle bir şekilde sağlık ve güzellikle ilgili birçok öneri ile karşılaşıyorsunuz. Şahsım dâhil birçoğumuz bunları dikkate alıyoruz. Dolayısıyla bu dikkat üzere hem sağlığınıza hem de güzelliğimize daha fazla yoğunlaşmak durumunda kalıyoruz. İşin belki en ilginç yanı her birimiz farkında olmadan bir uzmana dönüşüyoruz. Çünkü kendi arkadaşlarımızdan bile birçok tavsiye almaya başlıyoruz.”

Doğrusu günümüz insanı, otoritelerin çokluğundan memnun görünmektedir. Beden endüstrisinin uzmanlarından alınan tavsiyeler ise birebir uygulanmamakta aksine gözden geçirilerek değerlendirilmekte ve uygulanmaktadır. Katılımcılarımızdan Meltem Hanım'ın, yukarıdaki ifadelerine ek olarak söyledikleri durumu izah etmektedir: *“Evet, biz her ne kadar bu önerileri dikkate alıyor olsak da her önerinin gereğini yapmıyoruz. Sağlığa zararı var mı, ileride bir hastalığa neden olur mu? diye düşünüyoruz.”* Burada beden bireyin kendi düşüncesi ve denetiminde yeniden gözden geçirilerek refleksifleştirilmektedir. Çünkü Meltem Hanım, uzmanların görüşlerini mutlak bir doğru olarak kabul etmemekte, onları eleştirel bir değerlendirmeye tabi tutmaktadır. Özellikle de sağlık ve güzelliğe ilişkin kaygı düzeyinin arttığı bir zamanda o da birçok kişi gibi bedeni konusunda daha fazla bir sorumluluk almaktadır. Bu durumsa bedenin refleksifleştiğinin yani kişinin düşünömsel alanına daha fazla içerildiğini göstermektedir. Söz konusu süreç, modernliğin radikal bir evresini ifade eden küreselleşme olgusuyla daha bir hız kazanmaktadır.

Benliğin tasarımı küresel etkilere açık olma oranında artmaktadır. Değişim hızı düşük ve dış etkilere daha kapalı geleneksel toplumlarda benliğin oluşumu toplumun baskın normları dolayımında gerçekleştiği için farklı bir görünüm edinme arayışları pek mümkün olmamıştır. Günümüz toplumlarda ise gelişen iletişim ve ulaşım teknolojileri ile birlikte insanların değer yargılarından tüketim alışkanlıklarına kadar herşey de hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Öyle ki, insanlar benliklerini medyadan edindikleri izlenimler

üzerinde tasarlayabilmektedirler. Bir insanın nasıl bir görünüme sahip olması gerektiğini ve bununla kendini ne hissedeceği artık sanal âlem uygulamaları veya televizyon aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu ise benliğin refleksivitesini bedenın kişisel bir mülk olarak algılanması ile birlikte daha fazla koşullandırmaktadır. Şöyle ki, hızla küreselleşen bir dünya da benliğin refleksivitesi, “daha az dışsal olarak daha çok ‘verili’ bir şey haline” gelen bir beden üzerinden daha çok inşa edilmektedir. Daha açık olarak “bedensel dış görünüşün narsist terbiyesi yönünde genel bir gelişme olarak görülen şey, gerçekte bedenın daha çok kapsamlı aktif ‘inşası’ ve kontrollünün temelinde” kişisel bir çabaya dönüşmektedir (Giddens, 2010a: 19). Dolayısıyla küresel medya endüstrisinin yaygınlaştırdığı imajların varlığı her geçen gün gerçeklik kazanmakla kalmamakta bir örneklik olarak benliğin tasarımına da dâhil olmaktadır. Katılımcılarımızla yaptığımız görüşmeler, beden algısının sanal medya uygulamaları ile nasıl belirlendiğini ve bunun benlik tasarımını ne yönde etkilediğiyle ilgili çeşitli verileri içermektedir.

Katılımcılardan Erhan Bey’in (39) sanal medya uygulamaları ile popüler olan kişilerin, insanların beden algılarını nasıl belirlediklerini ve bu sayede popülerleşen imajların bir örneklik olarak benliğin tasarımına nasıl dâhil olduğunu şu açıklamalarıyla ifade etmektedir:

“Son dönemlerde vücut güzelliği daha önemli hale gelmektedir. Eskiden de insanlar saç, makyaj, bakım gibi şeylerine dikkat ediyordular. Ama kesinlikle günümüz kadar değil. Arada inanılmaz bir fark var. Mesela son dönemde özellikle genç kızların tek tip olma hevesi var. Örneğin resim çekinirken dudaklarını şişirmeleri, gözlerini büyük göstererek poz vermeleri bunu gösteriyor. Şu anda birilerinden etkilendikleri çok açık ve bu aşırı bir derecededir. Mesela ünlü biri bir akım başlatıyor. Böylece herkes o akıma ayak uydurmaya çalışıyor. Dediğim gibi bir şey akım haline geldiği zaman herkes aynısı yapıyor. Eskiden böyle bir imkân yoktu. Sosyal medya ve internet falan olmadığı için bir güzellik ölçütü popüler olmuyordu. Şu an medyadan gördükleri ile kendi üstüne çok daha fazla düşmeye başlıyorlar. Bir de yeni uygulamalarla yüzünü, vücudunu filtreliyorlar. Sosyal medya ortamında bu fotoğraflarını paylaşıyorlar. Ya da makyaj kullanarak başka bir tipten çok farklı bir tipe dönüşebiliyorlar. Hoşlarına giden görüntülerle kendilerini olduklarından farklı gösteriyorlar. Buradaki güzellik algısına göre yapıyor.”

Medya iletişim ve sosyoloji bölüm mezunu Burak Bey (25), son yıllarda sportif aktivitelere artan ilgiyi küreselleşme süreciyle birlikte dünya çapında popüler olan kişilerin beden ölçüleri ile ilişkilendirmektedir. Ayrıca o, kitle iletişim araçları vasıtasıyla insanların birbirilerinden daha fazla etkilendiklerini ve bu olgunun da fitness salonlarına artan ilgiyi açıklayabildiği düşüncesindedir. Daha doğrusu ona göre benliğin beden üzerinden tasarımı küresel etkilere açık olma ile yakından bağlantılıdır. Başka bir bağlamda dile getirdiği düşüncelere bakılırsa Burak Bey'in kendisi de fitness alanında popülerleşen sporcuların fiziksel görünümünden etkilenecek benliğini tasarlamaya çalıştığını görebiliriz. Yani o, örnek aldığı ünlü kişilerin bedenini kendisine model alarak, onlar gibi bedenini inşa ederek diğer sporcu arkadaşlarından daha farklı biri olduğunu göstermek istediğini tespit edebiliriz. Nihayetinde bu tespit, Giddens'in modernliğin süreksizliklerinden biri olarak işaret ettiği "değişim alanı" olgusuna gönderme yapar. Değişim alanı ise modernliğin küreselleşme süreciyle radikalleşerek yaygınlaştığını ifade eder.

"Küreselleşen bir dünyadan bahsedebiliriz. Dünyanın bir ucunda meydana gelen bir olay kitle iletişim vasıtasıyla çabucak yaygınlaşabiliyor. Ya da bir akım kitle iletişim araçlarıyla kolayca kabul edilip benimsenebiliyor. Ya da kitle iletişim teknolojilerinin insanların birbirinden etkilenme derecesini artırıyor diyebilirim. Ben sporun da böyle yaygınlaştığı kanaatindeyim. Mesela Türkiye'de özellikle de doğu bölgesinde bu kadar spor merkezleri yoktu. Bu şekilde sporla uğraşan insanların sayısı epey arttı. Örneğin Amerika'da Arnold Schwarzenegger'i bir düşünelim. Onun vücudunu çok kişinin taklit etmesi veya ona özenmesi bunu açıklıyor. Eski dönemlerde bizim köyden Ahmet'e, Mehmet'e sorsaydın onu tanımaz, bilmezdi. Bugün belki onlar bilmesede onların çocuğu biliyor ve tanıyor artık. Onun videolarını, resimlerini görüp fitness salonlarına gidiyorlar. Bu şekilde herkes niye o kaslı görünüyor ben görünmüyorum deyip spora başlayabiliyor. Adam böyle bir vücudun daha çekici olduğunu, karşı cinsi daha etkileyebileceğini görüyor ya da duyuyor. O da bu niyetle harekete geçiyor. Bu da tek tipleşmeyi doğuruyor. Böyle bir arayıştan bahsedebiliriz."

Gençlik döneminizle bir kıyaslama yaptığınızda fiziksel görünüme artan bir ilgiyi gözlemleyebiliyor musunuz?" sorusuna Metin Bey'in (44) verdiği cevap, benliğin beden üzerinden hergeçen gün daha fazla tasarlanabilindiğine bir küreselleşme aracı olan televizyonun etkisi ile açıklık kazandırmaktadır.

“Hem de çok iyi gözlemleyebiliyorum. Şöyle ki, eskiden bizim arkadaş grubu dışında öyle çok kişi fitness yapmazdı. Bizim görüntümüz zaten kendisini gösteriyordu. Kollarımın şişkinliği, omuzlarımızın genişliği falan çok dikkat çekiyordu. Çünkü başka vücut yapan olayınca sizin görünümünüz daha ön plana çıkıyordu. Bütün gözler üzeremizdedi. Şimdi öyle değil. Birçok fitness salonu var. Bildiğim kadarıyla hepsi de dolu. Birçok kişi televizyon programlarından daha fazla etkileniyorlar. Oradaki vücutlara özeniyorlar. Onlar gibi olmak istiyorlar. Galiba bu da onlara kendilerini iyi hissettiriyor. Şu an eskisi kadar dikkat çekmiyoruz. Herkes vücut yapmaya başlayınca eskisi gibi göze gelmiyorsunuz.”

İfadesine binaen “Daha iyi hissetmekten tam olarak kastınız nedir?” sorusuna verdiği cevap, beden inşasının benliğin tasarımı ile doğrudan ilişkisini gözler önüne sermektedir. *“Şunu demek istiyorum: İnsanlar kendilerini böyle daha iyi görmeye başlıyor. Yani iyi bir vücutun birçok kişiye bir özgüven kazandırdığı düşünüyorum.”* Metin Bey, fitness salonlarına hergeçen gün artan ilgiyi, insanların televizyon programlarında gördüğü kişilere özenmek suretiyle daha özgüvenilir bir kişiliğe ve benliğe sahip olma istemi ile açıklamaktadır. O da insanların benliklerini medya üzerinden popüler hale gelen ünlülerin beden ölçüleri ile tasarladıklarını belirtmektedir. Birçok kişinin onlar gibi bir görünüme kavuşmasını benliğin oluşumu açısından önemli bir unsur olarak değerlendirmektedir. Burada benlik, çeşitli modeller arasında yapılan seçimler eşliğinde şekillenmektedir. Günümüzde artık birçok insan, nasıl bir benliğe sahip olması gerektiğine belirli gösterenlerle algılanan modellerin hayat tarzları, giyimleri, tüketim alışkanlıkları, fiziksel görünümüne bakarak karar vermektedirler.

Modern dönemle birlikte her geçen gün daha bir gelişen ve bir o ölçüde hayatlarımıza daha fazla dâhil olan sosyal medya uygulamaları vasıtasıyla popüler olan imajların birçok konuda olduğu gibi güzellik ve beden algısını da yakından belirlediği gözlemlenebilir. Bu şekilde küresel çapta etkili olan medya ikonlarının beden ölçüleri ve yüz modellerinin beden inşasına temel bir motif olduğu söylenebilir. Hele ki, insanların birbirilerinden yalıtık bir şekilde yaşamaya başladığı günümüz dünyasında insanların benliklerini arzu ettikleri tarzda tasarımları, kimliklerini oluşturmaları daha imkân dâhilinde olmaktadır. Daha doğrusu geleneğin muteber toplumunda olması mümkün olmayan böyle bir olgunun her geçen gün daha fazla makes bulduğu ifade edilebilir.

Beden, sadece bireyin içinde yer aldığı fiziksel bir varlık olmanın ötesinde kendi yaşantısı içinde belirli bir tutarlılıkla oluşturduğu benliğinin önemli veçhelerinden biridir. Bedenin bir ifade aracı olarak benliği temsil etmesi, ona dair mesajlar iletmesi modern ve geç modern toplumlar açısından daha fazla olanaklıdır. Bu ise geç modern toplumlarda bireyin bedenini benliği ile eşgüdümleyen onu algılaması, gözden geçirmesi, değerlendirmesi ile mümkün olur. Daha doğrusu bu çaba, bedenini tanıması ve ona bakması ile gerçekleşir. Böylece beden, üst modern toplumlarda daha bir bireyselleşen hayat tarzlarına, yaşam politikalarına bağlı olarak modernitenin refleksif bir unsuru olur. Hal böyle olunca bireyin temel sorumluluklarının başında bedeni tasarlamak, yapılandırmak ve inşa etmek gelir (Giddens, 2010a: 137-142). Burada beden, en nihayetinde bireysel kimliğin -sağlık, güzellik, zindelik veya gençlik adına- refleksif parçası olur. Bunun kaynağında hastalık, çirkinlik, formdan düşme veya yaşlılık kaygısı yer alır. Kaygılar belirdikçe kişi kendi benliğini utanmayacağı, yabancılık hissetmeyeceği, dışlanmayacağı veya suçluluk hissetmeyeceği bir şekilde tasarlamak ister. Bunun için birey kusur veya rahatsızlıklarını beslenme rejimleri, bedensel egzersizler veya tıbbi yardımlarla gidermenin gereğini duyar. Dolayısıyla tehdidin boyutu, şiddeti ve tehlikesi tedbirin ölçüsünü belirler. Söz konusu olguya ilişkin birçok veri, katılımcıların deneyimlerinde açığa çıkmaktadır.

Örneğin katılımcılarımızdan Nuray Hanım'ın (26), Okan Bey (36) ve Mustafa Bey'in (21) fitness salonlarına kayıt olma hikâyeleri, dış görünüşlerinden duydukları bir kaygı ile başlar. Örneğin Nuran Hanım, vücudunda gördüğü orantısızlığın estetik görünümüne dair kaygılarını artırdığı için spora başladığını şöyle beyan etmektedir:

“Aerobik salonuna kayıt olmam yaklaşık olarak üç ay öncesine rast gelir. Spora başlama hususunda çok kararsızdım. Sebebi üşengeç biri olmamla alakalı... Yani elbiselerini hazırla, salona git, çalış, sonrasında banyosu falan... Düşünmesi bile yorucu. Bir gününüzü tamamıyla spora ayırmış oluyorsunuz. Bana zahmetli bir iş gibi geliyordu. Yine de spora başlamam gerektiğine dair bir baskı hissediyordum. Çünkü bedenim beni geriyordu. Vücut hatlarım arasında bir dengesizlik hissediyordum ve her aynaya baktığımda bunu daha fazla görüyordum. Eğer dikkat etmezsem daha kötüye gideceğinden endişeleniyordum. Bunun beni ileride daha rahatsız edeceğinden emindim. Bu düşünceler içerisinde spora başlamaya karar verdim. Aslında bana yine zahmetli geliyorsa da buna değer diye düşünüyorum.”

“Spor yapmaya başlamanızın gerekçesi neydi?”, “Niçin spora başladınız?” sorusunu Okan Bey de (36), aynada gördüğü bedeninde bir orantısızlık sezinlediği için spora başladığını belirterek cevaplamaktadır. *“Özellikle de göbek ve bel çevresinde yağlanma olmuştu. Duruşumda ve sağlığımda biraz bozulma olmuştu. Ondan dolayı spor salonuna gitmeye başladım. Sağlık olarak bana iyi geldiğini düşünüyorum.”* Okan Bey devamlı *“Beden ölçüsüne çok dikkat etmiyorum.”* gibi bir ifade kullansa da vücudunda gördüğü orantısızlığı bir endişe kaynağı olarak gördüğünü ve bunun da spora başlamasında etkili bir faktör olduğunu belirtmektedir.

Fitnessa başlamadan önce çok sıksa, kuru ve çelimsiz bir olan ve bu haliyle de çok çekingen bir kişiliğe sahip olduğunu düşünen Mustafa Bey (21), vücudunu geliştirmekle benliğini nasıl tasarladığını şöyle ifade etmektedir:

“Fitnessa başlamadan önce çok çelimsiz ve zayıf biriydim. Bu halimden dolayı çok utangaç ve çekingen biriydim. Bu halimden ötürü beğendiğim bir kıza bile açılmıyordum. Bu da beni üzüyordu doğrusu. Fitnessa başlamamla birlikte herşeyin nasıl da değişebileceğini görebiliyordum. Artık eskisi gibi değildim. Bir özgüven gelmişti bana. Şu an tanışmak istediğim birine daha rahat açılabilirim.”

Mustafa Bey, çelimsiz ve zayıf bir bedende kendisini özgüveni düşük, utangaç ve çekingen biri olarak gördüğünü, doğru bir beslenme ve egzersizlerle geliştirdiği vücuduyla özgüven kazandığını ve bu haliyle eskisi gibi utangaç ve çekingen biri olmadığını belirtmektedir. Mustafa Bey, benliğini memnun kalabileceği fit bir bedeni inşa etmek suretiyle tasarladığını söyleyebiliriz.

Nuray Hanım, Okan ve Mustafa Bey’in spora başlama hikâyesi dış görüşlerine dair hissettiği endişelerden kaynaklanmaktadır. Nuray Hanım, Okan ve Mustafa Bey gerilimlerinden kurtulmak, kaygılarından uzaklaşmak ve kendilerini daha iyi hissetmek için spora başladıklarını ifade etmektedirler. Böylece onların bedenlerini bireysel kimliklerini güven içerisinde sürdürecekleri bir forma göre biçimlendirmek istedikleri gözlemlenebilir.

Katılımcılardan elde edilen verilerden hareketle geç modernlik diye tanımlanan dönemde politik olanda radikal düzeyde bir değişikliğin olduğu görülmektedir. Modernliğin ana eksenini oluşturan “özgürleştirici politikalar”lar hayat fırsatlarına erişimi

zorlaştıran sömürü, baskı, eşitsizlik gibi engellerin müsebbibi olarak düşünülen yapı, kurum, sınıf veya zümrelerin sebep olduğu hukusal ve politik baskılardan kurtulmaya yöneliktir. Özgürleştirici politikalar, “konumlarından dolayı temel toplumsal haklardan mahrum olan grupları özgürleştirmek veyahut en azından kolektifler arasındaki güç dengesizliğini” hayata standartlarının sağlanması noktasında azaltmaya dönüktür. Oysa “geç modern” dönem, özgürleştirici politikalardan yöneldiği hedefler ve kuramsal tabiyeti bakımından farklı bir politikanın varlığını görünür kılmaktadır. Giddens bu yeni politikayı “hayat politikası” olarak tanımlar. Söz konusu politika kendi ifadesiyle “herkes için hayatın yeni tatmin edici ve doyurucu olanaklarının arandığı radikal sözleşmeler”i ifade eder. Lemke’nin taşı gediğine koyan tespitiyle bu, özgürleştirici politikalar gibi hayat fırsatlarına yönelik olmayan bizzat “bedenle benliğin giderek daha fazla” içiçe geçtiği, benliğin beden üzerinden var kılındığı, tasarlandığı hayat tarzına yönelik bir politikayı içerir. Hayat tarzına yönelik politikalar içerisinde “beden artık değişmez fizyolojik-biyolojik bir varlık olarak görülmez; aksine düşünümsel modernlik projesiyle ilişkisi içinde görülür.” Böylece beden nihayetinde geleneğin rol, statü ve konumları belirleyen gücündeki düşüşle birlikte bireysel kimliğin referans noktası haline gelir. Geç modern dönemde beden doğanın ve kaderin bir vergisi olmaktan çıkmakta, bireyin kendi benliğini biyoteknolojinin, tıbbın, estetik ameliyatların, fitness salonlarının, modanın imkânları ölçüsünde tasarlayabildiği kişisel bir mülk olmaktadır. Bu ise Giddens’in ifadesiyle doğanın sınırlarının kültür içerisinde berhava edildiği, doğanın bizzat “biyoteknolojik ve tıbbi müdahaleler” ile sonunun geldiğini gösterir. Daha doğrusu “beden gitgide organik bir töz olarak değil de, okunabilir ve yeniden yazılabilir moleküler bir yazılım olarak görülür.” (Lemke, 2017: 111-113). Öyle ki bedene “şekil verme, örtme, bastırma, takviye etme, biçimlendirme ya da ‘terbiye etme’ ve hatta vücudun bazı bölümlerini aldırma konusunda gösterilen çabalar, kolektif bilinçdışımıza öylesine kazındı ki, artık ‘doğal’ bir” bedenden dahi bahsedemiyoruz (Yalom, 2002: 159). Doğanın sonunu getiren yeni teknolojiler ve bilimsel gelişmeler bedenin de doğal halini yapay bir görünüm adına dönüşüme uğratabilmektedir. Geleneksel sonrası bu toplumda artık her insan kendini nasıl görmek istiyorsa öyle görebileceği bir tasarım ile bedenini modifiye ederek benliğini tasarlayabilmektedir.

2.3.6. Estetik Sermaye Olarak Dış Bedenin Takdimi ve Temsili

Modern iktisadın üretim faktörlerinden biri emek, toprak ve girişim ile birlikte sermayedir. Sermaye bir işletmenin ya da firmanın işe koydukları para, donanım ve malzemelerdir (Marshall: 1999: 650-651). Bir politik ekonomist olan Karl Marx'ın teorisinde sermaye, meta dolaşımının mal-para-mal döngüsünde üretilen malın artı değer olarak tekrar paraya tahvil edilmesiyle elde edilir. Dolayısıyla burada sermaye meta dolaşımının son görünümü olarak belirir (Marx, 2010: 151-152). Bir toplumsal üretim biçimi olarak ele aldığı kapitalizmi genel bir şema içerisinde meta ve sermaye olgusu ile izah eder. Ayrıca Marx, bu olgulardan hareketle bütünsel bir tarih analizi de yapar. Kavramı daha genel bir çerçevede tartışan kişi antropolog ve sosyolog Pierre Bourdieu'dur. O, sermaye olgusunu ekonomik, kültürel, toplumsal ve simgesel sermaye olmak üzere dört başlık altında inceler. Böylece Bourdieu, insanların bilincine varamadıkları yatkinlıkları olan 'habitus'larıyla toplumsal alanın eşitsiz doğasını bakiyelerindeki sermaye ile nasıl ürettiklerini ortaya koyar.

Toplumsal dünya görece olarak çeşitli özerk alanlardan oluşur. Bunlar bilim, sanat, eğitim, hukuk, ekonomi gibi içinde çeşitli iktidar mücadelelerinin olduğu alanlardır. Her alan kendi iç işleyişinde belirli strateji ve taktikleri gerekli kılar. Bunu bir poker oyununa benzetebiliriz. Oyunda kazanmanız elinizdeki kartların değeri ölçüsündedir. Kartların değeri sermayenin kendisi iken oyunu nasıl oynadığınız, hangi zamanda blöf yaptığınız, diğer oyuncuların nabzını nasıl tuttuğunuz ise oyunu oynama sıklığı ile kazandığınız temayül ve yatkinlıklarınızla ilgilidir (Kaya, 2014: 402-403). Habitus işte bu alanda edinilen eğilimlerin kendisidir. Toplumsal yaşamın birçok alanında başarılı olmanız veya başarısız olmanız elinizdeki sermaye kadar onu kullanabilme becerinizle de yakından alakalıdır.

Sosyolojik olarak alan, sermaye ve habitus olguları iç içedir. Toplumsal dünya bir çatışma alanı olarak ele alındığında var olan mücadeleler ne sadece ekonomik ne de sadece ideolojik olarak ele alınabilir. Bourdieu sosyolojisinde sınıflar arasındaki çatışmalar, sermayenin gücüne ve ona uygun yatkinlıklara göre değişir (Ersöz, 2007: 17) Örneğin bilim alanındaki başarılarınız eğitimli bir aileden veya seçkin bir okuldan gelmenizle ilişkilidir. Çocukluğundan beri alanda belirli bir kültürel sermaye edinen kişi, alt sınıftan gelen birinden daha avantajlı olur. Dolayısıyla bu kişinin başarılı olma şansı

daha fazladır. Bu kişiyi başarılı kılan habituslar ise alandaki sistemin yeniden üretilmesinde hayati bir rol oynar. Çünkü mevcut eğitim sisteminde başarıyı mümkün kılan habitusların doğası ile alanın doğası birbirini tamamlar niteliktedir.

Sistemi yeniden üreten yapılandırılmış bir yapı olan habitus “hem sınıflandırılabilir pratik ve ürünleri hem de kendileri de sınıflandırılmış olup bu pratik ve yapıtları ayırt edici işaretler sistemi olarak kuran beğeni yargılarını eş zamanlı olarak açıklamayı mümkün kılan bir üretici formül biçiminde inşa edilmesiyle gerçekten kavranabilir bir ilişki haline gelir.” (Bourdieu, 2017: 254). Habitus, toplumsal yapının eşitsizlik üreten doğasının eyleme geçmiş halidir. Yapının öznede bedenselleştirdiği habitus belirli hayat tarzına dair beğeni, alışkanlık, eğilim, dürtü ve davranışlar setidir. Habituslar gündelik hayatta bir tenis oyuncusunun gelen topu karşılamak için istemsiz bir şekilde fileye uzanmasında olduğu gibi bilinçsiz eğilimleri ifade eder. Habitus beri taraftan karşılaşılan sorunların üstesinden gelen bir çözüm üreticisidir (Smith, 2005: 188). Dolayısıyla habitus bedenimize ve zihnimize kazılı olan, değişik mekân ve zamanlarda kendimizi gerçekleştirmemize imkân tanıyan yatkinlikler olarak değerlendirilebilir.

Habituslar bir boşlukta iş görmez. Varlığını bir alan içerisinde görünür kılar. Sanat, bilim, ekonomi, hukuk, eğitim gibi alanlardaki ödüllere ulaşmayı sağlayan, kimi zaman da engel olabilen habituslar alanın gerektirdiği yatkinlik ve temayüllerle üretilir (Ersöz, 2007: 18). Toplumsal eyleyiciler habituslarının bilincinde olmadıkları gibi alanın rekabet, hiyerarşi ve çatışma üreten yapısını meşru görmektedirler. Onlar alanda yer kapmak için yapılan mücadeleyi üstü örtük kabul etmektedirler. “Alana içkin ve dillendirilmeyen bu ortak kabule Bourdieu ‘doxa’; alanda oynanan oyundan elde edilecek çıkarın mücadeleye değer bir şey olduğuna dair kanıksayıcı düşünceye de “illusio” adını verir. Hem doxa hem de illusio alandaki mücadelenin varlığını hem onaylar hem de sorgulanmaksızın devam etmesini sağlar. Bu ise eyleyicilerin kazanma hırslarını diri tutar (Kaya, 2014: 401-403). Böylece Bourdieu, arzulanan hedeflere ulaşma adına verilen çabanın alandaki eşitsizlikleri doğallaştırdığını ileri sürer (Wacquant, 2014: 80). Alandaki eşitsizliklerin kabulü Marx’ın ‘yanlış bilinç olarak ideoloji’ ve alan içindeki statüko sahiplerinin alt sınıflardan gelenlerin önüne engelleyici bir bariyer koydukları Karl Mannheim’in ‘ideoloji’ kavramını hatırlatır. Sonuç olarak alan içerisindeki eşitsizlikler, hem yapı hem özne tarafından üretiliyor olmaktadır.

Bourdieu düşüncesinde alanda mücadele kapasitesini artıran ekonomik sermaye, gelir durumuna; toplumsal sermaye, toplumsal eyleyiciyi çıkarları noktasında harekete geçiren ilişkilere; simgesel sermaye, bir alan içerisinde edindiği statüyü görünür kılan her türlü sembolik değerlere ve kültürel sermaye ise kişinin okuldan veya ailesinden edindiği entelektüel birikimlere denk gelir. Bu şablonda bedeni ve onunla ilişkili olan estetik sermayeyi kültürel habitusların bir ürünü olarak ele alabiliriz. Çünkü beden bir beğenin ayırt edici yönünü gösteren maddi bir biçimselliktir (Turner'den akt. Çil, 2017: 99). Yani kültürel sermayenin giyim, konuşma tarzı, kişisel bakım, güzellik ile bedenselleşmesidir (Featherstone, 2005: 174). Beden bu yönüyle bir bireyin çeşitli kazanımlar adına yapılandığı bir nesnedir. Örneğin ekonomi alanında herhangi bir gelire ya da pozisyona sahip olmak isteyen toplumsal eyleyici bedenini kültürel sermayeyi elinde bulunduranların beğeni ölçütlerine göre yeniden şekillendirebilir. Böylece toplumsal eyleyici Bourdieu'nün 'yeni kültür araçları' olarak tanımladığı reklamcılar, modacılar, yazarlar ve sanatçılar tarafından güncellenen estetik kabulleri kendi bedenine kazımak durumunda kalabilir. Bunun şiddeti ise bireyin içinde bulunduğu toplumsal sınıfa göre değişebilir.

Bu karşılaştırmaya göre burjuvazinin beğeni ölçütlerini belirleyebilecek güçte olmasından dolayı bedeniyle daha barışıkken küçük burjuvazinin bedeni ile daha gerilimli bir ilişki içerisinde olduğu görülebilir. Özellikle de bir işe talip olan küçük burjuvazi kadınlarının, görünümleri noktasında toplumsal beklentiye daha fazla gözetledikleri Bourdieu tarafından tespit edilmektedir. Buradan hareketle Bourdieu, küçük burjuvazi kadınlarının egemen beğeni ölçütlerine karşılık vermek istemesini daha iyi bir işe sahip olma ile açıklar (Featherstone'den akt. Köse, 2010: 152). Bourdieu'nun yaklaşımdan hareketle bedensel görünüme yapılan yatırımları günümüz hizmet ekonomisinde giderek artan iş bulma kaygısı ile ilişkilendirilebilir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler bu yönde birçok veriyi içermektedir. Katılımcılarımızdan bazıları bir iş bulup hayat kalitesini yükseltmek için bedensel görünümün ne kadar önemli olduğunu farklı şekillerde dile getirmektedirler. Daha doğrusu onlar, "bedenselleşmiş habituslar"ını ekonomi alanının gerektirdiği şartlara göre gözden geçirmenin, düzenlemenin ve yeniden şekillendirmenin hem önemini hem de deneyimini aktarmaktadırlar.

Katılımcılarımızdan Mehtap Hanım'a (22) "İşverenlerin çalışanlarının giyimlerine, duruşlarına, üsluplarına, makyajlarına veya endamlarına dikkat ediyorlar mı?" sorusuna

verdiği cevap güzel giyinmeyi, konuşma üslubunu, bedensel duruşu ve kişisel bakımı bir işe alınmanın temel şartlarından biri olarak gördüğünü şu cümlelerin altını çizerek belirtmektedir:

“Çoğu kadın güzel ve çekici olmayı sadece beğenilmek için yapmaz. Ayrıca bir iş bulabilmek için de güzelliğine önem verir. Ben öğrenci olduğumu için bu tür şeyleri daha fazla duyuyorum. Burada okuyan birçok öğrenci dar gelirli olduğu için çalışmak zorunda. Ev kirası, ulaşım, giyim, beslenme ve kırtasiye giderleri gibi hayli para gerektiren masraflar. Bir öğrencinin ailesinin gönderdiği parayla bunları karşılaması zor bir şey... Bundan sebep part time çalışması lazım. Ama iş imkânları da çok kısıtlı... Bir iki yer dışında başvuracağınız bir yerde yok. Onlar da kafe, restaurant veya mağazalardır. Buralarda çalışmak için bir becerinizin olmasına gerek yok. Biraz üstünüze başınıza, konuşma tarzınıza, endaminize, giyiminize ve bakımınıza dikkat etmeniz yeterli. Çünkü işverenler genelde bunlara çok dikkat ediyor.”

Sınıfsal beğenin tartışılmaz maddeleşmesi olarak beden (Bordieu’dan akt. Demez, 2009: 20) ayrımların ve eşitsizliklerin tecrübe alanlarından biri olmaktadır (Demez, 2009: 259). Çünkü birey dış görünüşü ekonomik kazancın kapısı olarak algıladığı andan itibaren ayrımların sınıflandırıcı gücü bedende görünür olmaya başlar. Bunun izdüşümlerini hem kendi katılımcılarımızın beyanlarında hem de benzer yönde yapılan araştırmaların sonuçlarında görmekteyiz. Örneğin, Worhust ve Nickson’ın 2007 yılında İngiltere’de hizmet sektöründe çalışan bir grup işçinin işe alınma kriterleri üzerine yaptıkları çalışma bu durumu kanıtlar niteliktedir. Çalışma, işverenlerin adayların sadece iş kabiliyetlerine değil, daha çok ‘estetik emek’leriyle inşa ettikleri dış görünüşlerine dikkat ettiklerini tespit etmektedir. Özellikle hizmet sektöründe çalışacak olanlardan güzel, yakışıklı, bakımlı, güler yüzlü, sakin, güzel konuşan, yardımsever olmaları beklenir. Müşterilerle daha yakın temas halinde olacak bu kişilerden, duygusal emeklerini azami derecede işlevsel kılmaları istenir. Yine bu kişilerin alacakları maaş ve terfiler için çekici bir görüntüye sahip olmaları gerektiğinin de farkında oldukları gözlenir (Torunoğlu, 2010: 203). Buna paralel olarak Gülcan Seçkin ve Hüseyin Çelik’in Ankara’da iki özel hastanenin halkla ilişkiler bölümü, bir otomobil mağazasının tanıtım ve pazarlama bölümü ve üç inşaat firmasının ev tanıtım ve pazarlama bölümünde yürüttüğü çalışma, benzer sonuçlar vermektedir. Yapılan alan araştırması çalışanların görünüş, eda ve tavırlarının müşterileri ikna etme noktasında etkin bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Halkla ilişkiler bölümünde çalışanların fit, bakımlı, genç, güzel veya yakışıklı oluşuna göre daha fazla ücret aldığı görülmektedir (Seçkin-Çelik, 2019: 1-6). Bu durum çeşitli estetik veya ortopedik ameliyatların sebebi olmaktadır. Çin’de boyun uzun olması ile sosyal bir statü edinme arasındaki ilişkiye binaen birçok Çinli boy uzatma ameliyatı olmaktadır. Ameliyatların ana gerekçesini de bir iş bulma kaygısı oluşturmaktadır (Niedzviecki, 2011: 46). Çünkü bedenin görsel bir cazibe, ikna edici bir platform olarak ‘ifade standartları’ işin ön bölgesi olarak görülen danışmanlık, pazarlama, sunum, tanıtım ve reklam alanlarında müşterinin ikna edilmesi amacıyla düzenlenir (Goffman, 2009: 122). Bu ise hizmet sektörü içerisinde yer alan iş sahalarındaki bir işe yerleşmenin temel koşullarından biri olmaktadır. Yani beden kişisel bakımla, fitnessla, makyajla, estetik ameliyatlara, moda kıyafetlerle estetik bir sermaye aracına dönüştürülebildiği oranda, bu şart karşılanmış olmaktadır.

Katılımcılarımızdan Mehtap Hanım’ın (22), “Bedeni formda ve fit kılmanın gündelik hayatımızda ne tür bir avantajı var?” sorusuna verdiği şu cevap, bedenin estetik bir sermaye olarak kullanabileceğini gözler önüne sermektedir:

“Her geçen gün işsizlikle birlikte iş bulmak daha bir zorlaşıyor. Şu an işletme okuyorum. Ama bölümü bitiren birçok arkadaşımız boşta geziyor. Çoğu iş bulamıyor, bulabilenlerse kendi alanlarının dışında işlerde çalışıyorlar. Mesela bir üst sınıfımızda bir arkadaşımız vardı. Şu an İstanbul’da bir reklam şirketinde çalışıyor. Geçen bir görüşmemizde bakımlı olmanın bu tür özel firmalarda çalışmak için ne kadar gerekli olduğunu söyledi. Doğrusu spora başlarken böyle bir kaygım yoktu. Ama alınacaksam bir işe bu da bir çabam olarak bir yerde dursun.”

Yükselen otomasyon teknolojileriyle standart mal üretiminin geri plana itildiği, üretimin daha çok kişiselleştiği ekonomi dünyasında hizmet sektörü daha bir ön plana çıkmaktadır. Günümüz dünyasında artan özelleşmelerle birlikte daha bir görünür olan özel şirketlerin kazançlarını azami seviyeye çıkarma noktasında üzerlerinde en çok durdukları bölümlerin başında pazarlama, tanıtım ve satış departmanları gelir. Genel anlamda halkla ilişkilerin kapsamında olan bu bölümlerde, en önemli meziyet ikna kabiliyetidir. Bu ise çalışanların bir dizi fiziksel ve psikolojik becerilerine bağlıdır. Onların samimi, güven verici, yardımsever, içten biri olduklarına dair bir izlenim bırakmaları ve bunu güler yüzlü, bakımlı, fit ve çekici bir dış görünüşle taçlandırmaları

gerekir. Haliyle bu iş kollarında çalışanların bedenleri estetik sermayeye daha açık hale gelir.

Ayça Hanım (25) da dış görünüşün iş görüşmelerinde çok etkili olduğunu şöyle beyan etmekteydir: *“Mesleki açıdan da gördüğüm birşeyler var. Bizim meslekten de kaynaklı. Biriyle iş görüşmesine gittiğinizde sizi ön plana çıkaracak olan kimliğiniz bir de dış görünüşünüzdür.”* İfadesine atfen “Sizce işverenler personellerinin dış görünüşüne önem veriyorlar mı? sorusunu ise *“çok önemlidir. İş görüşmelerinde bir numara etkisi vardır. Görüntü çok önemli oluyor maalesef.”* şeklinde cevaplamaktadır. Mesleğinizde fark ettiğiniz bir şey olduğunuzu söylediniz. “Başka ne tür iş alanlarında bunu gözlediniz?” sorusuna verdiği cevapsa, gelişen hizmet sektörüne bağlı olarak dış görünüşe verilen önemin arttığı üzeredir.

“Genelde pazarlama işlerinde, tasarım tanıtım işlerinde ya da butiğin falan varsa insanlar bakar nasıl giyindiğinize. Ya da kendi iş alanımda bir örnek vereyim. Mesela kendinizi düşünün ev yaptırıyorsunuz karşınıza iki kişi geldi. Biri çok tarz giyinmiş biri de çok normal giyinmiş. Birincisinin daha albenisi varmış gibi gelir. Öyle bir şey var maalesef.”

Ayça Hanım kendi mesleki gözlemlerinden hareketle birçok iş alanında dış görünüşe verilen önemi üzücü bir gelişme olarak görmektedir. Ayrıca o, “tarz giyinmiş” biri ile “normal giyinmiş” biri arasında yaptığı karşılaştırmada insanların birincisini daha ciddiye aldığını ve onu iş noktasında daha önemsedığı üzere toplumsal bir algının olduğunu belirtmektedir. Söz konusu algı, bir işe yerleşmede dışsal görünümün ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bu anlamda Ayça Hanım’ın dile getirdikleri, Catherine Hakim’in Bourdieu’nun sermaye türlerine atıf yaparak literatüre kazandırdığı “erotik sermaye” kavramının iş piyasasındaki izdüşümlerini izleyen Man’ın çalışmalarıyla da doğrulanmaktadır.

Man’ın Sakarya ilinde, “başkalarıyla etkileşimi gerektiren işlerde çalışan” kişilerle yaptığı derinlemesine görüşmeler ve odak görüşmeleri sonucunda elde ettiği veriler Catharina Hakim’in Bourdieu’nun sermaye türlerine mülhem “dördüncü sermaye” türü olarak tabir ettiği, duygusal emeği de kapsayan “erotik sermaye”nin “sosyal ve iktisadi süreçleri, sosyal etkileşimleri ve yukarıya yönelik sosyal hareketliliği kavramada beşeri ve sosyal sermayeler kadar önemli bir sermaye biçimi” olduğunu göstermektedir. Söz

konusu çalışma Hakim'in çerçevesini güzellik, cinsel çekicilik, cinsellik, giysi, makyaj, saç modeli, statü sembolü olabilecek takı ve süslerle yapılan sosyal sunum, mizah duygusu güçlü, pozitif ve enerjik olmayı ifade eden canlılık ve kibarlık, nezaket ve sosyal etkileşim becerisini yani "insanların sizi beğenmelerini, rahatlık hissetmelerini ve mutlu olmalarını, sizi tanımayı istemelerini ve duruma göre size istek duymalarını sağlama becerisi"ni içeren sosyal beceri olmak üzere altı ana nitelikle çizdiği "erotik sermaye"nin belirli iş alanlarına talip olan hem Hakim'in belirttiği "oyuncular, şarkıcılar, dansçılar, resepsiyonistler, sekreterler, kişisel yardımcılar, halkla ilişkilerde çalışan bazı insanlar, televizyon veya filmlerde görünen bir çok insan" için (Hakim'den akt. Man: 2017: 49) hem de Man'ın görüşme yaptığı mağaza çalışanı ve yöneticiler açısından bir avantaj olarak görülmektedir. Hakim'in sermaye biçiminin iş hayatı üzerindeki tesirine odaklanan Man'ın nitel çalışması bir işe yerleşebilmede güzelliğin, yakışıklı olmanın, dikkat çekici bir dış görünüme sahip olmanın önemini ortaya koymaktadır. Derinlemesine yapılan mülakatlarda yöneticilerin dışsal görünümün bir kişiyi işe almada çok önemli bir etken olduğunu "düşük bir etki derecesi ile" ifade etmeye çalışmışlarsa da araştırmacının sezinledikleri ve bir yöneticinin söyledikleri aksi bir durumu işaret etmektedir. Yöneticilerin aksine mağaza çalışanları dışsal görünümün avantaj olduğuna dair birçok örnek vermektedirler (Man, 2017: 56-59).

İyi bir dış görünüme sahip olmanın birçok hizmet sektörü için asli bir koşula dönüşmesi beri taraftan bazı ayrımcılıkları da beraberinde getirmektedir. Catharina Hakim, kadınların yükselebilmesi noktasında "erotik sermaye"nin artırılarak bir avantaja dönüştürülebileceğini ifade etmişse de aksi durumlar birçok kadın için dezavantaj oluşturabilmektedir. Örneğin Tyler ve Abbott'un havayolu şirketlerinin transatlantik seyahat bölümünde çalışan kadın uçuş personellerinin seçimi, yönetimi ve eğitimine yönelik ampirik araştırmalara dayanarak ortaya koydukları veriler kimi hostes adayların dış görünüşlerinden dolayı elendiklerini göstermektedir (Tyler-Abbot, 1998: 433-434). Söz konusu çalışmada birçok adayın aşağıda belirtilen kriterleri karşılamadıkları için elendikleri görülmektedir:

"Adaylar, şu sebeplerden dolayı reddedildiler: Aday çok yaşlıydı, adayın derisi lekeliydi, adayın saçları çok kısaydı, çok dağınıktı veya da çok sıkıydı, adayın tırnakları çok kısaydı veya kemirilmişti, adayın duruşu kötüydü ya da adayın bacakları çok tombuldu. Başka adaylar ise ağırlıkları boylarıyla düşünülen oranda olmadığı, çok içe

dönük oldukları, ‘letafet ve tarza’ sahip olmadıkları için reddedildiler. Başka bazıları, işe alım mülakatı yapan görevlinin işaret ettiği gibi, ‘avam bir aksana’ sahip oldukları için reddedildiler. Bir aday, yüzünün öteki özelliklerine göre dişlerinin çok çıkıntılı olması sebebiyle işe alım elemanı tarafından reddedildi. Gözlemlediğimiz mülakatlar süresince kadın bir adaya, işe alım mülakatı yapan görevli tarafından ‘yaşından dolayı dezavantajlı olduğunu düşünmemesi’ gerektiği telkin edildi, ‘daha olgun kadınları da tercih ediyoruz... 27 asla ileri bir yaş değil. Ben de 27 yaşındayım.’ Aynı havayolu şirketindeki başka bir aday ise hafifçe ‘armut şekilli’ olduğu gerekçesiyle veya orantısız olması ve bir görevlinin ortaya koyduğu gibi, ‘çikolataya olan zaafının ilerleyebilmesi’ ihtimaline dayanarak reddedildi.” (Tyler ve Abbot’tan Akt. Man, 2017: 54).

Bir uçak firmasının iş alımlarında temel bir kriter olarak nazara aldıkları dış görünüşe verilen önemin sebep olduğu ayrımcı tutumların haksız bir durum yaratarak birçok kişinin iş alanlarından dışlanmasına neden olmaktadır. Bu ise kimi katılımcılar açısından karşı çıkılması gereken konuların başında gelmektedir. Onlardan biri olan Sevda Hanım’a (48) göre birçok insan firmaların temel beklentisi haline gelen dış görünüşlerinden dolayı ayrımcılığa uğrayıp işe alınmadıklarını kendi gözlemleri ile dile getirip eleştirmektedir. Ona göre özellikle de hizmet sektörleri başta olmak üzere birçok iş sahasının daha fazla kazanma adına insanları iyi bir görünüme zorladığını üzülerək şöyle ifade etmektedir.

“Dış görünüşün iş alımlarında çok ciddi bir etkisi var. İşverenlerin zihinsel kapasiteye bakmadan ve sadece dış görünüşe göre iş alımı yapması maalesef bir gerçeğimiz olmuş durumda. Bunu birçok iş yerinde görebiliyoruz. Ne yazık ki durum böyle...”

Sevda Hanım insanların bedenlerini talip oldukları bazı iş alanlarına göre biçimlendirdiğini, bunun da işverenlerin temel taleplerinden biri olduğunu esef verici bir durum olarak değerlendirmektedir.

“İyi bir dış görünüşün sosyal hayatta ne gibi avantajları var.” sorusunu yönelttiğimiz Erkan Bey’in (39) söyledikleri iyi bir görünüme sahip olmanın sadece iş dünyasında değil, hayatın birçok alanında önemli olduğu üzeredir.

“Ben şahsen bana şöyle ya da böyle bir avantaj sağlasın diye spora gitmedim. Ama nasıl bir objeye baktığınızda estetik bir görünümü hoşla gidiyorsa bu da öyledir. Dış görünüş önemlidir. Şöyle, yanlış hatırlamıyorsam bir araştırmanın sonucu da böyleydi. Örneğin hâkimler bile karar verince kişinin dış görünüşüne bakarak karar veriyorlarmış. Dış görünüş gerçekten insanların kararalarını, yargılarını etkiliyormuş. Hele hiç tanıımıyorsanız etkisi oluyordur. Ama tanıdığınız zaman başka faktörler devreye giriyor.”

Söylediklerine binaen “Bunun iş görüşmeleri için ya da işverenler için önemi nedir?” sorusuna verdiği şu cevapsa, bazı mesleklerde liyakatın daha önemli olduğunu söylese de iş görüşmelerinde ve hizmet sektöründe dış görünüşün ne kadar ön planda olduğunu gösterebilmektedir:

“Yok düşünmüyorum çok fazla. Çünkü bir işi en iyi şekilde yapan kişi önceliklidir. Tabii bu işe göre değişir de. Örnek veriyorum bir mağazada kıyafet satıyorsunuzdur. Orada çalışanların dış görünüşleri, kıyafetleri üzerlerinde taşıyıp taşımadıkları etkiler. Şunu kesinlikle çok net düşünüyorum: Yani fiziksel görüntüsü çok iyi bir insan satış yapmak istediğinde fiziksel görüntüsü kötü olandan daha etkili olacağını düşünüyorum. Bu, insanlar üzerinde etkilidir kesinlikle.”

Erkan Bey de hizmet sektörlerinde çalışan insanların dış görünüşleri ile karşıdaki insanları daha etkilediklerini ve bunun da satışlara doğrudan yansıyabileceğini belirtmektedir. O, giyimine, kuşamına ve fiziksel görünümüne dikkat eden çalışanlarla etmeyenler arasında bir karşılaştırmadan hareketle kişisel bakımlarına önem verenlerin daha ikna edici olduğunu altını çizerek vurgulamaktadır.

Katılımcılarımızla yaptığımız diğer görüşmelerde de paralel sonuçlara ulaştığımızı söyleyebiliriz. Katılımcılarımızdan bazıları dış görünüşün çekiciliğini bir iş bulmanın gerekli bir şartı olarak değerlendirmektedirler. Mehmet Bey de (26) benzer kaygılarını dile getirmektedir.

“İş yerlerinin önünden geçerken çoğunun camında aynı ilanı görüyorum. Her işveren ‘Tecrübeli bayan elaman arıyor.’ ilanlarını camlarına asıyor yetmiyor Instagram sayfalarında bunu duyuruya çıkarıyorlar. Çok nadir erkek eleman alımı var. Ve birçoğu da becerikli oldukları için değil ya da tipleri ya da görünümleri için işe alınıyor.”

Akabinde ‘Peki siz de kendi dış görünüşünüze dikkat etmeniz durumunda işe alınabileceğinizi düşünüyor musunuz?’ sorusunu “*Bu soruya bir kadın olsaydım (gülerek) kesinlikle evet derdim. Belki buralarda biraz zor ama büyük şehirlerde iş bulmak için gereklidir diyebilirim.*” şeklinde cevaplayarak, hizmet sektöründe bir yer edinmek için estetik sermayenin ne kadar önemli olduğunu belirtmektedir. İki katılımcımızın aktardıklarından hareketle iş başvurularında ve bir işe yerleşmede bedenın belirli bir forma kavuşturulması önemli görölmektedir. Sonuç olarak estetik sermaye alanına yapılan yatırım kaldıraç görevi görerek ekonomik sermayeyi artırmaktadır. Birbirini tetikleyen bu sermaye türleri bedeni estetik bir sermayeye dönüştürmektedir.

“İşverenlerin işe almayı düşündükleri insanların dış görünüşlerine ne kadar önem verirler?” sorusuna Müjgan Hanım’ın (40) verdiği cevap dış görünüşün bazı sektörlerde belirleyici olduğu üzeredir. “*Bazı şirketlerin bazı bölümleri için işe almayı düşündükleri kişiler için belirledikleri kriterler arasında dış görünüş de bulunur. Örneğin iş görüşmelerine gidildiğinde etkili olduğunu düşünüyorum. Dediğim gibi bu işe göre değişir. Ama bazı mesleklerde çok belirleyici birşeydir.*” Müjgan Hanım’ın bazı sektörler için önemli hale gelen dış görünüşün varlığına ilişkin ifadeleri Catherine Hakim’in “erotik sermaye” kavramını çağrıştırmaktadır.

Bourdieu’nun ekonomik, kültürel ve sosyal sermayesine önemli bir katkı sağlaması düşünülen “erotik sermaye” gelişmiş, müreffeh, zengin modern toplumların cinselleştirilmiş kültüründe önemli bir yükselme aracı olmaktadır. Öyle ki “erotik sermaye” sadece daha iyi bir evlilik yapabilmek için değil, aynı zamanda reklam, eğlence ve hizmet sektörlerinde bir işe yerleşmek için de artırılmaya çalışılmaktadır. Çünkü günümüz gösteri toplumunda bu sermaye türü birçok kişi için bir işe yerleşmenin veya bazı işlerde yüksek ücret almanın vesilesidir. Bu sermaye türünün ekonomik, kültürel ve sosyal sermayeye sahip olamayanların diyet, beslenme, egzersiz, estetik ameliyat vs. gibi güzellik sektörleri aracılığıyla dış görünüşlerini çekici kılmalarıyla elde edildiğini ve bunun da hayat standartlarını yükseltmeye imkân tanıdığını söylemek mümkündür. Söz konusu sermaye türünün artırılması ise şu altı niteliği içermesine bağlıdır: Bunlardan ilki her geçen gün daha bir örnekleştirilen, standartlaştırılan ideal tipte bir kadın modeline

özdeş güzellik tarifini içerir. Bu model ise ağzı yarı açık, uzun bacak, sıfır beden²⁰ ve büyük gözleriyle ayartıcı, baştan çıkarıcı, şehvetli bir modeldir. İkinci bileşense cinsel çekiciliktir. Erkekler için bu bazen minyon tipli, bazen de uzun bacaklı, büyük göğüslü ve geniş basenli bir kadın, kadınlar için de geniş omuzlu, uzun boylu, kaslı bir erkek olabilmektedir. Bu unsurlar her ne kadar önemli olsa da nezaket, kibarlık, zerafet gibi iyi bir etkileşim için gerekli olan sosyal becerilerle desteklenmesi gerekmektedir. Dördüncü unsur enerjik ve pozitifliği, karşıdakini etkilemeyi becermeye dönük bir mizah duygusuna sahip olmayı içeren canlılıktır. Beşinci unsur, kişinin saç ve giyim tarzı, beden ölçüleri, sosyal statüsünü belirgin kılan çeşitli türde takı ve süs eşyalarıyla kendisini dikkat çekici bir şekilde sunabilme becerisidir. Son unsur ise erotik hayal ve cinsel ayartma gücüne gönderme yapan bizzat cinselliğin kendisidir. Bahsi geçen altı öge erkek ve kadınlar için olduğu gibi farklı kültürlerle ve yüzyıllara göre değişiklik arz edebilmektedir. Konumuz açısından daha belirleyici olan “erotik sermaye”nin çeşitli iş alanları açısından taşıdığı ehemmiyettir. Örneğin günümüz toplumlarında önemli bir yer kaplayan birçok hizmet sektörü, çeşitli firmaların satış, pazarlama ve halkla ilişkiler bölümleri ile oyunculuk ve sanatçılık gerektiren çeşitli eğlence sektörleri müşterilerine daha kaliteli bir hizmet sunmak için çalışanlarından iyi bir konuşma becerisine, ikna edici bir üsluba, hoş bir görünüme, daha çekici beden ölçülerine sahip olmalarını talep etmektedirler (Hakim, 500-502). “Erotik sermaye” kavramında açığa vurulan unsurlar birçok katılımcının dış görünüm ile bir işe yerleşme arasında kurduğu bağlantıya ışık tutmaktadır. Kimi katılımcıların bizzat kendi deneyimleri ve gözlemlerinden elde edilen veriler dış görünüşün iş hayatındaki önemi gösteren “erotik sermaye” olgusu ile yakından bağlantılıdır.

Senay Hanım da (46) bir dönem eşinin çalıştığı bir Alman firmasında ve çeşitli gsm mağazalarında çalışanların tiplerinden ve kıyafetlerinden hareketle gözlemlerini şöyle ifade etmektedir:

²⁰ Adını Amerika’daki “0”kıyafet bedeninden alan sıfır beden, beden kitle indeksinin düşüklüğüne -daha açık olarak otuz iki bedene denk gelen- bir beden ölçü birimidir. Söz konusu ölçüye ulaşmak için sıkı bir diyet yapan Güney Amerikalı model Luisel Ramos ve Ana Carolina Reston’ın ölümü çeşitli tepkilere neden olmuştu. Bu tepkilerin başında sıfır bedenli mankenlerin 2006 yılında düzenlenen Madrid Moda Haftası’nda düzenlenen defileye kabul edilmeyeceğinin bildirilmesi gelmişti (Penny, 2018: 46).

“Eşimin çalıştığı bir Alman firması vardı. Orada böyle vitrin önüne koydukları kişileri belirli kalıpların içerisine soktuklarını gözlemledim. Onların tipini daha ön plana çıkartmaya çalışıyorlardı. Aslında şunu sormak lazım: Yani satışı yapılan ürünü mü yoksa ürünle birlikte insanlar mı pazarlanıyor? Doğrusu burası soru götürür bir şey. Çok basit bir şey daha söyleyeyim. Gidin bir GSM mağazasına çalışan bayanların hepsi ya sarışın ya da vücut ölçüleri en küçük otuz sekiz beden. Doğrusu bu doğru bir şey değildir. İnsanları tiplerine göre sınıflandırmak hoş bir şey değil. Şunu da belirtiyim: Çelişkiye düşmek de istemem. Etrafımda bakımlı insanlar görmeyi severim. Yani eğer bir çalışan hem görünüşü ile hem de becerisi ile hizmet vermesi güzel bir şeydir. Dediğim gibi sadece tipi incelemeyi doğru bulmuyorum.”

Senay Hanım, genel anlamda insanların kendisine bakmasını kişisel saygınlığın bir ifadesi olarak gördüğü için herkes gibi hizmet sektöründe çalışan insanların da liyakatlarına ek olarak güzel bir görünüme sahip olmalarını önemsemektedir. Daha doğrusu liyakatın iyi bir görünümle tamamlanması gerektiği düşüncesindedir. Senay Hanım, beri taraftan çalışanların müşterileri ikna etmeleri amacıyla belirli kalıplara sokulmasını da eleştirmektedir. Yani o, hizmet sektöründe çalışan kadınların müşterilerin ilgisini çekmek amacıyla cinsel bir obje olarak kullanılmasından rahatsızlık duymaktadır.

Benzer soruyu yönelttiğimiz Burak Bey (25) ise bizzat başından geçmiş bir olaydan hareketle dış görünüşün bir işe yerleşme noktasında ne kadar önemli olduğunu şöyle örneklemektedir:

“Spora bir iki yıldır başladığımız bir zamanda arkadaşlarla Antalya’ya çalışmaya gittik. Amacımız bir otelde iş bulup oraya yerleşmektir. Gittiğimiz her yere birlikte gidiyor, başvurularımız birlikte yapıyorduk. Neyse en son bir otele gittik. Çalışmak istediğimizi falan belirttik. Oranın koruma müdürü sadece beni işe aldı. Diğerlerini istemedi. Sanırsam ikinci gündü. Beni yanına çağırdı. Fikrini açık açık söyledi. Dedi: “Biz fizik gücü iyi, gelişmeye açık kişileri seçtiğimiz için seni işe aldık”. Demek ki, bizimde fiziksel görüntümüz o anlamda uygun olduğu için seçilmişti.”

Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencisi olan Mustafa Bey (21), bir devlet dairesine atanamaması halinde branşı üzere özel okullara başvuracağını, o da olmazsa turistik yerlerde eğitmen olmak istediğini ve bu yerlerin de fit bir vücudu gerektirdiğini şöyle ifade etmektedir:

“Gerek bizim branşta gerekse diğer branşlarda atanabilmek çok zorlaşmış. Çok iyi bir puan alamadığınız takdirde atanamıyorsunuz. O puanları almak da gerçekten zor. Eğer öğretmen olarak atanamazsam bir özel okulda öğretmen, o da olmazsa turistik bölgelerde cankurtaran, yüzme eğitmeni veya bir kulüpte antrönör olmak istiyorum. Biz spor eğitmeni olacağımız için daha sportif ve fit bir vücuda sahip olmamız gerekiyor. Öyle cılız, zayıf ya da çok kiloluysanız kimse sizi ciddiye alıp iş vermez. Diyelim ki aldılar, bu defa da öğrencileriniz sizi dikkate almaz.”

Mustafa Bey, daha sportif ve fit bir vücuda sahip olmayı mesleki kariyeri açısından olmazsa olmaz bir şart olarak değerlendirmektedir. Ona göre iyi bir vücut mezun olduğu alan üzerinde bir işe girebilmesinin ana şartlarından biridir. Mustafa Bey, iyi bir vücuda sadece eğitmen olmak için değil, öğrencileri tarafından saygın biri olmanın gereği olarak da görmektedir. O, bu yolla yani güçlü ve estetik bir fiziğe kavuşmak suretiyle önemsenmeme korkusunu da yatıştırmaktadır. Mustafa Bey hem geçimini sağlayacak bir gelire sahip olmak hem de kişisel saygınlığını kazanmak için bedenini antreman programlarıyla daha sıkılaştırıp fit bir hale getirmektedir.

Güzelliğin temel bir değer haline gelmesi ile birlikte dış görünüş bir işe girmenin, işteki özlük haklarının ve terfi etmenin de ölçütü olmaktadır. Özellikle de müşterilerle doğrudan bağlantı kuran hizmet sektörleri dış görünüşe daha fazla önem verdikçe ‘estetik emek’ iş alanında bir avantaj olarak daha fazla değerlendirilecektir. İLO (Uluslararası Çalışma Örgütü), estetik emeği yeni türde bir ayrımcılık olarak görse de ‘güzellik de çaba isteyen bir şeydir’ denilerek meşrulaştırılmaktadır (Torunoğlu, 2010: 199-203). İngiltere’de daha bakımlı olanların daha fazla ücret aldığına dair veriler, ifade edilenleri kanıtlamaktadır (Niedzviecki, 2011: 46). Güzellikle beliren imaj siyasette bile etkin olmaktadır. Amerikan seçimlerini kaybeden Nixon, yenilgisini imaj danışmalarının beceriksizliğine bağlamaktaydı. Bu örnek, siyasi alanda ideoloji kadar kozmetiğin de önemli olduğunu göstermektedir (Postman, 2016: 13). Denilebilir ki, günümüzde güzellik, yakışıklılık her alanda önemli bir sermaye türü olmaktadır.

2.3.7. Toplumsal Cinsiyetin İnşası Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi

20. yüzyılın son çeyreğinde feminist kuramcılar tarafından cinsiyet olgusunun sosyolojik açıdan ele alınması bir dizi tartışmalar eşliğinde gündeme gelmekteydi. Kimliğin özsel/ontolojik gerçekliğine yönelik itirazlar cinsiyetlere özdeş tutulan rollerin

toplumsal bir inşa olarak yapılandırıldığı düşüncesini derinleştirmekteydi. Toplumsal cinsiyet tartışmaları akademik bir konu olarak kalmamakta, feminist hareketleri siyasal tartışmaların merkezine de taşımaktaydı. Geç olsa da toplumsal cinsiyetin sosyolojinin ana akımına dâhil olması bakımından taşıdığı önem, beden sosyolojisine ve feminist hareketlere ilham kaynağı olmaya devam etmektedir. Bu tartışmalar ışığında, cinsiyet rollerinin sosyalleşme sürecinde beden tarafından nasıl ve ne şekilde deneyimlendiği, bedenin toplumsal olarak üretilen cinsel rol, tutum ve beklentilere göre nasıl inşa edildiği konumuz açısından önemli olmaktadır.

Cinsiyet rollerinin bedenselleşmesi açısından açıklığa kavuşturulması gereken kavramların başında cinsiyet ve toplumsal cinsiyet gelir. Biyolojik özellikleri bakımından kadın ve erkeğin farklılıklarını gösteren temel kimlik motifine cinsiyet adı verilir. Cinsiyet demografik bir nitelik olarak kimlik kartlarımızdaki cinsiyet bölümüne kaydedilen bir “kimlik birimi”dir. Toplumsal cinsiyetse kültürün kadın ve erkeğin verili biyolojik özelliklerine atfen yüklediği anlam ve beklentileri içerir (Dökmen, 2004: 5-6). Bu kavramın hareket noktası ise ‘kadın veya erkeğin bir doğası var mı?’ sorusudur. Soruya Heritier, kadın ve erkeklerin doğal özellikleri olarak kabul edilen nitelikleri tartışmaya açarak cevap verir. Toplumsal olarak kabul edilegelen erkeklerin akıllı, rasyonel, mantıklı; kadınların ise akli eksik, aptal, kurnaz, dedikoducu, mantıksız, geveze veya saf, masum, kırılğan, savunmasız, narin, yumuşak, utangaç oldukları gibi daha çok kadınlar aleyhine işleyen niteliklerin doğal bir gerçeği yansıtmadığını, aksine söz konusu niteliklerin kültürel olarak inşa edildiğini belirtir. Heritier’e göre iki cinsten birini diğerine üstün kılan biyolojik bir özelliğin kabulü tamamıyla ideolojik bir kurgudur (Heritier, 2014: 4-5). Toplumsal cinsiyet kimliğin özcü tanımlarını tartışmaya açar ve toplumun kendi değer kodlarıyla cinsiyeti inşa ettiğini ve yeniden ürettiğini ifade eder. Çocukluğumuzdan itibaren takılan isimlerden alınan oyuncaklara, giydirilen elbiselerin renginden rol dağılımına kadar cinsiyetin her yanı kodlanmakla kalmamakta bunlar bizzat bedene kazınmaktadır. Dolayısıyla bedene giydirilen bu ikinci cinsiyet, aslından ayırt edemeyeceğimiz “ikinci bir doğa”mız olur. Araştırmada bazı katılımcıların aktardıkları, bedenlerini kültürün belirlediği cinsel rol ve beklentiler doğrultusunda nasıl yeniden ürettiğini göstermesi açısından önemlidir.

2.3.7.1. Kadınlığın (Kadın Olma) İnşası Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi

Toplumsal yapının bireyselleşme ve özgürleşme adına politik olarak geri bırakıldığı bir zamanda Mary Douglas'ın kaleme aldığı 'Saflık ve Tehlike' üst başlıklı 'Kirlilik ve Tabu Kavramlarının Bir Çözümlemesi' çalışmasında toplumun güçlü bir sınıflandırma sistemine sahip olduğunu 'toplumsal yapıyı olduğundan daha katı göstermiş olmakla itham edilmekten çekinmiyorum.' sözleriyle ortaya koyar (2017: 27). Douglas'ın ifadesinden hareketle hali hazırda toplum, evrenin kozmik düzeninden ev içinin mekânsal olarak dizayn edilmesine kadar güçlü bir ayırma, tasnif etme sistemine sahip olduğu görülür. Toplum her alanda olduğu gibi üyesi olan kadın ve erkek cinsiyetlerini de belirli rol ve statülerle ilişkilendirmek suretiyle düzenler. Hatta toplum, onların bedenlerini kullanma biçimlerini de belirler ve yapılandırır. Dolayısıyla verili cinsel roller ile beden inşası arasında doğrudan bir ilişki bulunur.

Toplumsal cinsiyet, ırk, etnik köken, din ve sınıf gibi çeşitli kategoriler "grupları ve toplulukları birbirinden ayıran sosyal sınırlar yaratmak ve sürdürmek de sosyal düzeni yaratmaya yardımcı olur." Konumuz açısından değerlendirmeye alınan toplumsal cinsiyet olgusu "bu tarz bir atfedilmiş statü sınırıdır." Her toplum üyelerini biyolojik cinsiyet farklılıklarına göre ayırarak, onlara bazı kalıplaşmış davranışları yerine getirmeleri için çeşitli rol modelleri sunar. Sonrasında ise üyeler kendilerine "atfedilmiş statü sınırları" içerisinde rollerini yerine getirmek suretiyle toplumsal cinsiyetlerini pekiştirmiş olurlar. Bir toplumsal sınır ayırıcısı olan toplumsal cinsiyet, her ne kadar suni, olumsal ve tarihsel bir görünüm arz ediyor olarak değerlendirilse de "neyin kabul edilebilir ve neyin sınır aşımı olduğunu açıkça belirterek gündelik yaşam için kılavuzluk eder." (Hevitt-Shulman, 2019: 284-290). Bu ise insanların kendi kültürel kabullerinin belirlediği sınırlar ölçüsünde toplumlarından roller almasına, onu iç dünyalarına taşıyarak hayal etmelerine ve bu minval üzerine cinslerine uygun görülen beklentileri karşılamaya çalıştıklarını göstermektedir.

Kadın bedeninin toplumsal olarak inşa edilme sürecinde baskın güç kendisini tahakkümün bedenselleşmesinde gösterir. Kabil toplumunu etnografik yönden inceleme konusu yapan Bourdieu 'Eril Tahakküm' adlı eserinde kadın bedeninin erkek tahakkümünün etkisi altında nasıl biçimlendirildiğini ve hatta bu biçimlendirilmenin Kabil kadınlarının bedenlerince nasıl içselleştirildiğini şu ifadesiyle gözler önüne serer:

“Şeylere kazınmış bu eril düzen, iş bölümünün veya kolektif ya da özel ritüellerin (örneğin, eril mekanlardan dışlanmalarıyla kadınlara dayatılan kaçınma davranışlarını düşünelim) rutin akışı içerisindeki sözsüz emirler yoluyla bedene kazınır.” Öyle ki bu tahakküm, kadının daha kötü işlerde çalıştırılmasından başlayarak bedenlerini erkeklerin önünde nasıl taşımaları gerektiğine kadar uzar. Dolayısıyla bir Kabil kadını bir cinsiyet kalıbı olarak tanzim edilmiş çeşitli davranış ritüellerini olduğu gibi yerine getirmekle mükellef kılınır (2018: 38-39). Bourdieu aynı çalışmada Kabil kadınlarının estetik olarak görünme biçimlerini de erkek merkezli bir tahakkümün odağından hareketle analiz eder. Söz konusu çalışma nomolojik bir açıklama örneği olarak çalışmamız için güçlü bir model gibi görünmektedir.

Toplumsal cinsiyet, cinsiyetler arasındaki güç ilişkilerini merkezi bir problem olarak ele alır. Eril tahakkümün gücünü sembolize eden toplumsal cinsiyet olgusu bir cinsiyetin verili bir bedene sıkıştırılmasını ifade eder. Böylece bedene ilişkilendirilmiş cinsiyet bir kader olarak onaylanır ve meşrulaştırılır. Biyolojiyi kader haline getiren toplumsal cinsiyet erkek ve kadına, inşa edilen cinsiyet kalıp yargılarını olduğu gibi kabul ettirir. Haliyle bu güç ilişkileri zahmetsiz bir şekilde erkek lehine iş görmeye başlar. Özellikle de bu durum bedenin deneyimlenmesi sürecinde aktif olarak gözlenebilir. Toplumsal yaşamda erkeğin onurunu ve şerefini kadının bedenini kullanma biçimine endeksleyen değerler seti, kadından sürekli kendisini kontrol etmesini bekler. Toplumsal beklentiye içselleştiren kadın yürümesinden konuşmasına, bakışlarını konumlandırmasından oturuşuna, giyiminden beslenme biçimine kadar her şeyiyle kendisini toplumun gözünden sürekli kontrol etmekte ve denetlemektedir. Her ne kadar toplum, cinsiyet ayrımı gözetmeksizin tüm üyelerini kontrol ediyorsa da bunun şiddeti kadın olunca daha bir artmaktadır denilebilir.

Toplumsal tahakkümün sembolik şiddeti kadının kendini onların algısıyla düşünmesiyle pratiğe geçer. Bedenin estetize edilmesi, çeşitli rol ve beklenti ölçüsünde temsil ve takdim edilmesi de sembolik şiddetin kalıpları aracılığıyla mümkün olur. “Dişi habitusun doğuşundan gerçekleşmesinin toplumsal koşullarına varıncaya kadar her şey dişi beden deneyimini, evrensel ‘başkaları için beden’ deneyiminin en uç noktası haline getirmek için uğraşır; bu beden, sürekli olarak başkalarının bakış ve konuşmalarının uygun nesnelleştirmesine maruz kalır.” Söz konusu bakışın nesnesi haline gelen kadın bedeni, toplumda önemsenen estetik algı şemalarıyla değer görür. Kadının bedensel

varlığı, eril beklentiler ölçüsünde dişil bir tasarım olarak görülmek zorundadır. Toplumsal cinsiyet perspektifinde dişilik ise bir dizi beklentilerle şekillenir. Onlardan “hem gülyüzlü, sempatik, dikkatli, itaatkâr, ağırbaşlı, ölçülü olmaları” hem de “kendilerini geri plana atmaları” beklenir. Başkalarının kontrolünde olan kadınlar bedenleriyle “ideal beden” arasında sürekli bir gerilim noktasında kalmaya mecbur bırakılırlar. Toplumun ahlaki değer yargılarına göre konum alan kadın, beri taraftan göze hoş gelmenin ve cezbetmenin gerekleri ile baştan çıkarılmanın manevralarına da göğüs germek zorunda kalır. Kadın ağırbaşlılık ile cazibenin, kapalılık ile açıklığın kıyısında endişe içerisinde tutulur (Bourdieu, 2018: 86-88). Dışlanma, hor görülme, ayıplanma, kınamanın baskısı altında kadından güzel, göze hoş gelen, işveli bir cazibeye sahip olması beklenir. Böylece kadın toplumun ahlak ve estetik değer yargılarının sınırında endişeli bir şekilde tereddütte kalır. Bu ince çizgide kendini kontrol etmek sürekli bir çaba, kontrol ve özdenetim gerektirir.

Kadın bedeninin günümüz estetik değerlerinden biri olan zayıflığın baskısı altında kalması ya da statüsünü ince ve narin bir endamla göstermesi erkek ile kadın bedeninin algılanma biçimiyle ilgili temel bir farktan kaynaklanır. Söz konusu fark, erkek bedeninin kadın bedenine nispetle toplumsal normların denetime daha kapalı olmasıyla ilgilidir (Çabuklu’dan akt. Timurtürkan, 2009: 108). Bu bakış açına göre, kadın bedeni erkeğin gözetleyici ve değerlendirci bakış açısının seyirlik bir nesnesi haline gelir.

John Berger, kadınların gözlendiklerinin bilincinde olarak kendilerini gözlemlmelerini çifte bir baskı olarak görür. Daha açık olarak kadın seyredildiği, erkek de davrandığı gibidir (Berger, 1986: 45-46). Yani kadınlar gözlemlendiklerinin daha farkında oldukları için davranışlarına, tutumlarına, düşüncelerine erkeklere nispetle fazladan bir dikkat göstermek zorunda kalır. Bu dikkat kadınlara toplum tarafından atfedilen eksiklik kusuruyla daha bir pekişir. Söz konusu atıf güzellik endüstrisi için vazgeçilmez bir kaynak olur. Özellikle tüketim kültürü güzellik, zayıflık ve gençlik endişesini artırarak bedeni bir takıntı haline getirir. Çünkü reklamı yapılan her tüketim nesnesine iliştirilen ince belli, uzun bacaklı, yarı açık dolgun dudaklar, kaldırılmış kaşlar, fit hale getirilmiş bedenlerle takdim edilen kadın bedeni ortak bir norm olarak baskın bir gösterge haline gelir. Baskının şiddeti kadınların kendilerinde daha fazla kusur bulmalarına sebebiyet verir (İnceoğlu-Kar, 2010: 65-69). Baskı, medyadan edinilen göstergelerden hareketle bedene uygulanır. Ve bu, bütçesi her bireyin ‘özgür’ katılımıyla

daha bir artan psikopolitik bir baskıya dönüşür. Böylece “ortopedik müdahale yerini estetik müdahaleye bırakır. Foucault’un ‘öğrenmeye yatkın beden’inin günümüz üretim sürecinde yeri yoktur. Disipline edici ortopedinin yerini estetik cerrahi ve spor salonları alır.” (Han, 2019b: 33). Yeni türde kusurlarla kendisinde eksiklik ve yetersizlik hissettirilen kadının piyasa ürünü estetik reçetelere yönlendirilmesi ise her geçen gün daha bir kolaylaşmakta ve artmaktadır.

Uzun insanlık tarihi boyunca ince, narin, zayıf bir bedendense gürbüz, büyük göğüslü, geniş kalçalı bir bedene sahip olmak daha değerli görülürdü. Çünkü bu ölçütler kadının en temel vasfı olarak görülen anneliğin temel gereklilikleriydi. Halktan insanlar arasında sağlığın belirtisi olarak görülen bu ölçütler, beri taraftan bir kadının dinç ve çalışkan olduğunu gösterirdi (Bacharan, 2014: 64-65). Metafizik boyutta ise güzellik salt duysal olmayıp yüce, iyi ve hakikatle bir ve aynı anlama gelirdi. Günümüzde ise beden işlevsel değerinden koparılmakta, bir gösterge değerine dönüştürülerek hem markalaşmakta hem de cinsel arzular üzerinden eğlence sektörüne ve tüketim toplumunun gereklerine tabi kılınmaktadır (Han, 2019a: 51; Baudrillard, 2010: 200-203). Toplumsal bir beklentiye de arkasına alan medya ve beden endüstri sanal âlem uygulamaları ile birlikte kadını estetik bir baskıya almaktadır. Bunun izdüşümlerini bazı kadın katılımcılarımızın deneyimleri üzerinden okuyabiliriz. Onların birçoğu, sosyal algıda güzelliğin baskın bir norm olarak kadın doğası ile ilişkilendirildiğini dolaylı yünden belirterek, ilgi konuda fikirlerini paylaşmaktadırlar. Bu, kimi zaman bir eleştiri konusu olsa da düzenli olarak yerine getirilen egzersizlerle, harfi harfine uyulan diyetlerle beden in inşa edilmesinde etkili bir sosyal faktöre dönüşmektedir.

Araştırma sürecinde edindiğimiz izlenimler ve katılımcılarımızın görüşleri, toplumsal beklentilerin kadınları estetik değer ölçülerine daha fazla maruz bıraktıkları üzerinedir. Katılımcılarımızdan Seda Hanım’a (21) yönelttiğimiz “Toplumda daha güzel bir bedene ya da tipe ne kadar önem veriyor?” sorusuna verdiği şu cevap, toplumsal algıda güzelliğin baskın bir beklentiye dönüştüğünü göstermektedir:

“Bakımlı olmak, güzel olmak, iyi bir görünüme sahip olmak sadece bizim kendi kararlarımızla yaptığımız şeyler değil. Belki birçok kadın bunların kendi talepleri doğrultusunda olan şeyler olduğunu söyleyebilir ama gerçek bu kadar da basit değil kanaatimce. Aynı zamanda çevreniz de sizden güzel olmanızı talep ediyor. Örneğin

şışmanlasan zayıf ol, dip boyan çıksa kuaföre git, yüzünde kılınma olsa epilasyona git gibi...”

Seda Hanım’ın ifadeleri, güzelliğin bir baskı unsuru olduğunu içermektedir. Düşüncelerinde açığa çıkan kolektif beklentinin toplumun güzellikle kadını eş tuttuğunu, kanıksanmış bu belirlemenin de zorlayıcı bir güce dönüştüğünü göstermektedir. Öyle ki, bir kadın şişmansa zayıflaması, ağarmışsa saçları boyaması, kılınmışsa yüzü epilasyona gitmesi yönünde baskın bir beklentinin onun iradesi hilafına gerçekleşmesine neden olmaktadır.

Katılımcılarımızdan Ayşe Hanım’a (29) yönelttiğimiz “Çevrenizdeki insanlar güzelleşmeniz için zayıflamanız gerektiğini telkin ediyor mu?”, “Ya da böyle bir beklenti var mı?” şeklindeki sorulara verdiği cevap, beden güzelliğın kadından beklenen bir norm olduğunu göstermektedir:

“Bizzat söylemeseler de insanlar genelde bir kadından bahsettiklerinde ya da bir kadını tarif ettiklerinde en çok güzelliğinden konuşurlar. Doğrusu bir kadın için güzellik önemli birşeydir. Kadınların birçoğunun bu tür salonları tercih etmelerinin sebebi de budur.”

Ayşe Hanım’ın ifade ettikleri de toplumda kadın güzelliğine yönelik baskın bir beklentinin var olduğu üzeredir. Ona göre kadınların birçoğunun spor yapmalarının ve kendilerine bakmalarının altındaki sebep, güzelliğın bir cinsiyet rolü olarak kadından beklenen bir nitelik olmasıdır. Söz konusu talep, güzellikle kadın bedenin özdeş kılınması ile ilgilidir.

“Kadından güzel olması bekleniyor mu?”, “Böyle bir beklentinin var olduğunu düşünüyor musunuz?” sorularına cevap veren Ayça Hanım (25), toplumun kadını güzel ve bakımlı görmek istediğini şu cümlelerin altını çizerek vurgulamaktadır:

“Yani böyle birşeyi kendi ailemde hiç görmedim. Ama sorarsanız böyle bir beklenti kesinlikle var. Şöyle bir örnek verebilirim: Evli ve çocuğı olan bir kadını düşünelim. Hem çalışıyor hem ev işi yaptığını varsayalım. Bu kadın da biraz kendini salmışsa yani hafif kilo almışsa, saçları yavaştan ağarmaya başlamışsa diğer kadınlar ve erkekler bu durumu görünce ‘Bak kendini nasıl salmış’, ‘Çok yıpranmış’ gibi şeyler söyleyerek bir

beklentiye giriyorlar. Bence böyle bir algı var. Yani her daim kadından bir güzellik beklentisi var.”

Ayça Hanım’a göre hem erkeklerin hem de kadınların bir kadının yüzünde kırışlıklar baş göstermişse gidermesini, kiloluysa zayıflamasını, saçları ağarmışsa boyamasını talep etmektedirler. Bu beklentinin karşılanmaması halinde ise kadınların kişisel bakımla ilgili çeşitli ithamlarla karşı karşıya gelebileceğini belirtmektedir. Buna göre toplum saçın hafif bir ağarmasını ve yüzde beliren kırışıklıkları yaşlılığa, kilo almayı bezginliğe yorarak kadını güzel olmaya zorladığı söylenebilir. Böyle bir zorlama ise kadını benliğini dış görünüşü ile algılamasına ve bu sebeple de güzellik sektörüne bağımlı kılmaya neden olmaktadır. Katılımcılardan elde edilen bu yönlü veriler, kadınların güzellik algısı üzerine yapılan bir dizi alan araştırmalarının ve çeşitli fitness dergilerinin içeriksel analizleri üzerine yürütülen çalışmaların sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Örneğin Güzel’in, kapitalizmin ve medyanın geleneksel söylemde yerleşik olan estetik kabul ve beklentilerle işbirliği yaparak, kadını bir tüketim nesnesine dönüştürdüğünü derinlemesine görüştüğü elli kadın katılımcının düşüncelerinden hareketle ortaya koymaktadır. Çalışma, güzelliğin baskın bir beklentiye dönüşmesi sonucunda birçok kadının kişisel bakım ürünlerine, bir güzellik sektörü haline gelen spor komplekslerine olan talebi artırdığını tespit etmektedir. “Kültürden kültüre değişen güzellik tutkusunun kadınlara mal edilmesi”ne sırtını dayanan “kapitalist tüketim ekonomisi ataerkil ideolojiler ve medyanın desteklediği güzellik dayatması, bugün televizyon, dergi, ilan ya da sosyal ortamlarda salt görünüşüyle ön planda tutulan temsiller aracılığıyla” kadını “belirli bir imaj setine karşılık gelen ideal güzellik ölçülerini yakalamaya çalışmaya” zorlamaktadır. Bu zorlama üzere kadın, “bir araç, süs ve seks imgesine dönüşmektedir.” Daha doğrusu “tüketim kalıpları altında bir dayatmaya dönüşen ve sadece dış görünüşü iyileştirmeye odaklı günümüz güzellik ideali” mevcut toplumsal söylemde ikinci plana atılan kadının “olumsuz dişilik imajını” daha bir pekiştirmektedir (Güzel, 2013: 82-84). Sonuç olarak, medyadaki ideal vücut ölçülerine sahip modellere ve “kadın güzel olmalıdır” söylemine maruz kalan kadın, benliğini dış görünüşüyle değerlendirmek durumunda bırakılmaktadır. Böyle bir karşılaştırma ise bedene yapılan yatırımları artırarak güzellik sektörü için müreffeh bir alan açmaktadır.

Bir toplumsal cinsiyet uyarlaması olarak “kadın güzel olmalıdır” söylemini kullanışlı bir pazarlama tekniğine dönüştüren Formsante ve Women’s Health gibi uluslararası ve yerel ölçekte yayımlanan fitness dergilerinin kadın bedenini “toplumsal cinsiyet ayrımına bağlı olarak”, “erkek beğenisine” nasıl sunduğu, bunun güzellik endüstrisi için nasıl bir kaynağa dönüştürdüğü yapılan içeriksel analizlerle de ortaya konulmaktadır. Toplumsal cinsiyet bağlamında kadını güzellikle eşitleyen kabulleri ardına alan bu tür dergilerin “cilt ve beden sağlığı”, “moda ve güzellik”, “diyet ve beslenme rejimleri”, “fitness ve diğer sportif aktiviteler” ile ilgili verdiği tavsiye ve yönlendirmelerin altındaki ana neden, kadınların “uygun bir fiziksel görünüme” sahip olmadıklarını onlara kabul ettirerek, onları çeşitli ürün ve pratiklere yönlendirmektir. Bir nevi yapılmak istenen, olumsuz duygu ve düşüncelerle kadının bedeninden duyduğu memnuniyet düzeyini aşağı çekmek ve böylece onları istediği gibi manipüle edebilmektedir. Örneğin her ne kadar Women’s Health “Kendim olmak güzeldir.” mottosunu sloganlaştırıyorsa da güzelliği bir değer olarak kişinin kendisine bırakmamakta, güzelleşmeyi kendi önerilerine endekslemekte ve bu doğrultuda beden endüstrisi için işlenmeye hazır zengin bir kaynak sunmaktadır. Her iki dergi de bunu, kadını güzellikle eş tutan toplumsal kabullerin varlığına dayanarak başarmaktadır (Çatallı, 2014: 18-30). Kadın katılımcıların bu türde dergilerin takipçisi olmadığı tespit edilmişse de bu dergilerde açığa çıkan birçok güzellik ve sağlık önerisi reklamlar, diziler, filmler, billboardlar gibi başka iletişim kanalları vasıtasıyla izler kitleye dayatılmaktadır. Söz konusu iletişim kanallarının toplumsal cinsiyet söylemleri ile yaptığı işbirliği, birçok kadını beden endüstrisinin ürünlerini satın almaya mecbur bırakmaktadır. Bu varsayımlardan hareketle, birçok kadın katılımcının egzersizlerini düzenli yaptıklarını, diyetetik destek aldıklarını veya beslenme rejimlerini düzenlediklerini söyleyebiliriz.

“Toplum, kadınla güzellik arasında nasıl bir ilişki kurmaktadır?”, “Toplum, kadından güzel olmasını beklemekte midir?” sorularına Erkan Bey’in (39) verdiği cevap, daha çok kadınların hem cinsleri tarafından güzel olmaya zorlandığı düşüncesini içermektedir. Hatta kadınların güzel bir görünüm adına birbirleriyle yarış halinde olduğunu, bunun da kadınları güzelleşme noktasında bir baskıya maruz bıraktığını belirtmektedir. *“Kadından bir güzellik beklentisi var. Yani hem erkeklerin hem de genel olarak toplumun böyle bir beklentisi var. Kadınlar genelde bu anlamda birbirleriyle yarış halinde oldukları için onların böyle bir beklentisi oluyor.”* “Bu durum kadında

bir baskı oluşturuyor mu?” sorusuna verdiği şu cevap kadının güzellik baskısı altında olduğunu göstermektedir: *“Haliyle o da mecbur hissediyor kendini.”*

Benzer soruları yönelttiğimiz Senay Hanım da (46) aynı doğrultuda bir cevap vermektedir.

“Kadınlar arasında yaşı söylememe gibi bir durum başlamış. Kadınlar arasında bırakın yılı, ayı, bir günün bile önemi vardır. Doğum gününe bir gün bile kalsa bir yıl daha yaşını eksilterek yaşını söyler. Ben daha o yaşa girmedim denilir. İlginç bir şey annem bile yaşını tam söylemez. Aslında bunun altında yatan faktör şudur: İçinde bulunduğumuz toplum güzelleşmeyi sadece kadına atfetmiş olmasıdır. Güzel kim olur? Bayan olur. Şunu da belirtiyim: Kadınların süslenmesine, kendine bu kadar bakmasının temel nedeni bence yine kadındır. Çünkü kadınlar birbirine daha fazla nispet yaparlar, birbirini kıskandırmaya çalışırlar. Erkek güzel olmak zorunda değildir. Ama şu da var: Güzellik algısı artık erkeklerde de değişmiş görünüyor. Son yıllarda onlar da bakım çok artmış.”

Senay Hanım da güzellik beklentisinin toplumda kadından beklenen temel bir vasıf olduğu ve bunun da kadını güzelleşmek zorunda bıraktığı düşüncesindedir. Hatta böyle bir mecburiyetin daha çok kadınların birbirini kıskandırmaya çalışmalarından kaynaklandığını belirtmektedir. Ayrıca o, erkeklerin de güzelleşmeye mecbur bırakıldığı kanaatindedir. Başka bir bağlamda sözlerine açıklık getiren Senay Hanım, ilgili beklentinin kendisi başta olmak üzere birçok kadını etkisi altına aldığını vurgulamaktadır.

Selin Hanım (34), “Bedensel egzersizlere ve kişisel bakıma önem verme ile daha iyi bir kısmet bulma arasında bir ilişki var mı?”, “Bu yönde sizin bir çabanız oldu mu?” şeklinde yönelttiğimiz soruları, -geçmiş zamanlar ile günümüz dünyasındaki evliliklerin yapılma usülleri ile ilgili yaptığı bir karşılaştırmadan hareketle- şöyle cevap vermektedir:

“Yaşadığımız çağda kadın daha güzel olmak zorunda bırakılıyor gibi. Evlenme süreci bence bunu çok iyi anlatıyor. Büyüklerimizin evlenme şeklini düşünüyorum. Onlar daha ziyade görücü usülü ile evleniyordular. Aile büyükleri çiftlerin birbirine uygun olup olmadığına bakıyor ve o şekilde evlenmelerine karar veriyordular. Kadın güzelliğini önemse de ekstra bir çaba göstermesine gerek kalmıyordu. Şu an öyle değil. Ben evliyim ama gençken kendime bakmamın bir nedeni de buydu. Daha iyi bir kısmet bulup

evlenebilmek içindi. Kiloma, saçlarıma, cildime, giyimime herşeyime ayrı ayrı dikkat etmek zorundaydım. Bir yerde ne kadar yıpratıcı bir şey değil mi? Örneğin geçen salonda bir kızla tanıştım. Yazın nasip olursa evlenecek. Kız gelinliğini daha iyi taşımak için beslenmesine ve sporuna dikkat ediyor. Erkek için böyle bir beklenti yok. Hafif biraz kendisine bakması yeterlidir. Ama kadın için öyle değil.”

Selin Hanım, geleneksel evlilik usulünde kadını güzelleşmeye mecbur bırakan bir anlayışın günümüzdeki kadar baskın olmadığını aksine bu durumun onları daha özgür kıldığı düşüncesindedir. Günümüz evlilik usüllerinin ise romantik bir aşk ile kurulduğunu, bunun da kadını güzelleşmek zorunda bıraktığını söylemektedir. Çünkü kendisi de bir dönem daha iyi bir evlilik yapabilmek için kişisel bakımına ve bedensel görünümüne dikkat ettiğini belirtmektedir. Yine bir karşılaştırma yaparak estetik anlamda baskın beklentilerin bir tahakküm ilişkisine dönüştüğünü dolaylı yünden ifade etmektedir. Selin Hanım’ın ifadeleri daha açık olarak şu gerçeği görünür kılmaktadır: Toplumsal cinsiyet kodlarına göre yapılandırılan toplumsal düzlemde erkek, kadına nazaran daha özgür ve rahat, kendinden menkul bir tamlık, yeterlilik ve beden memnuniyetine sahip olduğu için bedensel gerilimin sınır alanlarından daha uzak kalmaktadır. Bu noktada, erkeklerin estetik beklentileri kadınlara göre daha az dikkate aldıklarını ve onlara göre daha az bir kaygı içerisinde olduklarını söyleyebiliriz.

Toplumun dış görünüme verdiği önemi cinsiyet bazında, kişisel deneyimlerini de gözönüne alarak karşılaştıran Gülten Hanım (29) kadının dış görünüşünün toplum tarafından daha önemsendiğini ama son yıllarda yakın çevresindeki birçok erkeğin de en az kadınlar kadar bakımlarına dikkat ettiklerini şöyle ifade etmektedir:

“İş yerindeki kadın ve erkeklerin cilt bakımlarından dış temizliğine varıncaya kadar kadınların kendi bakımlarına daha dikkat ettiğini söyleyebilirim. Örneğin bir kadının sabah gözü çapaklı olmaz, makyajı yerinde, saç başı düzgün olur. Oysa erkekler kadınlara göre daha rahattır. O kadar dikkat etmezler kendilerine. Kadın öyle değildir. O kendine daha özen gösteriyor. Ben böyle söylüyor olsam da erkeklerin de çok ciddi bakım yaptıklarını görebiliyorum. Onlar da epilasyon yaptırıyorlar, saçlarını ektiriyorlar hatta cilt kremi kullanan arkadaşlarımız da var.”

Söylediklerine binaen fiziksel egzersizlere verilen önemi cinsiyete göre karşılaştırmasını istediğimizde verdiği cevaplar toplumun kadını güzellikle ne kadar özdeş gördüğü üzeredir.

“Birçok salonun erkek müşterisi daha çok olduğunu söyleyebilirim. Çünkü spor salonuna yazılmak istediğimde kaç tanesi sadece erkeklere yönelik hizmet verdiğini söyleyerek talebimizi geri çevirmişti. Ama buna bakarak erkeklerin daha çok dış görünüşleri için spor yaptığını söyleyemeyiz. Sadece akşamları park ve bahçeleri veya mümkün değilse de ev içlerini gözlemleme şansınız olsaydı kadınların daha fazla spor yaptıklarını görürdünüz.”

Gülten Hanım, birçok fitness salonunun erkeklere tahsis edilmesinden hareketle onların dış görünüşleri için daha fazla spor yaptıklarını söylemenin çok doğru olmadığı kanaatindedir. Çünkü açık hava salonlarının veya parklardaki yürüyüş parkurlarını daha çok kadınların kullandığını, hatta birçok kadının salonlara gelmese de evlerinde fiziksel aktivitelerini yaptıklarını ileri sürerek kadınların dış görünüşleri için daha titizlendiğini dile getirmektedir. Kadınların görünüşlerine daha dikkat etmeleri, kadını güzellikle eş tutan hâkim bir anlayıştan kaynaklandığını ve bunun da onların beden algılarını belirleyen önemli faktörlerden olduğu söylenebilir.

Bedenin toplumsal cinsiyetlenmesi, erilik ve dişilik hakkında kanıksanmış fikirlerin erkek ve kadın bedenlerini biçimlendirdiği üzeredir. Bedeni biçimlendirmeye dönük “vücut geliştirmeden kozmetik cerrahiye, hormonal tedaviden beslenmeye, giyim tarzından çalışma biçimlerine” varıncaya kadar birçok pratik cinsiyetlere yönelik tutum ve düşüncelerden bağımsız değildir. Örneğin incelik beklentisi kadınsı görünümün neredeyse en tanımlayıcı öğelerinden biridir. Birçok kadının ergenlik döneminden başlayarak diyet yapması, sportif aktivitelere zaman harcaması veya diyetetik ilaçları kullanmaya başlaması “toplumsal cinsiyetin cinsel farklılığı üretmek biçimin”den ayrı düşünülemez. Daha doğrusu, erkek ve dişi bedenler, tabii bir süreçle sosyal etkileşimlerin ürünüdür (Bilton-Bonnett-Jones vd., 2008: 133). “Yumuşak” bir sıfatla kodlanan kadın bedeninde tenin esnek, pürüzsüz, kılsız, selülsiz olması gerekir. Bunun için birçok losyon, temizleyici kanama kesici ilaç, göz, el ve dudak kremi, nemlendiriciler, güneş gözlükleri, yüz maskeleri kullanılmalıdır. Sadece bu değil, daha birçok bedensel yatırım kadın bedeninin nasıl olması gerektiğine ilişkin kalıp yargılarla birlikte iş tutmaktadır.

Kadınlık söylemi ile “öznelleştirilen” bir bedende yüz makyajlı, ten yumuşak ve pürüzsüz, yağ oranı düşük olmalıdır (Barkty'den akt. Bilton-Bonnett-Jones vd., 2008: 133). Aynı şekilde belin ince, kalçaların sıkı ve kalkık, duruşun dik, omuzların geniş, karın bölgesinin düz olması talep edilir. Bunun için de egzersizler aksatmadan yapılmalı, diyetetik ürünler satın alınmalı, uyku saatlerine dikkat edilmeli, stresten uzak durulmalı, besleyici gıdalar tüketilmeli, diyet programlarına ise harfiyen uyulmalıdır. Kadını güzellikle eş tutan toplumsal beklentilerin varlığı birçok katılımcının sportif egzersizlerini aksatmadan yapmasının bilinçaltındaki nedenidir. Birçok katılımcımız doğrudan dile getir(e)mese de toplumun kadın bedenini tasavvur etme biçimine göre bedenlerini inşa ettiklerini dile getirmektedir.

2.3.7.2. Erkekliğin (Erkek Olma) İnşası Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi

Kadınlardan teslimiyet, feragat ve itaat bekleyen toplum düzeninde erkekler bir toplumsal cinsiyet olan erkeklik söyleminin baskısına maruz kalır. Eril tahakküm erkeğin bizzat kendisine de tuzak kurar. Güçlü, savaşçı, önder, cesur ve cömert gibi stereotiplerle erkeklik söylemi, erkeği belirli durumlarda cinsiyetinin gereğini bir beklenti ile ispat etmek zorunda bırakır. Erkek, tanımlanmış rollere uygun beklentileri karşılamak koşuluyla şeref ve onur duyacağı kendi cinsiyet kategorisine kabul edilir. Bu katılımın sağlanması erkekliğe geçiş ritüellerinde göstereceği metanete ve sabra veya toplumunu koruma adına gireceği savaşlardaki kahramanlığa göre olacaktır. O, bu sınavları başarılı bir şekilde veremediğinde tahakkümüne aldığı kadının özellikleriyle muamele görür. Yani bir korkaklık gösterdiğinde veya zorluklar karşısında geri çekildiğinde ‘kadın gibi’ olma tehlikesiyle başbaşa kalır. Bu durum ise onun ayıplanmasına, kınanmasına, küçük düşmesine veya dışlanmasına neden olur. Dolayısıyla onun erkekliğini test edecek her sınavı başarıyla geçmesi gerekmektedir. Buradan hareketle Bourdieu erkekliğin altında yatan temel motivasyonun cesaret değil de korku olduğunu söylemektedir. Korku ise ‘dişil korkusu’dur (Bourdieu, 2018: 67-71). Yani erkeklerin kadın gibi olma ithamına maruz kalma endişeleri onların en temel cinsiyet belirleyicilerinden biridir. Dolayısıyla erkekten acziyetini ve zayıflığını gösterecek her türlü davranıştan uzak durması gerektiği üstü örtük cinsiyet beklentilerindendir.

Bir iktidar pratiği olarak erkeklik, genel anlamda birçok toplumda saldırganlık, şiddet, maçoşluk, cesaret, yiğitlik, kahramanlık gibi güç gösterilerinden devşirilen

niteliklerle tanımlanır. Üretilen erkeklik algısına uygun bir yaşam sürdürmek, ona göre düşünmek ve hayatını ona göre tanzim etmek baskın bir beklentiye dönüşür. Erkeklik böyle tanımlanınca bunun karşısındaki her türlü nitelik kadınsılık olarak nitelendirilir. Haliyle bu da erkek açısından tetikte olması gereken bir tehdittir. Yani onun erkekliğine halel getirecek her türlü davranıştan uzak durduğu kadar erkekliğini ispat edecek her türlü tehlike karşısında da gözünü budaktan sakınmaması gerekir. Erkek, toplumda inşa edilen ve prestij gerekçesi sayılan niteliklerin baskısı altında kalarak sadece karşı cinsini değil, kendini de ezmektedir (Atay, 2019: 27-58). Haliyle erkeklik ispatlanması ve kadınlık karşısında sınırları çeşitli toplumsal performanslarla çizilmesi ve belirlenmesi gereken bir cinsiyet kategorisidir. Dolayısıyla erkeklik, karşıtıyla ilişkisinde beliren sosyal bir inşadır. Bu ise onun kendi bedenini nasıl biçimlendireceği ve deneyimleneceği ile yakından ilgilidir. Araştırma sürecinde bazı erkek katılımcıların toplumsal algıda yer alan erkeklik söylemlerine gönderme yaparak bedenlerini inşa ettiklerini kimi doğrudan kimi de dolaylı yönden aktarmaktadır.

İlgili araştırmada erkekliğin beden üzerinden farklılaştırıcı yönlerinin öne çıkartıldığına tanık olunur. Yaklaşık olarak bir yıldır fitness salonuna giden Mustafa Bey'in (21) ifadeleri, bedenin kadınlığa karşı nasıl konumlandığını göstermektedir. Spora başlarken 63, altı ay sonrasında ise 78 kiloya ulaşan Mustafa Bey: *"Sporun kilo aldıracağını söylüyordular. Doğrusu ben bu kadarını da beklemiyordum. Evde bana yemek yetiştiriyor desem yeridir. Spora başladığımdan beri iştahım iyice açıldı. Tabii yediklerimi yaptığım sporla kasa çeviriyorum ve daha iri bir görüntüye kavuştuğumu söyleyebilirim. Yani daha babayiğit gibi görünüyorum."* "Vücudun iri görünmesinin babayiğit olmakla ilişkisini daha açık olarak nasıl ifade edebilirsiniz?" sorusuna devamla Mustafa Bey, *"Spora başlamadan önce bileklerim, kollarım, bacaklarım çok zayıftı. Erkeğe çok yakışan bir şey değil yani. Yani erkek dediğin çok zayıf olmamalı, biraz böyle iri ve kaslı olmalıdır."* şeklinde bir cevap vermektedir. Erkeksi bir görünümü estetik açıdan değerlendiren Ercan Bey (25) ise düşüncelerini şu cümlelerle aktarmaktadır: *"Kadınlar açısından da öyle. Onlar da kaslı ve güçlü erkekleri daha yakışıklı buluyorlar."*

Mustafa Bey, iri, kaslı ve güçlü bir bedeni ideal erkek bedeni olarak tanımlamaktadır. Böyle bir bedene sahip olmayı "erkek" olmanın işareti olarak görmektedir. Toplumsal algıda zayıflık, kadın bedeni ile ilişkili görüldüğünden ona karşı

bir mesafe alınmak istenmektedir. Mustafa Bey, daha iri ve kaslı bir bedene sahip olmakla erkeksi görüntüsünü daha belirgin kılmaya çalışmaktadır. Ercan Bey de kaslı ve güçlü bir bedene sahip olmayı yakışıklılığın ölçütü olarak görmektedir. Öyle ki, kaslı ve iri bir bedeni çekici bir görüntünün imkânı olarak değerlendirmektedir. Bu imkân ile karşı cinsin daha fazla dikkatini çekeceğini düşünmektedir. Sonuç olarak iki katılımcımızın bedenlerini toplumsal olarak kodlanan cinsiyet tanımlarına göre biçimlendirmek istedikleri söylenebilir. Özellikle de Mustafa Bey'in ve Ercan Bey'in ifade ettikleri, bazı alan çalışmalarından ve çeşitli fitness dergileri üzerine yapılan söylem analizlerden elde edilen verilerle paralel doğrultudadır.

Çarpar ve Şavran'ın on sekiz vücut geliştirme sporcularıyla yaptıkları derinlemesine görüşmeler “vücut geliştirme alanında yer alan erkeklerin vücut geliştirmeyi bir erkek alanı” olarak nasıl kodladıklarını göstermektedir. Araştırmanın konumuz açısından önemini düzenli ve disiplinli bir çalışma ile yarışmalara katılacak bir duruma gelen vücut geliştirmecilerin fitnessı “biyolojik bir koruma stratejisi” olarak konumlandırması oluşturmaktadır. Söz konusu strateji “erkeklerin kadınlarla aralarındaki biyolojik farklılıklar üzerinden bir üstünlük kurma”sı ile tanımlanmaktadır. Bu strateji etrafında ifade edilenler sporcuların kaslı bir bedeni bir “erkeklik sermayesine” dönüştürdüklerini göstermektedir. Çalışma, “erkeklerin kaslı bedeni ‘ideal’ bir erkeklik simgesi olarak yorumladık”larını ve “bedenlerinde bulunan testosteron hormonuna vücut geliştirme alanında başarıyı elde etmek için olmazsa olmaz bir nitelik atfet”tikelerini tespit etmektedir. Bu bağlamda varılan şu sonuç katılımcılarımızın söylediklerini teyit eder mahiyettedir: “Erkeklik kimliği ile ilişkili olan vücut geliştirme, günümüzde de erkeklerin yoğun olarak katıldıkları bir pratik olarak erkeklik kimliğinin inşasında önemli bir araç konumundadır.” (Çarpar-Şavran, 2019: 273-280). Araştırmada elde edilen bulgular, kimi katılımcılarımızın erkeklik ile kaslı bir bedene sahip olma arasında kurduğu bağlantı ile örtüşmektedir. Daha doğrusu kimi katılımcıların iri, hacimli veya kaslı bir bedeni; “cılız”, “kırılgan”, “narın”, “zayıf” gibi yumuşaklığı ve pasifliği ifade eden sıfatlarla karakterize edilen kadın bedeni ile farkını gösteren kültürel kodların karşıt ucuna koymaktadırlar. Bu sonuç, başka araştırmaların sonuçlarıyla da doğrulanmaktadır.

Örneğin Men's Health dergisi üzerine yapılan eleştirel söylem analizinden çıkan sonuçlar yukarıda analizi yapılan alan çalışmasında olduğu gibi hem Mustafa Bey'in düşüncelerini pekiştirmekte hem de başka boyutları ile Ercan Bey'in ifadelerini

doğrulamaktadır. Derginin fitness bölümü üzerine yapılan analiz, ideal bir erkek bedenini “güçlülük”, “sertlik” ve “erkeksi” bir görünüm içerdiğini, söz konusu görünümün de “kadınsılaşma tehlikesi karşısında erkekliğin” ancak büyük, iri, kaslı ve güçlü bir bedenle olabileceğini göstermektedir. Dergi daha çok kol, sırt, omuz ve karın bölgesini içine alan üst beden bölgesinin doğru bir biçimde çalıştırılmasıyla arzu edilen eril bir bedene kavuşmanın yollarını tarif etmektedir. Daha doğrusu dergi, Schilling’in de belirttiği gibi kas gücü ile yapılan işlerin azaldığı, erkeklerin kadınlarla benzer işleri yaptığı bir zamanda erkeklerde baş gösteren kadınsılaşma korkusuna kaslı bir görünümle karşılık verilebilmenin kılavuzluğunu yapmaktadır. Bu bağlamda Men’s Health gibi fitness dergilerindeki içerikler “erkeklerin bedenlerini nasıl ‘ideal erkek bedeni’ne dönüştüreceklerinin reçete”siyken vücut geliştirmeyi de içine alan fitness salonları da erkeksi bir görünüme kavuşmanın mekânı olmaktadır. Dergideki fitness söylemleri üzerine yapılan analizin konumuz açısından önemi tamda bu noktada açığa çıkmaktadır. Çünkü bazı katılımcılarımızın düzenli bir şekilde fiziksel aktivitelerine devam etmelerinin nedeni ile derginin ideal erkek söylemi ile kadınsılık arasında kurduğu ilişkinin boyutları doğrudan örtüşmektedir. Örneğin katılımcılarımızdan Mustafa Bey’in aktardıkları, derginin kadınsılığa mesafe alınmayı gerektiren eril beden söylemi ile yakın bir bağlantısı bulunmaktadır. Dergide daha erkeksi bir görünmenin reçetesini sunan “Krala Dönüşmek”, “Kasın Yeni Efendisi”, “Demir Kadar Sert”, “Kaya Kadar Sert ve Güçlü”, “Kaslarınız Güçle Yansın” ve “Fit Olan Hayatta Kalır” gibi başlıklar Mustafa Bey’in erkekliğin kaslı, büyük ve güçlü bir bedenle temsil edilebileceği fikrini desteklemektedir. Nihayetinde bu, Morgan’ın da tespitiyle bir iktidar ilişkisi içermektedir. “Gücü vurgulanan ve kaslı haliyle eril olanı temsil eden erkek bedeni, kadın üzerindeki üstünlüğü de temsil etmektedir. Bu üstünlük sadece bedensel üstünlük anlamı taşımaz, onun dışına taşar ve yaşamın her alanında erkeğin üstünlüğünün gerçek ve sembolik göstereni halindedir. Bu yüzden erkek olmak, bedensel gücü zorunlu kılmakta, güçsüzlük ve bunun görünürlüğü ise zayıf bir erkekliğin, ima ettiği anlamıyla kadınsılığın işareti olarak görülmektedir.” Men’s Health dergisindeki fitness söylemlerini deşifre eden analizin konumuzu ilgilendiren başka bir boyutunu, kadınların ayartılması için kaslı bir erkek bedeninin inşa edilmesi gerektiği fikri oluşturmaktadır. Şöyle ki, katılımcılarımızdan Ercan Bey’in -kadınların güçlü erkekleri daha çekici buldukları ve kaslı bir bedenden daha hoşlandıkları için- bedenini inşa etme gerekçesi ile dergide

kadınları baştan çıkarıcı erkek bedenlerin tarif edildiği “Kadınların en çok baktığı kasları güçlendir”, “Kadınların En Sevdiği Kaslar” başlıklarındaki ideal eril beden söylemi birbirleriyle paralellik arz etmektedir (Hacısoftaoğlu- Elmas, 2015: 25-34). Hem Ercan Bey’in hem de derginin söylemleri geniş omuzu, baklava dilimi gibi bir karnı, şişkin kol ve göğüsle beliren erkeksi bir görünümün aynı zamanda cinsel bir çekicilik yaratarak arzu edilen kadınlara ulaşabileceğini varsaymaktadır.

Katılımcılarımızda Murat Bey (20) de “güç”, “kuvvet” ve “cesaret” vasıflarının bir erkek de olması gereken önemli meziyetler olduğunu, bunun da fitness için teşvik edici bir sebep olduğunu dolaylı yoldan şöyle ifade etmektedir:

“Mezun olduğum lisede sürekli şiddet olayları oluyordu. Kavgasız, gürültüsüz bir gün hemen hemen olmazdı. Doğrusu o yaşlarda ben de bir şekilde bu kavgaların içinde oluyordum. Arkadaşın işin içinde olunca sen de yanında olmak zorundasın. Çünkü onlar da benim için çok kavga etmişlerdi. Benim spor maceramda bu yıllara dayanıyor diyebilirim. Bu dönemde fitness salonlarına kayıt oldum. Çünkü kaslı bir vücuda sahip olabilirim güçlü olacağıma ve kendimi daha cesur hissedeceğime inanıyordum. Böylece arkadaşlarıma daha rahat arka çıkacağımı, onları koruyacağımı düşünüyordum. O günden beridir spor yapıyor, vücudumu geliştiriyorum.” “Peki, hala böyle düşünüyor musunuz?” sorumuza da *“Evet, insan sevdiklerini koruyup sahip çıkabilmelidir.”* şeklinde cevap vermektedir.

Murat Bey, doğrudan olmasa da bir erkeğin güçlü, kuvvetli, cesur, koruyucu ve kollayıcı olması gerektiğini belirtmektedir. O, içine gömülü olduğu toplumun beklentilerini vücudunu şekillendirmek yoluyla karşıladığına inanmaktadır. Çünkü bu şekilde hem kendini ve hem sorumlu hissettiği kişileri kollayıp koruyabileceğini düşünmektedir.

Murat Bey’in bedenini toplumsal algıda kabul edilen toplumsal cinsiyet normlara göre biçimlendirmek suretiyle, erkek cinsiyetine yönelik genel kabulleri yeniden doğrulayarak inşa etmektedir. Onun bedeni üzerinden erkekliğe dair sembolik anlam örüntülerini ürettiğini ve bununla başta kendisi olmak üzere çevresinde değer verdiği insanları koruyabileceğine dair bir inancı ortaya koymaktadır. Söz konusu çabası erkek olmayı güç, kontrol, sorumluluk, irade ve sahiplenme duygusu ile ilişkilendiren toplumsal kabullerle yakından irtibatlıdır. Bunun izdüşümlerini başka araştırmanın sonuçları ile

irtibatlandırarak da teyit etmek mümkündür. Örneğin Ertan'ın (Ertan, 2017: 205-211) bir beden modifikasyonu olarak vücutlarının muhtelif yerlerine dövme yaptıran elli kişi ile yaptığı derinlemesine görüşmelerde elde ettiği veriler, bedenin toplumsal cinsiyet normlarına göre dövmeler vasıtasıyla nasıl modifiye edildiğini göstermektedir. Araştırmaya dâhil edilen kadın katılımcılarının birçoğunun narinliği, kırılganlığı, duygusallığı ifade eden çiçek, böcek, kalp gibi motifleri tercih etmesinden; erkeklerin ise gücü, kuvveti, ihtişamı, heybeti ve görkemi temsil eden aslan, ejderha, kartal gibi sembolleri bedenlerine kazındırmalarından hareketle şu sonuca varılmaktadır: “Bedene yönelik toplumsal cinsiyet temelinde ortaya çıkan normatif sayılabilecek beklentilerin, bedenin dövme yoluyla modifikasyonu bağlamında kendini hissettirdiği” görülebilmektedir. Katılımcılardan elde edilen verilere bakıldığında dikkatimizi çeken asıl husus, kadınların önemli bir kısmının küçük boyutlarda motifleri tercih ettikleri ve bunu da kırılganlığa ve incinmeye daha açık olan kol ve ayak bileklerine veya mahremiyeti içeren kasık içlerine; erkeklerin ise daha büyük desenli motifleri iriliği ve gücü temsil eden kol veya sırt bölgelerine yaptırdıklarıdır. Bu ise, katılımcıların bedenlerini toplumsal cinsiyet kabullerini yeniden üreterek kamusallaştırdığını göstermektedir.

Metin Bey’e spora başladığı zamanları gözönüne alarak “Erkek adam şöyle bir vücuda sahip olmalıdır?” gibi bir söylemden hareketle vücut geliştirme salonlarını tercih edip etmediği yönündeki sorumuza verdiği cevap, erkeksi bir görünüm ile güçlü ve kuvvetli biri olma arasında doğrudan bir ilişki kurduğunu ve bu suretle fitnessa başladığını göstermektedir. *“Salonlara daha iyi bir görünüm için gittiğimi söylesem de o cılız halimin bana çok erkeksi gelmediğini de söyleyebilirim. Hep şöyle düşünürdüm: Erkek adam vurduğunu devirir bir gücü olmalıdır. Sadece fitness yapmıyor ekstra boksa da yapıyordum. Belli bir kiloya ve güce kavuştuktan sonra çevrem tarafından daha saygın biri olarak görüldüğümü de hissetmiştim.”* Metin Bey spora başlamasına gerekçe olarak sadece estetik kaygılarını değil, aynı zamanda toplumun erkekliği tanımlama ve idealize etme şeklini de göstermektedir. Ona göre “erkek adam” gücünü hem bedeni ile hem de kendini savunabilme becerisi ile göstermelidir. Daha doğrusu o, toplumun erkek cinsine yüklediği “güç” ve “cesaret” gibi streotipleri bedeninde cisimleştirmenin çabasını da vermektedir. Metin Bey, toplumsal algıda erkeklikle özdeş tutulan bedensel bir forma

fitness ve boks antrenmanlarıyla kavuştuğunu, bunun da kendisine bir saygınlık kazandırdığını izlenimlerinden hareketle aktarmaktadır.

2.3.8. Kişisel Saygınlığın İmkânı Olarak Dış Bedenin Temsili ve Takdimi

Bedenin fenomenolojik olarak ele alınması ve sosyolojisinin konusu olmaya başlaması dünya çapındaki bir dizi sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmelerle paralellik göstermektedir. Özellikle 1960'lardan itibaren başlayan toplumsal cinsiyet çalışmaları, yeni sosyal hareketlerin talepleri, bir dizi ölümcül hastalığın varlığı, estetik cerrahideki gelişmeler, DNA araştırmaları, tüketim kültürü eleştirileri gibi konular bedenin farklı bir göz ve anlayışla ele alınmasını zorunlu kılmıştı. Öyle ki, beden-ruh ikilemi farklı bir paradigmadan değerlendirilmeye başlanmıştı. Beden artık, Kartezyen felsefede kabul edildiği gibi ruhtan ayrı bir töz olarak alınamazdı. Onun varlığını daha görünür kılmaya dönül çeşitli felsefi söylemler kullanıldı. Bunlardan en önemlisi de fenomenolojik yaklaşımdır. Fenomenolojik yaklaşımlar ise, bedenle ruhu bir ve bütün olarak ele alan, daha doğrusu 'obje beden' ile 'suje beden' arasındaki etkileşimi konu edinen felsefi ve sosyolojik çalışmalara teorik bir çerçeve sağladı denilebilir. Bu çerçevede öne çıkan 'canlı beden' kavramı bedenin farklı boyutlarıyla ele alınmasını mümkün kıldı. Buna göre beden; insandan ayrı bir nesne, et parçası değil de insan olarak var olmanın tecessüm ettiği, benliğin bizzat kendisi olarak görülür. Bununla bağlantılı bedenleşme olgusu ise kişinin dış dünyayı içinde bulunduğu kültürel dünyanın kabulleriyle birlikte öz deneyimlemesidir (Kara, 2013: 15- 23). Fenomenolojide beden, zihnin üzerinde tasarrufta bulunduğu bir makine olarak görülmez. Beden, ruh birlikteliğinde bir algılama kapasitesi ile var olmanın temel dayanak noktası olarak görülür.

Yüz naklinin fenomenolojisi üzerine yaptığı çalışmada Kara, çeşitli kazalar sonucunda yüzünde ciddi dismorfik bozukluklar olan dört hastanın nakilden önce maruz kaldıkları dışlanma, kınama, alay edilme gibi sorunları nasıl yaşıtladıkları, bunun yüz nakli olmaya karar vermelerindeki rolü ve sonrasında yeni yüzleriyle yaşadıkları derin tecrübeleri fenomenolojik felsefenin önde gelen isimlerinden Merleau-Ponty'nin canlı (lived) ve mücessem (corporeal) beden kavramlarıyla ele almaktadır. Söz konusu çalışmanın konumuz açısından önemi, canlı beden ve mücessem beden kavramlarıdır. Mücessem beden tıbbın, anatominin ve fizyolojinin nesnesi iken, canlı beden "belirli etkiler altında kaldığında çeşitli şekillerde tepkiler" veren bedendir (Kara, 2013: 46-47).

Canlı beden toplumdan bireye, bireyden topluma doğru sürekli hareket halinde olan, gelen mesajları algılayan, onları yorumlayan ve buna göre tepkiler veren bedendir. Daha doğrusu bu beden Kara'nın ifadesiyle “algılanan şeyin bizzat içeriğine müdahale eden” bilinçli bir bedendir.

Yaşayan beden olarak da tanımlanan canlı beden fenomenolojik olarak bireyin dış dünyayı algılamasını ve onu deneyimlenmesini ifade eder. Merleau-Ponty bu bakımdan dünyada olmayı bedenle özdeş tutar. Yani beden olmaksızın duyumun ve algılamının mümkün olamayacağı kanaatindedir. Daha doğrusu insan, bir beden sahibi olarak dünyayla yönelimselliğini gerçekleştirebilir. Bu yorumdan hareketle bedenin hem toplumsal olandan etkilendiğini hem de ona bilinçli tepkiler verdiğini söyleyebiliriz (Nazlı, 2009: 62). Burada beden, toplum ile bireyin etkileşimleri ölçüsünde yaşayan bir canlı haline gelir. Çünkü beden toplumdan ayrı değerlendirilemeyeceği gibi ona varlığı gereği semantik müdahalede de bulunabilir (Okumuş, 2011: 47-48). Açıkçası beden maruz kalan, yönlendirilen, etki altına alınan olduğu gibi bunlara tepki veren benliğin bizzat kendisidir de. Beden gündelik hayatımızın algısal tecrübelerini oluşturarak insanı var kılar.

Bireyin benliği ile canlı bir beden olması ve onun üzerinden kendi kişisel saygınlığını oluşturmaları arasında günümüzde oldukça yakın bir bağlantı bulunmaktadır. Bu disiplin toplumu ile performans toplumu arasındaki farkın en görünür olduğu alanlardan biridir. Disiplin toplumu, denetimi yoğun negatif bir toplumdur. Modern topluma uygun öznelliklerin üretildiği bu toplumda yasa, yasaklar, normlar ve emirler belirleyici güçlerdir. İçinde bulunduğumuz performans toplumu ise olumlamanın ve tasdik edilmenin toplumdur. Disiplin toplumunun aksine pozitif karakterde olan performans toplumunun bireyi girişimci, atılgan ve özgüven sahibi bir kişiliktir. O her şeyi yapabileceğine inanan ve bu yönde önündeki bütün engelleri girişimci ruhuyla geride bırakan kişidir. Performans toplumunun kişisi, disiplin toplumunun kişisine göre daha özgür ve başına buyruktur. Böyle olmakla o, başkasının değil; kendisinin projesidir. Bu projenin üretimiye okul, hastane, kışla ya da fabrikada değil; fitness salonlarında, estetik kliniklerde, alışveriş merkezlerinde gerçekleşir. Üreticisi başkası değil, bizzat kendisidir. Bu üretim sürekli güncelleştiği için performans toplumu aslında bir yorgunluk toplumdur (Han, 2013: 17-22). Han'ın belirttiği gibi bu toplum, olumsuzlanmaya yer vermeyen like (beğeni) toplumdur (Han, 2018: 23). Haliyle kişi burada her ne kadar

kendisinin efendisi olsa da dış odaklı bir onaylanmaya ihtiyaç duyar. Yani o nihayetinde yine onay beklentili bir bağımlılık ilişkisi içindedir diyebiliriz.

Bireyin ruhu ve bedeniyle bir ve aynı olduğu canlı bedenin kendisini beğenme, özgüven ve kişisel saygınlık ölçüsünde kabul etmesi ve ettirmesi beden üzerinde tecessüm eden bir deneyimdir. Beden, ruhtan ya da zihinden ayrı olan veya bunların nesnesi konumunda bulunan bir parça değil de, bizzat bilinçli bir algılayandır. Çünkü beden kendisine yönelen bakışları alan, değerlendiren, yorumlayan ve ona göre benlik oluşturan yetilere sahiptir. Yani beden, bizzat benliğin kendisidir. Katılımcılardan bazılarının bu doğrultudaki beyanları kişisel saygınlığın beden inşası ile edilebileceğini açıklayıcı tarzdadır. Ergenlik çağından beri fitness salonlarına giden ve ek olarak boks eğitimi alan Barış Bey (24), bedeni üzerinden edindiği özgüveni ve saygınlığı şöyle ifade etmektedir: *“Çelimsiz ve zayıf biri olmanın doğrusu ezikliğini sürekli hissediyordum. Fitness salonlarına gidip iri kıyım biri olmayı bu nedenle istedim. Şu an amacıma ulaştım. Bedenimin bana kazandırdığı bu özgüvenden gayet memnunum. Şahsen bu bana bir saygınlık da kazandırıyor. Güçlü görünmeniz önemli bir şeydir. Çünkü insanlar güçlü olanları daha ciddiye alıyor.”* Toplumsal gözaltında kusur, eksiklik ve yetersizlikten yakınan canlı beden özgüveni ve saygınlığı sayesinde yeni bir toplumsallık edinmektedir. Arzu edilen saygınlık kazanılmamış olsaydı “beden bir başkasının bakışıyla nesnel”leşmiş olurdu. Oysa Barış Bey, toplumsal cinsiyet düzlemindeki beklentileri bedeninde yeniden üreterek hayranlık uyandıran, saygı duyulan biri olmaktadır. Bu sayede beden normalleşmekte, bir ihtişama kavuşmakta ve böylece nesne olmaktan kurtulmaktadır (Max van Manen’den akt. Kara, 2013: 41). Sonuç olarak Barış Bey, fitness vasıtasıyla belirli bir form kazandırdığı bedeni ile onaylandığını, kabul gördüğünü ve nihayetinde saygıdeğer biri olduğunu deneyimlemektedir.

Benzer örneği gündelik yaşamında edindiği tecrübelerden hareketle Meltem Hanım (23), şu ifadelerle aktarmaktadır:

“Hayatımda en çok tecrübe ettiğim şeylerden biri şudur: Bunu kadın olanlar daha iyi bilir aslında. Mesela çarşıda, pazarda, okulda, hastanede veya bir devlet dairesinde yardıma ihtiyaç duyduğunuzda güzel, bakımlı veya çekici bir kadınsanız daha fazla saygı ve ilgi görüyorsunuz. Size çok daha nazik ve kibar davranıyorlar. Hele ki erkekler daha fazla yardım etmek istiyor. Maalesef çirkin ve bakımsızsanız aynı ilgiyi görmüyorsunuz.”

Akabinde “Yaptığınız fiziksel aktivitelerin kişisel olarak saygınlığınıza bir katkısı oldu mu?” sorusuna ise *“Böyle bir şeyi daha tecrübe etmedim ama değişen beden ölçülerimin fiziksel olarak yürüyüş şeklime ciddi bir katkısı oldu. Eskiden omuzlarım daha düşük ve yürüyüşüm daha biçimsizken şimdi bedenim kendisini daha iyi gösteriyor.”* Meltem Hanım, beden görünümünün kişisel bir saygınlığın edinmesindeki rolüne vurgu yaparak bedeninin değişen biçiminden memnun görünmektedir. O, sosyal etkileşimlerde güzel bir bedene sahip olmayı saygın biri olmanın ve bu vesileyle itibar görmenin nedeni olarak kodlamaktadır.

Bir yıldır spora başlayan Yusuf Bey (19) ise iyi bir vücuda sahip olmanın kendisini hem daha saygı değer hem de daha özgüven sahibi kılacağını düşünmektedir. *“Çevremde dikkat ettiğim bir şey var. İri yarı olan insanlardan millet hem çekiniyor hem de çok saygı gösteriyor. Güçlü bir vücuda sahip olanlar bir de çok kendilerine daha çok güveniyorlar.”* “Sen de iyi bir vücuda sahip olabilersen saygı göreceğini düşünüyor musun?” diye sordüğümüzda verdiği cevap kişisel saygınlık ile kaslı bir vücuda sahip olma arasındaki ilişkiyi izah etmektedir. *“Evet, saygı göreceğimi düşünüyorum. İri ve kaslı bir vücudum olursa bana da saygı gösterirler. Bir de insan ne kadar sayılsa o kadar özgüven sahibi de olur.”*

Kısa sürede aldığı kilolarla edindiği hacmi kasa çevirmek için yoğun bir gayret gösteren Mustafa Bey (21) de güçlü bir görünümün insana saygınlık kazandırabileceğini kendi gözlemlerinden hareketle aktarmaktadır. *“Bizim toplumda güçlü olan insanlara değer veriliyor. Öyle adam kişiliksiz ve karetersizse güçlü olmasının tabiki bir anlamı yoktur. Ama ortalama bir kişiliğiniz yanında güçlü bir fiziğe sahip olmanız sizi saygıdeğer kılar. Ben bunu çok gördüğüm için söylüyorum. Dikkat edin adam uzun boylu ve güçlü bir fiziğe sahipse daha ciddiye alınıyor.”* Cümlesini “Bunun fitness yapmanızla bir alakası var mı?” sorusu ile tamamlamasını rica ettiğimizde verdiği şu cevap, saygınlığı kaslı, sıkı ve güçlü bir vücutla elde etmek istediğini dolaylı yünden vurgular niteliktedir: *“İnsanlar size bu yönünüzle de saygı gösteriyorsa bu da normal birşeydir.”* Mustafa Bey içinde bulunduğu toplumda güçlü bir fiziğe sahip olanların ortalama bir ahlaki kişiliğe sahip olmaları halinde daha fazla saygı göreceklerini düşünmektedir. Bu doğrultuda o, doğrudan dile getirmese de vücudunu saygıdeğer bir kişiliğe kavuşmak için inşa ettiğini söyleyebiliriz.

Doğrudan olmasa da ilk izlenimin insan saygınlığına ciddi bir katkı sunduğunu düşünen katılımcılarımızdan Erhan Bey (39), Müjgan Hanım (40) ve Senay Hanım (46) sırasıyla fikirlerini şöyle dile getirmektedirler:

Müjgan Hanım, *“Her insanın bilinçaltında beğenilmek, takdir edilmek ve ilgi görmek vardır. Bu yadsınamaz. Saygıdeğer biri olmak karşılıklı ilişkilerde daha sonraki aşamlarda ortaya çıkar. Ama yine de ilk izlenimin bunun için önemli olduğunu düşünüyorum.”*

Erhan Bey, *“Bir insan hakkında daha iyi bir fikre sahip olmak süreç isteyen bir şey olsa da ama iyi bir dış görünüş olumlu anlamda mutlaka iyi bir izlenim bırakır. Giyimine, kuşamına ve kendisine bakan biri aslında önce kendine sonra da başkalarına önem gösterdiğini söyleyebiliriz. Ama kişiliği tanımak ve bilmek için epey bir zaman gerektiren birşeydir.”*

Senay Hanım, *“İlk izlenim önemlidir. Tabi sonrası için söyleyemeyiz. Kişi iyi bir görünüme sahip olsa bile sonrasındaki hal ve hareketleri doğru değilse görünümün çok da bir anlamı yoktur. Ama dediğim gibi ilk izlenim önemli olabiliyor.”*

Düşüncelerini aktardığımız üç görüşmecinin ifade ettikleri insanların sosyal dünyayı organize etmekte kullandığı “şema”ların hem ne kadar önemli olduğunu hem de bunun “bilişsel cimrilik”ten kaynaklanan yanlış algılamalara neden olabileceğini göstermektedir. Sosyal biliş teorisine göre, insanlar sosyal dünyalarında yığınla var olan bilgileri çeşitli şekillerde organize ederek yapılandırır. Bunu yaparken zihinsel güçlerini ekonomik kullanır ve çok fazla efor sağlamazlar. Daha doğrusu insanlar organize bilgileri konusunda cimrilik yapar ve çeşitli kısa yolları kullanırlar. Ki bu eğilim, sosyal hayatı daha pratik bir şekilde deneyimlemenin yoludur. Örneğin görüşmecilerimizin birçoğu insanların giyimlerine, beden ölçülerine, saç bakımlarına, makyajlarına vb. bakarak onları ilk etapta saygıdeğer kişiler olarak görmektedirler. Bu düşüncelerin arkasında sosyal olarak yapılandırılan kimi şemalar bulunmaktadır. Burada şema “insanların dünyayı anlamlandırmak, başkalarının davranışlarını öngörebilmek ve kendi eylemleri üzerinde karar verebilmek için kullandığı intizamsızca organize olmuş bir” anlam perspektfidir. Burada da şık bir giyime, ölçülü bir bedene ve kişisel bakımına dikkat eden birinin ilk karşılaşmada saygınlık uyandırabileceğine dair kanıksanmış bir kabul söz konusudur. Algının bu içeriği ise insanların bilgi yığınlarını daha az çaba

sarfederek organize etmesinden kaynaklı olarak gerçekliğin yanlış algılamasına da neden olabilir. Bu bakımdan katılımcılarımızın bazıları ilk izlenimlere bir yerde daha ihtiyatlı yaklaştıkları gözlemlenmektedir. Onlar ilk karşılaşmada ortaya çıkan izlenimleri önemsiyor olsa da insanların “bilginin kusurlu işleyicileri” olduklarını ve bunun da bu kolaylıkla elde edilen “çıkarımsal kısayollar”dan kaynaklandığını bilmektedirler (Hewitt-Shulman,2019: 43-49). Haliyle Erkan Bey (39), Müjgan (40) ve Senay Hanım (46) için insanlara asıl değer kazandıran şey, duyu organlarına hitap dış görünüş değil, daha sağlam bir çıkarsama yapabilmenin ön koşulu olan belirli bir zaman aralığında kişi ile geçirilen zamandan sonra edinilen izlenimlerdir. Hiç şüphesiz böyle bir tasavvura sahip olmalarında hayat tecrübelerinin ve sosyal yaşanmışlıklarının daha fazla ve yoğun olmasının payı büyüktür. Çünkü bu üç görüşmecimizin de saygıdeğer bir insanın kim olduğuna, ne tür bir şahsiyete sahip olduğuna ve nasıl bir karakterde olması gerektiğine dair bir bilgiye ve sezgiye sahip olduklarını söyleyebiliriz.

“İyi bir vücuda sahip olmanın gündelik hayatta bir avantajı ya da olmamanın bir dezavantajı var mı?” sorularına verdiği cevapla Sevda Hanım (48), iyi bir görünümü kişinin kendisine olan saygısıyla ilişkilendirmektedir. *“İyi bir vücuda sahip olmak insanın bilinçli olduğunu gösterir. Bunu korumak için bir şey yapıyor olmanız güzel birşeydir. Duyarlısınız, kendinizi seviyor ve sayıyorsunuzdur. Bir anlamda model de oluyorsunuz. Size ciddi bir özgüven katan birşeydir.”* Sevda Hanım iyi bir vücuda sahip olmayı, iyi ve fit görünmeyi öncelikle kişinin kendisinde sonrasında ise bir model olarak başkalarında saygınlık uyandırmanın bir yolu olarak değerlendirmektedir.

“İyi bir vücuda sahip olmak insana bir saygınlık kazandırır mı? sorusuna Burak Bey (25) ise okuduklarından hareketle şöyle bir karşılık vermektedir:

“Tabi, muhakkak kazandırır. Bir yerde karizmatik liderlerin özellikleri üzerine bir şey okumuştum. Toplum içinde beden ölçülerinizin, giyim şeklinizin, duruşunuzun önemi büyüktür. Örneğin giyinmeyi bilmeyen, göbekli, kendisine bakmayan insanı kimse çok umursamaz. Bir de fiziği iyi, giyinmeyi bilen, nasıl konuşması gerektiğini, oturmasını ve kalkmasını bilen insanı herkes ciddiye alır. Tabi bunlar aynı oranda olması önemlidir. Birçok lider de bu özellikleri görebilirsiniz. Böyle insanlar vazgeçilmezdir. Yani fizisel görüntünüz insanların algısını çok belirliyor. Böyle biri dikkatleri üstüne çeker. Şöyle

başkası konuştuğunda belki o kadar olmaz ama bu kişi konuştuğunda ilgi çekecek şekilde dinlenilir.”

Burak Bey, tek başına olmasa da fiziksel görünümünün saygınlık uyandırma, başkalarını etkileme ve dikkate değer biri olma noktasında önemli olduğu kanısındadır. O, okumalarından hareketle karizmatik liderlerin birçoğunun aynı zamanda fiziksel görünümüne dikkat eden kimseler olduğunu ileri sürmesiyle düşüncelerini kanıtlamaktadır. Dolayısıyla Burak Bey’in, saygın biri olma ile fiziksel görünüm arasında doğrudan bir bağlantı kurduğunu söyleyebiliriz.

Katılımcılarımızdan birçoğunun fit ve sportif bir vücudu da içine alan dış görünüşün kişisel saygınlığı artırdığına dair fikirleri bazı araştırmalar tarafından da desteklenmektedir. Süleyman Demirel Üniversitesi’nin her bir fakültesinde tabakalı örneklem modeliyle seçilen toplam üç yüz on bir öğrencinin “öğretim üyelerinin dış görünüşleri” ile “derse ve öğretim üyesine karşı yargıları” hakkında bir ilişki olup olmadığı üzere doldurdıkları anketlerden elde edilen bulgular, katılımcıların ilk izlenimi bir saygınlık ölçütü olarak görmeleriyle paralellik arz etmektedir. Araştırmanın sonuçlarını değerlendiren Keklik, birinci sınıf öğrencilerin “öğretim üyesinin kişisel bakımına daha çok dikkat ettiklerini”, oysa dördüncü sınıf öğrencilerin başka psikolojik boyutların değerlendirmeye dâhil olmasıyla dış görünüşü çok önemsemediklerini gözlemlemektedir. Böyle bir fark ortaya çıkmış olsa da toplamda ortaya çıkan veriler dikkat çekici, alımlı bir dış görünüşün kişisel saygınlığı uyandırdığı düşüncesini kanıtlamaktadır. Fakülteler arasında kimi zaman değerlendirme farkları olsa da genel anlamda öğrencilerin hocaların kişisel bakımlarına dikkat etmelerinin, daha şık ve göze hoş gelir bir görüntüyle sınıfa gelmelerinin ders konsantrasyonlarını yoğunlaştırdığı, motive oldukları ve böylece hocaların daha saygınlık kazanacakları üzere fikirlerini beyan etmektedirler. İlk izlenimin saygınlık açısından önemini teslim eden araştırma aslında hayatın birçok alanında gözlemlediğimiz şu gerçeği de ortaya koymaktadır: Bir sözsüz iletişim aracı olan dış görünüşün ifadeleri olan giyim tarzının, takı ve süs eşyalarının, saç şekli ve bedensel yapının kısa bir zaman aralığında uyandırdığı ilk izlenimin günlük hayatımız, sosyal ilişkilerimiz ve iş hayatımızda çok önemli bir yeri vardır. Etkili ve dikkat çekici bir görünüm, kısa bir zaman aralığında nasıl güçlü ve etkili bir etki bırakabiliyorsa aksi bir durumun da ters yönde bir etki bırakabileceği görülebilir. Örneğin gelişi güzel bir giyim, sararmış dişler, düzgün kombin edilmemiş elbiseler,

dağınık saç ve kıyafetler gibi “olumsuz izlenim” ve “olumsuz algı oluşturan unsurlar” “imaj kırıcılar”, kişisel saygınlığı zedeleme riski taşıyabilmektedir (Keklik, 2012: 130-139). Bunun aksine kilo, boy dengesinde belirli bir orantıya göre inşa edilmiş bir bedeni görünür kılan şık bir kıyafet, onları tamamlayan takı ve saç tasarımı, kişisel bakıma gösterilen özen olumlu bir izlenimin vasıtası olabilir. Böylesi bir imaja sahip biri karşı tarafta işinde titiz ve doğru, güven veren, saygıya layık bir kişi olduğu hissini uyandırabilir.

2.3.9. Yaşlılık ve Ölüm Fobisi Olarak “Genç Beden”in Temsili ve Takdimi

Hayat akışının çok değişkenlik göstermediği, kapalı bir evrende sürdürüldüğü, zamanın devresel olarak tecrübe edildiği, iş bölümünden ziyade imece usulünün baskın geldiği toplumlarda tecrübe sahibi olmak önemli bir meziyetti. Söz konusu nitelikleri taşıyan toplumlarda, akıl danışılacak, deneyimlerinden faydalanılacak kişilerin başında - kelime anlamı da yetişkin, seçkin ve irade sahibi olma gibi nitelikleri karşılayan- ihtiyarlar gelmekteydi. Çünkü ihtiyarlık, hayatı iyisiyle kötüsüyle deneyimlemiş olmanın verdiği bir bilgelik evresi olarak görülürdü. Bu sebeple ihtiyarlar, toplumsal sorunların çözümü noktasında başvurulması gereken istişare kurullarının en temel üyeleri idi. Hatta saç baş ağarmış olmak, meşveret meclislerinde yer alabilmenin sembolik bir karşılığıydı. İşte bu nitelik, zayıflığın değil aksine sözüne itibar edilecek kişinin gün görmüş, görüp geçirmiş, tecrübe sahibi biri olduğunu gösterirdi. Yani ihtiyarlar, bu yönleriyle deneyimlerinden faydalanılması gereken kişilerdi.

Geleneksel toplumlarda hal böyle iken modern toplumlar gelenekten tevarüs eden deneyimlerin tecrit edildiği toplumlardır. Çünkü sürekli değişen ve dönüşen bir toplumda deneyimin artık bir önemi söz konusu değildir. Burada deneyim, akışkan dünyanın taleplerine karşılık veremeyen, yenilik ve değişimin önünde bir engel olarak görülür. Geleceğin mükemmel toplumu için ilerlemeyi, yeniliği, değişimi esas almış bir toplum tasavvuru içerisinde geçmiş ve onun bilgisinin kıymeti harbiyesi yoktur. Yani modern toplumlar için hakikat, Hobbes’un da vurguladığı gibi şimdinin çocuğudur. Nihayetinde modern toplum, yaşın deneyimine değil, gencin üretken ve yaratıcı fikirlerine önem verir. Böylece ihtiyarlık uyumsuzluğuyla, çağ dışılığıyla, üretken olmayışıyla modern dünyanın dışına doğru itilir. Hal böyle olunca ihtiyarlar sadece düşünceleriyle değil, fiziksel görünüşleriyle de dışlanmış olurlar. Bu ise, modern toplumun ihtiyarlığı nasıl gördüğü,

algıladığıyla yakından ilgilidir. Daha doğrusu bunu anlamak, kültürel hayatın yaş evrelerini nasıl ve ne şekilde tasnif ettiğiyle anlaşılabilir.

Mihail Bakhtin'e göre sınırlar kültürel hayatın en bereketli topraklarıdır. Aynı minvalde Tobin Siebers, bugün çokça kullandığımız kategori kavramının Yunanca "kategorema" sözcüğünden türediğini, kavramdan kastın ise bir 'suçlama mantığı' ile düşünmeye karşılık geldiğini söyler (Gretchen, 2018: 74). Genç ve yaşlı gibi yaş kategorilerinin sınır hatları nelerdir? Bir yaş evresi nerede başlar, nerede biter? Post yapısalcı perspektiften bakıldığında söz diziminin hiyerarşisi nasıl oluşturulmaktadır? Birini diğerine baskın kılan ekonomik, kültürel, siyasal süreçler nelerdir? Daha da uzatılabilir bu gibi sorularla yaş kategorilerinin nasıl bir egemenlik ilişkisi ürettiği sorgulanabilir. Sorgulama ise beden sosyolojisinde formda kalmanın ve gençliğin baskın bir yaş evresi olarak kodlanmasının kültürel mantığını izlemeyi gerekli kılar.

Modern dönem ve devamına istinaden geç modern veya postmodern dönemin ana kaygılarından biri ölüm düşüncesidir. İster geleneksel toplumun korkusu ile ister modern dönemin kaygısı ile açıklansın ölüm, kültürün varlık sebebi olarak görülür. Kültür, ölümlü olduğunu bilmenin ve onu unutturmaya çalışmanın sonucudur (Bauman, 2012: 51-53). Kültür, hayatta kalma isteğimizi akamete uğratacak beden gibi bir düşmanla ikili bir mücadeleye girerek ölümsüzlüğe bir dünya yaratmaya çalışır. Bunu da ya Orta Çağ Hristiyan düşüncesinde olduğu gibi bedeni yok ederek veya günümüzde olduğu gibi bir takıntı nesnesi haline getirmek suretiyle gerçekleştirir. Örneğin, kozmetik ürünlerin bu kadar çeşitlenmesi ve bireyselleştirilmesi; estetik ameliyatların daha fazla yapılması, fitness salonlarına talebin artması, önleyici tedavilere daha sık başvurulması kültürün ölümü unutturma çabalarının başında gelmektedir. Ölümü bedende yadsımaksa diyetle, egzersizlerle, sportif faaliyetlerle motive edilir. Gençleşme ve formda kalma uzun yaşamın ve daha iyi bir tüketici olmanın gereği üzerinden ölüm duygusuna baskın getirilir. Haliyle bu durum, yaşlıları çağdaş yaşama adaptasyonlarında çeşitli ironilerin ve tuhaflıkların ortaya çıkardığı bir tüketim kültürünün içine atmaktadır. Burada gençlik, güzellik ve incelik gibi bir baskı unsuruna dönüşmektedir. Baskının şiddeti kendisini toplumsal karşılaşmaların ilk sohbet konusunu zayıflık, incelik, gençlik gibi fiziksel görünüme dair belirtilerin oluşturmasında açığa çıkmaktadır. Herkes birbirinin sadece kilosu, inceliği ve sağlığıyla değil, genç bir görünüme sahip olup olmadığıyla da gözüktü.

almaktadır. Bu durum ise kendimizi her geçen gün daha fazla gözden geçirmeye ve biyolojik yaşamızı kronolojik zamanın tersine göre biçimlendirmeye zorlamaktadır.

Modern toplumun mekânı düzenleme çabasını da -ölümü gözden uzak tutma maksadıyla- mükemmellik ve kusursuzlukla ilişkilendirmek mümkündür. Geleneksel toplumlarda şehir surlarının hemen yanı başlarına kurulan mezarlıkların varlığı, öte hayatı yaşamın bir devamı olarak görmekle ilgiliydi. Geleneksel toplumlar ölümden sonra kendilerini bekleyen ebedi bir hayatın varlığını yaşamın döngüsü içerisinde bir şekilde tecrübe etmekteydiler. Tıpkı mevsim döngüsü gibi ölümden sonra doğum da tekrar edilecekti. Ebedi hayat, yeniden dirilmeyle yaşamın varlığına bir süreklilik katmaktaydı. Buradan hareketle birçok sosyal bilimci, geleneksel toplumların ölüm ile yaşam arasında bir bağ kurduğunu, oysa modern toplumların bu bağı koparmaya çalıştığını belirtmektedirler (Sağiroğlu, 2017: 16). Modern toplumlar için ölüm artık kaygı verici, huzursuz bir tecrübe olarak görüldüğünden mümkünse ondan uzak kalınır. Çünkü kendisini bir proje nesnesine çeviren modern insan için ölüm bir kusur, acizyet, hata olarak görülür. Dolayısıyla yaşlılık ölümle ilgili bir kaygının anaforuna daha bir sokulur. Gençliğinsö ölümsüzlük iksiri olarak propagandası yapılır. Burada gençlik ve güzellik kaygı verici olan bedeni paranteze alarak hem ölümün hem zamanın karşısında durmaktadır. Bu bakımdan günümüz güzellik endüstrisi, gençliği ve güzelliği kusursuzluk ve mükemmellikle eş tutarak Bauman'ın belirttiği gibi tarihin sonunu getirmektedir (Sağiroğlu, 2017: 298). Çünkü tarih ancak çelişkilerin bittiği, sorunların mutlak suretle çözüldüğü yerde biter. Kusursuzluk ve mükemmellik modern dünyanın eşsiz bir hülyasıdır. Bedeni gençlik ve güzellik hayalleriyle baştan çıkartma gayesi, bu ütopyanın varlığını diri tutar.

Güzelliği ve genç görünme isteminin altındaki biyolojik evrimi masumiyet ve doğallıkla açıklayan sosyobiolog Dennis Morris, genç görünmenin kadınlar açısından sahiplenilmeye dair çocuksu bir talep yarattığını savunur (Morris, 2006: 37). Benzer doğrultuda araştırma yapan Eşel ve Polat, yüzde beliren güzelliğin beri taraftan sağlıklı olunduğuna dair bir izlenim uyandırdığını belirtir. Erkekler de ise cezbedici bir yüzün cinsel gücün, sağlıklı hormonların, yüksek testosteron seviyesinin, uzun bir yaşamın ve sağlıklı bir neslin teminatı olarak görüldüğünü ifade eder (Eşel-Polat 2017: 369-372). Bu vurgular, gençlik ve onda açığa çıkan güzelliğin insanın bazı doğal taleplerinin evrensel karşılığı olduğunu gösterir. Böyle olsa da güzellik, sağlık, gençlik gibi her geçen daha bir

değer kazanan bu niteliklerin bedenlerimizle kurduğumuz ilişkideki yeri sosyolojik olarak önem kazanmaktadır.

Genç görünmeye dair en önemli gelişmelerden biri iki büyük dünya savaşında yaralanan askerlerin vücutlarının çeşitli bölgelerinde meydana gelen dismorfik bozuklukları onarmaya dönük tıbbın önemli bir alt dalı olan estetik cerrahideki gelişmelerdir. Yükselen taleplerle her geçen gün daha bir etkin olan estetik cerrahi bireyin kendisini daha iyi hissetmesine çeşitli olanaklar sağlar. Burun eğriliğinden sarkmış göğüslere, inmiş kaşlardan artan selülitlere kadar vücudun her yerini kusurlarla parselleyen güzelleştirici tedavinin yoğunlaştığı en önemli noktalardan biri toplumsal kimliğimizin en görünür tarafı olan yüzdür. Yüz sonuçta bir insanın yaş, cinsiyet, etnik kimlik ve hatta sosyo-ekonomik gibi kimliğinin en önemli bileşenlerini görünür kılan bir tanıtıcıdır. Bu yönüyle yüz, bireyin kimlik kartı gibi bir işlev görür. Haliyle yüz nasıl ve ne şekilde görünmek, algılanmak istediğimizi de belirleyen bir bölgedir. Dolayısıyla kendimizi başkalarının gözlerinden okuma becerimiz yüzümüzün ehemmiyetini daha bir ön plana çıkarır. Bu ise, yaşlılığa dair ilk belirtilerin görünüre çıktığı yüze yapılan yatırımları açıklar. Örneğin bugün satışı en çok yapılan ürünlerin başında yaşlanma karşıtı anti age kremler gelmektedir. Beden endüstrisinin yaşlılığı korkunç bir yaş evresi olarak göstermesi sadece kozmetik ürünlerin satışını değil, sağlık kuruluşlarının, spor salonlarının, güzellik merkezlerinin sayısını da artırmaktadır. Bu yönleriyle çağımız anti age yani yaşlanma karşıtı bir çağdır.

Beri taraftan gençliğe verilen ehemmiyet, bağlanmayı ifade eden her şeyden uzak durulması gerektiğini vaaz eden tüketim toplumunun gereği ile örtüşür. Uzun süreli ve kalıcı ilişkiler, duygusal bağlanmalar, ideal değerlere bağlılık postmodern kapitalist dünyanın çok da tahammül edeceği ilişki biçimleri değildir. Çünkü ruhsal doygunluğu ifade eden yakın, samimi, içten, birebir ilişkiler tüketim dünyasının gelip geçici kaygan zemini için kabul edilemezdir. Dolayısıyla arzu edilen ve propagandası yapılan şeyler, tüketime elverişli her türlü geçiciliğin kabul edilmesidir. Geçicilik ise sadece dış görüntünün değil ruhun da genç olmasını gerekli kılar. Genç bir bedende genç bir ruh, tüketim toplumunun vazgeçilmez değerine dönüşür. Burada yaşlılık tüketim döngüsünü sekteye uğratacak tehlikeli bir yaş evresi olarak görülür. Denilebilir ki gençlik, tüketim toplumun en vazgeçilmez propaganda araçlarından biridir. Yani gençlik ne kadar değişim, yenilik ve yenilenmeyle özdeş tutulursa tüketim kültürü yaşama o kadar dâhil

edilmiş olur. Nihayetinde bu sonuç, sermayesi beden olan bir endüstrinin varlığını gerekli kılar.

Günümüz toplumunda ruh ve beden ilişkisinin tersine döndüğü yani ruhun beden tarafından sarmalandığı gerçeği söz konusu sürecin en belirgin çıktılarından biridir (Baudrillard, 2004: 151). Ruhu çevreleyen, onu egemenliği altına alan bu beden nasıl bir bedendir? Yaşlı bir beden değildir, tüketime elverişli olmayan bir beden hiç değildir. O Bauman'ın dediği gibi sürekli gerilimlerle yaşayan, gerilimlerini yeni gerilimlerle besleyen bir bedendir. Arayışta olan, tatmini zor ve enerji kaynağı huzursuzluk olan bir bedendir. Bu, kendisine sürekli yatırım yapan, bedenini fırça darbeleriyle hep yeniden tasarlayan huzursuz, tatminsiz bir ressam gibidir (Köse, 2011: 170-171). Niyet bellidir: sağlıklı ve genç yaşam adı altında tüketime sevk etmek. Yani bedeni tüketim adına zindelle seferber etmektedir (Bauman'dan akt. Dağdaş-Erol: 2009: 186). Formda tutmanın, tüketim adına koşullandırılmanın ise bir sonu yok gibi görünür (Bauman, 2011: 82). Çünkü formda kalıp görünürde olma kendini sürekli bir şekilde yadsımayla mümkündür. Daha doğrusu hayal kırıklıklarına eşlik eden ürünler, birbirini besleyerek bedeni tüketmektedirler (Debord, 2016: 186). Bedenin tüketime teşne kılınması ancak böyle bir ayartmayla mümkündür. Nihayetinde bu, enerjik bir bedeni gerekli kılar. Bunun için de gençlik bir form meselesi olarak kodlanır. Böylece genç ve zinde beden söylemi, tüketim ideolojisinin manipülatif aracı olarak hergeçen gün hayatımıza daha bir dâhil olur. Hele ki, güzellik ve gençliğin sağlığa eklenen bir form olması zinde beden söylemini daha güçlü bir ideolojik aygıt durumuna getirir.

Sağlık, içinde bulunduğumuz çağda hiç olmadığı kadar güzelliğe, zayıflığa ve onların hepsini kapsayacak formda kalmayı ifade eden gençliğe endekslenir. Biyolojik yaş, zamana bağlı olarak beliren bir değer olsa da formda kalma, zamanı durdurmanın aracı olarak görülür. Formda kalma, yani bedeni formda tutma biyolojiye ve zamana direnmenin mevzisidir. Form, bir direniş üssüdür. Beden denilen nesnenin, kutsanan gençlik formuyla biçimlendirilmesidir. Aristoteles felsefesinde karşımıza çıkan form ve madde ikileminde canlılık arz eden herşeyin ait olduğu forma doğru, diyalektik bir süreç içerisinde kendini gerçekleştireceği düşüncesi söz konusuydu. Hakikat ise bunun temaşa edilmesiyle elde ediliyordu. Tüketim toplumunun teleolojisi ise sürekli güncellenen estetik formlara göre biçim kazanır. Bu duruma göre, madde yani beden kapitalist

tüketimin kozmik evreninde gençlik denilen forma doğru biçimlendirilmesi ve kutsanması gereken bir nesnedir.

Bu amaç doğrultusunda gençlik, ergenlik ile yaşlılık arasında sabitlemesi gereken bir evre olarak tasarlanır. Çocuklara bir an önce genç olmaları, yaşlılık belirtisi baş gösterenlere de buna direnmeleri gerektiği empoze edilir. Bunun sonucu kendini estetik ürün piyasasında hemen gösterir. Çocuklarda gençliğe, yetişkinlerde yaşlılığı geciktirmeye dönük baskı, milyar dolarlık harcamaların nedenidir (Vigarello, 2013: 251-252). Yaşlılığın kronolojik değil, algılanan bir yaşam evresi olarak değerlendirilmesiyle gençlik kişisel bir çabaya indirgenir. Biyolojik yaşı bir önemi yoktur. Aslolan kendinizi olduğunuzdan daha genç göstermek için ne yaptığınızdır. Böylece gençlik, fiziksel görünüme dair bir başarı hikâyesinin en temel çıktısı haline gelir. Yaşından daha genç görünmeyi başaranlar takdir edilir, sihirli formülleri de tüketicilere sunulur (Cirhinlioğlu-Cirhinlioğlu, 2011: 399). Bir reklam değeri olan gençlik, çocukların beden algısını da olumsuz yönde etkilemektedir. Bu ise onların hem tüketim alışkanlıklarına hem de ahlaki gelişimlerine yansır. Örneğin çocukların yetişkinliğe özendirilmesi sadece kozmetik ürünlere olan rağbeti tetiklemez; ayrıca uyuşturucu bağımlılığına ve cinsel serbestliğe de neden olur (Meyrowitz'den akt. Şentürk, 2017: 258). Görünen o ki gençlik kâr getirici bir form olarak sürekli işletilmektedir.

Dış görünüşü yücelten bir toplumda formdan uzaklaşmayı ifade eden yaşlılık gözden düşürülmekte, dışlanmakta ve alay konusu olmaktadır. Zindelikse değer görmekte, imrenilmekte ve teşvik edilmektedir. Herkes birbirini bu konuda methetmekte, daha genç ve zinde görünme noktasında teşvik etmektedir. Genç ve zinde bir beden uzun süreli ve konforlu bir yaşam, cinsel bir tatmin, çekici bir görünüşün garantisi olarak sunulmaktadır (Watson, 2006: 50). Bireyin bedeni ile arasına giren bu tip mesajların oranıyla “insan bedeni bu kadar büyük bir altüst oluşu ilk kez bu kadar kısa sürede” yaşamak durumunda kalmaktadır (Ory, 2013: 128). Sürekli bir mesaj bombardımana tutulan beden kendisini kaygılı ve huzursuz hissetmektedir. Emirler daima bir eksiklikle birlikte dayatılmaktadır. Süreç, bütün reklam filmlerindeki gibi işler. Yani psikanalizin verilerini tüketicinin algılarını yönlendirmede ustalıkla kullanan reklamcılık sektörü, bireyin ilkel düşünme yetisindeki korku ve endişeleri kullanarak bu süreci işletir. Psikenin korkularını ne kadar artırabilirse ticari başarı o kadar sağlanmış olur (Yıldırım, 2013: 72-74). Deterjan reklamındaki gibi korkutucu olan bir mikropla yaşlılığı geciktirici bir krem

reklamındaki yaşıllık arasında hiçbir fark yoktur. İkisi de önce korkutur sonra cesaretlendirir. Önce endişelendirir, sonra rahatlatır. Birincisinde ürünle temizlik, ikincisinde kremle gençlik özdeş tutulur. Burada amaçlanansa Bauman'ın da vurguladığı gibi kesinlikte sağlık değildir; formu görünür kılmaktır.

Hiper modern birey, ürün yelpazesinin bu kadar genişlediği bir zamanda kendini bir tasarı nesnesi olarak görmekte ve onun üzerinde çalışmaktadır. Mükemmel ve kusursuz bir görünüm, gençliğe özgü bir canlılığa endekslenir. İyi bir cilt yaşam sevincinin, fit bir beden stressiz bir yaşamın eş değeri kılınır (Vigarello, 2013: 265). Karşı karşıya getirilen nitelikler gençlik lehine, yaşıllığı dışlamaktadır. Pürüzsüzlük ile kırışıklık, sıklık ile buruşukluk, diklik ile eğrilik, canlılık ile sönüklük, incelik ile şişmanlık v.b. ikileminde birinciler sportif ve genç bir görünümün, ikinciler ise ölümü çağrıştıran yaşıllığın alemeti olarak piyasaya sunulur. Böylece sportif bir görünüme sahip olmak sadece bedende değil, yaşamın her alanında belirleyici bir göstergeye dönüşür. Mobilyalardan otomobillere, mutfak eşyalarından giyime kadar her türlü tüketim nesnesi de sportiflikle değer kazanır. Nihayetinde gençlikle, formda olmakla eşitlenen sportiflik vurgusu gösteri toplumumuzun en değerli niteliklerinden biri olur.

Katılımcılarla yaptığımız görüşmelerde sportif faaliyetlerini sürdürmelerinde, beslenme alışkanlıklarını düzenlemelerinde, çeşitli alternatif tıp ürünlerini ya da piyasada öne çıkan güzellik ürünlerini kullanmalarında ve nihayetinde yaşamsal aktivitelerini hayata geçirmelerinde en önemli faktörlerin başında formda kalarak genç bir görünüme kavuşma isteği gelmektedir. Örneğin yaklaşık beş aydır düzenli ve sıkı spor yapan Mahmut Bey (54), sadece spor yapmakla kalmadığını, beslenme alışkanlıklarını bir program çerçevesinde düzenlediğini, sigara gibi bağımlılık yaratan maddeleri bıraktığını şöyle dile getirmektedir:

“Tahmini olarak beşinci ayın içerisindeyim. Havalar düzelince salona pek gelmeyi düşünmüyorum. Geçen sene yaz aylarında evimizin yakınında bulunan bir parkta düzenli olarak yürüyordum. Havalar soğuyunca bu tür salonlara gelmekten başka çaremiz kalmıyor. Sorunuza gelince ne tür bir endişeniz var, neden spor yapıyoruz gibi... Yaşım elli dört. Hemen hemen yaşlanma bandına giriyoruz. Organlarımız artık eskisi gibi iyi çalışmıyor. Bu da beni endişelendiriyor. Doğrusu şu an itibarıyla ciddi bir sağlık problemim yok denilebilir. Sadece şu anki halimi koruyabilirsem iyi olur diye

düşünüyorum. (Tebessüm ederek) Aslında yaşıma çok göstermiyorum. Çok kişi beni daha genç sanıyor. Aslında bu da benim için keyif verici bir şey. Spora ek olarak rejim de yapıyorum. Ayrıca üç yıldır sigara bile içmiyorum. Hatta işten eve giderken hava güzelse kesinlikle yürüyerek gidiyorum. Biliyorsunuz hareket her daim şart. Böyle devam edersem hem daha sağlıklı olurum hem de formumu daha iyi korumuş olurum.”

Mahmut Bey gençliğin özendirildiği bir çağın insanıdır. Birçok akranı gibi o da olduğundan daha genç görünmeye gayret göstermektedir. Bu kapsamda o, fiziksel aktivitelerini düzenli yapmakta, yediğine içtiğine dikkat etmekte, yaşlanmayı hızlandıracağı endişesiyle sigarayı bırakmakta ve mümkün mertebe her yere yürüyerek gitmektedir. Böylece Mahmut Bey, birçok kişinin kendisini yaşından daha genç gördüğüne dair algısını bedenini inşa ederek daha bir pekiştirmeye çalışmaktadır. Mahmut Bey sağlığı genç görünmeye endeksleyen “formda kalma” söylemini beden algısına kılavuz kılmakta ve o doğrultuda sadece bedenın dış yüzeyini değil, işlevini yitirmeye yüz tutmuş iç organlarını da bedensel aktivitelerle onarıp yenilemeye çalışmaktadır. Bedenini perhizlerle, tiryakisi olduğu sigarayı bırakmakla, dinsel bir ritüeli çağrıştıran egzersizlerle, sürekli hareket halinde olmakla denetleyen, kontrol eden, düzenleyen Mahmut Bey, bakımlı ve güzel görünmenin ancak genç bir görünümle mümkün olacağına kanaat getirmektedir. Aksi bir görünüme dair belirtileri yaşlılıkla bir ve aynı anlama ge(tiri)len hastalık, yıpranma, çöküş, bağımlılık ile ilintilendirildiğini veri olarak endişelerini daha iyi anlayabiliriz. Çünkü o, zımnın de olsa yaşlılığı söz konusu emarelerle ilişkilendirmektedir. Böylesi bir durumun yarattığı hissiyat, bedenini daha fazla gözden geçirmesine neden olmaktadır. Daha doğrusu, yaşlanma kaygısı genç bir yaşı temsil eden bir görünümü ortaya çıkarmasını koşullandırmaktadır. Bu ise akıntıya karşı kürek çekmek gibi birşeydir. Nihayetinde bu çaba, eninde sonunda galip gelecek bir yaş aralığının zaferini geciktirmeye dönük bir mücadeledir.

Benzer doğrultuda Zeynep Hanım (48): “Bir kadın için yaşlı sayılmasam da genç olduğum da söylenemez. Spor yaparak sağlığımı koruyorum. Eskiye nazaran merdivenleri daha rahat çıkıyorum. Ev işlerini daha kolaylıkla yapıyorum. Bence en önemlisi spor yaparak kendimi daha iyi hissediyorum.” “Sizce spor yapmak, beslenme rejimleri uygulamak ya da ciltle ilgili çeşitli ürünleri kullanmak genç bir görünüme kavuşma isteğini ne derece motive ediyor?” sorusuna devamla “Doğru, söylediğiniz şeyler insanları genç tutan faktörlerin başında geliyor. Bu tür salonlara gelenlerin

birçoğu gençse ve spor yapmaya devam ediyorsa formlarını korumak için çaba sarf ediyor. Ben yaşlarında olanlar ve daha kilolu olanlar da daha çok sağlığını düşünerek spor yapmaktadırlar. Sorunuzla ilişkili olduğu için şunu söyleyebilirim: Sağlıklı olduğunuzda zaten genç bir bedene kavuşmuş oluyorsunuz.” şeklinde cevap vermektedir.

Zeynep Hanım doğrudan genç görünmeye dair bir çaba içerisinde olduğunu söylemiyorsa da nihayetinde “sağlık” ile “gençlik” arasında kurduğu semiyotik ilişki ve aksatmadan yerine getirdiği sportif aktiviteler, harfiyen uyduğu diyetler, düzenli doktor kontrolleri genç görünmeye gayret ettiğini göstermektedir. Mahmut Bey’den farklı olarak düşüncelerini daha dolaylı yünden ile getiren Zeynep Hanım, sağlıklı olmak için gösterdiği çabanın bir şekilde kendisini daha genç göstereceğinden emindir. Hakeza, gösterdiği gayret dolaylı yünden bu isteğini kanıtlamaktadır.

Fitness salonlarına iki yıldır sonbahar ve kış dönemlerinde gelen Hasan Bey (35) de yaşlılığı endişe verici bir yaş evresi olarak tanımlamakta ve bu endişesinden kurtulmak için fitnessa başladığını, tüketim alışkanlıklarını değiştirdiğini şöyle dile getirmektedir:

“İnsanın bazı yaş dönemleri var. Çok ilginç bir şekilde insan kendini yaşılanıyormuş gibi hissediyor. Bu da kimi zaman insanda bir karamsarlığa yol açmıyor değil. Sanırsam otuz yaşına girdiğimde bu duyguları hissetmiştim. Aynadan kendime bakıyordum. Vücudumun bazı kısımlarının sarktığını, göbeğimin daha şiştiğini veya halı sahada top oynarken çabuk yorulduğumu görüyordum. Göreve ilk başladığım zamanlarda okulumuzun yaşça daha ileri olan öğretmenlerinin artık çocukların arkasından koşmak zor geliyor cümleleri aklıma geliyordu. Tabii o zamanlar yirmi üç yaşındaydım. Bu durumu çok iyi anlamıyordum. Şimdi durum benim için değişmiş gibi görünüyordu. Ben de doğrusu böylesi endişelerle spora gelmeye başladım. Sadece spora gelmekle kalmıyor, eskiye nazaran daha az yemek yiyorum. Mesela yakın zamanda şeker tüketmeyi tamamıyla bıraktım, ekmeği ise daha az tüketmeye başladım. Kimse yaşlanmak istemez tabii. Herkes en azından ileriki yıllarında daha iyi bir vücuda sahip olmak da ister sağlıklı olmak da.”

Hasan Bey, uluslararası sağlık örgütlerince belirlenen orta yaş grubunda olmasına rağmen hareket kabiliyetinde her geçen gün artan düşüş, Hasan Bey’in beden algısını olumsuz etkileyerek yaşlanma korkusunu tetiklemektedir. Hasan Bey ayna karşısında gözlemlediği bedeninde baş gösteren kırışıklıkları, sarkmaları ve buna ek olarak oturma,

kalkma, koşma, yürüme gibi gün içerisinde sıkça yapılan fiziksel hareketleri eskisi gibi yapamıyor oluşunu yaşlanmanın alemetifarikası olarak değerlendirmektedir. O, bir bakıma yaşlılığa dair endişeye cildinde meydana gelen pürüzler, vücudunda beliren sarkıklar, pozitif enerjisinin düşüklüğü ile kapılmaktadır. Bu algıdan hareketle Hasan Bey, yaşlanmayı geciktiren tedbirler almaktadır. Bunların başında ise, şeker tüketimini tamamen kesme, ekmek tüketimini azaltma ve düzenli bir şekilde sportif faaliyetlerini yapma gelmektedir. O, aldığı bu tedbirler vasıtasıyla bir karamsarlık nedeni olan yaşlanma korkusunu ortadan kaldırmaya, değilse en azından yatıştırmaya çalıştığı gözlenmektedir.

Yaşlılık, gençlik ve sağlığın önündeki engel, mutlu, hayat dolu bir yaşama tehdit bir unsur olarak kodlanmaktadır. Bu ise, birçok insanı olduğu gibi Hasan Bey'i de kaygılandırmaktadır. Kaygının derecesi, vücudunda gördüğü “kusurların” farkına varmasıyla artmaktadır. Yani o, yaşlılıkla özdeş tutulan fiziksel ve psikolojik belirtiler ölçüsünde bir endişenin içine girmektedir. Çünkü beden endüstrisi, Hasan Bey'in aynada gördüğü fiziksel belirtileri bir hastalık nedeni, fonksiyonel yeteneklerde kısıtlılık, bağımlılık korkusu, kişisel kontrol kaybı, zihinsel düşüş ve yaşam doyumundaki gittikçe azalacak olan düşüş ile ilişkilendirerek, yaşlanma üzerinden bir tehdit algısı oluşturmaktadır (Lasher ve Faulkender'den akt. Chodony, 2019: 592-593). Medya ise, yaşlanma korkusunun etrafa sağtığı aleve körükle gitmektedir. O, yaşlılık korkusunun temel nedenlerinden biridir. Sağlık ve güzellik programlarında, bu tür fiziksel belirtiler eşliğinde sunulan streotipler yaşlanmayı korkulu bir yaş evresi olarak bilinçaltına zerk etmektedir. Bir varsayım olarak Hasan Bey'in de bundan etkilediğini düşünebiliriz. Çünkü Medyadaki yaşlılık temsilleri, Hasan Bey'i vücudunda beliren fiziksel belirtileri bir yaşlanma alameti olarak görmesine neden olmaktadır (Chodony, 2019: 594). Bu şekilde beden sektörü, yaşlanmayı savaşılması gereken bir düşman, kendisini de bu düşmana karşı yandaş bir kuvvet, stratejik bir ortak olarak gösterir. Özellikle de bu konumlandırma belirli bir yaş grubu üzerinde daha fazla etkili olmaktadır.

Söz konusu durum, Jeff Greenberg, Sheldon Solomon ve Tom Pyszczynski'nin “Deşset Yönetim Kuramı”²¹ (Terror Management Theory) ile açığa kavuşturdukları

²¹ Kuramsal alt yapısı Ernest Becker'in “Ölümün İnkarı” (1973) adlı çalışmasıyla oluşturulan “Terör Yönetim Teorisi” ya da diğer adıyla “Deşset Yönetimi Kuramı” daha sonraki yıllarda kurulan bir site

düşünceler ekseninde yürütülen çalışmalarla teyit edilmektedir. Örneğin Chodony ve Teater'in üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları anket çalışması, bireylerin yaşlanma korkularını artırmak suretiyle bütün talimatlara daha açık hale getirileceğini ortaya koymaktadır. Bu ise bir açıdan Hasan Bey'in korkularını açıklamaktadır. Şöyle ki, onun yaşlanma kaygısının varlığında da benzer bir sürecin devreye girdiği varsayılabilir. Tıpkı ankete katılan öğrencilere bir dizi yaşlılık resimlerinin daha sık aralıkla gösterilmesinin onlarda yaşlanma ve ölüme dair korkuları artırarak yaşlılığın kötü sıfatlarla nitelenmesine neden olması gibi... Özellikle de çalışma, belirli bir yaşa gelen insanlarda yaşlanma korkusunun daha rahat bir şekilde uyandırılabilceğini ve bu sayede onların daha kolay bir şekilde manipüle edeceğini dolaylı bir yoldan göstermektedir (Chodony-Teater, 2016: 113-117). Reklamlarda, sağlık programlarında ve kamu spotlarında yaşlanmanın kötü bir yaş evresi olarak gösterilmesi, bireyleri genç görünmeye zorlayarak yaş sınırlarını tahkim

üzerinde yapılan birçok çalışmayla test edilmiş, hala da edilmeye devam edilmektedir. Kuramın ana sayılısını “insanların ölümlü olmaktan dolayı bir dehşet yaşadıklarını ve bu anksiyete durumunu azaltmak için kültürel dünya görüşlerine sarıldıkları” önermesi oluşturmaktadır. DYK, ölümlü olduğunu bilen tek canlı türü olan insanın bilinçaltında bir dehşet duygusu olarak beliren ölüm duygusunun “kültürel dünya görüşlerinin yapılandırılması ve sürdürülmesiyle kontrol edildiğini öne sürer.” Kuram insanda dehşet uyandıran ölüm kaygısının insanları birşeyler yapmaya zorlayarak kendilerini bu anksiyetik durumu yatıştırmaya motive ettiğini söyler. Greenberg ve arkadaşları ile Pyszczynski ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmalar bu kaygının “iki bileşenli bir koruma sistemini” devreye soktuğunu ileri sürmektedir. Bu koruma sistemi ile kişi “kültürel dünya görüşlerini” koruyarak ve “bu kültürel dünya görüşlerinin sağladığı değerlere uygun şekilde yaşayarak benlik saygısı kazanma yollarıyla ölüm farkındalığını düzenlediğini belirtir.” (Doğulu-Uğurlu, 2015: 34-36). Reklam sektörü DYK üzerine yapılan çalışmalara veri olan bu türlü psikolojik bulguları yirminci yüzyılın başında psikoloji alanında yapılan çalışmaları kullandığı gibi kullanmaktadır. Şöyle ki, insanlara genç görünmeyi sağlayacak ürünlerin satışı için ölüm duygusunu çağrıştıran yaşlılığın kullanılması korkuyu manipüle etmeye dönük bir çabadır. Buna göre izler kitlede yaşlanmaya ilişkin duygular ne kadar uyandırılabilirse genç görünümü sağlayacak ürünlerin satışı o derece artacaktır. Örneğin birçok cilt kremi reklamı kırışıklığı bir yaşlanma belirtisi olarak göstermekte, tanıtımını yaptığı ürünü de bir çözüm yolu olarak sunmaktadır. Ürün ne kadar düzenli kullanılırsa arzu edilen gençliğe o derece varılacağı vaat edilmektedir. Buradan hareketle sadece güzellik sektöründe kullanılan reklamların değil aslında diğer birçok alanda yapılan reklamların da korku dilini kullandığını söyleyebiliriz. Cilt kremi reklamında olduğu gibi bir sigorta şirketi reklamında sigorta yapmadığımız için emeklilikte zor günler yaşayacağımız, bir tursil reklamında deterjan kullanmadığımız için kirli görüneceğimiz ya da bir lastik reklamında arabamıza tanıtımı yapılan lastiği takmadığımız takdirde kaza yapacağımız korkusu verilmektedir.

etmeye yönlendirmektedir. Bu kapsamda katılımcılarımız başta olmak üzere birçok kişi, bir dehşet konusu haline getirilen yaşlanma korkusuyla diyet yapmaya, cilt kremleri satın almaya, fitness yapmaya, estetik ameliyatlara başvurmaya, saç ekimi yapmaya, genç gösteren kıyafetleri almaya daha kolay ikna edilmektedir.

Yaşlılığı biyolojik bir yaş evresi olarak görse de gelişen sağlık teknolojilerinin ve her geçen gün artan spor merkezlerinin imkânları ile yaşlanmayı geciktirmenin kendi ellerinde olduğunu dile getiren Zeki Bey (40) de genç bir görünüme kavuşmak için neler yapılması gerektiğini şöyle açıklamaktadır:

“Yaşlılık doğal bir şey, insanın bir yerde kaderidir. Er ya da geç hepimiz bir gün yaşlanacağız. Ama yaşlılığı geciktirmek bizim elimizde. Bu sizin gayretinize bağlı bir şeydir. Öyle durduk yere olabilecek bir şey değil. Çalışırsanız, çaba gösterirseniz ve kendinize bakarsanız yaşlılığını geciktire bilirsiniz. Çevremde bazı insanlar böyle olduğu için hiç yaşını göstermiyor. Dairede çalışan yaşı diyebilirim ki altmış ikisine gelmiş bir abimiz var. Görseniz hayret edersiniz. Hiç anlamazsınız altmış iki yaşında olduğunu. Çünkü adam kendine bakmasını biliyor. Tanıdığım için söylüyorum. Düzenli aralıklarla kontrollerini yaptırıyor, egzersizlerine ve beslenmesine dikkat ediyor. Ama adam da var daha otuzuna varmamış yaşı elli, elli beş gösteriyor. Vücudu sarkmış, cildi kırış kırış olmuş. Bir yaşlıdan hiç ayırt edemezsiniz. Şimdi her şey bizim elimizde. Hastane hizmetleri eskiye nazaran daha iyi bir durumda. Her bölümden uzman var. Örneğin beslenme rejimi hakkında bilgin yoksa diyetisyenleri var. Gidersin senin yaşam düzenine göre program yapar. Uyarsan ne ala. Bir de böyle fiyatları uygun spor merkezleri var. Bir aylık sigara giderinden daha azına mal oluyor. Bu merkezlerde düzenli gelip sporunu yaparsan Allah bilir ama hem daha uzun yaşarsın hem daha genç ve dinç kalırsın. Dediğim gibi her şey bizim kendi elimizde bir yerde.”

Zeki Bey, “sarkık bir vücudu”, “kırış kırış bir cildi” yaşlılığın alemetifarıkası olduğunu ve böyle bir görüntünün ise kendisi açısından tehdit edici şey olduğunu dolaylı yönden belirtmektedir. O, genç bir görünümü sağlıklı bir yaşamın teminatı olarak görmektedir. Yani o, kaygı verici bir yaş evresi olan yaşlılığın sağlık endüstrisinin hizmetleri ve spor salonlarının imkânları, diyetisyenlerin desteği ile geciktirilebileceğini örneklemektedir. Hatta Zeki Bey, biyolojik yaşın kişinin kendi doktoru olması ölçüsünde bireysel bir çabayla önlenebileceğini ifade etmektedir.

Postmodern çağın “hakim değerleri”, “toplumsal yapısı”, “ekonomik ve sosyal koşulları”nın etkisiyle hazırlanan birçok ulusal ve uluslararası gazete, dergi ve televizyon reklamları üzerine yapılan literatür taraması yaşlılığın hastalık ve çirkinlikle, gençliğin ise sağlık ve güzellikle eş tutulduğunu kanıtlanmaktadır. Yapılan bir dizi literatür taramasından çıkan sonuçlar, Zeki Bey başta olmak üzere diğer birçok katılımcılarımızın beden algısı üzerinde medyadaki yaşlılık temsillerinin etkisi olduğunu dolaylı olarak göstermektedir. Örneğin kadın ve erkeklerin “medyada ağırlıklı olarak, ideal ölçülerde, sağlıklı ve genç bedenler üzerinden temsil edilmesi” haliyle yaşlanmaya karşı bir mesafe alınması gerektiğine dair algıyı güçlendirmektedir. Reklamların diline yansıyan bu karşıtlıkta yaşlılar “fiziksel çekiciliklerini yitirmiş” çirkin kişiler olarak resmedilmektedir (Karabacak, 2016: 531-532). Böyle bir tablo içerisinde gençlik güzel, sağlıklı, içi hayat dolu, geleceğe güvenle bakan, özgüveni yüksek kişilerle temsil edilmektedir. Her geçen gün birçok kanal üzerinden algı dünyamıza transfer edilen yaşlılık görüntüleri, onlara ilıştırılan söylemler yaşlılığı bir korku ve kaygı nedeni olarak göstermektedir. Buna mukabil aynı kanallar Zeki Bey’in de vurguladığı gibi çözümün bizim elinizde olduğunu, bunun da sadece tanıtımı yapılan ürünün kullanılması yoluyla olacağını, değilse olduğundan daha yaşlı görüneceğimizi söyleyerek bizleri tehdit etmektedir. İzler kitleyi bu kaygı ve korku ile manipüle eden güzellik sektörü Zeki Bey gibi birçok insanın beden algısını tahrip ederek, beden memnuniyetsizliklerini artırarak onların duygularını manipüle etmekte ve tekeline aldığı gençlik söylemi ile onlara Cihan Aktaş’ın da dediği gibi ölümsüzlüğün, ebediyetin mekânı olan cennet yaşını vaad etmektedir.

“Yaşlanma korkunuz var mı?”, “Varsa spor yapmanızda, sağlığınıza dikkat etme konusunda ne kadar belirleyicidir?” sorularına Sevdâ Hanım (48) formu ve sağlığı yerinde, yaşam sevinci yüksek bir kişilikte olduğu, yaşlanmaya dair korkusunun çok fazla olmadığı şeklinde cevaplar vermektedir. Böyle bir korkusu olmasa da Sevdâ Hanım, genç bir bedene ve ruha sahip olmayı yaşlılığı bir bezginlik, yıkıntı, güçten düşme, inhitatla ilişkili “çökme” olgusuna karşı bir direnç olarak tanımladığını şu şekilde dile getirmektedir: *“Hayır, aksine ben her zaman derim. Ben çok güzel yaşlanacağım. Ben öyle kötü çökmeyeceğim.”*

“Yaşlanma korkunuz var mı?”, “Bunun spor yapmanızla bir alakası var mı?” şeklinde yönettiğimiz sorulara Senay Hanım (46) da kendinden emin bir kararlıkla *“Evet, tabi ki var.”* şeklinde başladığı cümlesini şu şekilde tamamlamaktadır: *“Hatta bunun için*

kendine bir kılıf dahi uyduruyorum. Biri on üç, biri on bir yaşında iki küçük oğlum var. Ben de kırk altı yaşındayım. Çocuklarımın annelerini daha dinç, daha hareketli ve daha güzel görmelerini isterim.” İfadesi üzerine “Bunu sadece çocuklarınız için mi istiyorsunuz? sorumuza verdiği şu cevap, doğal bir yaş evresi olan yaşlılığın insanı mutsuz kılan, formdan düşüren ve bunun da imkânlar ölçüsünde ötelenmesi gereken bir şey olduğunu vurgulamaktadır: “Ben de öyle bir korku var. Doğuyor, büyüyor ve ölüyorsunuz. Bu kaçınılmaz bir şey. Ama gelişen teknolojilerle niye bunu ertelemiyelim ki?” teyit etmek maksadıyla “Yaşlılığı ötelemek istiyorsunuz diyebilir miyiz?” sorusuna verdiği cevap, beslenmesine dikkat etmesini, zaman zaman çeşitli estetik ameliyatlara yapmasını ve düzenli aralıklarla spora devam etmesini açıklamaktadır. *“Evet. Kaçınılmaz bir son olsa da ötelemek istiyorum.”*

Beden bir paradokslar ve belirsizlikler alanıdır. O, hayatta kalmanın önünde bir engel ve tetikte olmamız gereken düşmandır (Bauman, 2012: 45-51). Bedenin ölümsüzlüğü genç kalmayla eş değer kılınır. Bu ise, bedeni sürekli bir gözetim nesnesi kılmayı gerektirir. Denilebilir ki, gen terapileri, sportif egzersizler, diyetlerle insan biyolojik sınırlarından kurtulup ölümsüz olmak istemektedir (Kara, 2014: 60-61). Talebin kendisi kusursuz olmayı gerektirir. Bir kusursuz biçimi olan güzellik takıntısı da ölümsüzlüğe denk gelir. Bu amaçla modern biyoloji ve estetik endüstrisi ölümü güzellikle bertaraf etmeye çalışır (Sağır, 2017: 295-299). Özellikle son yıllarda artan yaşlılık tedavisi (geriatri), yaşlılık bilimi (gerontoloji) ve ölüm bilimi (horotoloji) bu yönlü çabalara ilişkin bilimlerdenidir (Lasch, 2006: 323). Genetik bilimi ve ileri teknolojinin, yaşamın doğal evrimi olan ölüm yükünü insanın üstünden alıp yerine ölümsüzlüğü geçirme isteği mükemmellik adına bir baskı oluşturur (Le Bretton, 2013: 12-13). Bauman, bundan kaynaklı olarak sayıları her geçen gün artan diyetisyen, psikiyatrist, estetsiyen, psikolojik danışman, gastronomist gibi uzmanların nesnesi haline gelmekte olduğumuzu ifade eder (Nazlı, 2009: 66). Bunların hepsi biyo-iktidarın ürettiği güzellik söylemleriyle bedeni şekillendiren, ona biçim veren araçlardır (Özgen, 2017: 6). Söz konusu bu çaba, bedeni mevcut bilim ve teknoloji paradigmasına bağımlı kılar (Köse, 2010: 204). Nihayetinde çağ, bedenin insanın kendisine ait olmadığı düşüncesini doğrular şekilde iş görür (Ory, 2013: 129).

Katılımcılardan Selin Hanım (34) da spor yapmanın, düzenli sağlık kontrollerinden geçmenin ve beslenme rejimine dikkat etmenin hem genç hem de sağlıklı bir bedene sahip olmanın bir gereği olduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Öğretmen olduğum için sürekli ayaktayım. Teneffüslerde çocukların peşinden koşturuyoruz. Sağlığınız yerinde değilse işinizi istediğiniz gibi yapamazsınız. Mesela bizden daha genç arkadaşlar çok daha hareketli ve dayanıklı olduğu için çocuklarla daha iyi vakit geçiriyorlar. Ben de dâhil olmak üzere yaşı daha büyük arkadaşlarımız aynı tempoda çalışmıyor. Böyle bir sorun varsa bir kenarı çekilemezsiniz, gayret göstermelisiniz.” İfadesine binaen “Nasıl bir gayretten bahsediyorsunuz, açıklayabilir misiniz?” sorusuna verdiği şu yanıt: *“Örneğin bir hastalığınız varsa aksatmamalı, zamanında kontrollerinizi yaptırmalısınız. Yediğinize içtiğinize dikkat etmelisiniz. Bir de stresten uzak durup fiziksel aktivitelerinizi daha sık yapmalısınız. Yoksa çarçabuk yaşlanır gidersiniz. Bunu da kimse istemez haliyle.”* Yaşlılığın bir korku ve endişe nedeni olduğunu göstermektedir.

Uzun yıllardır fitness yapan, ara ara bırakmak zorunda kalan Metin Bey (44), “Yaşlanma korkunuzun fitnessa yeniden başlamanızda belirleyici bir etkisi oldu mu?” şeklinde yönelttiğimiz soruyu, kesin bir kararla onayladıktan sonra düşüncelerine şöyle açıklık kazandırmaktadır:

“Var tabi. Şöyle ifade edeyim: Şimdi yaşıma kırk üç kırk dördü bulmuş durumda. Eski halime bakıyorum bir de şu anki halime. Aynaya baktığımda vücutta hafif sarkmalar görüyorsun. Bu sarkık halini görünce bir endişe içine girmiyor değilim. Bu da beni spora iten bir şey oluyor. Yani spora yönlendiriyor. ‘Hemen başla!’, ‘Yarın başla!’ gibi bir dürtü seni yönlendirmeye başlıyor. Bir an önce başlama hissi doğuyor. Bu his salona gidemezsem bile eve dumbbell falan almama neden oluyor. Şu an evde çeşitli spor araçları da bulunduruyorum. Dumbbell, bar, ona uygun bir sehpa falan almışım. Olur da spora gidemezsem evde yapayım diye bunları aldım. Kopamıyorsun bir türlü. O korku seni sürekli rahatsız ediyor. Bir de akranlarına göre daha genç görünmek istiyorsun. Onun için spordan bir türlü vazgeçemiyorsun.”

Metin Bey’in fitnessa kopamamasına ve sürekli bir şekilde devam etmesine eşlik eden ana duygularından biri yaşlanma korkusudur. O, kendisini akranlarına göre daha yaşlı gösterebilecek sarkıkları tehdit edici bir unsur olarak görmektedir. Korkusunun

kaynağında yıllardır inşa ettiği bedeninin bir gün kendisini yaşından daha fazla göstermesi bulunmaktadır. Cümleye yaşını bir aşağı bir yukarı şeklinde ifade etmesi ile başlaması da bunu teyit etmektedir. Dile dökmese de elini saçlarına götürüp beyazlığını işaret etmesiyle söylediklerine açıklık kazandırmaktadır. Yaşlanma endişenin yarattığı korku onu sadece salonlara değil, aynı zamanda evin bir odasını spor salonuna çevirmeye de yönlendirmektedir. Hatta bu araçları uyarıcı ve telkin edici bir güç olsun diye aldığını belirtmektedir. Olur da, sporu bırakırsa sadece vücudunun çeşitli bölgelerinde beliren sarkıkların değil, aynı zamanda bu araçlar tarafından da uyarılmayı beklemektedir. Nihayetinde onu evvelden olmasa da şimdi spora yönelten en önemli faktörün yaşlanma korkusu olduğunu söyleyebiliriz.

Bir zamanlar Ayşe Hanım’a (29), aşırı kilo aldığı bir zamanda daha fazla kilo alması halinde çabucak yıpranacağı, vücudunda yırtılma ve kırışıkların artacağı ve bu sebeple daha yaşlı görüneceğine dair çeşitli korku ve kaygı verici uyarılarla bir an önce spora başlaması, bunu tedavi edici ilaçlar ve beslenme rejimleriyle de desteklemesi tavsiyesinde bulunulmuştur. Ayşe Hanım’a kilosu nedeniyle verilen tavsiyeler, yaşlılık ve hastalık kaygısını artırmış, bu da onu kötü hissettirmiş ve kendince bir dizi tedbir almaya başlamıştır. O, toplumun aynasından baktığı bedenini daha genç, güzel, sağlıklı ve zinde bir hale getirmek için doktorların, diyetisyenlerin ve fitness eğitmenlerin direktifleri doğrultusunda hazırlanan programlara harfiyen uymuş ve geldiği noktayı bir başarı hikâyesi olarak görmüştür. Daha doğrusu o ve onun nezdindeki birçok kişiye kilolu olmanın cildi bozduğu, kırışıklık ve yırtıkları artırdığı, geri dönülemez çatlaklara yol açtığı, saçları döktüğü, vücudun belirli bölgelerinde cilt hastalıklarına neden olduğu ve nihayetinde yaşlı ve çirkin bir görünüme yol açtığı korkusuyla sağlıklı bir beden altında daha çekici, güzel ve genç görüneceğine dair bir umut aşılanmaktadır. Böyle emarelerle ilişkilendirilen kilolu olma, ciddi bir hastalık kategorine sokulmakta ve bu yönde birçok kişi sağlık ve kozmetik sektörüne bağımlı hale getirilmektedir.

Sağlık, zindelik, gençlik söylemlerinin bedensel yatırımları artırarak karlı bir iş sahasına dönüştürülmesi insanların beden memnuniyetsizliklerini artıran manipülatif becerilerle mümkün olmaktadır. Özellikle de bu, kozmetik ürün reklamları, moda ve sağlık dergileri “sağlığın dış görünüşle sıkı sıkıya bağlı olduğu” ve “ona göre tanımlaması” ile daha bir pekiştirilmektedir (Metzl, 2017: 13). Bu cihetten Lawrence, “kadın dümdüz, ince bir buçuk, erkek de kusursuz bir manken haline gelmek zorunda

kalıyorsa ve sonunda ikisi de bir karikatüre dönüşüyorsa tüm bunların anlamı nedir?” diye sorar. Ona göre bunun asıl nedeni birbirimizden olduğu gibi kendimizden de uzaklaşmamız, nefret etmemiz ve iğrenmemizdir. Hatta o, büyük oranda herkesin müşkülpesent bir kişiliğe sahip olmasını, insanın bizzat kendi fiziksel görünümünden de iğrenmeye başlamasıyla açıklar (Lawrence, 2015: 90-91). Nefreti ve iğrenmeyi körükleyen bu çabalar beden memnuniyetsizliğini artırarak güzellik, gençlik, zindelik ve sağlık terimlerini bir ve aynı anlama getirmektedir. Öyle ki, sağlıklı olmak genç olmakla, gençlik zindellikle özdeş tu(t)tularak uzun bir yaşamın sigortası ve yaşlılık kaygısının dermanı olarak sloganlaştırılmaktadır.

Tüketim kültüründe sağlık, gençlik söylemine yaslanarak ilaç ve tıp sektörü alanında kar getirici bir unsur ve güzellik sektörüne ayrıcalıklı bir alan açtığı için bir erdem olarak sunulmaktadır.²² Bu ise bir dizi önyargıları ve ayrımcılıkları körüklemektedir. Örneğin sağlığın “ideolojik bir duruş” olduğu şu örneklerden hareketle ileri sürülebilir: Sigaranın sağlığa zararlı bir şey olduğunu söylerken üstü kapalı olarak

²² Ufak tefek belirtilerden hareketle “yüksek tansiyon, depresyon, yüksek kolesterol, kadınlarda cinsel işlev bozukluğu, menopoz, sosyal anksiyete, dikkat eksikliği sendromu, osteopotoz, orritabl bağırsak sendromu, regl öncesi disfotik bozukluklar” gibi birçok rahatsızlığın ilaç firmaları tarafından abartılıp şişirilerek kapsam alanının genişletildiğini ve bu şekilde birçok insanın kendisini hasta hissetmesine neden olduğunu, bunun da ilaç satışlarını artırdığı tespit edilmektedir. Daha doğrusu güçlü bütçeleri ile birçok ilaç firmasının hazırladığı kamu spotu reklamları, ısmarlama tıbbi makaleler, destekledikleri ar-ge çalışmaları, tıp dünyasının önde gelen şahsiyetlerini maddi kaynakları ile ayartmaları sonucunda bugün birçok ilaçtan önce hastalığın kendisi satılmaktadır. Bu yönlü manipülatif çabaları sergileyen ilaç firmalarını “Satılık Hastalıklar” adlı eserlerinde deşifre eden Moynihan ve Cassels amaçlarını şöyle açıklayarak hastalıkların nasıl üretildiğini ortaya koymaktadırlar: “Planımız, ilaç pazarlarını genişletmek adına endüstri tarafından kurulmuş promosyon makinesinin olağan hayatı nasıl da hastalık hastalıklara dönüştürdüğünü deşifre etmek...” (2010: 9-12). Benzer doğrultuda fikirlerini öne süren Elliot, tıp alanındaki kanaat önderlerine tescillendirilen çeşitli makaleler ve kamu spotu reklamları ile hastalık kategorisine alınması mümkün olmayan belirtilerden hareketle kaygı verici hastalıkların yaratıldığını, sonrasında ise buna uygun ilaçların satıldığını şöyle dile getirmektedir: “İlaç sektöründe 1950’lerde ortaya çıkmakla birlikte, 1990’larda gerçek anlamda ivme kazanan halkla ilişkiler strajisinin esası, hastalığı satarak tedavi satmaktır. Prisolec’i satmak için asit reflüsünü; Lotronex’i satmak için, hassas bağırsak sendromunu; Viagra’yı satmak için, ereksiyon bozukluğunu; Adderall’ı satmak için, dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğunu satmalısınız.”(2017: 125-127).

onların da kötü, “obezite sağlığın için kötü” dediğimiz kişiye aslında iradesiz ve nefesine düşkün bir kişi, çocuğunu hazır mama ile besleyen bir anneye “emzirmek çocuk sağlığı açısından daha iyidir” derken de onun sorumsuz bir anne veya çocuklarının yanında sigara içen ebeveynlerin bir katil olduğunu söylemiş oluyoruz. Sağlığın bu anlamda “ahlaki yargılarda bulunmak, önyargıları aktarmak, ürünleri satmak ve hatta bazı kesimleri sağlık hizmetlerinden topluca dışlamak için nasıl kullanıldığını gözler önüne serer.” Terim son yıllarda sağlıklı olmayı güzelleşmeyle eş tutan söylemleri çoğaltarak güzellik ve moda sektörü için müreffeh bir alan da açmaktadır. Öyle ki, “sağlığı seks, zindelik ve beslenme kategorilerine ayıran Men’s Health, okurlarına komşu kızı ‘tavlamak’ ve yatağa atmak için kalçaları çelik gibi germe ya da ‘keskin hatları karın kaslarına sahip olmanın yollarını gösteriyor.” Yine belirli tipte bedenler, sadece sağlığın ölçütü olarak sunulmamakta aynı zamanda gösterişli süslerin ve moda kıyafetlerin en iyi sergilendiği yüzeyler olarak gösterilmektedir (Metzl, 2017: 12-13). Sağlığın gençliğe eşit bir erdem olarak sunulması yaşlanmayı da bir çeşit kusur ve hata olarak görülmesine neden olmaktadır. Bu ise, yaşlanma fobisini her geçen gün daha bir artırmaktadır.

Katılımcıların beden algılarını şekillendirilen yaşlanma fobisinin (gerascophobia) onların dile getir(e)medikleri ama bedensel yatırımlarında da anlaşıldığı üzere tüketim kültürü ile seçici bir yakınlığı bulunur. Uyarılmaya ve deneyimleri emmeye, hazmetmeye koşullanmış postmodern beden tüketen bir bedendir. Bu bedenin daha fazla tüketmesi “uyarılma kapasitesi”nin artırılması ile bir haz alıcısı durumuna gelmesine bağlıdır. İşte fitness tam da bu anlamda bir uygun olma durumuna işaret eder. Aksi durum yani uygunsuzluk ise tüketime elverişli olmamayı ifade eden iştahsızlık, bezginlik, içe kapanıklık, duyumsuzluk, uyarım kapasitesinin zayıflığı olarak görülür. Postmodern dünyanın yeni korkusu ve takıntısı tüketim döngüsünün böylesi bir beden ve ruhla yavaşlaması veya durmasıdır. Bunun önüne geçip döngüyü mümkün kılan da genç, sağlıklı, zinde bir bedendir. Bu beden “duyarlılığı yüksek ve tavında bir haz aracıdır; ve bu haz ister cinsel ister midesel isterse de sadece fiziksel egzersizlerden ve uygunluğun teşhirinden alınan haz olsun, her türlü hazzı kapsar.” (Bauman, 2014b: 162-163). Sağlık sektörü de bu hazzın derecesine göre hastalık tanımları yapmakta ve buna uygun tedaviler sunmaktadır.

İnkârı ve eleştirisi mümkün olmayan kutsal bir norma dönüştürülmüş bilimin güvencesindeki sağlık sektörüne sırtını dayayan güzellik sektörünü de içine alan beden

endüstrisi tüketime uygun bir bedeni yaşam enerjisi yüksek, hayat dolu, dinamik, hayattan zevk alan pozitif bir kişi gibi terimlerle niteler. Buna karşıt bir beden de yaşlılıkla bağlantılı olarak sağlık sorunları, yalnızlık, elden ayaktan düşme, maddi sorun ve ruhsal çöküntü gibi negatif durumlarla ilişkilendirilir. Yaşlılığın bu tür sorunlarla ilişkilendirilerek bir korku ve endişe nedeni haline getirilmesi şüphesiz ki tüketici bedenler yaratmaya dönüktür. Şöyle ki, tehdidin boyutu ve şiddeti artırıldıkça yaşlanmayı geciktirici, genç görünümü vaat eden ürün ve pratiklerin satımı artmış olacaktır. Bedeni yenileme, onarma, tasarlama nesnesine dönüştüren gençlik söylemi katılımcıların ifadelerinden de açığa çıktığı üzere bedene yapılan yatırımları artırdığı görülmektedir. Diyetlerine, beslenme rejimlerine, fiziksel aktivitelerine, belirli aralıklarla tıbbi kontrollerine dikkat eden katılımcılar bilinçaltına her geçen gün daha fazla zerk edilen yaşlılık korkusu ile bir endişe içerisinde tutulmaktadırlar. Bu ise özellikle orta yaşta olan kişileri genç görünmeye dönük birçok ürün ve pratiği satın almaya zorlamaktadır.

Yaşlanma kaygısını birçok ürün ve pratikle yatıştırmaya çalışan katılımcıların çoğunluğunu orta yaş grubundan veya o yaş bandına yakın kişiler oluşturması yaşlılık algısı üzerine yapılan bazı araştırma sonuçları ile paralellik arz etmektedir. Örneğin “Türkiye’de Yaşlılık²³ Tahayyülleri ve Pratikleri Araştırması” adlı proje kapsamında orta yaş ve yaşlı tabir edilen nüfusun yaşlılığa dair algı, deneyim, pratik, plan ve yatırımları üzerine on iki ilde yarısını 35 ile 64, diğer yarısını da 65 yaş üstünde olan toplamda iki bin dört yüz kişi ile yapılan anket sonuçlarından ve altmış kişi ile de derinlemesine yapılan görüşmelerden elde edilen veriler yaşlanma korkusuna en çok orta yaş grubundaki kişilerde rastlandığını ortaya koymaktadır. Genel anlamda her yaş grubunda insanların yaşlanmak istemedikleri, buna mukabil daha genç olmak istedikleri görülmüşse de yaşlanmadan en çok korkanların 35-49 arasındaki kişiler olduğu tespit

²³ Bir ülkenin yaşlı bir toplum olduğu “toplam nüfusun içinde 65 yaşından büyük kişilerin oranı %7’yi” aşması, çok yaşlı bir toplum olduğu ise “toplam nüfusun içinde 65 yaşından büyük kişilerin oranı %10’u” aşması belirleniyor (YADA Vakfı, 2019: 15). İlgili standart ölçü alındığında TÜİK’in 2019 “Nüfus ve Demografi” raporuna göre Türkiye hem erkek hem kadın cinsinde yaşlı toplum kategorinde olduğu görülmektedir. Toplam 83 154 997 nüfus içinde 65 yaşından büyük kişilerin sayısı erkekler için 3 337 260, kadınlar için de 4 213 467 olmak üzere toplamda 7 550 727 kişidir. 65 yaşından büyük erkeklerin toplam nüfusa oranı 8,0, kadınların ise yüzde 10,2, toplamda ise bu oran 9,1’dir. Kurumun hazırladığı veriler göz önüne alındığında yakın bir zamanda Türkiye’nin çok yaşlı bir toplum olacağı öngörülmektedir.

edilmektedir. Benzer sonuca, araştırma sürecine dâhil edilen katılımcıların demografik özelliklerine bakılarak varılabilir. Fiziksel aktivitelerine, beslenme rejimlerine ve düzenli tıbbi kontrollerden geçmeye verdikleri önem ile yaşlanma korkuları arasında nasıl bir ilişki olduğu üzerine fikirlerini merak ettiğimiz katılımcıların birçoğunun orta yaş grubuna ait olduğu görülmektedir. Hem araştırma kapsamındaki orta yaş grubunun hem de katılımcıların yaşlılığı hastalık, unutkanlık, engellilik, bağımlılık, ekonomik sıkıntılar, ölüm gibi negatif durumla ilişkilendirmeleri korkularının kaynağındaki endişelerin başında gelmektedir (YADA Vakfı, 2019: 46-80).

Görüşmecilerimiz Dünya Sağlık Örgütü'nün yayımladığı yeni yaş dilimlerine²⁴ göre genç sayılsalar da yaşlılığa dair çeşitli kaygılar taşıdıkları görülmektedir. Katılımcılar sağlıklarına dikkat etmelerini, spor salonlarına gelmelerini ve bu yönde beslenme rejimlerini düzenlemelerini genç bir görünüme kavuşma istemi ile açıklamaktadırlar. Burada yaşlılık gençliğin önünde bir kaygı nedeni olarak görülmekte ve bedence yadsıyıcı bir yaş evresi olarak kodlanmaktadır. Bundan sebep, katılımcılarımız fitnessa ek olarak diyet yapmakta, bağımlılıklarını bırakmakta ve gündelik yaşamlarını zinde bir

²⁴ 7 Ağustos 2017 Sözcü Gazetesi'nin haberine göre yılında Dünya Sağlık Örgütü yaş dilimlerini şu şekilde yeniledi: 0-17 yaş arası: Ergen, 18-65 yaş arası: Genç, 66-79 yaş arası: Orta yaş 80-99 yaş arası: İleri yaş. Dünya Sağlık Örgütü'nün 1998 yılında hazırladığı yaşlılık raporuna göre yaşlılık engel oranının artmasına bağlı olarak başkalarına bağımlı bir yaşamın sürdürüldüğü bir yaş evresi olarak tanımlanmaktadır. Yaşlanma sınırını 65 olarak belirleyen rapordan başka yapılan araştırmaların sonucuna göre de yaşlılık demografik açıdan şöyle sınıflandırılmaktadır: "Genç (Erken) Yaşlılık: 65-74 yaş arasını kapsar. Bu dönem sıklıkla emeklilik sonrası dönemdir. Orta Yaşlılık: 75-84 yaş arasını kapsar. Bu dönemde sıklıkla işlevsel kayıplar görülmeye başlanır, ancak kişi çoğunlukla tek başına yaşamını sürdürebilir. İleri Yaşlılık: 85 yaş ve üzerini kapsar. Bu dönemde kişiler, ailelerinin veya özel bakım veren kurumların yardımı ihtiyacı duyarlar. Yaşlanma süreci birçok faktöre bağlı olarak, aşağıdaki başlıklar şeklinde tanımlanabilir: Kronolojik Yaşlanma: Bireyin doğumundan itibaren geçen yaşını tanımlar. Takvim yaşı büyük olanlar, küçük olanlara göre daha yaşlı sayılırlar. Biyolojik Yaşlanma: Zigotun oluşumuyla başlayıp yaşla birlikte bireyin geçirdiği fizyolojik, anatomik ve morfolojik değişimlerdir. Patolojik Yaşlanma: Normal biyolojik yaşlanma süreci ile etkileşen olaylara ve hastalıklara bağlı yaşlanmadır. Psikolojik Yaşlanma: Bireylerin yaşlılık döneminde geçirdikleri davranış, uyum ve mental fonksiyonlarındaki değişimleri kapsar. Sosyal Yaşlanma: Bireylerin, toplumun sosyal yapısı içindeki rollerinin, konumlarının ve sosyal ilişkilerinin yaşlanmasıyla birlikte değişmesiyle oluşur. Ekonomik Yaşlanma: Yaşlılık döneminde özellikle emekliliğin etkisiyle azalan gelir düzeyinin bireyin yaşam şeklinde ve koşullarında meydana getirdiği değişikliklerdir." (Demirsoy-Çelik'ten Akt. Aslan-Hocaoğlu, 2017: 53).

bedene sahip olma adına düzenlemektedirler. Sonuç olarak beden sağlığına yönelik eğilimlerin başında, yaşlılığın bir hastalıkmiş gibi algılanmasının neden olduğu korkularla estetik bir görünüme kavuşma isteği bulunur. Gençlik kriteri ise, bu temel eğilimlerinin hepsini kendi bünyesinde bulundurmakla daha temel bir neden olarak öne çıkmaktadır denilebilir.

Yaşlanma korkusu ölüm duygusunu en fazla tetikleyen duygulardan biridir. Özellikle de günümüzde tüketimi, hayattan zevk almayı, hayatı dolu dolu yaşamayı esas alan yaşam tarzı ile birlikte ölüm korkusu daha bir artmaktadır. Oysa geleneksel dönemde ölüm daha kabullenilir bir şeydi. “Ölüm karşısında geleneksel tavır” içsel olarak kabul edilen “hem alışılmış, hem de yakın bir şey olduğu gibi eski tavır içinde, ölüm büyük endişe ve dehşet uyandırmıyordu.” Çünkü onlar ölüme de ölüm duygusuna da daha alışkındılar. Öyle ki, onlar “ölümde canlı varlıkların büyük yasalarından biriyle karşılaşmış ve bundan kaçmayı veya ona karşı zafer kazanmayı düşünmemiştir. ...Bu tavır, adını bile anmaktan korkacak kadar dehşete düştüğümüz bizim tavrımızla tam bir zıtlık” içerisinde (Ariès, 1991: 12-13). Hatta geleneksel toplumlarda ölüm anı yaklaşmış olanlara refaket edilir, son nefeslerine kadar yalnız bırakılmazlardı. Daha açık olarak yalnız başına bir ölüm olgusundan bahsedilemezdi. Ölüm anına eş, dost, yakın akraba, yediden yetmişe herkese şahitlik etmekteydi. Mezarlıklar bu yakınlığın en somut nişanesi olarak evlerin yanı başına kurulurdu.²⁵ Onlar insan, hayat ve ölüm arasındaki yakınlığın ve ahenkin en görünür dini ve kültürel sembolüydüler (Ariès’ten akt. Aydın, 2017: 177). Ariès, ölüm karşısında alınan bu tavrı “evcilleştirilmiş ölüm” adıyla kavramsallaştırır. O, bu adlandırmayı ölüm duygusunun bir zamanlar çok olumsuz, kötü ve vahşi bir şeymiş gibi algılanmadığını ifade etmek için kullanır. Ona göre ölümün vahşi bir şey olarak algılanması modern zamanların ürünüdür. Bu zamanlarda ölüm duygusu yarattığı derin hüznün ve kaygıdan sebep, yasaklı ve uzak durulması gereken bir şey haline

²⁵ Fransız şair, edebiyat eleştirmeni, gazeteci, romancı Théophile Gautier, “Constantinople” adlı bir seyahatnamesinde insan, ölüm ve hayat arasında gördüğü ahenkin varlığına dair şu gözlemleri geleneksel insanın ölüm duygusu ile kurduğu ilişkinin duygusal boyutları hakkında ilginç fikirler içerir: “...Türkiye’de ölümlülük kimseyi korkutmadığı gibi herhangi bir melankolik bir duyguya yol açmışa benzememekte. Şüphesiz, bunda mezarlıkların, bizde olduğu gibi ölümlülüğün verdiği gizemi ve korkuyu göz ardı eden uzak yerlerde olmasının aksine, yerleşim merkezlerine yakın ve yaşayanlarla iç içe olma özelliği var.” (Akt. Aydın, 2017: 177).

getirilmektedir. “Yasaklamanın nedeni aşikârdır: Mutluluğa duyulan ihtiyaç, üzüntü veya endişe doğuran her nedenden kaçınarak ortaklaşa mutluluğa katkıda bulunmaya yönelik ahlaki ödev ve toplumsal yükümlülük, umutsuzluk insanı derinlemesine sarmış olsa dahi her zaman mutlu gözükmeye zorunluluğu. Üzüntü işaretleri göstererek insanlar mutluluğa karşı günah işlemekte, onu tehdit etmekte ve böylece toplum *raison d’etre*’ini (varoluş nedeni) kaybetme tehlikesiyle karşılaşmaktadır.” (Ariès, 1991: 92). Bu düşünce üzere ölüm duygusundan uzaklaşıp mutlu olmaya çalışma tüketim toplumunun asıl gayelerinden biri olmaktadır. Hayat standartlarının her geçen gün insanı daha fazla tüketici kıldığı bir zamanda ölüm duygusu istenmeyen, uzak kalınması ve ötelenmesi gereken vahşi bir şey olarak görülmektedir. Ölüm duygusu her ne kadar gelişen sağlık teknolojileri ile kontrol altına alınıyorsa da daha temel düzeyde genç ve sağlıklı bir beden ile savuşturulmaya çalışılır. Söz konusu korku ve çaba, katılımcıların sportif faaliyetlerini yönlendirme de temel faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde ölüm fobisinin/duygusunun fitnessın ana gerekçelerinden birini teşkil ettiğini göstermektedir. Örneğin Nazım Bey’e (32), “Fitness salonlarına gelmenizle daha genç bir görünüme sahip olmanız aranızda bir ilişki var mı? şeklinde yönelttiğimiz soruya verdiği cevap yaşlılığın ölüm ve tükenme, gençliğin ise canlanma, diri olma ve mutlulukla ilişkilendirildiğini gösterir mahiyettedir.

“Uzun yıllar rahmetli dedemle bizle kalırdı. Ölümüne yakın hayat onun için daha zordu. Hiçbir şeyini kendisini yapamıyordu. Lavaboya bile gitmekte çok zorlanırdı. O haline çok üzülüyordum. Arada ben de böyle olur muyum? diye düşünmüyordum değilim. Hiçbir şeyden tat alamadığımı, dışarıya çıkıp gezemediğimi, istediğim şeyi giyemediğimi düşünmeye başladım. Tam anlamıyla tükeniyorsun. Ha öyle yaşamışsın ha ölmüşsün çok da fark etmiyor. Bu durumu görünce iyi ki spor yapıyor diye içimden geçiriyordum. Spor yapmak insanı gerçekten hem genç hem diri tutuyor. İnsan canlandığını hissediyor. Bu da insanı mutlu ediyor.”

Nazım Bey’in söyledikleri modern zamanlarda ölüm duygusunun yaşlılıkla daha fazla ilişkilendirildiğini göstermektedir. O, yaşlılığın nasıl bir şey olduğunu uzun yıllar birlikte yaşadığı dedesinin son zamanlarındaki hali ile gözlemlemektedir. O, gözlemlerinden hareketle yaşlılıkla ölümü eşdeğer görmektedir. Ona göre yaşlanmak ölümün bizzat kendisidir. Daha doğrusu ölüm ona göre hayatın hiçbir alanında zevk

alamamak demektir. Yaşamın tüketim adına bu kadar yüceltiildiği bir zamanda yaşlılık tüketmemeyle, gençlikse daha fazla tüketimle ilişkilendirilmektedir. Bu algının kendisi doğrudan Nazım Bey'in fikirlerini de şekillendirmiş görünmektedir. O daha fazla spor yaparak canlılığı ve diriliği simgeleyen genç bir halde kalmayı ve bu şekilde hayattan daha zevk alarak yaşamayı planlamaktadır.

Günümüz insanı bütçesinin, enerjisinin ve zamanının önemli bir kısmını hiçbir tereddütte yer bırakmaksızın kusursuz ve mükemmel görünümüne ayırmaktadır. Bu, çokça dile ve bilinç düzeyine getirilmese de “insanoğlunun en temel trajiği” olan ölüm kaygısıyla yakından ilişkilidir. Hele ki Batı, ölümle daha bir “hırçın” ve uzlaşmaz” bir ilişki kurmaktadır. Batı’nın ölümü ortadan kaldırmak değilse ötelemek ve savuşturmak için ortaya koyduğu çabanın altında bilinçaltında yer alan “ilk günah” ve insanın doğuştan günahkâr olduğu fikri bulunmaktadır. Bu bilinçaltının kültürel söylemden reklamlara, moda dergilerinden sağlıkla ilgili endişelere, kozmetik ürünlerde artan çeşitlilikten plastik cerrahiye kadar birçok sektörde dışa vurumu, bedeni insanın “tek sanatsal üretimi” olarak ele alması ve ölümsüzlüğü hayat boyu sürdürülen bir performansa bağlaması ile daha bir görünür olmaktadır.²⁶ “O nedenle insanlar artık hiçbir dönemde olmadığı kadar kendileriyle uğraşıyor, kendi üstlerine eğiliyorlar. Sabahtan akşama kadar gençleşmek, güzel kalmak uğruna mücadele ediyorlar.” Barthes’in bu durumu güzel ve genç bir görünümde beliren “ölümsüzlük arayışı” olarak betimlemesi yerinde bir tespittir (Kahraman, 2005: 54-59). Bugün Batı’nın güzellik ve gençlik algısı ölüm kaygısı ile

²⁶ İnsanın en doğal evrelerinden biri olan ölüm, içinde bulunduğumuz siberetik çağın bilimsel, teknolojik, informatik, farmakolojik ve genetik çalışmalarının ruhuna ve değer yapısına bağlı olarak “kötü bir günah” olarak algılanmakta ve ilgili alanlardaki gelişmelerle ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır. Daha doğrusu “NBIC (nano, biyo-teknoloji, info, cogno) yani nano-teknoloji, biyo-teknoloji, enformasyon teknolojisi ve bilişsel bilimle insanın yetenek ve kapasitelerinin” artırılarak aydınlanmanın bir vaadi olan kusursuz ve mükemmel bir topluma ulaşma projesinin en temel vaatlerinden biri transhuman ve posthuman adıyla robotik bir insan tasarlamaktır. Bu makine-insan, sadece insanın genetik yapısındaki işlevleri artırıcı ilaçlarla, fiziksel güzelliği sağlayıcı kozmetik ameliyatlara veya zihinsel yeteneklerin merkezi noktaları olan nöronlara yeni türde çipler eklemekle değil aynı zamanda insan zihninin bilgisayara nakledilmesiyle dondurulan bedenlere gelecek bir zamanda yeniden transfer edilmesini mümkün kılan teorik ve pratik çalışmalarla imkân dâhilinde görülmektedir (Dağ, 2020: 40-45). Nihayetinde bu çalışmalar insanı bedeninden azade ölümsüz bir varlık kılmanın en temel dinamiklerinden biri olmakla birlikte insanın organik yapısına düşmanlığının en uç noktasını teşkil etmektedir.

birleşerek dünyanın geri kalan kısmını da etkisi altında almaktadır. Denilebilir ki, Batı dışı toplumlar sadece Batı'nın sadece estetik normlarına değil, aynı zamanda korkularına da maruz kalmaktadır. Beden onlar için hem ilk günahın kaynağı hem de ölümlü olmanın nedenidir. İlk günahın sonucu olan ölümlü bir bedende yaşama cezasının bedelini insanın kendisi ile bu kadar yoğun uğraşmasıyla ödemektedir. Daha açık olarak bir korku, kaygı nedeni haline getirilen ölüm duygusu ve bunun panzehiri olarak reklamı yapılan gençliğin tüketen bir beden için eşsiz bir gerekçeye dönüştürüldüğü söylenebilir. Bu kapsamda çevremizi her geçen gün çepeçevre kuşatan güzellik, beslenme ve diyetetik merkezlerinin, spor komplekslerinin varlığı, bilinçaltımıza zerk edilen yaşlılık ve ölüm kaygısına çare olarak gösterilen güzellik, sağlık ve gençlik söylemleri ile doğrudan ilişkilidir.

Katılımcılardan Gülten Hanım'ın (29) benzer sorulara verdiği cevap, daha konforlu ve sağlıklı bir yaşamı sürdürmenin yegâne yolunun ölüm duygusundan uzak, genç, dinamik ve formda bir bedenle mümkün olacağı üzeredir.

“Sekiz beş arası masa başı çalışan bir devlet memuruyum. Ne hareket ne bir şey. Hep masa başındasınız. Bir de ev işleri falan derken hayat daha yıpratıcı oluyor. Böyle bir hayat sürdürüyor ve kendinize bakmıyorsanız çabuk yıpranırsınız. Yani yaşlanma ihtimaliniz daha fazla olur. Ne yapmalı? Oturup izlemek mi lazım? Tabii ki hayır. Hayatı seviyorsanız, hayattan keyif almak istiyorsanız sağlıklı olmanız gereklidir. Bunun için spor yapmalı, yediğinize içtiğinize ve uykunuza çok dikkat etmelisiniz. Yoksa erken yaşlanır, mutsuz olursunuz. Böylesi bir hayat da ölmek gibi bir şeydir.”

İş yerinin yanı sıra evde de mesai harcayan Gülten Hanım, hareketsiz ve ağır bir tempoda çalışmaktadır. İşteki ve evdeki işlerini titizlikle yürütmeye çalışan Gülten Hanım yıpratıcı ve bunaltıcı bir yaşam sürdürdüğünü ileri sürmektedir. Ona göre böylesi bir yaşam kendi haline bırakıldığında erken yaşlanmayla neticelenecek cinstendir. Beslenme rejimine, uyku düzenine ve fiziksel aktivitelere dikkat edilmesi ise bunun vazgeçilmez çarelerindendir. Çünkü bedeni, onu kaygı verecek düzeyde yaşlanma ve ölüm hissi ile tehdit etmektedir. O bedenini daha genç tutmak suretiyle kaygısını yatıştırmaya çalışmaktadır. Bunun için yediğine içtiğine, uyku düzenine ve fiziksel aktivitelerine harfiyen uymaktadır. Bu şekilde o, yaşlanma ve onunla ilişkilendirilmiş ölüm duygusundan uzaklaşıp mutlu bir hayat sürmeye gayret etmektedir.

Ölümü durdurmak, geciktirmek veya ertelemek bir performans meselesidir. Bu anlamda mevcut tüketim kültürü “çıplak yaşamı mutlaklaştırır”. Burada söz konusu olan Aristolesçi manada “iyi yaşam” değil, “mutlak bir kayıp” olarak ölüme karşı direnmeyi gerekli kılan çıplak yaşamdır. Bu ise kendi üzerinde bir çalışma ile mümkündür. Çalışma, çıplak yaşamla birlikte “ölümün negatifliğine verilen tepkilerdir.” Öyle ki, “çıplak yaşamın savunusu bugün iyice şiddetlenerek sağlığın mutlaklaştırılmasına ve fetişleştirilmesine dönüş”mektedir (Han, 2020: 27-28). Bu durum birçok araştırma tarafından kanıtlanmaktadır. Örneğin Erçiş, Kotan ve Türk’ün yüz yüze görüşmelerle derlemeye aldıkları dört yüz elli anketin sonuçlarına göre ölüm kaygısının beden sağlığını koruyucu tedbirleri artırdığı yönündedir. Veri analizleri ölüm kaygısının hissedilme oranı ile formda kalmaya dönük tüketici davranışları arasında doğrudan bir bağlantı kurulduğunu göstermektedir. Buna göre araştırmanın ana sonuçlarından birini “insanların, ne yiyip içtiklerine dikkat ederek, formlarını koruyarak benlik saygılarını yükseltmeye, ölüm kaygılarını azaltmaya çalışmaları” oluşturmaktadır (Erçiş-Kotan-Türk, 2016: 117-128). Ki bu sonuçlar, Gülten Hanım’ın endişelerini ve buna yönelik aldığı tedbirleri açıklama noktasında önemli görünmektedir.

Yaşlanma ve ölüm korkusuna karşıt bir beden imgesi karlılığı yüksek bir ticari döngünün garantisidir. Bunun karşısında yaşlılık tüketimi azaltan, yavaşlatan ve nihayetinde ölüme evrilmesi an meselesi olan “kendi başına geliri düşük bir ticareti” imleyen bir yaş evresidir. Yaşlılığı daha zinde bir bedenle ötelemek, değilse en azından ona dair izleri kamufle etmekse beden üzerine yapılan yatırımları artırmakla güç kazanan beden endüstrisinin gelişimine kaynaklık eder. Genç ve zinde olmanın garantisi veren bu endüstrinin birçok ürün ve çözüm yolları, yaşlılığın kendisi tarafından boşa çıkarılıyor olsa da “bu endüstrinin bedeni güzelleştirmek, iyileştirmek ya da gençleştirmek adına piyasaya sürdüğü her türlü ürün ya da yöntemin” doğruluğu verdiği umudun şiddeti ölçüsünde tartışılmazdır. Kusursuz bir görünümle hayatı dondurma vaadinde bulunan beden politikaları, ölüm gerçeğini daha güzel, sağlıklı ve zinde bir bedende hakikat olmaktan çıkarmaya çalışır. Oysa bedeni, ruhun karşısında bir hiç mertebesinde gören “riyazet çağı”nda ölüm, hayat döngüsünün en canlı kanıtı ve tanığıydı. Riyazet çağında ölüm duygusu beden dâhil her şeyin gelip geçici olduğunu, dünyaya çok fazla bel bağlanmaması gerektiği, onun da ötesinde daha sonsuz gerçek bir hayat olduğu düşüncesini sürekli hatırlatmaktaydı. Günümüz bedeniyet çağında ise insanlar hem

sınırsız bir tüketime teşvik edilmekte hem de “daha iyi bir tüketici” olabilmeleri için eğitilmektedirler. Aslında iyi bir tüketici olmak daha fazla tüketimi garanti eden, bedene yatırımı artıran gençlik söylemi ile motive edilen bir bedenle mümkündür. Bu ise, başarıyı her alanda en yüksek değer getiren çağın “yapabilirsin” veya “yapmalısın” düsturuyla mümkün kılınmaktadır. Nihayetinde bu düstur, “beden döngüsü ya da bedenin geri-dönüşüm endüstrisinin sürdürülebilirliği”ne koşullandırılan “gönül okşayıcı” bir telkindir (Demir, 2016: 160-163). Kimi katılımcıların ölüm ve yaşlılık özdeşliğinde beliren kaygılarını yatıştırmalarına veya akıllarına dahi gelemeyecek şekilde ötelemelerine şans tanıyan fitness, diyetetik danışmanlık, sağlık ve ilaç endüstrisi gibi beden endüstrisinin unsurları katılımcıların nezdinde daha birçok insana gençlik iksirini vaat etmekte ve bu vaat üzere onların umutlarını sömürmektedir.

2.3.10. İradenin Gücü Olarak “Yabancılaşmış Beden”in Özdenetimi ve “Uygar Beden”in Temsili ve Takdimi

Bir irade vurgusu olarak bedenin öz denetiminin uygarlaşma süreciyle olan ilişkisinin değerlendirilmesi ya da günümüz toplumuna özgü bir şey olarak daha fazla görülmesinin nedeni bedenin bir kimlik anlatıcı olmasıyla yakından ilgilidir. Burada işleyen sürecin bireyselleşmenin artmasına paralel olarak işlediğini söylemek mümkündür. Hakeza insanın kendisini ve özgürlüğünü öz denetimine alabilecek tıbbi, kozmetik araçları imkân dâhiline sokan modern bir toplum olmasaydı bedenin öz denetimini deneyimlemenin yarattığı fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik süreci anlamak da mümkün olamazdı. Haliyle zorunluluk olarak dayatılan zayıflık veya güzellik beklentilerinin birey ve toplumdaki yansımaları bedenin görünümünü öz denetim sorunu etrafında bir uygarlaşma sorunu olarak ortaya koymaktadır.

Uygarlaşma süreci, üst tabakalarda başlayan çeşitli nezaket ölçülerinin yukarıdan aşağıya doğru halka ulaşmasının tarihi olarak okunabilir. Uygarlaşma süreci bir beklentiye dönüşen çeşitli adabı mauşeret ilkelerinin zamanla yaygınlaşması, benimsenmesi ve kabul edilmesiyle ilgilidir. Öyle ki, adabı mauşeret davranışlarına mugayir hal ve hareketler kınanır, ayıpsanır ve hoş karşılanmaz. Hatta aykırı davranışlar bir suçluluk hissi yaratarak utanca sebebiyet verir. Dolayısıyla birey olası bir suç isnadıyla karşılaşmamak için davranışlarını sürekli denetlemek zorunda kalır. Bu süreç nihayetinde uygarlaşmanın bilincidir (Elias, 2016: 228-246). Bu süreç sabit olmayıp

zamanla değişebilir bir mahiyettedir. Bugün hoş görülmeyen bir davranışın gelecek bir zamanda bir utanç nedeni olarak görülmemesi olasıdır.

Uygarlaşma süreci on altıncı yüzyıldan başlayarak çeşitli adabı muaşeret ilkelerine artan riayetle izah edilir. Bunlar ise daha çok bir bireyin toplumda bakışlarını nasıl konumlandırması, bedeninin duruş biçimi, giysilerinin temizliği ve özeni, oturma biçimi, selamlama ritüelleri, sofrada adabına riyeti ve temizlik alışkanlıkları gibi bir dizi nezaket kurallarını içerir (Elias, 2016: 137-142). Toplumsal bir değer olarak görülen kibarlık ve nezaketin gerekli kıldığı normların baskısı, sadece bir dış zorlama olarak kalmamakta aynı zamanda bireyin i dünyasında gözetleyici bir mekanizmaya dönüşmektedir. Elias bu süreci uygarlaşmanın bir gereği olarak görür. Dolayısıyla uygarlaşma bir “terbiye”den geçmemiş insanların içsel dürtülerini kontrol altına alarak topluma zarar vermeyecek bir düzeye gelmesini ifade eder (Park-Burgess, 2016: 82). Bu, Batı’nın toplumsal değer ve normlarına dönük bir süreç olarak görülse de toplumsal baskı ve denetim sürecinin zamanla bireysel bir kabulle içselleştirilmesi, genel bir toplumsal olgu olarak ele alınabilir.

Uygarlaşma sürecine asıl referans olan alışma Freud’un “Uygarlık ve Huzursuzlukları” adlı eseridir. Freud, insan mutluluğunun en temel itkisi olan haz ilkesinin beden, doğa ve toplum tarafından bastırıldığını belirttiikten sonra insanların aslında uzlaşması daha zor olan toplumla nasıl bir müzakere yaptığını anlamaya çalışır. Freud, insanların mutluluklarının kaynağı olan cinsellik ve saldırganlık içgüdülerinin bir bedel karşılığında denetim altına alındığını s yer. Ona göre insanlar kendi güvenliklerini ve birlikte yaşama gereksinimlerini bir haz ilkesi olan mutluluklarından ve özgürlüklerinden vazgeçerek karşılamışlardır. Bu vazgeçiş toplum, kültür, devlet adına doğa durumundan vazgeçmeyi gerektirir. Doğa durumu ise Thomas Hobbes’un bireylerin mutlak özgürlüklerini ifade eden eşitlik durumunda herkesin herkese karşı olduğu (bellum omnium contra omnes) yani herkesin birbirinin kurdu olduğu (homo homini lupus) toplum öncesi dönemi imler.

Bir kurgu olan toplum öncesi içsel dürtülerin bir baskı altına alınmadığı, eşit ve  zg r bir dünya olsa da insanların güven içerisinde yaşayabildiği bir dönem değildir. İnsanlar bir birilerinden gelebilecek tehlikeleri önlemek suretiyle kendilerini güvene almak için bir sözleşme yaparlar. Hobbes’a göre güvenlik temelindeki sözleşme insanın

en rasyonel duygusu olan ölüm korkusu ile gerçekleşir. Sözleşme ise bireysel gücün ve iradenin kralın nezdinde daha üst bir kuruma yani devlete bırakılmasıyla sonuçlanır. Devlet, doğa durumundaki mevcut eşitlik durumunu bozarak insan ilişkilerini düzenleyen bir eşitsizlik yaratır (Ağaoğulları, 2004: 206-210). Böylece insanlar eşitlik ve özgürlüklerini en üst güç olan devlete devrederek karşılığında güveni almış olurlar.

Freud siyasal yönüyle olmasa da psikanalitik açıdan bu süreci ele alır. Daha doğrusu o dış baskının hangi mekanizmalar eliyle bir iç baskıya dönüştüğünü izah eder. Sorduğu en temel soru ise şudur: “Uygarlık, kendisine karşı duran saldırganlığa ket vurmak, onu zararsız kılmak ve belki de ortadan kaldırmak için hangi araçları kullanır? ...Bireyin saldırganlık arzusunu zararsız kılacak şey nedir?” Freud’a göre cevap bellidir: Toplum ve onun zorlaması ile insanda hasıl olan özdenetim. Baskının şiddeti suçluluk duygusu ile beliren vicdanla yani insan kişiliğin sosyalleşmiş kısmı olan “üst ben”le daha bir artar. Öyle ki, birey iç dünyasında bir niyet olarak beliren kötü bir düşünceden dahi kendisini rahatsız hissetmeye başlar. Böylece birey “üst ben”i ile sadece davranışlarını değil, niyetlerini de gözetlemek ve denetlemek zorunda kalır. Bu şekilde toplumsal sadizm bireysel mazoşizme dönüşür (Freud, 2014: 80-89). Daha doğrusu toplumsal baskı içsel baskıya dönüşmüş olur. Toplumsal ve bireysel baskı mekanizmalarının bir bütün olarak kesişmesi bedenin de nasıl algılanması ve inşa edilmesi gerektiğini belirler.

Uygarlaşma süreci sadece mutluluk ve özgürlüğün güvenlikle takas edildiği bir hayat açısından değerlendirilemez. O, aynı zamanda kişisel utancın üst ben eliyle oluşturulma sürecidir. Giddens’e göre kişisel utancın sebebi olan suçluluk duygusunun modern bireylerin kendi kişisel kimliklerini dönüştürmelerinde açık bir işlevi bulunur (Giddens, 2010a: 212). Özellikle suçluluk duygusu ve kişisel utanç, modern dönemde bireylerin kendi bedenlerini inşa etme süreçlerinde hiç olmadığı kadar aktif işleyen psikolojik bir mercidir. Çünkü küresel medya eliyle bedene dayatılan bütün estetik normlar bireyler tarafından kabul edilmekte ve içselleştirilmektedir.

Örneğin bir zorunluluğa dönüştürülen zayıflık, güzellik, zindelik veya gençliğin bireysel bir baskıya dönüşen bir gerçek olarak inşa edilmesini Berger’in dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirilme süreciyle izah etmek mümkündür. Ki bu, estetik normların ihlaline yol açan eğilimlerin utanç vesilesi olmasını da açıklayabilir. Dışsallaştırma süreci toplumsal düzenin insan eylemleri sonucunda yaratılmasını ifade

eden diyalektiğin birinci safhasıdır. Dışsallaştırma insanların kendi etkileşimleriyle toplumsal gerçeklikleri yaratması, nesnelleştirme toplumsal gerçekliğin varlık kazanarak bireye dışsal olması, içselleştirilme ise toplumsal düzenin onaylanması ve benimsenmesidir. Dışsallaştırma toplumu bireyin bir ürünü, nesnelleşme toplumu bir gerçeklik, içselleştirme ise bireyin onun ürünü olmasını ifade eder (Wolf-Wallace, 2012: 384-385). Bu diyalektik süreç küresel çapta baskın bir norm haline gelen estetik değer yargılarının nasıl gerçeklik kazandığını da izah edebilir. Örneğin güzellik, zayıflık, incelik, gençlik, zindelik gibi estetik değer yargıları moda, reklam, kozmetik piyasası gibi kurumlar aracılığıyla üretilir, sonrasında bir sorgulanamaz bir gerçeklik olarak nesnelleşir ve nihayetinde onlar içselleşerek meşruluk kazanırlar. Bu değerlerin onaylanması da içsel bir baskıya dönüşerek bir denetim aracına dönüşür. Öyle ki, birey estetik normlara yüzünü çevirdiğinde suçlanmakta, utanmakta ya da utandırılmaktadır.

Berger'e göre nesnel gerçekliğin zirvesi bireylerin onu içselleştirilmesiyle çıkarılır. Yani bir olgunun toplumsal gerçeklik kazanması bireysel bilinç açısından kabulü ile birlikte iş görür. Belirli bir vücut ölçüsünün idealize edildiği bir toplumda farklı ölçüler ona nazaran daha az bir gerçeklik kazanır. Örneğin günümüz toplumunda ideal olan sıfır beden elde ettiği gerçeklik hem daha yüksek olmakta hem de daha fazla benimsenmektedir. Berger beri taraftan bireyin içsel bilincinin dışsal olarak belirlenmesinin tam olarak mümkün olamayacağını belirtir. Böyle bakıldığında bireyin dışsal bilinçlenme ile bir gerilim yaşamayı kaçınılmaz olur. Keza bu gerilim çifte bir katlanmayla toplumla bireyi karşı karşıya getirir. Dolayısıyla bireyin kendi içsel gerçekliği ile toplumun gerçekliği arasında bir yerde yaşayacağı olumsuzluk ise yabancılaşmaya neden olur (Erkilet, 2004: 52-53, Berger, 2011: 51-88). Hal böyleyken bireylerin kendi bedenlerini algılama biçimleri de kimi durumlarda kırılmaya uğrayabilir. Bu esnasında birey bedenini ideal bedenlerle veya toplumun bakışı ile karşılaştırmak suretiyle bedensel bir yabancılaşmaya maruz kalabilir.

Örneğin katılımcılarımızdan Zeynep Hanım (48), bir dönem artan kilosundan ziyade bedenine yönelik -iyi niyetle söylenmiş olsa bile- çeşitli söylemleri üzücü, kırıcı, incitici, küçük düşürücü bulduğunu ve bu uyarıların beden algısını olumsuz yönde etkilediğini şöyle ifade etmektedir:

“İnsanların baskısını bir şekilde sürekli hissediyordum. Şişman oluşumu ise böylece daha iyi görüyordum. Nasıl ifadeyim bilmiyorum ama insanlar sizin kendinizle barışık olmanıza çok izin vermiyor gibi. Onlar bu anlamda üstü kapalı bir talepte bulunuyormuş gibi geliyor. ‘Dikkat et!’ ‘kendine bak’, ‘zayıfla’ iması sürekli yanı başınızda. İnsana çocuk muamelesi yapılıyor gibi. Farkındalar mıydı bilmiyorum ama bu insanı utandıran bir şeye dönüşüyor.”

Zeynep Hanım, dışarda zımni olarak kabul edilen belirli bir beden ölçüsünün gerçeklik olarak veri alındığını ve bunun da kendisi üzerinde bir baskıya dönüştüğünü dile göstermektedir. O, mevcut beden algısının kendisi ile bedenini karşı karşıya getirdiğini, bunun da kendisini mutsuz hissettirdiğini aktarmaktadır. Dolayısıyla bedenini inşa etmesi yabancılaşmış bir bedende yaşadığını hissetmesinden kaynaklanmaktadır. Bu yabancılaşma, iradesini doğru bir şekilde kullanmadığıyla ilgili uyarıların sonucu olmaktadır. “Kendini kontrol et!”, “Kendine dikkat et!”, “Zayıfla!” gibi iradesinin zayıflığını vurgulayan rencide edici uyarıların kendisi için rahatsız edici bir boyuta vardığı hissine, kendisine iradesi elinde olmayan çocuk muamelesi yapıldığını düşünerek varmaktadır. Daha doğrusu Zeynep Hanım’ın ifade ettikleri şişmanlığın hem zayıf, ince ve fit bedenın karşı kutbuna koyulduğunu hem de irade zayıflığının emaresi olarak okunduğunu göstermektedir.

Zeynep Hanım’ın tecrübesi, güzellik adı altında zayıflığın baskıya dönüşmesine, bununda şişmanlığı bir suç ve utanç meselesi haline getirilmesine örneklik teşkil eder. Zayıflığı güzellikle, şişmanlığı çirkinlikle eş tutan güzellik algısı içsel bir baskıya dönüşerek özdenetimi kanıksanmış estetik normlar lehine devreye sokar. Birey farklı bir beden algısına sahip olmayı aklının ucuna bile getiremez. Şişmanlık neredeyse korkunç bir kâbusa, kendisine karşı işlenmiş bir suça dönüşür. Güzellik ve zayıflık baskısına maruz kalan bireyse kendisini sürekli denetlemek zorunda kalır.

“Bedenin bir proje”²⁷ olarak tasarlandığı günümüz toplumlarında kilolu olma her geçen gün obezite ile daha fazla ihata edilerek on bir eylül saldırısına özdeş bir risk ve

²⁷ Dorothy Roberts “Gen Çağında Sağlığın Sosyal Erdemsizliği” adlı makalesinde “biyolojik vatandaşlık” adı altında yeni türde bir vatandaşlığın ortaya çıktığını şöyle açığa kavuşturur: “Genetik araştırmaları ve teknolojinin gelişmesi, bireylerin emsali görülmemiş bir biçimde kendi sağlıklarına moleküler düzeyde yön vermelerini mümkün kılan yeni bir ‘biyolojik yurttaşlık’ yaratmış bulunuyor. Örneğin, preimplantasyon

panik konusu haline getirilmektedir. Öyle ki, birçok şişman kişi “kilolarından dolayı yalnız tanıdıkları tarafından değil, yolda karşılaştıkları insanlar tarafından ayıplanıyor; daha az ve daha sağlıklı yemeleri, daha çok hareket etmeleri” konusunda bir baskıya maruz kalıyor. Bundan sebep “obezite salgınının varsayılan etkenlerine yönelik ahlaki öfke biçimine bürünen epeyce düşmanlık sergiliyoruz. Çoğunlukla bunun getirdiği sonuç tembel, kontrolden çıkmış, iradesiz, bilgisiz ya da bu sıfatların bir bileşimine sahip saydığımız kişileri suç”luyor, kınıyor veya eleştiriyoruz. (LeBesco, 2017: 98-99). Bu suçlama, kınama ve eleştirilere kimileri doğrudan kimileri ise dolaylı yönden muhatap kalan katılımcılardan bazıları ahlaken küçümsenmeleri sonucunda kendilerini ait hissetmedikleri, yabancı bir bedende yaşıyor oldukları hissine kapılmakta ve bu bedenden bir an önce kurtulup, kabul edilebilir forma kavuşmak için çaba sarfetmektedirler.

“Hiç etrafınızda kilonuzdan ya da yeterli inceliğe sahip olmadığınızı düşünüp sizi bu konuda uyaran oldu mu?” sorusuna Ayça Hanım’ın (25) verdiği olumlu yanıtına binaen “Nasıl hissettirdiğini hatırlıyor musunuz?”, “Bu türden uyarıların iyi niyetle yapıldığını düşündünüz mü?” sorularına verdiği karşılık, kilolu olan insanların ya doğrudan ya da dolaylı yönden uyarıldığında hissettikleri duygular üzerine ilginç bilgiler içermektedir.

“Bundan yedi sekiz yıl evvel oldu. Kötü bir psikoloji... Özellikle bir kadın için çok kötü bir psikoloji gerçekten. Ben bu uyarıların iyi niyetle falan söylendiğini de düşünmüyorum. Bir örnek vereyim bir arkadaşımız vardı böyle çok kiloluydu. Ona yönelik çok kiloludur deniliyordu. Hele de onun yanında kimileri zayıflık muhabbeti açıyor. ‘Yok ben bu kadar kilo verdim’ falan. O kadar çok üzülüyordum ki ben o kadar kilolu olsaydım intihara kadar giderdim diye düşünüyordum. Ben çok üzülüyordum. Çok hassas bir konu olduğunu düşünüyorum. İnsanların dış görünüşüyle alay edilmemesi

genetik teşhis; anne babaların, yüzlerce genetik hastalıktan bağışık olduğu genetik testlerle saptanan embriyoları seçmelerine olanak veriyor. Genetik uzmanları, her bireyin benzersiz genetik profiliyle eşleştirilen ilaçlarla, hastalıkları tedavi edecek ‘kişiselleştirilmiş tıp’ dalını geliştiriyor. İnternet üzerinden faaliyet gösteren biyo-teknoloji şirketleri daha şimdiden, müşterilerce gönderilen DNA örneklerinin genotipini çıkarma hizmeti sunarak, soy ve risk özellikleri hakkında kişiselleştirilmiş raporlar sunuyor.” (2017: 83). Ayrıca insanın laboratuvar ortamında üretilmesine imkân tanıyan biyo-teknolojiler seçenekler arasında tercih edilen şıklar ile tasarlanmasına zemin hazırlamaktadır. Bir ebeveyn bu sayede çocuğunun saç ve göz renginden boy uzunluğuna, cinsiyetinden estetik görünümüne kadar birçok alanda çocuğunun nasıl bir şekilde dünyaya gelebileceğine karar verebilmektedir.

gerektiğini düşünüyorum. Onun elinde olsaydı o da bunu istemezdi. Herkes böyle değil. Bazıları kendisiyle çok barışık. Ama bazıları da kilosundan dolayı daha çekingen... Bu da o kişinin çevresiyle alakalı bence.

Ayça Hanım, insanların dış görünüşüne yönelik uyarıları iyi niyetle açıklanmayacak derecede olumsuz bir durum olarak algılamaktadır. Özellikle de kadınlar söz konusuken yapılan uyarıların daha aşağılayıcı olduğunu belirtmektedir. Bu psikolojiyi hayatında bir kere tecrübe eden Ayça Hanım, şişman olduğu düşünülen insanların yanında dış görünüşle ilgili yapılan muhabbetlerin ne kadar kırıcı olduğunu büyük bir üzüntü ile ifade etmektedir. Örneğin bir zamanlar kilolu olan bir arkadaşının bulunduğu ortamda incelik, zayıflık ve kilo verme üzerine yapılan sohbetlerin onun psikolojisi üzerine çok olumsuz etkiler bıraktığını düşünen Ayça Hanım, kendisi aynı durumda kalması halinde intihar bile edebileceğini dile getirmektedir. O bu örneklikten hareketle, sosyal çevrenin insanın bedeni ile olan ilişkisinde çok belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre sosyal çevre bir insanın bedeni ile barışık yaşayıp yaşayamayacağına belirleyen önemli mercidir. Kimi zaman dış görünüşe yönelik uyarıların insanı yabancı olduğu bir bedene hapsettiğini, hatta bunun insanın bedeninden bir an önce kurtulma isteğini tetikleyebileceği kanısındadır.

Katılımcılarımızdan Selin Hanım (34), “Bedensel görünümümüzden dolayı hiç uyarıldınız mı?” sorusuna verdiği cevap, fiziksel görünümü hakkında bugüne kadar bir uyarıya maruz kalmasa da “şişman” diye tabir edilen insanların bedenlerine nasıl yabancılaştırıldıklarını örnekleyecek cinstendir.

“Böyle uyarılara hiç maruz kalmadım. Çünkü ben zaman buldukça spor aktivitelerime dikkat ediyorum. İşin bir tarafında sağlıklı bir yaşam gibi bir kaygım var. Beri taraftan kendinizi iyi hissetmeniz de gerekiyor. Bunun yolu da zayıflamaktan geçiyor. Etrafınıza baktığınızda herkeste benzer kaygılara rast gelebilirsiniz. Herkes ortalama kendi boyuna ve kilosuna göre ortalama aynı beklentileri karşılamak için spor yapıyor. Ne diye sorarsanız bana, şu cevabı verebilirim: Güzel görünmek. Güzellik neredeyse zayıf olmakla aynı anlama gelmiş. Zayıf değilsen sanki güzel de değilsin gibi. Bundan sebep herkes birbirinin kilosunu kontrol ediyor. Sürekli bir sorgulama var gibi. Etrafımda çok duyduğum ve gördüğüm için söylüyorum. Örneğin şişman ya da obur olan kadınlar mahalle baskısına maruz kalıyorlar. Belki çok doğrudan olmasa da dolaylı

yönden bir baskı uygulanıyor. Herkes bir şekilde onlara akıl verir duruma geliyor. “Yemene içmene dikkat et!”, “Nefsine sahip çık!”, “Az ye!” gibi. Kimi bunu jest ve mimikleri ile kimi doğrudan ifade ettikleriyle. Bu çoğu zaman çok kırıcı da olabiliyor. Onları kendilerinden utanır hale getirilmesine şahsen çok üzüliyorum.”

Selin Hanım, küresel çapta Sagaert’in de dediği gibi bir zayıflık diktatörlüğünün hâkim olduğunu gözlemlemektedir. Doğrudan kendisine yönelik bir baskı olmasa da etrafında gördüğü ve tanık olduğu bir dizi muhabbetlerden hareketle ince, zarif, fit bir endama sahip olmayanların, özellikle de şişmanların maruz kaldığı mahalle baskısından şikâyet etmektedir. Şişmanlara yönelik en onur kırıcı davranışın onları iradesiz olmakla suçlayanlardan geldiğini üzülenek belirtmektedir. O da Zeynep Hanım gibi şişmanlığı irade zayıflığı veya nefesine düşkünlük ile eşitleyen ifadeleri üzücü bir yakıştırma olarak görmektedir.

Zeynep, Ayça ve Selin Hanım’ın dış görünümüne yönelik aşağılayıcı ve küçük düşürücü uyarıların bir irade sorunu olarak bedensel bir yabancılaşmaya neden olduğu, bunun da kişiyi diyet yapmaya, zayıflatıcı ilaçlar kullanmaya ve birçok katılımcı da olduğu gibi spor yapmaya teşvik ettiği görülmektedir. Katılımcıların kimi zaman bizzat şahsi tecrübelerini kimi zaman da gözlemlerini içeren ifadelerde açığa çıkan kaygılara ve bu kaygılardan kurtulmak için ne tür bir çaba içerisinde oldukları çeşitli araştırmaların verileriyle de örtüşmektedir. Dedeoğlu ile Savaşçı’nın tüketim toplumunda idealize edilen bedene ulaşma arzusu ile yemek yeme arzuları arasında nasıl bir bağlantılı olduğu üzerine kolaj çalışmasına dayalı derinlemesine yaptıkları görüşmeler birçok katılımcımızın kendi bedenlerini kontrol etme gerekçelerine ışık tutmaktadır. Araştırma kapsamında görüşülen dokuz kadına gösterilen çeşitli yemek resimleri ile moda dergilerinde boy gösteren mankenlerin vücutlarını karşılaştırmaları istenmekte ve bu karşılaştırmadan hareketle yeme arzularını nasıl kontrol ettiklerini, ideal bir bedene kavuşmak için ne tür pratikleri devreye soktukları ve bedenlerini ne tür gerekçelerle inşa ettikleri anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. Araştırma “fazla, yağlı ve kalorili yeme, egzersiz yapmama, bakımsız olma, yaşlanma gibi ‘doğru’ olmayan faaliyetlerde bulunanlar”ın etkileşim halinde olduğu kişiler tarafından “başarısız”, “yetersiz”, “disiplinsiz”, “iradesiz” gibi değerlendirmelerle zımni veya açık olarak cezalandırıldıklarını göstermektedir. Kişide “suçluluk”, “utanç” ve çeşitli türde endişeler uyandıran duyguların altında ise ince, fit ve güzel bir bedene sahip olmayı yücelten

tüketim kültürü bulunur. Medyada öne çıkarılan ve popüler edilen “uzun bacak”, “ince bel”, “normal bir göğüs ve kalça” standartlarındaki vücut tipleriyle yapılan kıyaslamalar birçok kadını bedenine yönelik değerlendirmelerle kendisine yabancı kılmaktadır. Baskının şiddeti ve boyutu artığında, kişi bunlarla baş edemez duruma geldiğinde “gıdaları yeme arzularına aynı anda sahip olduğunda depresyon, bulimia nervosa (aşırı yemek yeme ve diyet yapma), anoreksiya nervosa (beslenmeyi reddetme)²⁸, lipofobi (yağlanma korkusu)²⁹ gibi psikolojik hastalıklar” baş gösterebilmektedir (Dedeoğlu-

²⁸ İlk defa İngiliz William Gull ve Fransız Charles Lasague tarafından 1873’te tanımlanan anoreksiya nervosa hastalığı geleneksel psikanalizde daha çok kabul edile gelen kadınsılığa yüklenen rol ve statülerden kurtulma çabası olarak okunmaktadır. Kendini bilinçli olarak beslenme etkiliklerinden uzak tutma ile beliren iştah bozukluğunun altında birçok feminist “erkekliğe ayrıcalık veren dünyadaki ‘incelik zulmü’ ve erkek gibi görünme benzeri kültürel zorunlulukların yattığı” düşüncesini ortaya attılar. Onlar bu tür insanların bilinçdışında geniş kalçalı ve belirgin göğüsleri ile kendilerini aptal, erkekler karşısında korunmasız, güçsüz ve gülünç kalabileceklerini düşündüklerinden zayıflarak erkeksi bir görünüme kavuşmaya çalıştıklarını düşünmektedirler. Bu, bir yerde geleneksel olarak kadına belirli beden ölçülerini formatlayan kültürel atmosfere makro boyutta olmasa da kasti olarak kendini aç bırakmak suretiyle bir itiraz biçimi olarak değerlendirilmektedir (Yalom, 2002: 156-157). Farklı bir bağlamda konuyu değerlendiren feminist aktivist Laurie Penny’e göre kadınlardaki yeme bozukluklarının ardında “kadın bedenine bir Pazar kaynağı olarak el” konulması ve kadın bedenine endüstriyel bir girdi olarak muamele edilmesi bulunmaktadır. Ona göre kadınlarda her geçen daha fazla baş gösteren yeme bozukluğuna dayalı hastalıkların en genelde sebebi kapitalist ataerkil düşüncenin kadın bedenine yönelik standartlarıyla ilgili manipülatif düşünceleridir. Hatta o, kadınların kendilerini bile isteye diyet adı altında aç bırakarak en iyi durumda geri dönüşü mümkün olmayan hastalıklara, en kötü durumda da ölümle sonuçlanan bedensel pratiklere maruz bırakmalarını feminizmin en büyük yenilgisi olarak görmektedir. Bu, aslında bir kadının bedeninden dolayı kendinden nefret etmesinin en uç noktasıdır. Beri taraftan Penny’i anoreksiya nevroza hastalığının ardında “güzellik faşizminin” dayatmacı kabullerine daha çirkin görünerek itiraz etme gibi yadsınamaz bir nedenin olduğunu da belirtmektedir (2018: 41-42). İtiraz bir yerde bedeni kadınsı bir görünümünden arındırmakla sonuçlanmaktadır. Nihayetinde bu durum cinsiyetsizleşmeye yol açmaktadır.

²⁹ Sanayileşmiş ülkelerin en temel beslenme kaynaklarından biri olan yağ tüketimi bir dizi beslenme, sağlık ve estetik söylemlerle iç içe geçerek merkezi konulardan biri olmuştur. Bu anlamda yağ tüketimi salt besleyici niteliğiyle değerlendirilemeyecek ölçüde çeşitli deneyim ve anlayışlarla kültürel bir inşa konusudur. Aşırı kiloya bağlı hastalıklarla ilişkilendirilen yağlanma sorununun tıbbi söylem eşliğinde sigorta gerekçesine dönüşmesi, temposu her geçen gün artan modern dünyaya uygun zinde bir beden anlayışı, moda kıyafetlerin zarif bedenleri gerektirmesi gibi zayıflığı dinçlikle, güzellikle, sağlıklıyla özdeş tutulması buna mukabil yağlanmayı uyuşukluk, çirkinlik ve hastalıkla ilişkilendirilmesi modern toplumları lipofobik yani yağdan korkan toplumlar haline getirmektedir (Fisher’den akt. Askegaard-Jensen, Holt 1990:

Savaşçı, 2005: 75-87). Katılımcılarımızla yaptığımız görüşmelerde bu tür hastalıklara rastlanmamışsa da bedenlerine yönelik kontrolsüzlüğü, nefsine hâkim olmamayı, iradesizliği vurgulayan olumsuz ifadelerin kişide psikolojik çöküntüye sebep olduğu; hatta bu tür uyarıların kişiyi intihara sürekleyebilecek kadar ciddi sonuçları olabileceği görülmektedir. Örneğin Zeynep Hanım'ın bedenine yönelik aşağılayıcı uyarıların kendisini çok kırdığını, üzdüğünü; Ayça Hanım da böyle uyarılara maruz kalması halinde intihar bile edebileceğini belirtmektedir. Selin Hanım bugüne kadar bu türde bir uyarıya maruz kalmamış olsa da buna maruz kalanlarla yoğun bir empati kurduğu gözlenmektedir. Aynı şekilde Ayça Hanım'ın kilosundan dolayı suçlanan, utandırılan kişileri daha iyi anladığını, onlara yakınlık gösterdiği kurduğu duygudaşıktan anlaşılabilir. Bunu bizzat deneyimleyen Zeynep Hanım'a yönelik baskılar, hastalık, hareket kabiliyetinin yitimi gibi başka türde gerekçelerle birleşerek onu diyet yapmaya, spor yapmaya zorlamaktadır. Daha doğrusu dış baskı, iç baskıya dönüşerek bedenini disipline ve kontrol etmeye yönlendirmektedir.

“Kilolu olmak utanç verici bir şey midir?”, “Kilolu olan insanların çevreleri tarafından uyarıldığını düşünüyor musunuz?”, “Kilosundan dolayı uyarılan insanlar ne hissediyorlar” sorularını Müjgan Hanım (40) ise şöyle cevaplamaktadır:

“Ben de uyarıldığım zamanlar olmuştur. Bazen hiç oralı olmasam da kimi zaman beni sıkıldığını da söyleyebilirim. Hatta yememe içmeme karışmayın diye çıkışırım. Çevrede de böyle uyarılam insanlar var. Sadece kilolu olduğu için değil, aynı zamanda cılız olanlar da uyarılır. Her iki halde de çok söylenmesi insanı rahatsız eder. Çok uyarılan kilolu birinin daha fazla sıkıldığını, strese girip daha fazla yemeye başladığını söyleyebilirim. Tersisi cılız için de geçerlidir. O da kilo almak istese dahi bu durumda alamaz oluyor. Karşıdaki için bir problem haline geldiğinde sorun daha büyüyor.”

331-332). Bu sebeple 1960'lardan bu yana birçok hükümet ulusal sağlık politikaları adı altında nüfusun yeme davranışlarını “sağlıklı” bir yönde değiştirmek için çeşitli kampanyalara başvurumaktadırlar. Ülke bütçesinin önemli bir kısmının ayrıldığı kamu sağlığı alanında mücadele edilmesi gereken ilk kötülüklerden birini yağ tüketimi oluşturmaktadır. Yağın kötü olduğuna dair moda ve kozmetik ürün sektörünün ideal güzellik ve beden algısının da sebep olduğu lipofobi hem Batı dünyasında hem dünyanın geri kalan kısmında anoreksiya nervoza ve bulumiya nervoza gibi yeme bozukluklarına dair hastalıkların doğmasına neden olmaktadır (Askegaard-Jensen, Holt 1990: 332-333).

Müjgan Hanım'ın söylediklerinden hareketle içinde bulunduğumuz dönemin zayıflığı daha fazla yücelttiğini söylemek mümkün görünmektedir. Öyle ki, zayıf olmadığı düşünülen kişiler uyarılmaktadır. Bu ise onları toplum içinde sıkılgan, çekingen, kaçınan bırakarak psikolojik bir baskıya dönüşmektedir. Kimi zaman baskının şiddeti kaçınmak istenen problemi tetikleyerek kişiyi mevcut sorunun girdabına daha bir sokmaktadır. Haliyle bir hastalık olarak görülmeyen bir şey, rahatsızlık nedeni olarak görülüp, tedavi edilmesi gereken bir sağlık sorununa dönüşebilmektedir.

Beden ölçülerinin kazandığı gerçeklik ve ima ettiği anlamlar toplumdan topluma farklılaştığı gibi aynı toplum içerisinde bile değişiklik gösterir. Şişmanlığın tarihi üzerine çalışan Vigarello, şişmanlık kavramının, kıtlık ve hastalıkların kol gezdiği feodal toplumda bollukla; dini değerlerin belirleyici olduğu Orta Çağ'da oburlukla; toplumsal eşitsizliklerin ideolojik olarak tartışıldığı modern zamanlarda müsriflik ve aç gözlülükle; bireyselliğin değer olduğu günümüz toplumunda ise iradenin zayıflığıyla tanımladığını belirtir (Vigarello, 2016: 239-251). Aynı doğrultuda Sagaert, günümüz tüketim kültüründe şişman bir bedenin edilgenliği, ölçsüzlüğü, oburluğu ve irade zayıflığını temsil ettiğini ifade eder (Sagaert, 2017: 150). Bireysel kimliğin bedensel görünümle anlam kazanması ile birlikte bedene yapılan yatırımların düzensiz veya ölçsüz yapılması bir irade eksikliği olarak değerlendirilir. Haliyle bu, bir özdenetim pratiğinin sonucu olarak incelmeyi de içine alan uygarlaşma sürecinin temel aldığı “uygar beden”in normlarına aykırı bir tutum olarak görülür.

On dokuzuncu yüzyılın son çeyreği artık zayıflığın bedendeki devrimidir. Besin değerlerinin kalori cinsinden hesaplanmaya başlandığı, perhiz uygulamalarının ince damak tatlarıyla pekiştirildiği, alınan besinlerin vücutta yakılma oranlarının hesaplandığı, şişmanlığın hastalıklarla hiç olmadığı kadar ilişkilendirildiği bu zaman sürecinde bedeni ıslah edici bir dizi öneriler de gecikmedi. Yüzyılın son çeyreğinde kilolu olanlara egzersiz ve yürüyüşler tavsiye edilmekte; jimnastik salonları açılmakta veya çeşitli egzersizleri içeren dergiler satılmakta; evlere bedeni boydan boya görünür kılan boy aynaları, kamusal alanlara da tartılar yerleşilmekte; zayıflatıcı çayların siparişleri verilmekteydi. İnce, düz ve kaslı bir formun imkânları bir güzellik piyasasını ortaya çıkartmıştı. Bu süreci takip eden yirminci yüzyılın başlarında ise ideal kadın beden ölçüleri moda dergileri ve sinema vasıtasıyla daha belirginleştirilmekteydi (Vigarello, 2013: 200-220). Nihayetinde artan imkânlar, bedeni bir sorumluluk, bir performans, bir çaba konusu

haline getirdi. Çünkü güzel olmak veya zayıf olmak artık hiç olmadığı kadar bireyin inisiyatifinde olan bir şey olarak görülmeye başlandı. Geleneksel dönemin verili güzelliği artık bireysel bir performansla devre dışı bırakılmıştı. Güzelleşmemek veya zayıflayamamak bir irade sorunu olarak ele alınmıştı. Hal böyle olunca kilolu olmak, iradesizliğin bir sonucu olarak utanç meselesi haline getirildi. Bu ise, birçok katılımcımızın kendi bedenine yabancılaşmasının temel nedenlerinden biridir.

Kalori tüketiminin kitleselleşmeye başladığı yirminci yüzyıl başlarında düzensiz bir beslenmenin sonucu olarak sayısı artan şişmanlar “toplumsal bir hasta, maliyetli bir münasebetsiz, iradesiz bir şey” olarak görülmeye başlanır. Bunun sonucunda birçok insan, kilosundan dolayı hem göz hapsine alınmakta hem de küçük düşürücü uyarılara maruz kalmaktadır. Bedenin aşağılayıcı tariflerle tanımlanması bireyin bedeni ile kuracağı ilişkinin boyutunu da değiştirmektedir. Bu şekilde kendisini mevcut bedeni ile daha fazla özdeş tutmaktadır (Vigarello, 2013: 239-241). Öyle ki o, artık tanıdık olmayan, kendisine ihanet etmiş, kendisini küçük düşürmüş bir bedenle yaşadığını hisseder. Nihayetinde şişman kişi, zayıflığın popüler edildiği ve dayatıldığı toplumda daha bir görünür olur. Bu durum onun açısından korkutucu boyutlara varır. Çünkü o jestlerle, mimiklerle ve işaretlerle gösterilmekte ve artık kendi bedenine bir ‘şey’ gibi bakmaya başlamaktadır. Öyle bir hale gelir ki, bedenini tanıyamaz hale gelir. Yani bedeni kendisine ait bir şey olmaktan çıkar. Söz konusu süreç, bireyi birçok sosyo-psikolojik sorunlarla yüz yüze bırakır.

Mesela bedenini ideal formlara göre biçimlendirmeyenler, makyaj yapmayanlar, zayıflamayanlar veya yüzündeki bir ‘kusur’u düzeltmeyenler aforoz edilir, kendisine kayıtsız kalmasının bedeliniyse çeşitli suçlayıcı ifadelerle maruz kalmakla öderler. Bedendeki “kusurları” bir irade sorunu olarak görülmekte, alaya alınmakta ve hor görülmektedir. Bu, herkesin kendi heykeltıraşı olduğu, ben bedenim’ söyleminin bayraklaştırıldığı, güzelliğin bir çaba ve irade gerektirdiği kültürel atmosferin sonucudur. Böyle bir zamanda güzel, narin, ince veya kaslı bir vücuda sahip olmak toplumsal onayın alınması demektir. Değilse bu, uyumsuzluk, kayıtsızlık, boş vermişlik ve iradesizlik olarak kodlanır. Böylece öz disiplin eksikliği, kınama, kendine bakmama ile dışlanan kişi bir an önce kurtulmak istediği bir bedenle karşı karşıya ge(tiri)lir (Vigarello, 2013: 240-247). Dışarıdan içe doğru beliren baskının şiddeti, bireyi yabancı olduğu bir bedenle yaşamak zorunda bırakır. Baskıyı içselleştiren kişi kendi iradesi ve denetim gücüyle

“kusuru” gidermeye çalışır. Bu şekilde “kabul edilebilir”, “göze gelebilir” biri olacağına inan(dırıl)ır.

Örneğin görüşmecilerimizden Akif Bey’in (33), aşırı kilo aldığı bir zamanda yaşadıkları, bedeni ile kurduğu ilişkinin değişen boyutları hakkında önemli bilgiler vermektedir.

“Altı yedi yıl öncesinde birtakım psikolojik sorunlar yaşadım. İlk başta doktora gitmeyi düşünmedim. Sonrasında ailemin ve arkadaşlarımın tavsiyeleri üzerine doktora başvurdum. Tedavi sürecine hemen başladım. Dozajı periyodik olarak ayarlanmış birtakım ilaçlar kullandım. Bu ilaçları kullanmaya başlamamla kısa bir sürede kilo almaya başladım. Aslında bunu önceleri çok fark edemedim. Ama sonrasında çok görünür bir hal almaya başladığımı görmüştüm. İşte bütün problem benim için bu arada başlamış oldu. Yaşadığım sıkıntılar yetmiyor gibi üstüne bir de ‘Çok yeme!’, ‘Davul gibi olmuşsun’, ‘Az ye!’, ‘Kendine hakim ol!’ gibi birçok şey duydum. O kadar söylendi ki bu tür sözler artık dayanamadım. Artık kilolarımı kontrol altına almam gerektiği kanaatine vardım ve spora başladım. Çok şükür, şu an ciddi bir kilo verdiğimi söyleyebilirim. Daha önemlisi artık herhangi bir uyarı da almıyorum. Benim için en sevindirici şey bu.”

Akif Bey, bedeninde meydana gelen değişimin farkına toplumsal algının penceresinden bakarak varmaktadır. Şişmanlaşmasının bir kontrolsüzlük olarak kendisine dayatıldığını ve bunun da kendisini rahatsız ettiğini belirtmektedir. Akif Bey de ‘Zayıflamalısın!’ mesajını aldığını ve iradesini bu emir üzerine kullandığını göstermektedir. Sonuç olarak Akif Bey’in, bir irade eksikliği olarak görülen şişmanlığının hakkından kontrollü ve disiplinli bir çaba ile geldiğini söyleyebiliriz. Böylece o, kendisine dayatılan bir beden formunu ölçü alarak günümüz toplumunun estetik söylemine iştirak etmektedir.

Bedene yabancılaşma, katılımcıların bedensel görünümelerini güzellik, yaşlılık ve sağlık ile ilgili normatif kavram ve olgularla ilişkilendirilmesiyle gerçekleşmektedir. Tanıklıklarına başvurduğumuz kimi katılımcıların ifade ettikleri bedensel görünümlerine yönelik sağlık, gençlik ve zindelik söylemlerini içeren uyarı veya önerilerin bedensel yabancılaşmanın kaynağını teşkil ettiği üzeredir. Bir dönemler kadın güzelliğinin niteliğini oluşturan kilo ve yağ oranı her geçen gün yaşlılığın, hastalığın ve çirkinliğin

sebebi olarak gösterilmektedir. Bu nedenle birçok kadın şişmanlığından ötürü aşağılanmakta, dışlanmakta ve bu yüzden kendilerini kötü hissetmektedirler. Dolayısıyla birçok kadın yabancı hissettiği bu beden kurtulmak için spor salonlarına, diyetetik danışmanlarına, olmazsa yağ aldırma ameliyatlarına başvurumaktadırlar. Kendilerine “iradesiz”, “beceriksiz”, “kontROLSÜZ” yaftası vurulan “şişman kadının” bedeni “yok edilmek istenen kusurlu bir parça” olarak ona yabancılaştırılmakta ve parçalanmaktadır. Bir iradesizlik belirtisi olarak yüzüne vurulan şişmanlık etiketi “yağlara ve selülitlere karşı koymak için sürdürülen disiplinli hayat kadınlarının bedenleriyle mazoşistçe ya da cezalandırıcı, eziyet ve nefret yüklü, olduğu haliyle, kendini kısmen ya da tamamen redde dayalı bir ilişkiye girmeleriyle sonuçlan”maktadır (Aktaş, 2014: 77-80). Fiziksel görünümünden dolayı aşağılayıcı, küçük düşürücü uyarılarla başbaşa kalan birçok kişi bedenleri ile sorunlu bir ilişki kurmaya başlamaktadır. Daha doğrusu bu yönlü ikazlar, bedensel yabancılaşmanın başlıca sebebi olmaktadır. Bunun sonucunda beden benliğinin gelişimi için bir kurtuluş ideolojisinin nesnesine dönüşmektedir. Yani eskiden ruhsal ve manevi bir yaşama adına kontrol, terbiye ve ıslah edilen beden, şimdi daha dikkat çekici, hoş, zarif ve ince bir görünüm adına fitness veya açık spor sahalarında, olmazsa ameliyat masalarında törpülenmekte, zımparalanmakta, kesilmekte ve biçilmektedir. Bu şekilde belirli örneklik üzerinden bir forma kavuşturulan beden hem fiziksel hem toplumsal ağırlığından dolayı bir utanç kaynağı olmaktan çıkarılmaktadır.

2.3.11. Modaya Duyarlı Dış Bedenin Temsili ve Takdimi

İnsanın en temel ihtiyaçlarının başında beslenme, barınma ve bürünme gelir. Bunlar insanın hayatiniyetini sağlayan zaruretlerdir. İnsanın bu ihtiyaçlarını giderme biçimi ise çağdan çağa, toplumdan topluma değişiklik arz eder. Uzun insanlık tarihi boyunca bunların karşılanma biçimi bir incelik kazanarak günümüze kadar gelmiştir. İnsanoğlunun asli ihtiyaçlarını giderme noktasında belirli bir doyuma ulaştıktan sonra damak, giyim ve barınma biçimlerinde belirli bir kültürel seviyeye geldiğini söylenebilir. Örneğin hayvan derilerinden veya ağaç kabuklarından edinilen liflerle ürettikleri ilk bürünme araçlarından günümüzün daha işlemeli, ince detaylandırılmış meslek, yaş, milliyet ve cinsiyet hakkında birçok bilgi içeren giysilerine kadar değişen kostümler renkli bir giysi tarihinin izdüşümleridir.

İnsanı diğer canlılardan farklı kılan unsurlardan biri de giyimdir. Hayvanlar yaşamda kalmalarını sağlayacak gelişkin bir bürünme, yürüme, korunma ve savunma yetilerine sahip bir şekilde dünyaya gelirler. Pençeleri, dişleri, ayakları ve postları onları dışarıdan gelebilecek tehlikelere karşı ayakta tutabilecek yeterliliktedir. İnsan ise dünyaya çıplak, savunmasız ve bağımlı bir şekilde gelir. Onun hayatta kalması ise ellerini ve zekâsını kullanarak oluşturduğu kültür vasıtasıyla mümkün olur. Her kültür çevresi insanların temel ihtiyaçlarını karşılayacak mekanizmaları var kıldığı gibi onların karşılanma biçimlerini de belirler. Örneğin herhangi bir giyim eşyasını üretmekle kalmaz onun cinsiyet, meslek, yaşa göre nasıl kullanması gerektiğine de karar verir. İşte bu belirleme sosyal organizasyonun belirli bir hiyerarşisine veya görev dağılımına göre şekillenir. Kadın ile erkeğin, çocuk ile yetişkinin, zengin ile fakirin giyim şekilleri buna göre düzenlenir. Çünkü giysiler ve onların sembolik anlamları toplumun denetiminde sürekli bir düzenlemeye tabi tutulur. Birçok toplum, statüler arasındaki farklılıkları toplumun hayatıyeti açısından önemli gördükleri için giyimle görünür olan sembollerini değer açısından sınıflandırmışlardır. Ki bu, tarihin her döneminde karşılaşılabileceğimiz çeşitli giyim yasaklarına kadar varabilmektedir. Örneğin Japonya’da memurların giyimlerinden hangi statülerde olduğunun anlaşılması, Osmanlılarda takılan başlıkların çeşitli tarikatları tanıtmaları veya giyilen ayakkabıların renklerinden milliyetlerinin belirlenmesi gibi... Kimi zaman da devletler çeşitli ideolojik yönelimlerinden kaynaklı olarak bazı giysi türlerine müdahale etmiş ve onları yasaklamışlardır.³⁰

Sözsüz bir iletişim aracı olarak giysiler birçok anlamı çağırıştırır. Giysi, toplumun bir üyesi olarak ferdin sosyal konumu hakkında bilgi veren en temel görünüm

³⁰ Örneğin İkinci Mahmud’un yeniçeri ocaklarını kaldırdıktan sonra kurduğu yeni Batı tarzı ordu olan “Asâkir-i Mansûre-i Muhammediye” içerisinde yer alan askerlerin pantolon, fes, ceket ve ayakkabı giymelerini zorunlu kılması. Yasa kapsamında getirilen kurallara diğer kurumlarda çalışan memurların da uyması zorunlu oldu (Quataert: 1997: 3-5). Daha genel kapsamda konuyu tartışan Irvin Cemil Schick, İslam toplumlarında kıyafet yasaklarını akademik literatür içerisinde çokça tartışılan toplumsal cinsiyet bağlamından bağımsız olarak ele almaktadır. Daha doğrusu Schick, “örtünmenin tesettür dışında İslami kıyafet ve kişisel görünüm unsurlarının dini temelleri” üzerinde durmaktadır. Ona göre Müslümanların vücut tadilatlarını ne derecede ve hangi usuller yapabildikleri, Müslüman kıyafetlerinin caiz, mekruh ve haram addedilmesinin şartları ve son olarak Müslümanların bir kimlik inşası olarak kendilerini Müslüman olmayanlardan ayırma biçimlerinin, nedenlerinin ayet, hadis ve sünnetteki dayanaklarını ve bundan kaynaklı fetva ve fermanların tesirlerini tartışmaktadır (2017, 89-159).

biçimlerinden biridir. Tarihin her döneminde giysiler, bir ferдин hangi toplumsal zümreye ait olduğu, hangi dine mensup olduğu, hangi cemaatin üyesi olduğu, hangi loncaya ait olduğu, hangi mesleği yerine getirdiği gibi birçok sosyal statünün görünen yüzü olmaktadır. Sosyal statülerse ortak bir kabulün ürünü olan sembollerin doğru okunması ile bilinirdi. Özellikle de geleneksel ve sınıflı toplumlarda giysiyle ilişkili sembol ve göstergeler daha net ve açıktı. Kimin hangi tabakaya mensup olduğu gelişigüzel bir bakışla hemen anlaşılırdı. Söz konusu toplumlarda giysi toplumsal konumun altını çizen açık bir işaretti. Böylece toplumsal kompozisyonun belirgin tabakaları giyim üzerinden daha net bir şekilde görünür olurdu.

Bu durumu modanın tarihsel seyri açısından analiz edebilmek için iki tip toplum model alınabilir. Birincisi sınıflı, ikincisi ise parçalı toplumlardır. Sınıflı toplumlar yüksek, orta ve alt olmak üzere üç tabakadan oluşur. Soylular ve din adamlarından oluşan yüksek tabaka Fransız Devrimi'nden sonra yerini burjuvaziye bıraktı. Burjuvazi devrimden sonra yapılan hukuki düzenlemelerle yüksek bir gelire daha fazla sahip olmuştaki da kültürel olarak yerini aldığı aristokrat sınıfın etkisi altındaydı. Giyinmek, süslenmek, evini döşemek ve boş zamanlarını değerlendirmek gibi bir dizi kültürel tüketim pratiğinde modeli aristokrat sınıftı. Bu tüketim pratikleri içerisinde yüksek-üst sınıfın giyimi Crane'in de deyişle kapalı bir metin gibiydi. Yani giyim üzerinden verilen mesajlar doğrudan ve netti. Yani başka bir yoruma açık vermeyecek şekilde anlaşılır olandı (Crane, 2018: 20-23). Bu toplumda giysi bedenle özdeş, ona dair aidiyetleri sergileyen sembolik bir etikettir. Yani her bir insan giysileriyle kendi cemaatinin, yaş grubunun, cinsiyetinin, yaşadığı yerin görünür işaretlerini açık bir şekilde yansıtmaktaydı. Daha açık olarak giysi "farklılıkların organik ve hiyerarşik bir biçimde tanzimi üzerine kurulu bir toplumun insanlara vurduğu damgaların görsel olarak tasdik edilmesi idi." (Pellergin, 2008: 118-120). Kişi hakkındaki birçok bilgiye giysileri üzerinde ulaşmak mümkündü. Dolayısıyla böyle bir toplumda giysi bir insanın kimlik kartı gibi bir işlev görmekteydi. Daha sonraki yüzyıllarda tedrici bir değişimle parçalı hale gelen toplumda giysiden hareketle insanların sınıfsal, dinsel, etnik hatta kimi zaman cinsel kimliğini tespit etmek zorlaşmaya başlanır.

Modanın varlığı toplumsal sınıf ve tabakalar arasında görece olarak artan etkileşimlerle birlikte daha zengin bir yapıya kavuşmaktadır. Örneğin, modanın tavandan tabana iniş hikâyesinin en görünen yüzü bir Paris giyim endüstrisi üzerinden anlatılabilir. Fransız devriminden önce modanın asıl belirleyicileri aristokrasi sınıfıydı. Onların kendi

zevklerine uygun kıyafetleri diktirebildikleri özel terzileri bulunmaktaydı. Bu işleyiş müşteri kitlesi değişerek Fransız devriminden sonra da devam etti. Devrimden sonra bu terzilerin asıl müdavimleri burjuva sınıfı oldu. Bir taraftan da artan nüfusunun giyim taleplerini karşılamaya dönük makineleşmiş hazır giyim atölyeleri yer etmeye başladı. Bu atölyeler giysilerin -tarz, renk ve beden ölçüleri- dikimini daha çok terzilere elbise diktirmeye gelen üst kesimin zevklerinden damıtarak ve ufak değişikliklerle gerçekleştirmektedirler. Modanın aracısı olanlar ya bu terziler ya da götürü işi yapan üst sınıf yamaklarıydı. Onlar sayesinde daha alt katta kişiler daha fazla taklit ürün elde etme şansı buldular. Atölyelerin varlığı zamanla Paris'in bulvarlarına giyim mağazaları olarak yansımaya başladı. Mağazalar etimolojisine uygun olarak her şeyin bulunduğu yerler oldu (Wollen, 2008: 200-205). Bu olgulardan hareketle, devrimin artan sanayileşmeyle birlikte yarattığı toplumsal hareketliliğin moda olgusuna hız kattığı söylenebilir. Çünkü devrimden önce daha oturmuş ve durağan bir toplum söz konusu olduğu için giysiler daha sınırlı bir alanda ve daha az çeşitlilikteydi. Değişimi tetikleyen ana unsurlardan biri hazır giyim endüstrisinin beliren varlığıydı. Eğer hazır giyim olmasaydı farklılaşma ve sivrilme gereği duyulmayacak ve taklit denilen yaratıcı olmayan insan yetisi devreye giremeyecekti. Öyleyse moda olgusunu sınıflı toplumlarda üstlerin yeniliği ile aşağı sınıfların benzeşme eğilimlerinden kaynaklanan bir gerilimden yola çıkarak açıklamak mümkündür.

Veblen de sınıflı toplumda modanın izahını 'gösterişçi tüketim' olgusuyla izah etmektedir. Veblen'e göre gösterişli bir savurganlığın gösterisi olarak -kadınların kendilerini de bir tüketim aracı haline getirerek³¹ - bir kadın giyiminin üç asıl şartı vardır:

³¹ Bir örnek mukabilinde 19. Yüzyılın Amerikası'nda üretim ve tüketim birbirilerinden ayrılmasına bağlı olarak özellikle de orta sınıf kadınları ekonomik etkinliklerin dışına itilmiş, bu yöndeki gücünü kaybetmişti. Evinin bahçe işlerinden kışlık yiyecekleri hazırlamaya varıncaya kadar birçok işini yöneten kadın yerini kocasının ve ailesinin itibarını yüceltecek ikame bir statüye bırakmaktaydı. Kadının atfedilen bu yeni konum onu "kocasının başarısının vitrini" ve "kocasının yaşam nedeni" haline getirmekteydi. Kadına atfedilen tüketerek ailesinin itibarını sergileme görevi onu farklı bir bağlamda ekonomik döğünün başat figürüne dönüştürmekteydi. Öyle ki kadın lüks giyimi, şatafatlı takıları, albenisi göz kamaştıran mobilyaları, hizmetkârları ile "efeminizmin şeyleştirilmiş" bir biçimini sergilemekteydi. Kadın artık eskisi gibi ev işlerine koşturan, evin ekonomik giderlerini emeğiyle karşılayan, çocukların bakımını üstlenen bir kadın olmaktan uzaklaşmakta, cinselliğin ve dişice görünmenin büyüüne kapılmaktaydı. Bu tip kocasının zenginliği ve ailesinin itibarı adına çevresinde haset uyandıracak bir tüketim alışkanlığına kendisini

Birincisi giyim bir zenginlik alameti olduğunu gösterebilmesi (pahalılık), ikincisi bununla bağlantılı fazlaca bir değişim yapabileceğini ifade etmesi (yenilik), üçüncüsü tüketime uygun boş zamanın fazla olduğunu yani çalışmak zorunda olmadığını (becerisizlik) kanıtlaması gerekir (Veblen, 2008: 156-157). Aslında ilk iki şartın bir şekilde hâlâ baskın birer ilke oldukları söylenebilir. Bunun yanı sıra kadınların çalışma hayatına aktif olarak girmeleri giysilerin çalışma şartlarına uygun bir tarzda olmasını gerekli kılmıştır denilebilir.

Parçalı ya da postmodern toplumlarda modanın seyri daha kaotik bir hal aldı denilebilir. Aktörler Fransa, İngiltere ve Paris'teki eski kuşak tasarımcılara ek olarak daha güçlü bir şekilde belirgin olan genç tasarımcılar ile onlara ilham olan alt kültürler oldu. Genç tasarımcılar bir atölyeye kapanmaktansa sokaklarda makineleriyle etnik azınlıkların, siyahilerin, genç yetmelerin fotoğraflayıp seçkin giyim modelleriyle sentezleyerek yeni tarzda ürünler ortaya koyuyordu. Bireyler artık giyim endüstrisinin ürettiği ürünleri keserek, biçerek, dikerek bireyselleştiriyordu. Tüketici artık daha aktifti. Onlar modanın bizzat üreticileri konumuna geliyorlardı. Onların tarzları ise sanatçılar, rockçılar, artistler, sporcular üzerinden popüler oluyordu. Muhafazakar tarzın ürünü olan giysiler, takılar, süs eşyaları bir şekilde endüstriyel moda içerisinde massediliyor ve anlamlarından boşaltılarak tekrar piyasaya sürülüyordu. Artık bu giysiler meslek başta olmak üzere belirgin bir kimliği yansıtmayacak bir mesaj içermiyordu. Giysi artık açık bir metin gibi işliyordu (Crane, 2018: 369-382). Onun verdiği mesajları artık kestirmek kolay değildi. Ucu açık ve birçok yoruma izin verir durumdaydı.

kaptırmakla ileride kapsamı daha geniş alanları kapsayacak olan tüketim kültürüne önemli bir alan açmaktaydı. Bu ise dönemin kitle iletişim araçları ile gerçekleştirilmekteydi. Söz konusu dönemin sentimental edebiyatı, kadın dergileri, reklamları kadını, “kapitalist toplumun bilinçaltı” olarak kodlayarak “alışverişi bir rüya yaşam olarak düzenleyip” kullanmaya başladı. Kadını tüketim kültürünün dişlisi haline getiren kitle iletişim araçları evi de erkeğin hayatını kazanmak için atıldığı ev dışı çalışma sonrasında “dinlenebileceği, rahat, sade, istikrarlı ve dışardaki hayatın tersine hırssız bir yaşam mekânı olmaktan” da çıkarmaktaydı (Oskay, 2019: 154-156). Nihayetinde kadın geleneksel rollerinden ayrıştırılarak kendi görünümü başta olmak üzere birçok tüketim alışkanlığı kapitalist toplumun çıkarlarına denk gelecek şekilde manipüle edilmekteydi.

Modayı seçkinlerin farklılaşma ve alt sınıfın benzeşme eğilimleriyle hayat bulan bir oyun olarak açıklayan yayılma kuramı, değişen sosyolojik koşullara bağlı olarak değişen modanın doğasını izah etmeye yeterli gelmiyordu. Çünkü yeni sosyal hareketlerle görünür olan alt kültürler, artan boş zamanla farklılaşan hayat tarzları ve eğilimler dikkate alınmaya başlandı. Ve literatürüne alt kültürleri ve kitle endüstrisinin ürünlerini yeniden anlamlandıran, halkın aktif katılımını anlamaya çalışan teoriler öne çıktı. Örneğin Blumer'in kolektif seçme kuramında moda elitlerin kendilerini farklılaştırma eğilimleri ile değil; tüketici beğenilerinin ortalama bir seviyede yoğunlaşmasıyla açıklanır. Tavana tırmanma kuramında ise moda alt kültür grupların etkisi ile izah edilir (Ertürk, 2011: 7-11, Davis, 1997: 125-135). Dolayısıyla modanın sosyolojik izahları bireylerin tercihlerini ve eğilimlerini görünür kıldı. Modanın muhalif grupların ürettiği zemin üzerinden edindiği kazanım karşıt bir kültürün oluşmasından ziyade kapitalist üretimin genişlemesi ile sonuçlandı. Çünkü alt kültürlerin özgürlük, bağımsızlık ve bireysellik istemleri tüketimin önündeki otoritelerin kalkmasıyla neticelenerek ekonominin yeniden canlanmasına vesile oldu.

Moda, bir kod ve anlam dizilimidir. Moda hesap yapan üretici bilincin bilinçsiz tüketiciye bir ürünü cazip kılarak sattırma teşebbüsüdür. Öyle ki, üretilen ve tüketime sokulan şey nesnenin kendisinden ziyade edindiği düş olacaktır (Barthes, 2008: 117). Giysi artık bizi dış etkenlerden koruyan ya da mahrem yerlerimizi ahlak adına kapatan üzerimizdeki bir deri ya da bez parçası değildir. Moda dizgesi içerisinde giysi kullanım değeri dışında bir anlam fazlalığına sahiptir. Moda ürünler ayrıcalıklı bir sosyal konum edinme adına tüketilmektedir. Bir düşler atölyesi moda bundan sebep cazip bir hale gelir. Çünkü modayı takip etmek, moda giysilerini uyarlamak, onlardan tarz kombinler oluşturmak birçok insan için kendi farklılığını ortaya koymanın ve bundan eşsiz bir haz duymanın imkânıdır. Bu ise modayı yaygınlaştıran bir husustur. Modanın yaygınlaşması ise izler kitleyi fakedemeyeceği şekilde etkisi altına almasıyla mümkün olmaktadır. Öyle ki, birçok katılımcının özelde –sürelî dergiler veya defileler üzerinden- takip etmediğini söylese bile bir şekilde onun etkisi altında kaldığı görülebilir.

Örneğin, katılımcılarla yapılan görüşmelerde dikkatimizi çeken noktalardan biri çoğunun modayı üstü kapalı bir şekilde takip ettikleri ve moda kıyafetlerden farklı tarzlarda kombinler oluşturmaktan keyif aldıkları üzeredir. “Modayı takip eder misiniz?”, “Abone olduğunuz herhangi bir moda dergisi var mı?”, “Televizyon ya da

internet üzerinden özel olarak bir defile izler misiniz?” gibi modaya olan duyarlılığı anlamaya dönük sorulara verilen cevapların çoğu aslında modanın yaşam tarzlarımıza ne kadar sirayet ettiğini gösterir cinstendir. Örneğin Tülay Hanım’ın (23), *“Modayı takip etmenize çok da gerek yok gibi. Biraz televizyon izliyorsanız ya da giyime biraz merakınız varsa farkında olmadan takip ettiğinizi görürsünüz. Yani bir şekilde takip etmek zorunda kalıyorsunuz.”* ve Beren Hanım’ın (25) *“Özel olarak modayı takip ettiğim söylenemez. Yani öyle dergi falan almam ya da oturup bir modayla ilgili program izlemem. Bu böyle olsa da aslında farkında olmadan bir şekilde takip ediyoruz. Çünkü ortalama insanların giyimlerine baktığınızda neyin moda olduğunu görebilirsiniz. Yani çok da uzakta aramamak lazım.”* Şeklindeki düşünceleri modanın farkında olunmadan takip edildiğini göstermektedir. Ayrıca Meltem Hanım (23) farklı tarz ve renklerde giysileri kombinleyip giymekten memnun kaldığı gözlemlenmektedir.

Giysi, içinde bulunduğumuz parçalı toplumda bireylerin kendilerini yeniden tasarlamaları ve o sayede benliklerini sunmalarında önemli bir faktördür. Herbert Blumer, kişinin benliğini tehdit altında gördüğünde onu savuşturmak yoluyla sosyal bir kabul edinmeye çalıştığını söyler. Örneğin moda olan bir giyim eşyasını kullanmak sosyal kabulün veya toplumda ayrıcalıklı bir yer edinmenin çabası olarak görülebilir. C. H. Cooley'in ayna benlik teorisine göre de giyim, bireyin çevresiyle etkileşimlerinin sonucunda ortaya çıkan benlik hissinin niteliğini belirlemesi açısından önemlidir. Bir yerde giysiler, bireyin başkaları tarafından nasıl algılanması gerektiğine dair mesajları ileten bir sembolik kodları içlerinde barındırır. Dolayısıyla birey dış görünüşünü yapılandırırken öncelikle başkalarının yorumlarını dikkate almak zorunda kalır. Çünkü onaylanmış bir görüntü sosyal kabulün işareti olduğu gibi tatmin edilmiş bir benliğin de ifadesi olur. Hyman ve Singer'ın 'referans grup teorisi' aynı doğrultudaki bir tutumun gerekçesine ışık tutar. Mead'ın “genelleştirilmiş öteki”si dediği bu referans grupların yargıları kişinin davranışları açısından belirleyicidir. Bireyin kendisini ayrıcalıklı kılmak suretiyle tatmin etmesi bu grupların beğenilerine bağlı olarak değişebilir. Bu durumda şu iki olasılık gerçekleşebilir: Ya birey ortak beğeni yargısına göre bir tüketim nesnesi edinerek kıskanılacak düzeyde ayrıcalıklı biri olur veya “göze gelmeyen”, “sıradan” biri olur. Çoğu zaman birey, birinci olasılığı tercih edecektir. Yani o, kendisini yeterli hissedeceği, onaylanmış bir benliğe kavuşmak isteyecektir. Bu süreçte toplum, bir “ayna” misali bireyin benlik algısını şekillendirir (Şeyhun, 2008: 137-140). Böyle bir bakış

açısından modaaya uygun giyinmek kişiyi dikkate değer gördüğü kişilerin onayına mazhar kılarak ona arzulanadığı itibarı kazandırabilir. Burada moda olan giyimi edinmek yeterli değildir; beri taraftan ona uygun bir bedene sahip olmak da gereklidir. Hele ki ince, zarif ve düz hatları ne çıkaran moda sektörünün, bedeni de aynı şekle sokmasında şaşılacak bir şey yoktur. Daha doğrusu modarnle birlikte bedeni dertir.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde bedenlerini giysiye uyarlamaktan yani modaaya uyarlı bir beden edinmekten ve bunun sonucunda hoşlandıkları elbiseleri giymekten memnun oldukları görülmektedir. “Sevdiğiniz tarzda bir elbiseyi lrlerinden dolayı giyememek nasıl bir duygu?”, “Sevdiğiniz tarz elbiseler size olmadığında yaşam tarzınızda bir değişikliğe gider misiniz?” sorularına Gülten Hanım’ın (29) verdiği cevaplar moda ile beden algısı ve inşası arasında doğrudan bir bağlantının kurulduğunu göstermektedir.

“şimdi olmasa da eskiden kilolarımı çok gösteriyor diye basen kısımlarımı örten uzun tunikler giymek zorunda kalıyordum. Mağazalarda farklı tarz elbiseleri giyinemiyordum. Çünkü elbiselerin çoğu zayıf olmanızı gerektiriyordu. O dönemler kilolu olduğum için alışveriş yapmaktan bile keyif almıyordum. Kilolu olanlara göre elbiseler olsa da güzel bir bedene sahip olmadığınızda elbise kendisini çok iyi göstermiyordu. Eş dost görüşmelerinde kilomu göstermeyecek şekilde giyiniyordum. Bu durum beni rahatsız ediyordu. Spor yaparak, beslenme rejimime dikkat ederek daha iyi bir duruma geldiğimi söyleyebilirim. şu an istediğim tarzda giyinebiliyorum. Eskiden alamadığım elbiseleri şimdi iim rahat bir şekilde satın alabiliyorum. İstediğim elbiseleri alabilsem de bazı şeylere inancım gereği dikkat ediyorum. Örneğin dışarıda örtülü olduğum için yine uzun giyinsem de eş dost arasında gömlek ya da daha kısa bluzları giyinebiliyorum. Bu beni memnun ediyor. Çünkü eskiden sevdiğim bir elbiseyi kilolarımdan dolayı giyemiyordum. şimdi yaptığım gösterdiğim özenin faydasını görüyorum. En azından eskisine oranla istediğim şeyleri giyinme şansım daha fazla oluyor.”

Gülten Hanım moda ile bölgesel incelmenin birbirini tamamladığı görüşündedir. Ona göre moda bir giysiye iyi taşımanın lti ince bir bedene sahip olmaktan geçmektedir. Bu doğrultuda Gülten Hanım, bedenini modaaya uyarlı bir şekilde biçimlendirdiği görülebilir.

Altı yıldır düzenli spor yapan ve beden memnuniyeti yüksek olan Burak Bey’e (25) “Bir mağazaya gittiğinizde aldığınız elbiselerin size daha fazla yakıştığını düşünüyor musunuz? şeklinde yönelttiğimiz soruya verdiği şu cevap, modanın fit bir bedeni daha görünür kıldığını örneklemektedir. *“Mesela bir mağazaya gittiğimizde ortalama aynı tipteki insanlar bir elbiseyi giydiğini bir de fitnessa gitmiş, vücut yapmış bir insanın giymesini karşılaştırın. Kıyafet ikincisine daha fazla oturuyor.”* Aynı zamanda sosyoloji ve medya iletişim mezunu olan Burak Bey’e daha açık olarak sorduğumuz “Giyim sektörünün fitness yapan insanların vücut ölçütlerine göre üretim yaptığını düşünüyor musunuz?” sorusuna verdiği cevapsa modanın beden algısını belirlediği üzeredir.

“Evet. Hatta modanın fitness yapanlara eş orantılı olarak üretim yaptığını düşünüyorum. Mesela farklı kategorilerde spor mağazalarının açılması bunu gösteriyor. Sporcu kesime hitap eden elbiseler üretiliyor. Bunun için mağazalar açılıyor. O elbiseler ile fitness arasında eş orantılı bir ilişki var. Hatta giysilerin fitness yapan vücutlara daha uygun üretildiğini düşünüyorum. Böyle karşılıklı bir ilişki var diyebilirim. Mesela göbekli bir adamın bir gömleği giydiğini düşünelim. Ona istediği tarzda yakışmasını bekleyemezsiniz. Bir de omuzları ölçülü, karnı içine çekik birini düşünelim. Gömlek bu kişiye daha iyi oturur. Vitrindeki mankenlere nasıl yakışıyorsa ona da öyle yakışır. Bunu kasiyerin bakışlarından dahi hissedebiliyorsunuz. Bu da baya motive edici bir şey oluyor.”

Burak Bey yaptığı okuma ve kişisel deneyimlerinden hareketle moda olgusunun belirli ölçülere göre inşa edilmiş bedenleri daha gerekli kıldığını göstermektedir. Bir yerde modanın arzu ettiği bedenlerin, vitrinlere yerleştirilmiş cansız mankenlerde tecessüm ettiğini düşünmektedir. Hâlihazırda yaptığı karşılaştırma zaten bunu doğrular niteliktedir. Ona göre elbiseler de onu daha iyi taşıyabilecek bedenlere göre üretilmektedir. Göbekli bir insanın giydiği bir elbise ile fitnessla vücudunu fit bir hale getirmiş birinin giydiği elbisenin aynı şekilde kişiye yakışmayacağını altı çizilmektedir. Öyle ki, hiçbir mağazanın göbekli bir manken üzerinden tanıtım yapmadığını aksine sportif bedenleri reklamlarda daha fazla kullandığını dolaylı yönden vurgulamaktadır. Ayrıca kendisinin de giydiği herşeyin üstüne oturmasını fitnessa borçlu olduğunu çeşitli vesilerle dile getirmektedir.

Mustafa Bey (21) mağazalarda satılan birçok ürünün belirli bir tip ve modeldeki vücutları gerektirdiğini, beğendiği hiçbir elbisenin üstüne tam oturmadığını tecrübe ederek fark etmektedir. *“Fitnessa başlamadan önce aldığım hiçbir elbiseyi kendime yakıştıramıyordum. Tişört giydiğimde kollarım içinde bir çita gibi sallanıyordu. Yani ne giysem içinde kayboluyordum diyebilirim.”* İfadesine binaen “Mağazalarda satılan ürünlerin ne tür vücutlara daha iyi oturduğunu düşünüyorsunuz?” şeklinde yönelttiğimiz soruya verdiği cevap, moda kıyafetlerin belirli tip bir bedeni zorunlu kıldığını göstermektedir. *“İster gömlek alın, isterse tişört fark etmez. Elbiselerin tamamı fit vücutlara göredir.”* Teyit etmek maksadıyla cümlesini “Bunu nasıl farkettiniz?” sorusunu cevaplayarak tamamlamasını rica ettiğimizde ifade ettikleri modanın beden algısını şekillendirdiği üzeredir. *“Dediğim gibi aldığım kıyafetlerin fitnessa başladıktan sonra olmaya başlaması ile fark ettim. Mesela şimdi aldığım şeyler ‘cuk’ diye üstüme oturuyor. Öyle eskisi gibi kolum sağa sola savrulmuyor. Tişörtü dolduruyor.”* Mustafa Bey, üretilen birçok giysinin daha fit vücutlar için üretildiğini, fitness öncesi ve sonrası görünümünü karşılaştırmak suretiyle farketmektedir. Daha doğrusu o, modanın belirli tip ve modelde bir bedeni mecburi kıldığını tecrübeleri ile deneyimlemektedir. Fitness yapmadığı dönemlerde giydiği hiçbir elbiseyi kendisine yakıştırmayan Mustafa Bey, fitness vasıtasıyla belirli bir kıvama getirdiği bedeni sayesinde birçok giysiyi kendisine daha iyi yakıştırmaktadır. Yüzüne yansıyan ifadelerse memnuniyetini onaylamaktadır. Aksi durumsa hayal kırıklıklarının sebebi olmaktadır. Çünkü kendisini olduğundan daha iyi gösterecek kıyafetleri, ona uygun bir bedende vitrine çıkarmak benliğinin sunumu açısından önemli görünmektedir.

Korku ve eksikliğin kaynağında ön deneyimlenmiş, standardize edilmiş beğeni yargıları vardır. Sektör, bu yargıların somut modellerine uymayanları demode ilan ederek her türlü bedensel operasyonların hastası haline getirir. Böylece, birey Bernard Rudofsky’nin dediği gibi, kendi gövdesini değiştirmeye hazır hale gelir (Barbarosoğlu, 2016: 32). Moda böylelikle tüketicileri kendi belirlediği sınıflandırmanın parçası haline getirir. Bu gönüllü boyun eğiş, sosyal derinin hammadde olarak kozmetik organizasyona teslim edilmesi anlamına gelir. Moda bir ayartma sanatı, itaat mekanizması ve uyumlaştırma programıdır. Sonuç olarak ‘moda görsel bir yargı aracı ve insan ilişkilerini etkileyen kapitalist bir güçtür.’ (Busch, 2017: 35-74). Bu gücüyle sistem kendi kabullerini dayatan ve hayır demeye olanak tanımayan politik bir stratejinin kendisidir (Baudrillard,

2004: 218). Nihayetinde moda sektörü sadece ürünleri değil; fikirleri, hayalleri, düşleri, güzellik standartlarını, düşünme ve görme biçimlerini ve en önemlisi bedensel formları da üretir. Ki bu olgu, katılımcıların deneyimlerinde doğrudan açığa çıkmaktadır.

Örneğin katılımcılarımızdan Seda Hanım’a (21) yönelttiğimiz “Beğendiğiniz bir giysiyi beden ölçülerinizden dolayı alamadığınız oldu mu?”, “Mağazalarda satılan elbiselerin beden ölçüleri ile kendi beden ölçülerinizi karşılaştırma durumunda kaldınız mı?”, “Arzu ettiğiniz tarz bir elbiseyi giyememekten dolayı bedeniniz ilgili bir değişiklik yapmayı düşündünüz mü? sorularına verdiği cevap “dış beden”in moda endüstrisi tarafından nasıl tasarladığına iyi bir örnek teşkil etmektedir.

“Birçok kadın benzer şeyler yaşıyor diyebilirim. Vitrinde ya da alışveriş sitelerinde gördüğün bir giysiyi beğeniyorsun, giydiğini ve nasıl yakıştığını düşünüyorsun. Büyük bir beklenti ile alıyorsun ve hemen denemek istiyorsun. Bazen bu, büyük bir hayal kırıklığı ile sonlanıyor. Çünkü aldığın elbise çok fit bir kesime sahip olduğu için sana olmuyor ve üzülüyorsun.”

“Bunun beden ölçülerinizden kaynaklandığını düşündünüz mü?” sorusuna verdiği şu çarpıcı yanıt modanın bedeni nasıl kısıp aldığını iyice yansıtmaktadır: *“Düşünmedim değil tabi. Siz hiç vitrinlerde şişmanlara ya da kısa boylu olanlara göre bir giysinin sergilendiğini gördünüz mü? Göremezsiniz de. Çünkü cansız mankenlerin bedenleri ile o elbiselerin ölçüleri birbirine tam uyumlu. Elbise orada çok şık ve güzel görünüyor. Giydiğimde bana da böyle yakışır diye düşünüyorsunuz. Maalesef sonuç: hayal kırıklığı... Böyle olunca sorunun kendinizden kaynaklandığını düşünmeye başlıyorsunuz.”*

Ebru Hanım’a (28) yönelttiğimiz “Modayı sık takip eder misiniz?”, “Sizce moda olan giysiler ortalama beden ölçülerini ne kadar belirliyor?” sorularına verdiği yanıtlar, modanın sadece belirli tarz elbiseleri değil aynı zamanda belirli ölçülerde bir bedeni de zorunlu kıldığını şöyle ifade etmektedir:

“İyi bir moda takipçisi değilim. Öyle denk gelirse modaya ilişkin bazı programlara bakarım. O da televizyonlarda çıkan gündelik moda programlarıdır. Orada da fark ettiğim bir şey vardı. Nedir o? Kızlar giyiniyor, jürinin önüne çıkıyor. Onlar da değerlendirme falan yapıyorlar. ‘Bu elbise biraz daha uzun olsaydın sana daha

yakışırdı. 'Ya da vücudun şöyle olsaydı üzerinde daha iyi görünürdü.' gibi. Yani vücudun her bölgesi için ayrı bir ölçü belirliyorlar. Ölçüler de kişiden kişiye değişebiliyor. Sadece elbisenin değil vücudunuzun da elbiseye uygun olması lazım. Yoksa aldığımız hiçbir giysi istediğiniz gibi üstünüze tam oturmaz."

Zayıflığın moda eliyle dayatıldığını ima eden Ebru Hanım, piyasanın giyim üzerinden belirli bir beden tarzını da dikte ettirdiğini deneyimleriyle göstermektedir. Daha doğrusu giysiden önce bedenin belirli şekle kavuşturulması gerektiğini tecrübeleriyle aktarmaktadır. Buradan hareketle giysinin aracılığında moda, beden inşasının belirleyici bir ölçüsü haline gelmektedir denilebilir. Ebru Hanım'ın ifade ettikleri şu özlü ifadeyi doğrular niteliktedir: "Giysi beden için değil, beden giysi için var"dır (Kahraman, 2005: 48).

"Mağazada mevcut giysilerin daha fit vücutlara uygun olarak üretildiğini düşünüyor musunuz?", "Bunun spor yapmanızın bir gerekçesini oluşturuyor mu? sorularına Senay Hanım'ın (46) verdiği cevap moda ile beden algısı arasındaki ilişkiyi doğrudan gözler önüne sermektedir. "Genelde bir elbiseyi elime aldığım da anlarım bana olup olmadığını. Çoğu zaman deneme gereği bile duymam. Ama hayatımda bir kere çok kilo aldığım bir zaman olmuştu. O dönemlerde de daha böyle kruvaze tarz elbiseler alırdım. Onların da kilomu göstermeyeceğini, beni daha fit kılacağını bildiğim için alıyordum. O dönemlerde kıyafetlerimde seçici olurdum. Şu an ona ihtiyaç duymuyorum. Çünkü spor yapıyor ve beslenme rejimime dikkat ediyorum." Cevabına binaen sorduğumuz "Piyasada çok tutulan elbiselerin belirli bir beden ölçüsünü gerektirdiğini düşünüyor musunuz?" sorusunu ise hayıflanarak şöyle cevaplamaktadır:

"Maalesef. Aslında yaşadığımız bölgenin insanı daha etine buduna dolgun insanlardır. Biz biraz daha böyle yapıda insanlarız. Ama çokça tutulan, satılan elbiselerin biraz daha Avrupalı tarzda elbiseler olduğunu, onların da sıfır beden denilen ölçülere göre üretildiğini düşünüyorum. Özellikle de gençlerin, hele de genç kızlar ve kadınların bu tür ürünleri daha tercih ettiklerini söyleyebilirim. Kadınlar da sıfır beden kaygısı çok fazla. Bu da herkesi aynı kalıp ve tip ölçülere sokuyor. Herkes böyle giyinmek zorundaymış gibi." Söylediklerine atfen "Bu durum sizi de etkiliyor mu?", "Yani spor yapmanızın bir gerekçelerinden biri midir?" şeklinde sorduğumuz soruyu kesin bir kararlılıkla şöyle cevaplamaktadır: "Tabii ki bir faktördür. Çünkü bir her ne kadar sporu

kendimiz ve sağlığımız için yaptığımızı söylesek de insan olarak hepimizin bilinçaltında beğenilme kaygısı var.”

Senay Hanım (46), moda tarz elbiselerin küresel çapta bir beden algısını zorunlu kıldığı düşüncesindedir. O, bölgemizdeki mevcut vücut yapısı ile Batı tarzı bir beden ölçüsü olan sıfır beden arasında bir tezat olmasına rağmen kıyafet üzerinden böyle bir beden ölçüsünün dayatıldığı kanaatindedir. Öyle ki, kendisi dâhil olmak üzere birçok kadının bu ölçülerde giyinmeye mecbur bırakıldığını ve bu amaç doğrultusunda spor yaptıklarını belirtmektedir. Böylece kendilerini belirli bir kalıp ve modele sıkıştırmak zorunda kaldıklarını çekinmeden dile getirmektedir. Hatta çok kilo aldığı bir zamanda bu tarz elbiler ile daha fit görünerek, “kusur” olarak gördüğü kilosunu kapatmaya çalıştığını ifade etmektedir. Senay Hanım’ın ifade ettiklerinden hareketle moda vasıtasıyla popülerleşen belirli bir kalıp ve modeldeki beden ölçülerinin kendisi ile bedeni arasına girip, onu belirli bir beden formunu inşa etme çabasıyla başbaşa bıraktığını söyleyebiliriz. Nihayetinde bu, neoliberal sistemin biyopolitik iktidarından bağımsız tasavvur edilemez.

Modern çağın şafağında kapitalizmin varlığı “efendisiz insanlar” olarak tabir edilen ayyaşlar, deliler, cüzzamlılar ve aylakların ıslah edilip verimli ve üretici bir güce dönüşmesini gerektirmişse günümüz neoliberal sistemi de başta moda olmak üzere birçok güzellik sektörü ile işbirliği yaparak sağlık, gençlik ve zindelik söylemi etrafında tüketen bir bedene ihtiyaç duymaktadır. Hem üreten hem tüketen bir bedeni mümkün kılan biyopolitik iktidar evvelden olduğu gibi günümüzde de kapitalizm için çalışmaya devam etmektedir. Bu anlamıyla “Biyopolitika, bireyin yaşamına ve davranış biçimine iktisadi dengeler yönünde müdahale eden bir iktidar politikasıdır.” (Kalan, 2014: 159). Burjuva toplumu üretken bedenler için hapishaneleri, klinikleri, okulları, hastaneleri nasıl kullandıysa postmodern toplum da bedeni bir tüketim nesnesi kılabilcek, kapitalist ekonominin bir çarkı haline getirebilecek fırsatları öyle seferber etmektedir. Bunların başında moda gelmektedir. Modanın diğer güzellik sektörleriyle birlikte beden üzerinden bir tüketim toplumunu yaratması bir abartı değil, yerinde bir tespit gibi durmaktadır. Çünkü post kapitalist tüketim kültürü varlığını devam ettiren bir vücudu da üretmektedir. “Pazara göre değişen mal üretimi ne kadar önemliyse; cinsiyet ve modanın kurallarına uyan bir vücut üretimi de o kadar önemlidir.” (Baudrillard, 2016: 173). Bunun önemli ajanlarından biri moda sektörü ve sacayakları olan reklam ve dergilerdir. “Moda dergisi reklamlarında kurgulanmış bir beden profili sunulmaktadır. Bu reklamlarda sunulan

beden, çağın güzellik anlayışını yansıtır. Beden tüketim nesnesiyle uyum içinde bir bütünlük oluşturur. Giysiyi etkileyici biçimde taşıyabilmek için sunulan beden yapısına sahip olunması algısı yaratılmaktadır.” Daha doğrusu sürdürülen çaba bedene uygun giysi değil, giysiye uygun beden içindir. Yani “sıfır beden giysilere, düşük bel pantolonlara ve daracık gece elbiselere” sığabilmek için kremlerden zayıflama ilaçlarına, diyetetik beslenmeden sportif faaliyetlere, yağ aldırma ameliyatlarından plastik cerrahiye kadar birçok çeşitlikte forma girmeyi garanti eden ürün ve pratiklere müracaat edilmesi zorunludur. Burada verilen mesaj açık ve nettir: Böyle giyinmek istiyorsan bedenini değiştirmek zorundasın. Bu doğrultuda dayatılan “giysilere uygun” ince, sağlıklı, genç ve zinde bir bedendir (Kalan, 2014: 154-147). Yapılan alıntılar ve kimi katılımcıların ifadelerden hareketle modanın yalnızca bir giysi sektörü olmadığı sonucuna varılabilir. Moda bir ürünün mağazadan alınması veya sipariş edilmesinden fazlasıdır. Fazlayı oluşturan asıl şeyse modaya duyarlı bir formun satın alınmasıdır. Bu, günümüz ekonomi sistemi içerisinde bedenin neden bu kadar fetişleştirildiğini de açıklar mahiyettedir.

“Sık alışveriş yapar mısınız?”, “Beğendiğiniz bir elbiseyi beden ölçülerinizden yani kilonuzdan dolayı alamadığınız oldu mu?” şeklinde sorduğumuz sorulara Sevda Hanım’ın (48) verdiği cevap beden ölçüleri küçük elbiseleri almanın aynı zamanda daha ince bir endamın göstergesi olduğunu göstermektedir. Yani o, ince, narin ve iyi bir bedeni küçük ölçülerde bir elbise ile doğrudan ilişkilendirmektedir. Hatta küçük beden elbiseleri giyiyor olmaktan gururlandığı dahi gözlemlenmektedir. *“Bu aralar olmasa da eskiden daha sık alışveriş yapardım. Hiç öyle bir durumla karşılaşmadım. Ne aldıysam tam üstüme oturdu. Ve bir de en küçük bedeni aldım!”*

Sevda Hanım’ın daha küçük beden ölçülerine sahip kıyafetleri giymeyi bir övünç kaynağı olarak görmesi beden memnuniyeti ile küresel çapta yaygınlaşan “zayıf olan güzeldir” söylemi arasında yakın bir bağlantı vardır. Sevda Hanım’ın ifade, jest, mimik ve tavırlarında açığa çıkan küçük beden ölçülerine sahip kıyafetleri giymekten duyduğu memnuniyeti birçok kadın için veri alan kimi hazır giyim firmaları beden ölçülerini manipüle edici bir satış politikasına başvurmaktadır. Bunların başında “saptırılmış beden” uygulaması gelmektedir. “Saptırılmış beden” uygulaması standart beden ölçülerinin daha küçülterek müşterinin kendisini olduğundan daha zayıf ve ince hissetmesini sağlamaktır. Bazı firmalar, birçok kadının küçük ölçülerde kıyafeti giyememekten duyduğu memnuniyetsizliği kullanarak “saptırılmış beden” manipülasyonunu devreye

sokmaktadırlar. Daha doğrusu onlar “saptırılmış beden” (vanity sizing) uygulamalarını kıyafet satışını artırma noktasında kullanmaktadırlar. Bahse konu olan uygulamayı, Türkiye’de faaliyet gösteren yerli on üç hazır giyim firmanın nasıl kullandığı betimsel bir araştırma ile ortaya konulmaktadır. Söz konusu çalışma bu on üç firmanın “bir giysinin ölçülerine göre sahip olması gereken standart beden numarasını, tüketicilerin alma motivasyonunu arttırmak amacı ile bilinçli olarak küçültüklerini” standart göğüs, bel ve kalça ölçüleri ile saptırılmış göğüs, bel ve kalça ölçülerini karşılaştırmak suretiyle kanıtlamaktadır. “Standart ölçü tablosuna 40 beden olması gereken bir giysiye” 38 beden etiketinin vurularak tüketicilerin alışverişe özendirildiği, araştırmanın ana bulgulardan biridir (Nadasbaş, 2019: 14-20). Çocukluktan beridir hafızalara masal kitapları, reklam, film, dizi ve moda dergileri gibi popüler kültür vasıtalarıyla kazınan zayıflık söylemi Sevda Hanım nezdinde birçok kadının beden memnuniyetini zayıf, ince ve narin bir bedene sahip olmaya bağlamaktadır. Şişmanlık ise kimi zaman çirkinlik, kimi zaman da hastalıkla ilişkilendirilip beden algısını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu ise birçok moda firması için hazır bir cephaneye dönüştürülmektedir. Onlar ideal bir zayıflığı kadınları daha güzel, çekici ve sağlıklı gösterip memnun edeceği gerçeğinden hareketle standart beden ölçülerini manipüle ederek tüketimi teşvik etmektedirler. Nihayetinde moda sektörü giysiye uygun bir bedeni “saptırılmış beden” uygulamalarıyla gerçekte olmasa bile duygu ve düşünce dünyasında inşa ettiğini söyleyebiliriz.

Katılımcılardan Ayça Hanım’a yönelttiğimiz “Beğendiğiniz çok tarz bir elbiseyi alamadığınızda bedeninizi değiştirmeyi hiç düşündünüz mü? sorusuna verdiği cevap moda ile beden algısı arasındaki ilişkiyi yansıtmayı açısından önemli görünmektedir. *“Ooo çok hissederim onu. Özellikle de kış aylarında falan çok olur. Kilo dediğim de öyle çok değil yani beş kilo falan alırım. O beş kiloyu da yaza doğru vermeye çalışırım. Ama zayıf olduğum zamanlarda bunu alsaydım daha güzel olurdu.”* İfadesine atfen, teyit etme amacıyla sordukumuz “Beğendiğiniz elbiseyi alamadığınızda spor yapmam gerekir diyormusunuz? sorusuna verdiği cevap, Ayça Hanım’ın beğendiği tarz elbiseye göre bedenini inşa etmek istediğini çok açık bir şekilde göstermektedir. *“Çok oluyor evet. Kabinde olmayınca hemen spora başladığımı biliyorum.”*

Moda, modern kültürün tatmin açlığıdır. Bedeni bireyin mülkiyetinden alarak sürekli güncellenen, yenilenen, değişen ölçütlerine tabi kılar (Demir, 2017: 16-18). Moda Hadley Freeman’ın dediği gibi insanların kendilerini iyi hissetmesini geçici kılan moral

bozucu bir sektördür (Bauman, 2011: 71). Moda bir ödüllendirme ve cezalandırma dizgesidir. Ödüllendirdiği yerde bedenın “kusurlarını” telafî eder. Bir elbise, şişmanı zayıf; bir ayakkabı, kısayı uzun gösterebilir. Bu vesileyle birey, her şeye rağmen kendisini iyi hissedebilir. Cezalandırdığı yerde de bedeni değışmeye zorlar. Elbise şişman olduğu için kendisine yakışmıyorsa yapılması gereken ilk iş zayıflamasıdır. Yani beden elbisenin formuna göre şekil almak zorunda bırakılır (Barbarosoğlu, 2016: 59). Böylece beden, zayıflamayı vaat eden her türlü estetik operasyona gönüllü olarak boyun eğer. Yağlar dirençliyse ameliyat masasına yatırılır; değilse bir diyetisyene veya spor salonuna başvurulur.

Benzer soruları yönelttiğimiz katılımcılarımızdan Onur Bey (26) de spora ara verdiğı bir zamanda yaptığı bir düğün alış verişinde yaşadıkları, modanın bedenin inşa edilmesi sürecindeki zorlayıcı rolünü vurgulamaktadır.

“Spora ara verdiğim bir zamanda çok yakın bir arkadaşımın düğünü için alış veriş yapmak için Elazığ’a gittim. Epey dolaştık falan aradığım takım elbieyi bir türlü bulamadım. Sonrasında misafiri olduğumuz arkadaşın bir arkadaşı yanımıza geldi. Sağolsun bizi bir tanıdığı mağazaya yönlendirdi. Gittik gerçekten de dediğı gibi çeşit çoktu. Tam aradığım türden takım elbiseler vardı. Bir tanesini çok beğendim. Gördüğüm gibi hemen denemek istedim. O kadar sevindim ki böyle bir elbiseyi giyeceğim için. Neyse kabine girdim, denedim ve ama kilo aldığım için ceket üzerime tam oturmuyordu. O zaman sporu bıraktığım için kendime kızdım doğrusu. Şimdi aynı ceketı giysem tam üstüme oturur eminim.”

Hasan Bey’in de (35), fitnessa başlamasında etkisi olan faktörlerin başında giydiğı elbiselerin kendisine yakışmaması, üzerine oturmaması gelmektedir. Özellikle de eşile birlikte kendisine kıyafet aldığı zamanlarda yaşadıkları, spora başlamasında önemli bir gerekçe olmaktadır.

“Bazı sezonlar indirimler başlıyor. Genelde alışverişlerimizi o zamanlarda yaparız. Böyle fiyatlar daha uygun oluyor. Yani sezon sonu indirimlerin olduğu zamanları tercih ediyoruz. O dönemlerde alışverişe eşimle birlikte çıkarız. Alacağım elbiseleri üstümde görüp birlikte karar veriyoruz. Bazen çok sevdiğim bir şeyi göbeğimden dolayı alamadığım çok oluyor. Çoğu zaman eşim bana bu zamanlarda spora gitmemi söylüyor. Bazen de hafiften yüzünün düşmesinden anlıyorum.”

Hasan Bey'in, bedenini beğendiği ama vücut ölçülerinden dolayı üstüne oturmadığını düşündüğü kıyafetler aracılığıyla algıladığını göstermektedir. Daha doğrusu mağazalardaki mevcut kıyafetlerin beden ölçülerini beden algısını doğrudan şekillendirdiğini söyleyebiliriz. Konuşmasını “Spora başladıktan sonra giydiğiniz elbiselerin üstünüze oturduğunu düşünüyor musunuz? sorusu ile devam etmesini rica ettiğimiz de söyledikleri, bedenini moda duyarlı bir şekilde inşa etmekten memnun olduğunu ifade etmektedir. *“Eskiye nazaran çok fark ediyor. Şu an giydiğim elbiselerin biraz daha oturmaya başladığını görmek sevindirici bir şey.”*

“Çok sık alışveriş yapar mısınız?”, “Bir mağazada beğendiğiniz çok tarz bir elbiseyi alamadığınız da kilo vermeliyim ya da bedenimi değiştirmeliyim diye hiç düşündünüz mü? sorularına Müjgan Hanım'ın (40) verdiği cevap, beğenilen ama ölçülerinden dolayı olmayan elbisenin hem beden algısını hem de beden inşasını doğrudan belirlediği üzeredir.

“Sadece şu sıralar yapmıyorum ama sık alışveriş yaptığımı söyleyebilirim. Birkaç defa yaşamışumdır. Bazen mağazada sevdiğim bir eteği ya da elbiseyi o anki ölçülerimden dolayı bana uymasa da satın alıyorum. Eğer aldığım elbise çok içime sinmişse alırım. Daha sonrasında kilo verip elbiseyi giymeye çalışmışumdır. Mağazada elbise olmadığında o an rahatsız olurum ve birşeyler yapmam gerekir diye düşünmüşümdür. Dediğim gibi çok sevdiğim bir elbise olduğunda zayıflamaya çalışıp o elbiseyi giymişimdir.”

Teyit etmek amacıyla “Sevdiğiniz elbise sizi kilo vermeye zorlamıştır diyebilir miyiz?” şeklindeki soruya kendisinden emin bir şekilde verdiği şu cevap, giyimin beden algısını ve inşasını ne kadar yakından belirlediğini özetler şekildedir: *“Tabi tabi elbiseyi giymek için kilo vermişimdir.”*

Moda giyim eliyle bedeni görülebilir bir kalıba sıkıştırır. Modanın belirlediği giyim bedene belli bir şekil ve duruş giydirir ve bedeni çeşitli ölçülere göre tanzim eder. Giyimin belirlediği hatlar kaslara, inceliğe, yürümenin şekline, beden duruşuna da yansımış olur. Giyim modası diğer taraftan bedenin hangi bölgelerinin öne çıkaracağına da karar verir. Çünkü modanın popülerleştirdiği giyim tarzları, bedenin “erojen bölgelerini belirlemenin ve ona cinsel kimlik kazandırmanın en önemli kültürel araçlarından biri”dir (Silvermann,

2016: 204-206). Moda bedeni biçimlendirmekten öte bu kabulleri geçerli bir estetik norm kılarak bakış açılarını da belirler.

Vücudunu daha fit bir görünüme kavuşturduktan sonra giydiği elbiseleri daha seçici bir şekilde seçmeye başlayan Metin Bey (44) aldığı elbiselerin seksapalitesini daha artırdığını çeşitli vesilerle deneyimlemekle birlikte moda giysilerin bu amaç doğrultusunda piyasaya sürüldüğünü de düşünmektedir.

“Fitnessa başlamadan evvel ne verseler giyerdim. Yani giyinmek için giyerdim. Öyle yakışıp yakışmadığına çok bakamazdım. Çünkü aldığım hiçbir şey tam üstüme de oturmazdı. Ondan sebep pek umursamazdım. Fitnessa başlamamla birlikte daha seçici oldum. Aldığım tişörtlere çok dikkat etmeye başladım. İhtiyaçtan ziyade lüksüne, beni iyi gösterip göstermediğine bakarak elbise satın alıyordum. Onların göğüs bölgemi ve pazularımı daha gösterecek şekilde olmasına çok bakardım. Onun için daha dar kesim şeyler alırdım. Vücudumu daha teşhir eden şeylere yönelirdim. Vücut iyi olunca aldığım kıyafetlerin daha iyi oturmaya başladığını görüyordum. Aynadan kendime daha hayranlıkla bakmaya başlıyordum. Üstünde hiç durmayan tişörtlerin daha iyi oturmaya başlaması beni memnun ediyordu. Bu da sporu vazgeçilmez hale getiriyordu.”

Metin Bey, fitnessa başlamasıyla hayatında birçok şeyin değiştiğini gözlemektedir. Bunlardan biri de aldığı elbiselerin üzerine daha oturmaya başlamasıdır. O, moda ürünlerin belirli tip vücutlara daha yakıştığını, fitness vasıtasıyla belirli bir forma kavuşturduğu bedeni üzerinden daha iyi farketmektedir. Özellikle de tişörtler başta olmak üzere birçok elbisenin daha fit hale getirilmiş vücutlarda daha görünür olduğunu deneyimlemektedir. Ona göre iyi bir vücut beden hatlarını daha belirgin kılan elbiselerle daha çekici hale gelebilmektedir. Bu şekilde bedeninin karşı cinsi daha ayartacak bir şekilde teşhir edilebileceğini düşünmektedir. Daha doğrusu o, vücudunu cinsel cazibeyi artırmaya dönük elbiselere uygun bir şekilde inşa ederek, kendisini daha çekici kılmaya çalışmaktadır.

Zeki Bey (40) de, kıyafetlere uygun bir beden ile daha genç bir görünüme kavuşmak istediğini şöyle ifade etmektedir: *“Mağazalarda dar ve spor bir kesim kıyafetler herkese yakışmıyor. Göbekli bir adamın o kıyafeti giydiğini düşünün ne kadar kötü görünür. Hatta onun göbeğini daha belli ettirir. Böyle bir kilonuz varsa bu tür bir elbiseyi giyemeyeceğiniz için mecburen daha geniş şeyler giymek zorunda kalıyorsunuz. Bu tür*

kıyafetlerde insanı biraz daha yaşlı gösteriyor.” Zeki Bey’e insanı daha genç gösteren kıyafetleri giyebilmesi için fitness yapması gerekip gerekmediği şeklinde sorduğumuz soruya verdiği cevap, modanın beden üzerinden daha genç bir görünümü gerektirdiğini izah etmektedir. “Spor yapmayınca göbeğiniz daha belirginleşiyor. Böyle olunca dar kesim şeyleri giyemiyorsunuz. Bundan sebep spor yapıp istediğim tarzda elbiseleri giymiş oluyorum.” Zeki Bey’in ifade ettikleri modanın bedenle birlikte kimlikleri de değiştirebileceği üzeredir. Bu anlamıyla bedenin kimlik ile moda arasında arabulucu bir vazife gördüğü söylenebilir. Daha doğrusu beden, kimlik ile modanın kesişim kümesi durumundadır. Zeki Bey de fitness yaparak sadece bedenini değil, aynı zamanda kimliğini de inşa etmek suretiyle olduğundan daha genç görünmeye çalışmaktadır. Yani genç bir görünüm için, slim fit elbiselere denk bir bedenin inşa edilmesi onun açısından önemli görünmektedir.

Nazım Bey’e (32) “Fitness başlamadan önce giydiğiniz elbiseler ile şimdiki elbiseleriniz arasında nasıl bir fark var?” şeklinde yönelttiğimiz soruya verdiği cevap modanın fit, sportif ve genç bir bedeni zorunlu kıldığı üzeredir. Fitnessa başlamadan önce aldığı kilolardan dolayı artan vücut hacminden dolayı geniş kesim elbiseler giymek zorunda kalan Nazım Bey, bu şekilde kendisini babasına benzettiğini, bunun da kendisini olduğundan daha yaşlı gösterdiğini şöyle aktarmaktadır:

“Aklıma geldikçe gülüyorum. Aynen babama benziyordum. Onun gibi geniş elbiseleri mecburen giyiyordum. Çünkü diğerlerini bana olmadığı için alamıyordum. Uzaktan beni ona benzetenler dahi oluyordu. Şimdi öyle değil. Satın aldığım elbiseler üstüme şimdi tam oturuyor. Beden ölçülerim ile aldığım gömlek, pantolon, tişört, ceket gibi elbiselerin ölçüleri birbirine tam oluyor.”

Nazım Bey’in, spora başlamadan evvel sevdiği birçok elbise ile bedeni arasında gördüğü uyumsuzluğun kendisini hem yaşlı hem de daha kilolu gösterdiği ve bunun da beden algısını olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Düzenli olarak yaptığı egzersizlerle bedeni ile beğendiği tarz elbiseler arasında uyumlu bir ortaklık kurduğu ve bu uyumdan da memnun kaldığı gözlemlenmektedir.

Moda tüketicileri, kendilerini değişen trendlere adapte etmek zorundalar. Bu, tüketim toplumunun vatandaşı olmanın ön şartıdır. Tüketici vatandaş sadece kullandığı nesneleri değil, bedenini de yeniden çevrimin nesnesi haline getirmek zorundadır. Tıbbi

yeniden çevrim adına yapılan check up, ruhsal dinginlik adına yapılan psikoterapi, fiziksel görüntü adına yapılan güzellik bakımları, dinlenme adına yapılan tatiller ve giyim adına takip edilen moda toplamda bedenin yeniden keşfiyle alakalıdır. Bunların hepsi yeniden çevrimin ilkeleridir (Baudrillard, 2004: 123-125). Bauman, bu yeniden çevrim ilkesini ekonomiden alınan ‘yaratıcı yıkım’ olgusuyla açıklar. Yaratıcı yıkım; akışkan dünyanın içinde sürekli dönüşüm halinde olmak, kendini yeniden tanımlamak, başka birisi olmak, eski halinden daha farklı görünmek ve yeni bir benlik edinmek için kullanılan bir yoldur (Bauman, 2010a: 117). Bedenin keşfi bir kereye mahsus değil, yeniden çevrim adına sürekli keşfedilmeyi bekleyen zengin bir kaynak olarak piyasada işletilmektedir.

2.3.12. Yüz Güzelliğinden Beden Güzelliğine ya da Metafizik Güzellikten Fizik Güzelliğe

İnsanı diğer canlı türlerinden farklı kılan yönlerden biri herhangi bir olguya değer verebilmesidir. Değer yüklemek veya değer vermek var olan bir şeyin belirli bir hiyerarşi içerisindeki yerini de belirlemek demektir. Böylelikle varlıklar konumlandırıldıkları yere göre bir anlam kazanmış olurlar. Dolayısıyla bazı değerler istenen, arzulanan ve kabul edilen olurken bazıları da istenmeyen, arzulanan ve kabul edilmeyen olur. Bu ise en genel anlamda bir toplumun veya bireyin varlığı kavrama biçimine göre değişir. Mutlak bir varlığa inanç, değerlerin de mutlak, belirleyici, zaman ve mekân üstü olduğunu; böyle bir varlığı yok ya da şüpheli saymak ise değerlerin de zamana ve mekâna, bireyin şahsi menfaatlerine, arzularına ve isteklerine göre değişebileceğini kabul etmek demektir. Haliyle bir olguya, nesneye değer yüklemek yani onu iyi-kötü, güzel-çirkin, doğru-yanlış gibi değerlendirmek toplumların veya bireylerin varlığı kavrama ve anlama biçimlerinden bağımsız değildir. Yani ontolojik olarak tasavvur edilen varlık anlayışı, bir şeyin kıymetini ve değerini de belirler diyebiliriz.

Bir örnek kabilinde Antik Yunan’da sofistlerin hakikatin değeri üzerine yaptıkları çıkarsamaların başlangıç noktalarını varlık tasavvuru oluşturmaktaydı. Örneğin Gorgias’ın “Varlık yoktur. Olsaydı da bilmezdik. Bilseydik de bildiremezdik.” gibi bir akıl yürütmesi ya da Protogaras’ın “İnsan her şeyin ölçüsüdür.” gibi bir ifadesi değerleri de göreliliği kılmaktadır. Varlık yok veya çoğulsa ona bağlı olarak değerler de evrenselliklerini kaybetmektedir. Bu, insanın gündelik hayatındaki eylemlerinin ölçüsünü

bizatihi kendisinin değerlendirmesi demektir. Böyle bir durumda bir davranışı iyi veya kötü, bir olguyu doğru veya yanlış olarak görmek bireyin şahsi bir meselesi haline gelir. Böylesi bir tasavvuru toplum düzeyine taşıdığımızda ortaya çıkacak şey bir kargaşa olacaktır. Yani ortak değerler etrafında bir nizam kurulmadığında ortaya çıkacak sonuç haliyle bir kakofoni olacaktır. Dolayısıyla bütün toplumlar gelenek, yasa, âdet ve töreler vasıtasıyla değer karmaşasına bir düzen getirmektedirler.

Davranışların tanzim edilmesi açısından iyi ve kötü, olguların hakikatini belirlemede doğru ve yanlış gibi değerlerin varlığı ile bir objenin insanda uyandırdığı haz olarak güzellik veya onun zıddı olan çirkinliğin mahiyetleri aynı mıdır, bunlar birbirinden ayrılabilir mi, yani davranış aynı anda hem iyi hem güzel olarak değerlendirilebilir mi veyahut doğru olan bir şey aynı zamanda çirkin de olabilir mi, nihayetinde etik, estetik ve bilimsel yargıları aynı değer düzleminde bir araya getirmek mümkün müdür? gibi aksiyolojik soruların cevapları ontolojik olarak varlığın nasıl tasavvur edildiğiyle anlam kazanır. Örneğin, Weber'in büyük ve birleştirici olarak ifade ettiği din gibi anlam tablolarının belirleyici olduğu toplumlarda güzel olan hem iyi hem doğru; çirkin olan hem kötü hem yanlış olandır. Şöyle ki güzellik, hakikat, doğruluk, iyilik birbirini tamamlayan ve meşrulaştıran değer yargılarıdır.

Antik Yunan felsefesinde ve ona bağlı olarak İslam ve Hristiyan felsefesinde değerlerin bir ve bütün olarak alındığını, dolayısıyla güzel olanın aynı zamanda iyi bulunduğunu söylemek mümkündür. Platon felsefesi bunu iyi örnekler. Onun felsefesinde âlem; âlemi mahsus, âlemi ecsam yani görünüşler evreni ve âlem-i emsal yani idealler evreni olarak ikiye ayrılır (Hocaoğlu, 2000: 71-72) Platon'un tanrısı Demiurgos görünüşler evrenini mekân ve zamandan münezzeh, eksilmez, ölümsüz, değişmez idealleri temaşa etmek, seyretmek suretiyle kaostan kozmosa getirir (Arslan, 2014: 257). Netice itibarıyla görünüşler evreni olarak takdim edilen içinde bulunduğumuz duyular evreni ideallerin bir kopyasıdır. Onların bir gerçeklikleri söz konusu değildir. Var oluşları ideallere bağlıdır. İdealler evreninin kopyası olan duyular evreni mutlak iyi ve güzel olan ideallerden aldıkları pay ölçüsünde güzeldir. Yani görünüşler evrenindeki güzellik salt kendi başına güzel olmayıp ideallerden aldığı pay ölçüsündedir. Eğer biz bir objeden estetik bir haz alabiliyorsak ondaki güzellik hissi değil de ideadan pay aldığını akli olarak bildiğimiz içindir. Denilebilir ki, Platon'un düşüncesinde güzellik duyularla algılanabilir bir değer değildir. Haliyle bu, güzelliği metafizik bir boyutta düşünmeyi

gerekli kılar. Örneğin fiziksel olarak çirkin, ruhsal olarak güzel birinin güzelliği duyu organlarıyla görülebilir bir şey değildir. Akli bir temaşa ile görülebilir. Dolayısıyla Platon düşüncesinde güzellik, duyusal olmadığı gibi ahlaki olanı da içeren bir değerdir. Çünkü güzel olan bir gerçek var olan iyi ideasının kendisidir. Onun görülmesi de ahlaki olarak insanın bir yetkinliğe, olgunluğa ulaşmasıyla mümkündür.

Platon'a göre -daha sonrasında Plotinosçuluk vasıtasıyla İslam filozoflarınca ele alınacak olan aşk ile- erosun kılavuzluğunda görünüşler âlemindeki hissi güzellikten hareketle mutlak iyi ve güzel olan idealler ideale bir hakikat yolculuğu ile ulaşılabilir. Hakikat olan güzellik mutlak olandır, sonsuzdur ve maddi olmayandır. O ancak kemale ermiş bir bilgelikle kavranabilir. Görünüşler evrenindeki duyusal güzellikse bir sanıdan başka bir şey değildir. Aristoteles düşüncesinde de objektif bir tasarımla güzellik, formun madde ile uyumundan tecessüm eden ölçü, norm, itidal, ittifak ve harmonidir. Her ne kadar düşüncesi daha dünyevi içerikler taşısa da sanata bakış açısı ahlaki olandan bağımsız değildir. Ona göre şiir, tragedya veya komedy türündeki sanat eserlerinin öncelikli hedefi estetik bir haz uyandırmak değil, izleyicide bir arınma meydana getirmek suretiyle ahlaki değeri ortaya çıkarmaktır. Sanat ve ahlak iç içe olmakla kalmamakta bizatihi ahlak sanatın gayesi olmaktadır. Antik Yunan estetik düşüncesini İslam ve Hristiyan felsefesine bağlayan bir köprü konumunda olan Plotinos'un südur ve aşk teorisinde de estetik tecrübe, dünyasal güzellikten hareketle mutlak iyi ve güzel olana kavuşma gayesinde mistik bir tecrübedir. Mutlak hakikat olan Bir'e kavuşmak aşkın rehberliğindeki aklın dünyevi bir güzellikten başlayarak ilahi âlemin sınırlarından geçmesi ile mümkündür. Burada dünyevi güzelliklerden kaçınma olmadığı gibi ona bağlanma da söz konusu değildir. Aslında ruhani bir aşkla dünyevi olan güzellik geride bırakılarak mutlak olan güzellikle hemhal olma gayesi bulunur. Plotinosçu düşünce öncelikle İslam, sonrasında Hristiyan felsefecilerin estetik tecrübe üzerine düşüncelerini belirleyecektir. Öyle ki, şunu söylemek mümkün gibi görünmektedir: Antik Yunan ve Orta Çağ düşüncesinde güzellik duyulur olan hissi; fani, dünyevi güzelliği de kapsamına alan Tanrı ile bağlantılı metafizik bir değerdir (Taşkent, 2013: 25-43). Dolayısıyla geleneksel dönemin güzellik anlayışını daha geniş bir perspektiften değerlendirmek elzemdir. Bedeni güzellikler başta olmak üzere bütün dünyevi güzellikler sadece mutlak bir hakikat olanın tecellisi olarak tecrübe edilebilir. Ki bu, insanın kozmik âlemde kendi üstünde daha yüce bir varlığın olduğuna dair inanışından ötürüdür.

Genel bir çerçevede Platon ve Plotinosçu felsefenin ayak izinden kendi sistemlerini kuran Farabi ve İbni Sina düşüncesinde varlığı kendisinde menkul, sebepsiz, saf bir akıl ve aşk olan Allah'ın inayetiyle feyezan eden âlemin güzelliği eksik, kusurlu, sebeplidir. El-evvel olan Allah'ın güzelliğinin kaynağı tözü kendi özünün gereğinden bizatihi kendisidir. O'nun dışında ilk akıldan başlayarak ay altı âlemin son basamağında yer alan maddeye kadar var kılınanların tümü imkân dâhilindedir. Vacib'ül Vücut olan sonsuz, ebedi ve ezeli olan tek varlık Allah zorunlu varlıkken diğer varlıklar mümkün varlıklardır. Varlık hiyerarşisinin en üstünde olan zorunlu varlıktan südur eden varlıkların tümünün güzelliği arızidir, kendinde menkul değildir. Aşk, âşık ve mâşuk olan zorunlu varlığın tecellisi ile varlığa gelen âlemdeki güzelliklerin değeri de hiyerarşide kapladığı yerle ilgilidir. Dolayısıyla güzellik bir silsile yoluyla aşağıdan yukarıya doğru artan bir değerdir. En çirkini madde, en güzeli de cemal (güzel), behâ (parlaklık) ve ziyne (süs) sahibi Allah'tır. Bu güzellik duyulur, görülür bir güzellik olmayıp ancak kavranabilir. Çünkü kendisi akıl, akil ve makul olan bir varlık ancak akli olanla idrak edilebilir. O da maddeden yani bedenden arınmakla mümkündür. İmkânı da aşktır. Duyusal ve dünyevi güzellikler de uyandırdığı hissi aşka saplanmamak, bağlanmamak şartıyla ilahi aşka yapılacak yolculuğun başlangıç noktası olarak alınır. Ancak o, tanrısal sıfatların idrakini sağlayacak olan uhrevi aşka imkân tanınması ölçüsünde kabuldür. Eğer kişi duyulur olan güzelliğe meyleder ve onu hakiki güzellik kabul ederse bu hayvani hazdan öte bir şey değildir. Tersine kişi bununla yetinmeyip ve dünyevi güzelliği ilahi güzelliğin tezahürü olarak görür ve onu aşkla tecrübe ederse ahlaki bir liyakat edinmiş olur (Taşkent, 2013: 148-152). İslam felsefecilerinin zorunlu varlığı anoloji yoluyla ışığın kaynağı olan güneşe benzer tasvir etmeleri Hristiyan felsefecileri derinden etkiledi. Onlar söz konusu Grek tecrübesini daha ilahi bir formla biçimlendiren İslam filozoflarının düşüncelerini kendi dini anlayışlarına uygun olarak yeniden ele aldılar.

Orta Çağ Hristiyan felsefesinde estetik olanın mahiyeti günümüz anlayışından oldukça farklıdır. Öyle ki, Orta Çağ düşüncesinde estetik olan etik olandan ayrı düşünülmemektedir. Başka bir ifadeyle dünyevi olarak haz veren her şeyin mutlak bir suretle etik olanla meşrulaştırılması gerekir. Yani dinden ayrı veya ona muhalif bir estetik anlayışları söz konusu değildir. Onlar da aynen İslam düşünürleri gibi tabiatla görülen her şeyde tanrısal bir iz aramışlar. Estetik tecrübeyi, görünür olan güzelliği tanrısal güzelliğin içine alacak şekilde genişletmişler. Çünkü bir objenin ya da bir insanın güzelliği Tanrı'nın

ışığından pay aldığı için güzeldir. Eğer bir nesne güzelse onda tanrısal olana dair bir ölçü, uyum ve harmoni olduğu içindir. Onlara göre Tanrı dünyayı Phytagorasçı, Platoncu ve Aristocu bir bakışla sayılar, ölçüler ve oranlarla yaratmıştır. Bu bakış açısı estetik olanı parçanın bütün içerisindeki yer ettiği orana göre değerlendirir. Örneğin Aziz Augustinus bedensel güzelliği aynen Vitruvius'un mimarisi ve sonrasında Leonardo da Vinci'nin resimlerine rehber olan oran, orantı ve simetri ile değerlendirir. Makro kozmosun izdüşümü olan insan bedeninin güzelliği matematiksel bir bağla kozmik âlemle ilişkilendirilir. Aslında bütün Orta Çağ boyunca güzellik tanrısal sıfat ve formların tecrübesi ile bağlantılı olsa da düşünürlerin birçoğu salt haz uyandıran güzel, muhteşem ve ihtişamlı olan şeylerin de farkındaydılar. Nihayetinde bunların kabulü ahlaksal ve toplumsal normlara göre belirlenirdi. Güzel bir senfoni, işlemleri bir halı veya altınlarla süslü bir tahtın güzelliğinin neticede ilahi aşkın deneyimlenmesine engel olduğundan yasaklanması, sansürlenmesi, kınanması gerekirdi (Eco, 2009: 27-57; Eco, 2012: 37-58).

“Metafizik güzellik anlayışının izdüşümleri bedensel görünüme nasıl yansımaktaydı?”, “Zihniyet dünyasında güzellik olarak addedilen niteliklerin gündelik yaşamda bir karşılığı var mıydı?” gibi sorulardan hareketle şu söylenebilir: Kadını ontolojik olarak çirkin bulan uzun Antik ve Orta Çağlar boyunca doğal güzellik eril olandır. Hele ki, Antik Yunan düşüncesinde ruh ve erkek bedeni arasında kurulan bağlantının karşı tarafında madde ve kadın bedeni bulunur. Bu anlayışta güzellik, dış görünüşten öte akli muhakemeleri yetkinleştirmek, retorik beceriyi sergilemekle eş tutulur. Yine bu anlayışta kadın, muhakeme yeteneklerinden doğası itibariyle mahrum kaldığından onun güzelliği kemal düzeyinde tecelli edemeyeceği telakki edilir. Orta Çağ düşüncesinde bedensel güzellik çeşitli kozmetik ürünler vasıtasıyla mümkün kılınabilir olsa da çerçevesi ahlaki normlarla sınırlandırılır. Örneğin bir kadın ancak eşine güzel görünebilirdi. Onun dışındaki bütün çabalar gayri ahlaki sayılırdı. Özellikle bu vurgular Orta Çağ düşüncesinde kilisenin azameti ölçüsünde daha belirgindir. Birçok azizin bedensel güzelliğe dair verdikleri vaazların tamamı Tanrı'nın rızasını esas almaktaydı. Örneğin Aziz Tertullian doğal görünümün yapay ürünlerle değiştirilmesini yüz kızartıcı bir şey, şeytani bir teşebbüs olarak görür. Bazı azizler de makyajı şeytani bir maske olarak takdim ederdiler. Bu, bir tezeği işlemleri bir ipek bezle sarmak gibidir. Ya da ağzın kocamanlığı doyumsuz bir iştahın belirtisi, kızıl saçlar şehvetin işaretidir. Bunların aksine “küçük, dar ve kapalı bir ağız” temiz bir ahlakın ifadesidir. Hakeza bu betimleme

Rönesans sanatına da yansır. Kadın portrelerinde yüzler soluk, dudaklar dar, ağızlar küçük, gülümsemenin de neredeyse hiç olmadığı göze çarpar (Sagaert, 2017: 41-47). Nihayetinde Orta Çağ düşüncesinde tensel hazlara ilişkin estetik deneyim, beden in ontolojik olarak değersiz kabul edilmesinden kaynaklı hor görülür.

Orta Çağ düşüncesinde güzellik vücudun “üst” kısmıyla görünür olur. Üst kısımlar yüz ve ellerden oluşan kısımdır. Alt kısımlar ise maddi âlem gibi gözden uzak, üstü örtülmesi gerek bir yeridir. Kozmik âlem beden üstünde sembolize edilir. Ay üstü âlem nasıl nurani varlıkların yeriye beden in üst kısmı da öyle olmalıdır. Bedendeki asalet aynen nurani varlıklarda olduğu gibi güneş ışınlarının parlaklığını yansıtmalıdır. Örneğin yüzdeki beyazlık saflığın, yanaklarındaki pembemsilik ise iffet ve terbiyenin ifadesidir. Güzellik beri taraftan tavır, eda ve davranışlarda kendini göstermelidir. Gözler yere bakmalı, adımlar yavaş atılmalı, başkaları ile mesafeli durulmalıdır. Güzellik niteliksel olarak hem bedende hem onun davranışlarında tecelli etmelidir. Nihayetinde geleneksel dönemin uzun tarihi boyunca iffet, edep ve güzellik eşdeğerdir. Bu cihette, ahlak insanı güzel, ahlaksızlık ise çirkin kılar (Gretchen, 2018: 38; Morris, 2006: 109-110; Vigarello, 2013: 23, Eco, 2006: 376-377, Ory, 2013: 139). Rönesans ile başlayan modernleşme zamanla değerlendirmenin ölçütünü değiştirir. Güzelliğin ölçütü bireyselleşmeye bağlı olarak göreceleşir. Çirkinlik kader olmaktan çıkar. Güzellikse sabırlı bir çabaya indirgenir. Artık akla değil, göze hitap etme için güzelliğe önem verilir. Yani algılanmak görünmekle eş değer kılınır. Beden görünmenin, göze gelmenin, etkileyici bir izlenim bırakmanın yegâne temsilci olur. Böylece metafizik güzellik yerini fizikî güzelliğe bırakmaya başlar.

Vigarello’nun tabiriyle “güzelliğin tarihi beden in yavaş yavaş keşfinin” tarihidir (Vigarello, 2013: 277-278). Beden in güzelliği zamanla üstten aşağı doğru kayar. Yüzdeki ısrar beden in tamamına sirayet eder. Böylece yüz bir bütün olarak yerini beden in tamamına bırakarak hiçbir yeri dışarda bırakılmayacak şekilde ayrıntılanır. Bu şekilde güzelliğin ölçütleri daha kısa evrelerde değişmeye başlar. Öyle ki, bugün güzel olanın yarın çirkin görülmesi işten bile değildir. Kriterler sürekli yerinden oynar. Yeni türde bir zorbalık özgürlük adı altında baskı uygulamaya başlar. İncelik ve zayıflık kendini dayatır; güzellik asli bir norm, iyi bir görünümse değer ölçüsü olur. Güzel görünmekse şöyle bir zorunluluğa dönüşür: İlkesine uyulmadığında cezası beden tarafından kesilecek bir zorunluluk... (Baudrillard, 2004: 165-167). O artık etiğin ya da metafiziğin konusu

değildir. Salt duyuşsal estetiğın konusudur. Estetik, etik ve hakikat gibi değeri bir arada tutan anlam tablolarının kaybı estetik olanı bedensel güzelliğeri indirger. Nihayetinde dünyevi güzelliğın kendisi, artık yerinden kıpırdamayacak ölçüde duyuşsal, hissi bir boyutta kalır. Bunun izdüşümlerinin bedensel güzelliğeri nasıl yansıdığını katılımcıların hem deneyimlerinden hem de düşüncelerinden hareketle anlayabiliriz. Daha doğrusu bir insanı daha etkileyici, cezbedici kılan şeyin “Vücut güzelliğeri mi?” yoksa “Yüz güzelliğeri mi?” olduğı konusunda yaptıkları karşılaştırmalar da ağırlığın açık ara vücut güzelliğinden yana kullanıldığını görebilmek mümkündür. Bu ise güzelliğın nasıl algılanması gerektiğıyle ilgili yapısal dönüşümlerle yakından bağlantılıdır.

Katılımcıların birçoğı güzel bir bedene sahip olma amacıyla bedensel egzersizlere, fitnessa veya aerobik çalışmalarına özen göstermektedirler. Örneğın bunlardan biri olan ve haftada en az üç gün spor yaptığını söyleyen görüşmecimiz Funda Hanım (25), sportif faaliyetlerine dikkat etmesini çoğıul bir ağızdan şöyle açıklamaktadır: *“Aslında sadece sağılık açısından buraya geldiğimiz söylenemez. Her birimizin kaygısı farklı olabilir. Yani öyle tek neden budur ya da şudur diyemeyiz. Neticede herkes güzel bir görünüme kavuşmak için buraya geliyor. Tabii ki bu kendiliğinden olmaz. Bunun temel şartlarından biri de spor yapmaktır. Spor yapmadığınızda istediğiniz bir görünüme sahip olamazsınız.”* Açıklamasına istinaden sorduğumuz “Bir kadının yüz güzelliğeri daha belirleyici değeri midir? sorusuna *“Bence fiziğınızın iyi olması daha çok önemlidir.”* şeklinde verdiğı cevap, bedensel güzelliğın ne kadar belirleyici bir faktör olduğunu örneklemektedir. Konuşmasının devamında bedensel güzelliğın kendisi için ne kadar önemli olduğuna dair yönelttiğimiz soruya verdiğı şu cevapsa beğenilmenin bir kadın için ne kadar mutluluk verici olduğunu çok açık bir şekilde izah etmektedir:

“Çok düşünmedim bunu ama bence güzel olmanın insana kendisini iyi hissettiren bir tarafı var. Ya da beğenilmek bence her kadının isteyeceğı bir şeydir. Birinin sizin güzelliğınızdan bahsetmesi mutluluk vericidir.”

Ayrıca Funda Hanım, günümüz toplumlarında bir kadının kişisel bakımına, makyajına, fiziksel görünüme verdiğı önem ölçüsünde kabul göreceğini, onaylanacağını ve benimseceğini vurgulamaktadır. Bunun aksine bir kadının kişisel bakımını ihmal etmesi, makyajına dikkat etmemesi, saçlarının dağılık olması, vücudunda beliren

kırıksıkları gidermemesi bir ayıpsanma nedenidir. Daha doğrusu o, dış görünüşün ihmalinin “ayıp” gibi ahlaki değer yargılarıyla değerlendirileceğini belirtmektedir.

“Niye olsun ki. Bence bunun tam tersi ayıptır. Düşünün saçınız dağınık, makyajınız kötü, bedeniniz sarkıksa bu daha kötüdür. Alay konusu bile olursunuz. Bundan sebep insan kendisine bakmalıdır. Bence bir kadının olmazsa olmazı güzelliştir.”

Genel anlamda Funda Hanım, kadınların sadece sağlıklı olmak için değil, daha ziyade güzel bir görünüme kavuşmak için egzersizlerine dikkat ettiğini vurgulamaktadır. Yani Funda Hanım, spor salonlarına gelen kadınların farklı türde kaygıları olsa da onları en çok motive eden unsurun başında bedensel güzellik gelmektedir. Bunu da, bedensel güzelliğin yüz güzelliğinden daha önemli olduğuyla gerekçelendirmektedir.

Ayça Hanım (25) da her geçen gün bedensel görünümün yüz güzelliğinden daha ön plana çıktığını ve bunun da spor aktivitelerine artan ilgiyi açıkladığı düşüncesindedir.

“Ya şöyle söyleyebilirim. Daha doğrusu şöyle bir örnek vereyim. Bir yerde arakadaşlarla oturuyoruz falan. Karşıdan bir kız geldi diye düşünelim. Yüzünden çok silüetine bakılıyor. En başa dönersek söylediğimiz şey yine aynı. Fiziksel görüntü daha önemli artık diyebilirim. Ama yinede asıl güzellik yüz ile beden güzelliğinin birbirini tamamlamasıdır. Yine de bir karşılaştırma yaparsak fizik daha ön plana çıkmış durumda. Kendi jenerasyonumdan bunu biliyorum. Kız spor falan yapıyor ve fiziği çok güzel olmuşsa daha hayranlık uyandırıyor gibi. Böyle bir algı var. Son olarak şunu net söyleyebilirim: Benim jenerasyonum açısından fizik çok önemlidir.”

Ayça Hanım da kendi jenerasyonun bakış açısından hareketle fizik güzelliğin yüz güzelliğinden daha önemli olduğunu düşünmektedir. Ayrıca o, sportif faaliyetlere artan ilgiyi bedensel güzelliğin bir insanı daha ilgi çekici, alımlı, göze çarpan biri yapmasıyla açıklamaktadır.

Katılımcılardan Erkan Bey’e (39) yönelttiğimiz benzer soruya verdiği cevap da vücut güzelliğinin daha ön plana çıktığı üzeredir. O da kadın katılımcılarla aynı fikirde olduğunu şöyle ifade etmektedir: *“Aslında ikisi de önemli ama günümüzde vücut güzelliği daha ön plana çıkmış durumda. Bakıyoruz son zamanlarda plates, spor salaonlarının, fitness salonlarının artması bence bununla ilgili.”* Erkan Bey günümüz toplumda vücut güzelliğinin yüz güzelliğinden daha ön plana çıktığını artan spor salonlarının varlığı ile

kanıtlamaktadır. O sayısı her geçen gün artan spor komplekslerinin varlığını vücut güzelliğine verilen önemle izah etmektedir.

Katılımcılardan Tülay Hanım'ın (23) da “Beden ölçülerin ile güzellik arasında bir ilişki var mıdır?”, “Alımlı bir görünümün sizin için önemi nedir?” gibi birbirleriyle bağlantılı sorduğumuz sorulara verdiği cevap, bedensel güzelliğin bir kadın için ne kadar önemli olduğunu içermektedir. *“Arzu ettiğiniz bir güzelliğe kavuşmanız için mutlaka spor yapmanız gerekiyor. Yüz güzelliğiniz istediğiniz gibi olsa da kiloluysanız göze gelmeniz çok mümkün olmuyor. Düzenli egzersiz, dengeli beslenme, bakımlı olmak bir kadını kesinlikle güzel bir görünüme kavuşturur. Böyle bir güzelliğe sahip olmak da bir kadını mutlu eder. Ne kadar güzel olursa o kendisini o kadar iyi hisseder.”* Cevabına binaen “Bir kadın için yüzün güzelliği mi yoksa fit, zarif ve narin bir bedene sahip olmak mı daha önemli? sorusuna *“yüz güzelliği de önemli ama dediğim gibi yüzünüz güzelse zayıf veya fit değilseniz güzel olamazsınız.”* Şeklinde verdiği cevap, egzersizlerle bir forma kavuşturulmuş bedenin yüz güzelliğine oranla daha önemli olduğuna ilişkindir. Ayrıca o, güzel bir bedene sahip olmayı beslenme rejimi ve düzenli egzersizlere bağlamakta ve bunun sonucunda kavuşulacak olan fiziksel görünümü kişisel mutlulukla ilişkilendirmektedir.

“Bir kadına bakıldığında göze ilk çarpan şey yüz güzelliği midir, yoksa vücut güzelliği midir?” sorusuna Müjgan Hanım'ın (40) verdiği cevap, diğer katılımcıların düşünceleriyle benzer doğrultudadır. Hatta o, çok net bir şekilde, şu ifadelerle beden güzelliğinin önemine vurgu yapmaktadır: *“Kesinlikle vücut güzelliği diyebilirim. Yüzden ziyade fiziğe daha çok bakılıyor. Yani fit bir vücudunuz yoksa yüzünüz istediğiniz kadar güzel olsun çok dikkat çekmez gibi.”* Müjgan Hanım da kadın bedeninin güzelliğini fit bir vücut ile ilişkilendirerek belirli ölçülerle inşa edilmiş fiziksel görünümün daha bir ön plana çıktığını vurgulamaktadır. Ona göre yüz ne kadar güzel olsa da, fit bir vücutla tamamlanmadıkça istenilen görünümün elde edilemeyeceği kanısındadır.

Katılımcılardan Sevdâ Hanım (48) geleneğin daha güçlü bir toplum ile günümüz toplumu arasında yaptığı bir karşılaştırmadan hareketle vücut güzelliğinin daha belirleyici olduğunu belirtmektedir. Ayrıca o, çevresinden hareketle botoks yaptıran kadınların sayısında bir artış olmasını yüz güzelliğine verilen önemle açıklasa da nihayetinde vücut güzelliğinin daha önemli olduğu düşüncesindedir.

“Geleneksel toplumlarda kilolu olmak daha makbulmüş. Şimdi öyle değil. Yüz güzelliğine gelirsek çok önem veriliyor tabi. Çevremden hareketle söylüyorum. Küçük bir toplumda yaşamamıza rağmen birçok kadının botoks yaptırdığını söyleyebilirim. Neredeyse botoksuz kadın yok gibi. Ama kendim meseleye şöyle bakıyorum: Yüz güzelliği de önemlidir. Ama yüz doğal kalma şartıyla fizik güzelliği benim için daha önemlidir diyebilirim.”

Geleneğin daha güçlü olduğu toplumlarda “etine buduna dolgun” olarak tabir edilen kadın bedeninin verimli bir üreme gücüne, zinde bir sağlığa ve üretken çalışkanlığa delaletinden ötürü daha kabul gördüğü, günümüzde ise tam tersine zayıflığın temel bir değere dönüştüğü gözlenmektedir. Bu, bir yerde bedenin işlevsel değerinden koparılıp göstergesel bir değere indirgendiğini de göstermektedir. Çünkü beden gücünün daha yoğun kullanıldığı tarım toplumlarında çocuk sayısının fazlalığı hem askeri hem de iş gücünün gerekliliği açısından önemsenirdi. Oysa içinde yaşadığımız toplumda bedenin üretim gücü, otomasyon teknolojilerinin vasıtasıyla daha bir azalınca yerine bireyin bedenin detaylandırılmış bir proje nesnesine dönüştürmesiyle tüketim potansiyeli öne çıkarılmaktadır. Haliyle bu durum, bedenin baştan ayağa kadar estetik yargılarla gözden geçirilmesini beraberinde getirmektedir. Öyle ki, vücudun her bir noktası, her bir parçası beden endüstrisinin işlem nesnesi haline gelmektedir.

Senay Hanım da (46) yüz ve beden güzelliğinin birbirini tamamlaması gerektiği üzere fikirlerini beyan etse de günümüzde kitle iletişim araçları vasıtasıyla daha ince, zayıf ve fit görünümlü bir kadın modelinin ön plana çıkarıldığını yaptığı bir karşılaştırma ile şöyle ifade etmektedir:

“Geleneğimize baktığımızda bir kadının güzelliğini etine buduna dolgun olmasıyla değerlendirdiklerini söyleyebiliriz. Örneğin geçen bir düğüne gittik. Teyzem gelini çok beğendiğini onun böyle etine ve buduna dolgunluğuyla yüzünün güzelliğini ise tombul ve yuvarlak oluşuyla betimliyordu. Ama günümüzde daha farklı bir durum var. Bunda artan küreselleşmenin etkisi var. Her yer küçük bir köye dönmüş durumda. Bu da kitle iletişim araçları ile gerçekleşiyor. Örneğin bir kamyon lastiğinin reklamı bile zayıf ve ince bir kadın ile yapılıyor. Daha doğrusu bir algı yönetimi var. Bir şekilde altan alta çeşitli mesajlar veriliyor. Bilinçaltımızı şekillendiriyor. Hepimiz etkileniyoruz. Sadece onlar değil, erkekler de üçgen olmak için çaba sarfetmeye başlıyor.”

Senay Hanım değişen güzellik algısını artan küreselleşme olgusu ve kitle iletişim araçları ile bilinçaltına zerk edilen ince, zarif ve fit bir kadın bedeni ile ilişkilendirmektedir. Ona göre geleneksel toplumlarda “etine buduna dolgun” beden, “daha tombul” bir yüz daha muteberken, kitle iletişim araçlarıyla baskın bir model haline getirilen ince, narin, zarif bir dış görünümün içinde bulunduğumuz toplum açısından daha estetik görüldüğü düşüncesindedir. Özellikle kozmetik reklamlarında görücüye çıkarılan model bedenlerin kendisi başta olmak üzere birçok kadının beden algısını belirlediği kanısındadır. Öyle ki, birçok kadın onların simüle edilmiş vücut hatlarını, yürüyüşlerini, ışıltılı gülüşlerini, parlatılmış saçlarını, pürüzsüz ciltlerini bedenlerinde üretmeye çalışmaktadır. Ayrıca bu durum, her geçen gün talep kazanan spor salonlarının, estetik ameliyatların, kozmetik ürün çeşitliliğinin, moda tutkusunun, sağlık takıntısının, güzellik t yolarının varlığını da açıklar mahiyettedir.

Metin Bey de (44) son yıllarda beden güzelliğine verilen önemi, obezite ve toplumsal baskı ile ilişkilendirmektedir.

“Beden ile yüz güzelliği birbirini ne kadar tamamlarsa o kadar iyidir. Bir karşılaştırma yaparsak şunu söyleyebilirim: Eğer yüz güzelse beden çok sarkık ve dağınksa güzel görünmeniz daha zordur. Ama yüz biraz düzgün ve beden güzelse daha iyi olur. Niye bu kadar vücut güzelliği önplanda diye sorarsanız. Bence bunu son yıllarda artan obezite ile açıklayabiliriz. Obezite artınca herkes birbirinin kilosunu daha fazla kontrol etmeye başlıyor. ‘Yok göbeğin hortlamış’, ‘Yok vücudun sarkmış’ gibi şeyler daha çok söylenmeye başlanıyor. Hal böyle olunca herkes beden güzelliğine daha fazla önem vermeye başlıyor.”

Metin Bey fitness salonları başta olmak üzere diğer sportif aktivitelere artan ilgiyi obezitenin artmasına paralel, kilolu olanlara dönük baskı ile izah etmektedir. İnsanların birbirilerinin bedenlerini gözetliyor oluşlarını beden güzelliğine verilen önemin bir sonucu olarak görmektedir. Özellikle de bedensel görünümler üzerine yapılan değerlendirme ve yorumların sayısında ve niteliğindeki artış dış görünüme verilen önemi açıklamaktadır. Anlatıklarını kendi tecrübelerinden hareketle örnekleyen Metin Bey çok kişinin kendi göbeğine dokunup “Hoca sen eskiden daha fittin.” gibi hoş olmayan şeyler dediklerini ve bu tür söylemlerin de fitnessa devam etmesine önemli bir gerekçe teşkil ettiğini belirtmektedir. Hatta bedensel görünümüne dönük uyarı ve vurguları kıskançlığın

bir sonucu olarak değerlendirdiği için bunun spor yapma azmini daha bir arttırdığını ifade etmektedir. Bunun sadece kendisi için değil toplumda birçok kişi için de geçerli olduğunu altını çizerek vurgulamaktadır.

Bir insanın “vücut ağırlığının (kg), vücut yüzeyine (m²) bölünmesiyle bulunan vücut kitle indeksi” ile yapılan ölçümler karşımıza yeni türde kilo tanımları çıkarmaktadır. Örneğin yapılan ölçümler standardın altındaysa kişi az kilolu, standartsa normal, standardın üstündeyse sırasıyla fazla kilolu, obez, morbid, süper obez diye tanımlanır. Normal dışı kilo kategorisinde yer alanların eklem ağrıları, karaciğer yağlanmaları, solunum yetersizlikleri, adet düzensizlikleri, kalp yetmezliği gibi hastalıklara yakalanma risklerinin daha fazla olduğu ileri sürölür (Güler-Sakarya, 2005: 139-142). Hal böyle olunca insanlar vücut ağırlıklarını daha kaygılı bir şekilde gözlemlemeye başlamakta, kilolarını daha fazla dert etmekte, bu yetmemekte; Metin Bey’in vurguladığı gibi başkalarının da kilosunu yakından takip etmektedirler. Bu durum, standart olan vücut ağırlığının güzellikle eş değer kılınmasıyla daha bir pekişmektedir. Öyle ki, alımlı, cezbedici, göz alıcı, albenisi yüksek bir görünüm sadece belirli bir standardı karşılayanlara has kılınır. Yani bir yerde güzelleşmek, belirli nicel değerleri karşılıyor olmaya endekslenir. Bedensel ölçümlere dayalı estetik yargılar, nihayetinde güzelliği nicel bir değere dönüştürmekte, bu ise bedensel güzelliğe verilen önemi açıklar nedenlerden biri olmaktadır.

Ali Bey (23) de bedensel güzelliğin dikkat çekici bir cazibe adına hem kadınlar hem erkekler açısından daha ön plana çıkarıldığını kişisel gözlemlerinden hareketle şöyle aktarmaktadır: *“Kampüste olsun isterse kafelerde olsun dikkatimi çeken şeylerden biri de kız veya erkek farketmeksizin insanların fit vücutları daha beğendiğidir. Mesela kızlar da öyle erkekler de öyle sevgililerin yüzlerinden çok fiziklerine daha önem veriyorlar. Yani yüzünüz idare eder bir güzelliğine sahipse ve buna iyi bir vücutta eklenirse daha dikkat çekici görünürsünüz.”* Konuşmasının devamında Ali Bey, ifadelerine şöyle bir açıklık getirmektedir: *“Fitnessa artan bir ilgi var. Her yerde salon açılıyor. Hepsinin de müşterisi çok. Bazıları haftanın belirli günlerini bayanlara ayırmış durumda. İşte bu, vücut güzelliğine daha önem verildiğini gösteriyor.”* Ali Bey, fitness salonlarına artan rağbeti vücut güzelliğine verilen önem ile izah etmektedir. Daha açık olarak Ali Bey, fitness salonlarının hem kadınlar hem erkeklerce bu kadar rağbet görmesini bedensel güzelliğin kişiye cinsel bir çekicilik kazandırabilmesiyle ilişkilendirmektedir.

Bedenin bir bütün olarak her bir parçasının birbirini tamamlayacak şekilde güzelliğin belirleyicisi olması çıplaklığın her geçen gün bilinçli olarak art(ırıl)masıyla ilintilidir. Güzelliğin sadece yüzde görülmesi veya gösterilmesi nihayetinde bedenin bir kazanç kapısına dönüştürülmesine daha az imkân tanır. Bunun aksine bedenin ayaktan topuğa varıncaya kadar Bauman'ın da vurguladığı gibi her santimetre karesinin işlenmeye maruz bırakılması bedenin bir hammadde olarak görülmesiyle başlar; bedene yabancılaşma ve bedenin bir arzu nesnesi olmasıyla sonuçlanır. Bu, Batı'nın beden ve cinsellik ile ilişkisine dair öne sürülen şu tespitle örtüşmektedir:

“Son birkaç yüzyılda, belli bir eğilim bizi ne olduğumuz sorusunu cinselliğe sormaya itti. Ve bu cinsellik, pek de doğa-cinsellik (yani canlılar sistemin bir ögesi, bir biyoloji konusu) değil de tarih-cinsellik, ya da anlam-cinsellik, söylem-cinselliği. Kendiliğimizden cinselliğin etkisi altına girdik, ama cinselliğin fiziği'nden çok cinselliğin mantığı'nın etkisi altına... Bu konuda yanılmamak gerekir: Cinselliği nedensiz, salt bir mekanikliğe yaklaştırır görünen ikili karşıtlıklar (beden ruh, ten-tin, içgüdü-akıl, dürtü-bilinç) dizisinin arkasında Batı'nın başardığı şey, onu yalnızca ve daha çok bir rasyonalite alanına bağlaması değildi, zaten eski Yunan'dan beri böylesi "fetih"lere iyice alışık olduğumuzdan, bunun hiçbir ilginçliği olmazdı; o, bizi -biz, bedenimiz, ruhumuz, bireyselliğimiz, tarihimiz- neredeyse tamamen bir şehvet düşkünlüğü ve arzu mantığının etkisi altına soktu.” (Foucault, 2007: 62).

Siyasetten ekonomiye, askeri alandan küresel iletişim kanallarına, popüler kültürden sanatın birçok formuna varıncaya kadar her alanda gücünü tahkim eden Batı'nın dünyanın geri kalan toplumların beden algısını şekillendirme gücü birçoğu Batı kökenli olan beden endüstrisinin gücüne güç katmaktadır. Batı'da yükselen ve medya kanalları üzerinden yaygınlaşan beden güzelliği, geleneğin güzelliği yüzde görünür kılan anlayışının önüne geçmekte ve bedenin erotik bir nesne olarak kodlanmasına neden olmaktadır.

Konuyu aynada bakılan bedensel uzuvların kapsamı ve güzelliğin değişen boyut ve niteliği üzerine tartışan Özgül, geleneksel kadının “aynada sadece estetik güzelliğini”, modern kadının ise kendisini “estetik ile iç içe geçen cinsel güzellik” ile algıladığını ileri sürmektedir. Özgül söz konusu düşüncesini aynanın çapı ve boyundaki gözlenen değişimle ilişkilendirir. Şöyle ki, gelenekli kadın estetik güzelliğini el aynasında gördüğü

yüzüyle, yeni kadın ise cinsel güzelliğini boy aynasında gördüğü bedeniyle deneyimlemektedir. Bu karşılaştırmadan hareketle “güzelliğin farkında olan gelenekli kadın Narkissos gibi, kendisini arzulayacak ya da arzulanacak bir cinsel objeye dönüştürmez; oysa 18. Yüzyıldan itibaren ortaya çıkan yeni kadın tipi sadece sevildiğini değil aynı zamanda arzulandığını da bilmek istediği gibi aynaya baktığı zaman güzelliği kadar çekiciliğini de görme arzusunda olur.” şeklinde öne sürülen düşünce, yerinde bir tespit gibi görünmektedir. Dolayısıyla Özgül, kadının sevilen biri olmaktan öte cinsel olarak arzulanma güdüsündeki değişimi 19. yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla evlere alınan boy aynaların varlığı ile kanıtlamaktadır (Özgül’den akt. Beyhan, 2019: 14-15). Söz konusu tespit, “Aynanın Tarihi” adlı çalışmasında Sabine Melchior-Bonnet’in, “insanın kendisini iki ayna arasında” baştan aşağı profilden ve arkadan izlemesi, denetlemesi ve gözlemlemesinin “tarihsel ölçekte yakın bir olgu³²” olduğu düşüncesiyle de teyit edilebilir (2007: 24). Bu tarihsel bağlamı göz önüne alarak katılımcıların aktardıklarına baktığımızda ifade edilenler, beden algısında ciddi bir değişimin yaşandığını göstermektedir. Katılımcılardan bazılarının gerek geleneksel güzellikle yaptığı karşılaştırmalarla gerekse gözlemlerinden hareketle ortaya koydukları düşünceler benzer bir tabloyu ortaya çıkarmaktadır. Bu tabloda ortak görüş, bedensel güzelliğin daha bir ön plana çıktığı üzeredir.

³² Güzel bir evin beğeni toplamasını sağlayan aynalar 18. yüzyılın sonlarından 19. yüzyılın ilk yarısına kadar geçen dönemde yavaş yavaş yaygınlaşarak Paris evlerinin yüzde yetmişinde, taşra evlerinin de birçoğunda bir prestij göstergesi olarak kendisine yer bulabilmişti. Öyle ki kadınlar evlerinin hemen hemen her eşyasını ya da duvarlarını bir şekilde ayna ile kaplamışlardı. Büyük salonlarından küçük odalara, merdiven aralıklarından tavanlara, gardıroplardan birçok mobilyaya varıncaya kadar her yer bir yansıma abidesine dönüştürülmüştü. Aynalar sadece evlerin önemli bir dekoratif nesnesi olarak değil, aynı zamanda kadınların kendilerini profilden seyretmelerini, bedenlerindeki değişimleri fark etmelerini ve bu sayede bedenlerini yeniden bir düzenlemeye tabi tutmalarını da sağlayabilmişti. Bu tespit dönemin kültür araştırmacıları tarafından da çeşitli şekillerde dile getirilmiştir. Örneğin dönemin önemli bir kültür araştırmacısı olan J. Gallot’un 1827 yılındaki tuttuğu kayıtlarda aynanın bu rolünü şu şekilde ifade etmektedir: "Aynalar yeni yerleşme düzenlerinde önemli roller oynamıştır: Muazzam tarih tabloları, av ve natüremort tabloları gibi geniş, oymalı ve yaldızlı çerçeveli aynalar değil, hafif yaldızlarıyla bakanlan olumsuz etkilemeyen, ince ve esnek çubuk çerçeveli aynalardır söz konusu olan. Kadınlar iki pencere arasında, şöminelerin üstünde, kısacası hangi tarafa bakmak isterlerse orada tepeden tırnağa seyrede biliyorlardı kendilerini." (J. Callot’tan akt. Melchior-Bonnet, 2007: 85-86).

Katılımcılardan Meltem Hanım’a (23) “Spor salonlarına artan ilgiyi güzel bir bedene sahip olma düşüncesiyle açıklayabilir miyiz?”, “Bu durumu, kendi açınızdan nasıl değerlendirirsiniz?” şeklinde yönelttiğimiz sorulara verdiği cevap, bedensel güzelliğin olmazsa olmaz bir norm haline geldiğine dair güçlü izlenimler vermektedir.

“Spor salonlarına katılım oranlarında bir artış olduğunu söyleyebiliriz. Sadece onunla kalmıyor. Güzelliğe dair her şeyde bir artış var. Sportif faaliyetler çok önemlidir. Çünkü güzel olmanız beden ölçülerinizle çok yakından ilgili. Belki en önemlisidir. Bunun kişisel bakımla da tamamlanması lazım. Zaten bunu görebiliyorsunuz. En basitinden bir kozmetik ürün satan bir mağazaya giderseniz ne demek istediğimi daha iyi anlarsınız. Örneğin bir şeyi hemen fark edersiniz. İnanılmaz bir kalabalığı var. Biri giriyor, biri çıkıyor. Böyle lise yaşlarındaki genç kızlardan tutun da yetişkin insanlara kadar her yaştan insan geliyor. Herkes bir şekilde güzel olmak istiyor. İmkânı olanlar daha farklı operasyonlar bile geçirmektedir. Bunlar da çok maliyetli olduğu için herkes güç getiremiyor. Bunların bir sebebi olmalı. Sadece güzel görünmek meselesi değil. Bunun sonuçlarıyla alakalı bir şeyden bahsediyorum. Güzel değilseniz göze gelemesiniz, kendinizi kötü hissedersiniz, kimse size ilgi göstermez vb. İnanın belki şimdi dile getiremediğim daha birçok sebebi var. Bu sebepleri bir kenarı bıraktığımızda güzel görünmenin nihayetinde her kadına kendini iyi hissettiren bir tarafı da vardır. Bu da işin psikolojik tarafıdır.”

Meltem Hanım’ın çarpıcı ifadelerinden hareketle güzelliğin sadece bir norm olmadığını aynı zamanda araçsallaştığını da görmek mümkündür. Güzellik salt kendinde bir değer olmaktan çıkıp belirli amaçlar doğrultusunda kullanılabilecek bir değer olmaktadır. Para gibi işlem gören bir nesne konumuna gelmektedir. Beri taraftan satın alınan bir ürün olmaktadır. Güzellik bir piyasa ürünü olarak spor salonlarından kozmetik mağazalarına kadar her yerde satılmaktadır. Güzellik bir maliyet konusudur. Girdi ve çıktıların hesaplanmasına dayalı ekonomik bir etkinliktir. Yani elde edilecek ödül için ödenecek bedelin hesaplanmasına dayalı bir işlemdir. Nihayetinde bedensel güzellik salt görsel bir nesne haline gelmemekte, beri taraftan çeşitli amaçlar ölçüsünde araçsallaşmaktadır.

2.3.13. Bir Savunma Mekanizması Olarak “Ödünleyici Dış Beden”in Takdimi ve Temsili

Canlı türlerinin en temel motivasyonlarından biri yaşamda kalmak ve yaşamını idame ettirmedir. Canlı organizmaların tümü yaşamlarını sürdürmek için besleyici ürünlere, oksijene ve suya nasıl ihtiyaç duyarlarsa bunlar içerisinde yer alan insan ve hayvanlar ek olarak, bir tehditle karşı karşıya kaldıklarında ya mücadele ederek kendilerini savunur veya kaçma refleksi gösterirler. Onların kendilerini tehlikelere karşı korumaları hayatlarını güven içerisinde sürdürmenin asli gereklerinden biridir. Bu durum, birçok canlı için geçerli olsa da insanın bireysel arzu, tutku ve isteklerinin karşılanmaması karşısında yaşadığı gerilimlerin varlığı daha kompleks bir hal almaktadır. İnsanoğlu çevresel ya da toplumsal koşullardan kaynaklı engellemelerin neden olduğu endişe ve kaygıların yarattığı gerilimlerin benliğine zarar vermemesi için bir dizi savunma tepkileri geliştirir. İşte bu savunmalara literatürde ‘defense mechanism’ yani savunma mekanizmaları adı verilir. Savunma mekanizmaları kavramını, bireyin psikopatolojik sorunlarını anlama noktasında ilk defa gündeme getiren kişi Sigmund Freud’dur. 1894 tarihli “Savunma Psikonevrozları” adlı çalışmasında Freud, savunma mekanizmalarını bireyin kendini korumak ve güvene almak için ürettiği bilinç dışı tepkiler olarak değerlendirir (Freud, 2011: 71). Daha kapsamlı olarak kavram, “kişiyi kaygıdan, suçluluk duygularından, bilinçsiz iç ruhsal çatışmalardan, bastırılan kabul edilemez bilinçdışı dürtülerinden ve egonun karşı karşıya gelebileceği diğer tehditlerden koruyan ve genellikle bilinçsiz olan otomatik savunma tepkileri” olarak tanımlanır. Savunma mekanizmaları bireylerin karşılaştıkları bir dizi engelleme durumlarının sonucunda ortaya çıkan kaygı ve endişelerle baş etmek için başvurdukları çoğu zaman bilinçsiz koruma tepkileridir. Savunma mekanizmaları benliğin kendini onarma, yeni duruma adapte etme ve kaygıları azaltma görevi üstlense de aşırı kullanılması ruhsal hastalıkların göstergesi olarak kabul edilir (Budak, 2003: 652-653).

Savunma mekanizmaları kişiliğin gerçeklik ve akli kısmı olarak görülen egoyu, endişelerden korur. Savunma mekanizmaları sorunları ortadan kaldırıncı olmasa da çatışmaları çözerek kaygıları azaltır ve bireyin benliğini korumuş olur (Ziegler, 2016: 3-4). Klasik savunma mekanizmaları benzer işlevleri yerine getirir. Langs’a göre savunma mekanizmaları duygusal olarak insanı yıpratabilecek sorunlara karşı doğal bir savunma sistemidir. Savunma mekanizmaları bir bariyer görevi görerek bireyin çatışmalarını çözmesini kolaylaştırır (Bowins, 2004: 11). Bowins’e göre savunma mekanizmalarının bilişsel bir çarpıtma mekanizmaya sahip olup hafif ve orta seviyede kullanılmasının ruh

sağlığı açısından daha faydalı olduğunu belirtir. Dolayısıyla savunma mekanizmalarının genel anlamda doğru ve yerinde kullanılması ölçüsünde koruyucu taraflarına vurgu yapılır.

Savunma mekanizmalarının önemli işlevlerinden biri de bireye saygınlık kazandırmasıdır. Bireyin karşılaştığı çatışma ve engellerin neden olduğu kaygı ve endişeler bireye yetersizlik duygusu verir. Eğer bunlar bir şekilde çözüme kavuşturulmazsa çeşitli nevrotik rahatsızlıklara yol açar. Savunma mekanizmaları tehlike anında içgüdüsel olarak devreye girip bireyin benlik saygısını güvene alır. Bu, normal bir şekilde kullanılması durumunda geçerlidir. Aksi, bir hastalık belirtisi olarak görülür. Savunma mekanizmaları karşılaşılan probleme verilen tepkilere bağlı olarak farklı türlere ayrılabilir. Günümüze kadar yapılan çalışmalarla yaklaşık olarak kırk adet savunma mekanizması tespit edilmektedir. Bir insanın bunların hepsini kullandığını söylemek doğru değildir. Çünkü her insanın yaşadığı endişe ve kaygıların türü ve ölçüsü birbirinden farklı olabilmektedir. Daha doğrusu karşılaşılan engellemelere, yaşanan kaygı ve çatışmalara göre savunma mekanizmaları değişebilir (Cremer, 2008: 1965-1996). En sık kullanılanları bastırma, yüceltme, gerileme, kaçma, ödünleme, yansıtma, yön değiştirme, inkâr, özleştirme ve mantığa bürümedir. Konumuz açısından önemli görünen savunma mekanizması ödünlemedir.

Benin savunma mekanizmalarından biri olan ödünleme mekanizması bireyin yetersiz kaldığı, eksikliğini hissettiği bir alandaki başarısızlığını başka bir alanda başarılı olarak telafi etmesidir. Ödünleme mekanizması bir yer değiştirme işlemidir. Bir alandaki başarısızlıkların başka bir alandaki başarıyla kapatılmasıdır. Aslında bir yerde hedefi saptırmak suretiyle var olan kaygıdan kurtulma çabasıdır. Çünkü hedef saptırılmadığında, eksikliğin hissedildiği alandaki başarısızlığın yarattığı aşağılanma hissi, bireyin benlik saygısına zarar vermiş olur. Bireyin mevcut durumun vermiş olduğu rahatsızlık, gerilim, hayal kırıklarından kurtulup benliğini korumaya alma eğilimi onu başka bir alana yönlendirir. Ki bu alandaki yeterlilik duygusu, öz saygının korunmasının biricik yollarından biridir.

Gündelik hayatımızda sık kullandığımız mekanizmalarından biri olan ödünleme mekanizmasının konumuz açısından önemi yapılan görüşmelerimizde belirleyici faktörlerden biri olmasıyla ilgilidir. Bazı katılımcıların bedenlerini kurgulamalarının

ardındaki motivasyonlarından birini bu tip bir savunma mekanizması oluşturur. Örneğin Nazım Bey'in (32) söyledikleri bedeninin bir ödünleme mekanizması olarak kullanılmasına iyi bir örnektir.

“İki yıla yakındır düzenli olarak spor salonuna geliyorum. Neredeyse yaşamımın bir parçası olmuş. Doğrusu spora gelmemdeki nedenlerden biri kendimi çok da yakışıklı bulmayışımdır. Saçlarım dökülüyor. Ektirmek istedim ama saç köklerim zayıf olduğu için tavsiye edilmedi. Yapılacak bir şey kalmayınca ben de vücut yapmaya karar verdim. En azından (gülerek) bir yerimiz bari güzel olsun dedik. Doğrusu buraya gelerek iyi bir karar verdiğimi de düşünüyorum.”

Nazım Bey, yüzünde gördüğü “kusuru” fitness yaparak telafi etmektedir. Nazım Bey bedenini daha kusursuz bir hale getirmek suretiyle eksikliğini hissettiği yakışıklılığını gövdesiyle ödünlemek istemektedir. Denilebilir ki, burada beden ödünleyici bir savunma mekanizması olarak bireyin benlik saygısını sağlamaktadır. Birey, bedenini biçimlendirmek, onu görünür kılacak bir şekilde düzenlemek suretiyle arzuladığı görünümü hem elde etmeye hem de bu sayede benliğinin özerkliğini korumaya çalışmaktadır.

Benzer kaygılarla spora başlayan yaşayan Yusuf Bey (19) de bedenini ödünleyici bir mekanizma olarak kullandığı şöyle ifade etmektedir:

“Öğrenciyken okulda herkesin bir kız arkadaşı vardı. Çevremde kız arkadaşı olmayan bir bendim. Bu duruma çok üzülüyordum. Alt sınıflarda bir kıza çıkma teklif ettim. Beni reddettiği gibi bir de milletin içinde tipimle ilgili küçük düşürücü şeyler söyledi. Hayatımda o kadar aşağılanıp kırıldığı hatırlamıyorum. Hiçbir kızın beni sevmeyeceğini dert etmeye başlamıştım. Bir arkadaşıma durumu anlattım. O hem benle dalga geçiyordu hem de akıl vererek yardım etmek istiyordu. Bana bir gün tipini değiştiremezsin ama sabırla çalışırsan vücudunu geliştirip yakışıklı olabilirsiniz dedi. Hatta kızların vücudu iyi olan erkeklerden çok etkilendiğini söyledi. Ben de söylediklerine ikna oldum ve salona kaydoldum.”

Yusuf Bey de kız arkadaşı olmadığı için kendini kötü hissetmekte, buna gerekçe olarak da tipini göstermektedir. O, tipinde gördüğü “kusurun” karşı cins tarafından sevilmeyle engel olduğunu belirtmekte ve bu sorunu daha iyi bir vücuda sahip olarak telafi

etmek istemektedir. Daha doğrusu, tipi yüzünden yaşadığı eksikliği, yetersizliği ve aşağılanma hissini vücudunu daha çekici bir hale getirmekle ötelemeyi hedeflemektedir.

Metin Bey de (44) yaş ilerleyince insanların bedensel görünümüne daha dikkat etmelerini ödünleyici beden olgusu ile izah etmektedir. *“Yaş ilerleyince mecburen vücuduna daha önem vermeye başlıyorsun. Sebebi de şu: Elinde başka bir şey kalmıyor. Saçın beyazlıyor, gözaltların kırışıyor. Albenini bir şekilde korumak zorundasın.”* Metin Bey de vücudunu daha iyi bir görünümün tek imkânı olarak görmektedir. O, saçlarının beyazlığını, göz altlarında baş göstermeye başlayan kırışıkların vermiş olduğu yaşlanma hissini daha iyi bir vücuda sahip olmak suretiyle savuşturmak istemektedir.

“Günümüzde fizik güzellik mi daha ön planda yoksa yüz güzelliği mi? sorusuna Burak Bey’in (25) verdiği cevap bedensel güzelliğin aslında yüz güzelliğini hem nasıl belirlediğini hem de ondaki “kusuru” nasıl telafi ettiği üzeredir. “Aslında ikisinin de aynı anda güzel olması mükemmeldir. Soruya şöyle bir cevap verebilirim: Bence fiziğin yüzü hafif biçimlendirip onu güzelleştirdiğine şahit oldum. Bu doğrultuda yakışıklı olmayabilirsin ama fiziğinle daha karizmatik ve çekici olma şansın var. Birinin yakışıklı olmasına gerek yok. Fiziksel görünümle daha çekici olabilir. Bir insan duruş olarak iyi olduğunda otomatikman sempati de kazanmış olur. (Gülerek) Bir adam yakışıklı değilse yüzü güzel değilse fiziksel görünütüsü ile kurtarır.” Burak Bey’in aktardıklarından hareketle fiziksel görünümün yüz güzelliğini telafi ederek kişiyi daha karizmatik, çekici ve albenisi yüksek biri kılabilceğine dair bir algının var olabildiğini gözlemleyebiliriz. Burada beden, özellikle de yüz bölgesinde görülen bir “kusurun” ödünlenmesi amacıyla inşa edilmektedir. Bu motivasyonla inşa edilen beden, ödünleyici bir savunma mekanizması olarak benliği koruma altına almaktadır.

2.3.14. İdeal Bedenin Nesnesi Olarak ‘Mahrum Beden’in Temsili ve Takdimi

Tüketim kültüründe beden yaşam tarzımızla ilgili iletilerin aktarıldığı bir yüzey olarak görüldüğünden takıntı haline gelir. Bedeni saplantı haline getiren tüketim kültürünün ana teması da değişimdir. Değişimin gerekliliği model, manken, sporcu, sanatçı gibi medya ikonlarının bir ölçüt haline getirilmiş bedenleri üzerinden yapılır. Onların bedenleri sıradan insanların modelleri haline getirilir. Sıradan insanlar kendilerini medya eliyle idealleştirilmiş bu bedenlerle karşılaştırırlar. Onlar gibi olmak temel arzularından biri olur. Tüketim kültürü ise bu arzuların karşılanma(ma)sına imkân tanır.

Tüketim kültürü sıradan insanlara arzuladıkları görünüme sahip olabilecekleri ürünleri sunar. Onlara güzel bir görünüme bağlı olarak kendilerini iyi hissedebilecekleri bir benliği vadeder. Öyle ki gösterdikleri çabanın ve yaptıkları masrafların buna değdiği fotoğraflarla kanıtlanır. Sonraya dair görüntüler, çabanın ödülü olarak bireye gösterilir. Ama yine de yeni beden ve stilin heyecanı bir eskime mantığını izler. Beden, kullanıldıkça eskiyen bir nesneye dönüşür. Yeni bir heyecan aranır. Ve bunun sonu gelmez. Beden bir yap-boz haline gelir. Tamamlanma hissi hiçbir şekilde gerçekleşmez. Hep bir eksiklik duyulur (Featherstone, 2010: 197-208). Değişmeyen tek şey olan değişimi tahrik eden şey, eksiklik hissinin varlığıdır.

Günümüz tüketim toplumunda bireyin benlik hissinin bir parçası olan beden imajı iletişim teknolojilerinin idealize ettiği güzellik anlayışına maruz kalır. Özellikle de toplumsal kimliklerin fiziksel çekicilikle daha fazla değerlendirildiği göz önüne alındığında medyanın etki kapasitesi daha iyi anlaşılabilir. Yüksek çözünürlükle parlatılan, cilalan, renklendirilen ideal bedenlere duyulan hayranlık, model bedeni üretme çabası ile sonuçlanır (Jung-Lennon, 2003: 30-32). Mevcut modelin beden üzerinden üretilmesi ise sanıldığı gibi sorunsuz değildir. Mükemmel ve kusursuz bir beden arzulanan bir şey olsa da tüketim kültürünün doğası gereği mümkün değildir. Çünkü kozmetik sanayi bu yöndeki ölçüleri sürekli günceller. Bedense hep bir yetersizlik anaforunun içine sıkıştırılır. Ayrıca modeller her zaman gerçekliğin önünde ilerler. Sonuç olarak ideal modellerin garantisini verdikleri tek şey, kozmetik ürün ve pratiklerin satılmasıdır.

Güzellik halesi etrafında kurumsallaşan kozmetik endüstrisi en müreffeh sektörlerden biridir. Tüketiciler daha hoş ve çekici bir görünüme kavuşmak adına bütçelerinin önemli bir kısmını kozmetik ürünlere, moda giysilere, estetik ameliyatlara ayırmaktadır. Beden endüstrisinin bu kadar genişlemesi ise medyadan kaynaklanır. Çünkü medya beden memnuniyetini etkileme noktasında önemli bir rol oynar. Postmodern tüketim toplumunda medyanın bu kadar etkili olmasının sebeplerinden biri onun ürettiği ve yapılandığı verilerin daha gerçekçi olmasıdır. Hatta birçok araştırma televizyonda üretilen kurgu bedenlerin izler kitle tarafından çok gerçekçi bir şekilde algılandığı kanıtlanmaktadır. Yani gösterisi yapılan bedenler gerçeğinden daha gerçek olarak görülür. Onlar kişinin kendisini olduğundan daha farklı ve ayrıcalıklı hissetmesini sağlayıcı modeller olarak örnekletirilir. Öyle ki birçok kişinin beden algısı buna göre

belirlenmiş olur. Böylelikle birçok kadın ve erkek onlar gibi olabilmek için ne yapılması gerektiğine ilişkin tavsiyelere daha kolay kulak kabartır bir vaziyete gelir. Özellikle de kadınlar, televizyon programlarında sunulan ideal beden standartlarına uyma konusunda kendilerini daha fazla baskı altında hissederler. Örneğin Eisend ve Möller'in kadın ve erkeklerin televizyon programlarındaki ideal bedenlerden etkilenme dereceleri üzerine yaptıkları bir çalışmanın sonucuna göre, kadınların erkeklere nispetle bedenlerine karşı daha fazla bir önyargıya sahip oldukları tespit edilmektedir. Ayrıca araştırma televizyon programlarının gerçek benlik ile ideal benlik arasında yarattığı gerilimin beden memnuniyetsizliğini artırmak suretiyle tüketimi teşvik ettiğini göstermektedir (Eisend-Möller, 2007: 102-113). Genel anlamıyla moda dergilerinden televizyon reklamlarına kadar yazılı ve görsel medya kanallarındaki standart beden formlarının sebep olduğu gerilimlerin yarattığı memnuniyetsizliklerin en önemli sonuçlarından biri başta kadınlar olmak üzere birçok insanı güzellik endüstrisine bağımlı hale getirmesidir. Bağımlılık ise bireylerin gerçek benlik ile ideal benlik algıları arasındaki uçurumdan beslenir. Bu uçurum bir eksiklik ve mahrumiyet endişesiyle belirli bir derinlikte tutulur. Tüketim için gerekli olan da bunu verimli bir aralıkta tutmaktır.

Kadınlarda incelik, zayıflık, cazibe ve güzellik standartları üzerinden işletilen memnuniyetsizliklerin varlığı dünya çapında birçok insanı etkisi altına almaktadır. Özellikle de küresel enformasyon teknolojilerinin yaygın etkisinin bir sonucu olarak ortak bir form haline getirilen güzellik ölçütlerinin baskısı sadece bir yetersizliğe değil, aynı zamanda çeşitli yeme içme bozuklukları gibi fiziksel ve benlik saygısının yitirilmesi gibi psikolojik sorunlara da yol açmaktadır. Tahribatın hem fiziksel hem psikolojik düzeydeki varlığı bireyleri fitness, diyet, estetik cerrahi gibi faaliyetlere yönlendirmektedir (Kinley, 2010: 318-321). Bedenin bu faaliyetlere yönlendirilmesi üretilen yeni türde kusurlar üzerinden sağlanmaktadır. Bundan kaynaklı yeterlilik kanaati çok kısa bir zaman aralığında deneyimlenir. Yeni bir vücuda sahip olmanın cazibesi estetik ölçülerin değişken doğası ile hemencecik ortadan kaldırılır. Birey her ne yaparsa yapsın ideal beden eksikliğinden kendini muaf tutamaz.

Bedeni güzel, ince ve zarif, genç, kusursuz bir forma dönüştürme yaşam tarzını görünür kılmanın bir yoludur. İş yaşamı başta olmak üzere gündelik hayatın birçok alanında benliğin gizli dünyasını açığa çıkartmak, hakkında karşı tarafa bir mesaj iletmek görevini üstlenen bedenin çeşitli gösterge ve semboller ile sunumu yapılır. Havalı, özgür,

kendine güvenen, güçlü bir karakterin izlenimleri moda bir kıyafet, detaylı bir makyaj ve belirli bir forma göre biçimlendirilmiş beden üzerinden verilir. Yani beden böylelikle sosyal hayatla daha fazla bütünleşmiş olur. Dolayısıyla bu eğilim bireylerin kendi bedenlerini etkileyici bir tarzda sunmalarının önemini de artırır. Çünkü beden inşası bireyin çok yönlü duygusal talepleriyle ilişkilidir. Bu talepler pazarın dolayımında gerçekleştiği için de hem bitimsiz hem de masraflı bir süreç olmaktadır.

Katılımcıların “Güzel bir bedeni nasıl tarif edersiniz?”, “Güzel bir bedene sahip olmanın ekonomik olarak maliyeti nedir?”, “Gelirinizin ne kadarını kozmetik ürünlere harcıyorsunuz?” sorularına verdikleri cevapların birçoğu güzelleşme çabasının hep bir eksiklikle malul olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin Nermin Hanım’ın (29) aktardığı şu cümleler anlatılanları izah etmektedir:

“Her insanın kendine göre bir güzellik tarifi vardır. Herkesin güzellikten anladığı da farklı olabilir. Benim güzel tarifimle başkasının aynı değildir. Bu, kişiden kişiye göre değişir. Durum böyle olsa bile kadınların çoğu bütçelerinin belirli bir kısmını güzelliğine ayırır. Kuaför, giysi, makyaj ürünleri vb. bunların en başta gelenleridir. Bir de her yerde güzellik merkezleri açılıyor. Sanırsam şu an her mahallede en az bir tane güzellik merkezi bulunmaktadır. Buralarda basit düzeyde estetik operasyonlar da yapılmaktadır. Yani imkânlar arttıkça masrafınız da haliyle artıyor. Her şey gibi güzel olmanın da bir bedeli var. İşin bir tarafı böyle olsa da bunun bir sonu yok gibi görünüyor. Söz gelimi yüzünüzde bir kırıklığı düzeltmeye çalışsanız başka bir yerde farklı bir sorun gözüne çarpmaya başlıyor. Öyle görünüyor ki bu hayat boyu sürecek çabaya benziyor.”

Nermin Hanım’ın beden algısına hep bir eksiklik hissinin, bir mahrumiyet endişesinin eşlik ettiğini, bunun da beden memnuniyeti ile memnuniyetsizliği arasında sürekli bir gerilime neden olduğunu söyleyebiliriz. Doğrudan ifadelerine yansımaya da onun beden algısı ile güzellik endüstrisi arasında seçici bir yakınlığın olduğunu göstermektedir. Şöyle ki, birçok kadın dergisi ve kozmetik ürün reklamları tanıtımlarını yaptıkları ürünlerin satışını artırmak için kadınların memnuniyet eşiklerini düşürmeye dönük stratejiler geliştirmektedir. Bunlar içerisinde başı ideal güzellik standartları ölçüsünde yeni türde kusurların icat edilmesi çekmektedir. Ana temasını fiziksel cazibe oluşturan televizyon reklamlarından sağlık, moda, fitness ve güzellik dergilerine kadar birçok kitle iletişim araçlarında ideal güzelliğin tecessüm etmiş hali olarak gösterilen

manken, ikon, sporcu, sanatçı gibi ünlülerin “kusursuz”, “mükemmel” bedeni birçok kadının bedeninde sürekli bir kusur bulmasına neden olmakta ve böylece onların beden memnuniyetlerini olumsuz yönde etkilediği gözlemlenmektedir. Beden algısını manipüle eden bu taktiğin Nermin Hanım gibi birçok kadının beden algısını şekillendirdiğini ön bir kabul olarak alabiliriz.

Nermin Hanım’ın beden algısını belirleyen bu “eksiklik hissi”nin bir reklam stratejisi olarak kullanıldığına dair birçok araştırma yapılmıştır. Kadın dergileri üzerinde yapılan eleştirel söylem çalışmaları bunların başında gelir. Örneğin Elle ve Cosmopolitan dergileri üzerine yapılan bir çalışma ideal güzellikle yaratılan kusurların bir satış taktiği olarak nasıl kullanıldığını dolaylı yünden kanıtlamaktadır. Beden güzelliğinin “kozmetik reklamlarında nasıl bir söylem içinde kurulduğunu araştırmak amacıyla” Elle ve Cosmopolitan dergilerinin içerikleri üzerine yapılan bir çalışmada elde edilen bulgular “eksiklik hissi”nin bir reklam stratejisi olarak nasıl kullandığını ve bunun kadından beklenen güzellik beklentisi ile nasıl iç içe geçtiğini gözler önüne sermektedir. Her iki dergi de “kadın güzel olmalıdır” söylemine dayalı cinsiyet kabulleriyle ideal güzellik standartlarını kullanarak, kadında bir eksiklik duygusu yaratıp en kısa zamanda sonuç verecek güzellik formüllerini satmaya çalıştıkları görülmektedir. Araştırma daha çok “kadın dergilerindeki kozmetik reklamlarında kadına yönelik ataerki söylemin yeniden üretilmesi” üzerine olsa da ortaya çıkan tablo, her ne yapılsa yapılsın idealize edilen görünüme kavuşulamayacağını ve bedenin hep bir mahrumiyet endişesi ile inşa edileceğini göstermesi açısından önemlidir. Çünkü ideal güzellik tasavvurlarına dayanarak belirlenen standartların karşılanamayacağı, “eksikliğin”, “mahrumiyetin”, “kusurun” çok kısa bir zamanda giderileceğine dair verilen vaatlerin hemencecik üretilen başka bir kusurla boşa çıkması ile anlaşılmaktadır. Dört hafta gibi kısa bir zaman diliminde epidermis üzerinde etkin olan, bir saatte kırısklığı gideren, on beş dakikada genç bir cildin sözünü veren, üç haftada selüliiti yok eden, yedi günde cildi sıkılaştıran, bir saatte yüzde altmış oranında cildi pürüzsüzleştiren bir ürünün mucizevi etkisi ideal bir güzellik arzı ile çabucak ortadan kalkabilmektedir (Oğuz, 2010: 185-190).

Araştırmanın bu yöndeki bulguları ideal bir güzelliğe önemli bir oranda bütçe ayrılrsa da, daha fit, genç ve sağlıklı bir beden için yoğun bir emek verilse de, daha zayıf bir görünüm için beslenme rejimlerine riayet edilse de arzulanan hedeflere bir türlü ulaşılamayacağının bir göstergesi niteliğindedir. Nermin Hanım’ın “*Yüzünüzde bir*

kırıksıklığı düzeltmeye çalışsanız başka bir yerde farklı bir sorun gözüne çarpmaya başlıyor. Öyle görünüyor ki bu hayat boyu sürececek çabaya benziyor.” şeklindeki ifadesi anlatılan durumun özeti mahiyetindedir. Nermin Hanım’ın bu ifadesi kitle iletişim vasıtalarının beden memnuniyetsizliğini nasıl belirleyebileceğinin zımni bir kabulüdür. Yani Nermin Hanım’ın beden algısı üzerinde kendisi dile getirmese de çeşitli reklamların etkisi olabileceğini düşünmekteyiz. Söz konusu etkinin onun nezdinde birçok tüketiciyi de etkilediğini varsayabiliriz. Daha doğrusu kişisel bakım, moda, yaşam, sağlık, beslenme, güzellik, cinsellik üzerine yayımlanan birçok dergi ile televizyon reklamlarının ideal güzelliğin standartları ölçüsünde izler kitlenin beden algısını tahrip ederek, çözüm olarak yine kendisini göstererek onların duygularını manipüle etmektedir diyebiliriz.

Beren Hanım’a (25) “Kozmetik ürün reklamlarındaki ya da televizyon programlarındaki modellerin beden ölçülerinin kadınlar üzerinde bir etkisi var mı?, “Güzelleşmek maliyetli bir şey midir? şeklinde yönelttiğimiz sorulara verdiği cevap, popüler kültürün beden ve güzellik algısını belirlediği ve bunun da kozmetik ürün ve pratiklerin satışını doğrudan etkilediği üzeredir.

“Böyle her kadın için ortak bir güzellik tarifinde bulunmamız zor olsa da bazı ortak ölçütlerden söz edebiliriz. Örneğin selülsiz bir vücut, pürüzsüz bir cilt, bel inceliği ya da uzun bir boya sahip olmak gibi... Her kadın böyle bir görünüme sahip olmak ister. Birçoğu egzersizleri bunun için yapıyor. Doğrusu o kadarını bilmiyorum ama yine de özenen oluyor. Biri onlar gibi olmak istiyorsa bunun için de epey masraf da yapması gerekiyor.”

Beren Hanım’a popüler kültürdeki beden temsillerinin etkisi üzerine sorduğumuz sorulara kendi adına bir cevap vermemiş olsa da ifade ettikleri ideal bir bedene ulaşmanın çok da mümkün olmadığını göstermektedir. *“Ben çok etkisinde kalmasam da birçok kadın onlar gibi olmak istiyor. Bu ne kadar mümkündür onu çok bilmiyorum.”* Beren Hanım, model bedenleri taklit etmeye hep bir eksikliğin eşlik ettiğini *“Ne kadar mümkündür onu çok bilmiyorum.”* ifadesiyle dile getirmektedir. Aslında bu durum, kitle iletişim dolayımında beden memnuniyetsizliğinin her geçen daha bir katlanarak arttığını göstermektedir. Bu ise beslenme rejimlerine harfiyen uyma, egzersizleri aksatmadan yerine getirme, sağlık kontrollerinden düzenli olarak geçme, bütçenin önemli bir kısmını kozmetik ürünlere ayırma gibi bir dizi pratiği de aynı yönde tetiklemektedir. Bu çabaların

doğrudan bir karşılığı olan ve gündelik hayatımızın bir parçası haline gelen “formda kalma” olgusu söz konusu sürecin temel belirleyicilerindendir. Çünkü formda kalma çabası bitimsiz bir uğraştır.

Kadını güzellik mitine endeksleyen toplumsal ve kültürel atmosferi psikanalitik açıdan inceleme konusu yapan çalışmalar, Lacancı perspektiften hareketle ‘bütüncül zevkten’ kaynaklı eksiklikle bu bağımlılığı açıklarlar. Onlara göre kadın bu eksikliğin güzellikle tamamlanması gereken parçasıdır. Anneden kopmanın vermiş olduğu eksikliği tamamlama arzusu bedeni işlem nesnesi kılar. Tamamlama ihtiyacı güzele dair ölçülerin ihmal edilmesiyle akamete uğradığı için her türlü norm dışı hareket bir huzursuzluk nedenidir. Eksiklik ithamı ve baskısı kadında psikolojik olarak özgüven problemlerine neden olur. Psikiyatrinin bu yaklaşımını yedeğine alan popüler kültür kadını önbelirlenmiş güzellik ölçülerine hapseder. Bunun dönütleri yapılan araştırmalarda ortaya çıkar. Konuya ilişkin yapılan araştırmalarda kadınların erkeklere oranla bedenlerinden daha az memnun olduğu görülür. Başka bir araştırmada da yeme bozukluğuna en çok kadınlarda rastlanır. İzmir ve çevresinde 736 kişi ile yapılan görüşmenin sonucuna göre bedenlerini tıbbi, şişman, yuvarlak gibi olumsuz sıfatlarla değerlendirilenlerinin çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. Bu ifade edilenler erkek bedeni içinde geçerlidir (İnceoğlu-Kar, 2010: 67-83; Oğuz, 2005: 33). 1970’li yıllarda kadını cinsel bir obje haline getiren söylemler ve pratikler eleştiri konusu edilse de kadın küreselleşen güzellik söylemine maruz bırakılır (Pacteau, 2005: 16-17). Bu sadece Batı ve Anglo-Amerika’da olan biten bir şey değildir. Buralarda üretilen güzellik ikonları Batı dışı toplumlara dayatılır (Soyşekerci, 2011: 334). Bugün yapılan estetik ameliyatlarda tercih edilen yüz modellerinin, ölçü olarak örnek alınan beden formlarının çoğunun Batı merkezli olması bir tesadüf değildir.

Nermin Hanım’a (29) yönelttiğimiz “egzersizler dışında formda kalmak için başka neler yaparsınız?”, “Örneğin diyet yapar mısınız ya da uyku düzeninize dikkat eder misiniz?” sorularına verdiği yanıt, beden formunu korumanın çok titiz bir çaba gerektiği üzeredir. *“Formda kalmak için egzersizlerimi düzenli yapmaya çalışıyorum. Eğer düzenli spor yapıyorsanız beslenme rejiminize de dikkat etmeniz gerekiyor. Örneğin yatıya yakın bir şey yememeniz ayrıca çok yağlı yiyeceklerden uzak durmanız gerekiyor. Aşırıya kaçmadan herşeyi tadında tüketmeli. Uyku düzenime ev işleri ya da çalışma koşullarım izin verdiği ölçüde dikkat ediyorum.”* Nermin Hanım’ın beyanına istinaden “Formda

kalmak dikkat ve çaba gerektiren bir şeydir diyebilir miyiz? sorusuna “Öyle boş bırakmaya gelmez. Kendimde bunu çok hissediyorum. Ne zaman biraz kendimi bıraksam hemen kilo almaya başlıyorum” şeklindeki yanıtı “formda kalma” çabasına hep bir kaygının eşlik ettiğini göstermesi açısından önemlidir. Daha doğrusu “ideal form” mevcut bedeninin hep bir adım önünde ilerleyerek mahrumiyet duygusunu pekiştirir. Nermin Hanım, arzu ettiği beden formuna kavuştuğunu düşündükçe eski haline dönme korkusu da bir o kadar artarak bedeni takıntılı bir nesne haline getirir. Burada mahrum kalma endişesi bedensel denetimin en önemli tetikleyicisi olur.

Benzer soruları yönelttiğimiz Gülten Hanım’ın (29) da formda kalma çabasına hep bir kaygı ve korkunun eşlik ettiği şöyle beyan edilmektedir: “Uyku düzenime, yediğime içtiğime, fiziksel aktivitelerime dikkat etmeye çalışsam da ufak bir aksamada bütün emeğimin boşa çıktığını hissediyorum. Özellikle de yaz tatillerinde çok başıma geliyor. Örneğin eş dost sağolsun yemeğe çağırıyor, ikramda bulunuyor. Geri de çeviremiyorsun, ayıp oluyor. Mecburen yemek zorunda kalıyorsun. Birde buna egzersizleri aksatmak zorunda kalmam eklenince kilo almaya başlıyorum.” akabinde “İhmal etmeye başladığınızda kendinizi nasıl hissedersiniz? sorusuna ise verdiği şu karşılık ise formda kalmanın endişeli bir süreç olduğunu ve bedeni hep bir mahrum kalma korkusuyla baş başa bıraktığını göstermektedir: “Doğrusu verdiğiniz o kadar emeğin boşa gitmesi üzücü. Bir daha sil baştan program yapmanız gerekiyor.”

“Diyet yapıyor musunuz?”, “Yaptığınız egzersizlerin yaşlanma korkunuzla bir alakası var mı?” sorusunu yönelttiğimiz Ayça Hanım’ın (25), hafif bir tebessüm, küçük bir kahkaha ile verdiği karşılık, formda kalma çabasına hep bir mahrumiyet duygusunun eşlik ettiğini göstermektedir: “Bunu düşünmem için daha çok genç olduğunu düşünüyorum. Yaşlanma korkusu yok ama fiziksel görüntünün bozulması korkusu var.” Teyit etme amacıyla “Sporu bırakırsam eski halime dönerim endişesi yaşıyorsunuz diyebilir miyiz?” şeklindeki soruya biraz kararsız kalmakla birlikte verdiği cevap, bedensel egzersizlerle elde ettiği fiziksel görüntüyü kaybetme endişesi yaşadığını ve onun mümkün mertebe korumak istediğini içermektedir. “Çok korku değil. Çünkü eski halim de öyle çok absürt değildi ama. Böyle iyiyim ama biz biraz var diyelim ona. Aslında tam anlamıyla aynı şeye denk geliyor evet.”

İdeal vücut ölçülerine kavuşmak için fitness yapan katılımcılarımızın bazıları da her ne kadar çaba gösterebilirler arzu ettikleri forma kavuşamadıklarını belirtmektedirler. Aynı zamanda bir fitness antrenörü olan Özcan Bey (27) ile yaptığımız görüşmede “Fitness yaparken vücudunuzun en çok neresine odaklanıyorsunuz?”, “Vücudunuzun her bir bölgesini biçimlendirmek için nasıl bir program izliyorsunuz?”, “Tam olarak istediğiniz bir görünüme kavuştuğunuzu söyleyebilir misiniz?” sorularına verdiği cevaplardan hareketle vücut geliştirmeye mutlak suretle bir yetersizlik duygusunun eşlik ettiği düşüncesine varabiliriz. Yani beden arzu edilen görünüme kavuşturulmamakta, bu ise onu mahrum bırakmaktadır.

“Vücut geliştirme için çok dikkatli bir planlama yapmak zorundasınız. Çünkü vücut geliştirme uyumlu ve dengeli bir şekilde yapılmalıdır. Örneğin gövde kendi içinde omuz, göğüs, pazu, ön kol, arka kol ve sırt gibi birçok kısma ayrılır. Bunların gelişimleri birbirine orantılı bir şekilde yapılmazsa biçimsiz bir görüntü ortaya çıkabilir. Örneğin omuzları geniş birinin bacaklarının ince olması gibi... Dolayısıyla her bir kısmı geliştirmek için farklı bir program uygulamanız gereklidir. Bir de makinelerin işlevlerini bilmeniz önemlidir. Yani her makine belirli bölgeleri güçlendirmek için tasarlanmıştır. Bir pres ile squat makinesinin geliştirdiği bölge aynı değildir. Bunları bildiğinizde daha düzenli bir spor yapmış olursunuz. Ben de bunlara dikkat ederek çalışmalarımı yapıyorum. Doğrusunu söylemek gerekirse ne kadar düzenli çalışsanız da hiçbir şey istediğiniz gibi olmuyor.”

Özcan Bey için kendi içinde kol, bacak, baldır, sırt, omuz, gövde şeklinde ayrılan kas gruplarının düzenli bir program eşliğinde çalıştırılması fitnessın olmazsa olmazıdır. Ona göre insan vücudundaki her bir kas grubunu diğeriyle uyumlu ve orantılı bir şekilde geliştirmek için fitness aletlerin işlevlerini bilmek verimli bir çalışmanın en önemli parçasını oluşturur. Çalışma programlarının bu esas üzerine organize edilmesi halinde bile insanın arzu ettiği kusursuz görünüme hiçbir zaman kavuşamayacağını düşünmektedir. Daha doğrusu o, matematiksel bir orana göre vücudun biçimlendirilemeyeceğini, her ne yapılsa yapılsın mutlaka bir ölçüm hatası yapılacağını belirtmektedir. Burada beden bir marangozun yatar daire makinesine yatırılmış bir ağaç parçasını andırıyor olsa da kas gruplarının daha kompleks yapısı kusursuz bir görünümü mümkün kılamayacak bir yapıdadır. Özcan Bey’in beden tasavvurunu oluşturan bu gerçek, ideal bir beden tasarımına mutlaka bir eksikliğin eşlik edeceğini göstermektedir.

O, insan vücudunun şekli ve yapısı hakkındaki anatomi bilgisine, kas gruplarının hangi atletletlerle ne kadar sürede çalıştırılması gerektiğine dair antreman bilgisine ve ayrıca doğru beslenme programlarına dair diyetetik bilgisine rağmen “İşte budur” diyebileceği bir görünüme kavuşmayacağını altını çizerek vurgulamaktadır.

Benzer soruları yönelttiğimiz Serhan Bey (28) de vücudunu geliştirirken elde etmek istediği görünüme bir türlü kavuşamasa da çalışmalarını belirli bir program çerçevesinde devam ettirdiğini belirtmektedir:

“Yaz mevsimi hariç yılın her ayında fitness yapıyorum. Bir çalışma programı hazırladım. Ona uyarak çalışmalarımı devam ettiriyorum. Örneğin haftanın üç ya da dört günü geliyorsa her gün ayrı bir kas grubu üzerine çalışıyorum. Genel anlamda çalışmalarımı bu şekilde yaptığımı söyleyebilirim. Aslında çok dikkatli ve özverili çalışıyor olsam da her aynaya baktığımda bir şeyleri eksik yapmışım ya da tam yapmamışım gibi geliyor. Bu da çok normal bir şey gibi... Bence bunu çok takmamak gerekiyor.”

Serhan Bey, fitness salonun eski müdavimlerin biri. İlk başladığında belirli bir programa uymaksızın çalışıyormuş. Daha sonra danıştığı kişilerden aldığı önerilerle kendisine bir program hazırlamış ve bu program doğrultusunda da her bir kas grubu için farklı günler belirlemiştir. Şu an içinse bir öğrencinin ders programını andıran bir tablo eşliğinde çalışmalarını sürdürmektedir. Serhan Bey, diğer birçok katılımcımızın yaptığı gibi bol bol protein içeriği yüksek ürünlerle bir kilo fazlası oluşturmakta, ardında elde ettiği bu fazlayı kasa çevirmek suretiyle ideal bedene kavuşmayı tasarlamaktadır. Oysa onun önünde engel oluşturan bir beden algısı bulunmaktadır. Çünkü o, her ne kadar hazırladığı beslenme ve fitness çalışma programına uysa da arzu ettiği bedene kavuşamayacağını farkındadır. Serhan Bey bunun farkında olsa bile çalışmalarını sürdürmeye engel olmadığını, hatta bu durumun kendisini daha bir motive ettiğini belirtmektedir. Onun beden algısına hep bir eksiklik ve mahrumiyet endişesi eşlik ediyor olsa da o da diğer katılımcılar gibi faaliyetlerini devam edebilmektedir.

Katılımcılarımızdan Nazım Bey’e (32) yönelttiğimiz “Vücut geliştirmeyi hiç bırakmayı düşündünüz mü? sorusuna verdiği şu cevaba: *“Sporu bırakmayı hiç düşünmedim. Spora başlayıp bıraksanız vücudunuz daha kötü oluyor.”* istinaden “Vücudunuz daha kötü oluyor derken tam olarak neyi kastediyorsunuz?” diye

sorulduğunda verdiği şu yanıt bedeninin titizlikle incelenmesi, takip edilmesi ve gözetlenmesi gerektiğini ifade etmektedir: *“Şunu demek istiyorum: Spora başlayıp bıraktığınızda vücudunuz hemen sarkmaya başlıyor. Öyle bir şey ki antrenmanları sürdürmek zorundasınız. Yoksa alıştığınız eski görüntünüz moralinizi bozar. Yani bir başlamışsanız devam etmek zorundasınız.”*

Yüksek protein içeriği taşıyan gıda ürünlerini tüketerek, kimi zaman da protein ihtiyacını protein tozları ile karşılayarak elde ettiği yağları doğru ve düzenli programlar eşliğinde kas kütlesine çeviren Nazım Bey’in en büyük korkusu büyük bir gayret ve titizlikle inşa ettiği bedeninin gözlerinin önünde küçülerek formdan düşmesidir. Nazım Bey’in her geçen gün arzu ettiği forma daha bir yaklaştırdığı bedeninin beslenme rejimini aksatması, fitness aktivitelerini ihmal etmesi, protein içeriği yüksek tozları tüketmemesi halinde çabucak formdan düşebileceği endişesini taşıyor olması dikkatimizi çeken hususların başında gelmektedir. Kazanılan kas kütlesinin çabucak kaybedilemeyeceğini bilmesine rağmen küçük bir ihmalkârlığın daha büyük bir ihmarkarlığa dönüşerek form düşüklüğüne sebep olur düşüncesi onu daha bir motive etmektedir. Böyle bir psikoloji içerisinde çalışmalarını sürdüren Nazım Bey’in form korkusu onu bedeni ile takıntılı bir ilişki içine soktuğu gözlerden kaçmamaktadır. Öyle ki, salona kayıt olduğundan beri yüksek içerikli protein içeren ürünleri tüketmeyi ihmal etmeden çalışmalarını düzenli bir şekilde yapmaya kararlı olduğunu defaatle dile getirmektedir. Aksi durum, kendisine özgüven kazandıran, daha iyi görünmesini ve hissetmesini sağlayan mevcut halini kaybetmesinin sebebi olacaktır.

“Kas yoğunluğunuzu kaybetme endişesi yaşıyor musunuz” sorusunu Mustafa Bey (21), çok net bir kararlılıkla şöyle cevaplayarak ifadelerine açıklık getirmektedir: *“Evet, çok net olarak şunu söyleyebilirim: Öyle bir endişem var. Sebebi de şu: Ya fitnessa başlamayacaksınız, başlayacaksanız da üzerinde durmanız gerekiyor. Başlayıp bırakmak en kötüsüdür. Çünkü vücudunuzun eriyor gibi hissediyorsunuz. Dediğim gibi üstünde durmanız lazım. Antremanlara çok ara vermemek lazım.”* Mustafa Bey’in ifadeleri belirli bir forma kavuşturulmuş bedenini kişiyi -elde ettiklerini koruma konusunda- nasıl bir kaygı eşliğinde tuttuğu üzeredir. Ona göre fitness, vücuda ödenmesi gereken bir diyet niteliğindedir. Beden nihayetinde ödenmeyen diyetin cezasını bizzat kendisi verecek bir potansiyeldedir. Çünkü ödenmeyen diyet bakımsızlığın bedelini sarkık bir vücut ve kötü

bir görünümle ödetilebilir. Bu ise, beden algısına ve inşasına bir mahrumiyet korkusunun nasıl eşlik ettiğini gösterir mahiyettedir.

Meltem Hanım (23) ve Tülay Hanım’a (23) yönelttiğimiz “İnceltiğiniz veya sıkılaştırdığınız bölgelerin bir gün eski haline dönmesinden endişe duyuyor musunuz?” sorularına sırasıyla verdikleri cevaplar beden onları gizli bir şekilde tehdit ettiği üzeredir. Öyle ki, beden onlar için Bauman’ın da ifade ettiği gibi bir düşman gibi görülmektedir. Meltem Hanım (23), *“duymamaz olur muyum? Aksatmaya gelmez. Bir müddet ara verince eski haline dönmesi işten bile değil.”* Cevabına binaen “Bu siz de nasıl bir korkuya neden oluyor?” şeklinde yönelttiğimiz soruya verdiği cevap, beden inşasına formunu kaybetme endişesinin nasıl eşlik ettiğini gösterir cinstendir. *“Derler ya bir şey yapmak zordur ama yıkmak kolaydır. Aynen bu da böyledir. Çalışyorsun, ediyorsun. Bir ara veriyorsun pat hemen geriye sarıyor herşey.”* Meltem Hanım, belirli bir forma kavuşturulmuş beden kendi haline bırakılmayacak şekilde kontrol altında tutulması ve üzerinde titizlikle durulması gereken bir şey olduğunu vurgulamaktadır. Burada dikkatimizi çeken husus, forma sokulmuş beden mahrumiyet tehdidini süreklileştirerek kişiyi belli bir gayret düzeyinde diri ve uyanık tuttuğudur.

Tülay Hanım (23), *“Düzenli bir şekilde spor yapmazsanız döner, dönmez olur mu?”* şeklinde başladığı konuşmasını “Kas yoğunluğunuzu kaybetme endişesi yaşıyor musunuz?” sorusuna cevap vererek devam etme ricamıza şöyle karşılık vermektedir: *“İnsan emek vererek elde ettiği hiçbir şeyi kaybetmek istemez. Her şey de olduğu gibi. Mesela erittiğiniz yağı, sıkılaştırdığınız karın bölgenizin eski gibi yağlanıp gevşemesini istemezsiniz.”* Tülay Hanım da büyük bir emek vererek güzel bir forma soktuğu bedeninin eski haline dönmemesi için disiplinli bir şekilde çalıştığını vurgulamaktadır. Onun açısından da beden belirli aralıklarla ölçülmesi, şeklinin sürekli gözetilmesi ve kontrol edilmesi gerekmektedir. Çünkü beden onun için demoklesin kılıcı gibidir. Bakımındaki aksaklıklar, kötü bir görünüm olarak karşına çıkma tehlikesi içerir.

Özellikle kadın katılımcıların görünümlerine dikkat etmeleri, kilolarındaki değişimleri çabucak fark etmeleri ve bu hassasiyet üzerine diyet, beslenme rejimleri ve fiziksel aktivitelerini aksatmadan devam ettirmeleri bir tür çileciliği andırmaktadır. Cinselliğin, oburluğun kaynağı olan bedene düşman bir dizi münzevi pratikleri içeren Hristiyan çileciliğinin, beden bu kadar önemsendiği bir zamanda başka gerekçelerle

yüksek modern toplumunu ziyaret etmesi ilgi çekici bir durum olarak görülmektedir. Beslenme rejimlerini, kalori hesaplarına dayalı diyetleri, vücudun ürettiği yağ oranının izlenmesini, bedenin işkence aletlerine benzer araçlarla gerdirilmesini içeren adına “modern çilecilik” denilen yeni türde bir disiplin mantığı ile her geçen gün daha fazla karşı karşıya gelmekteyiz. Görünür olmayı, dikkat çekmeyi, ilgi görmeyi varoluşun asli şartı olarak gören günümüz toplumu için “modern çilecilik” çelişki olarak görülmemelidir. Çünkü yirminci yüzyılın başlarından itibaren kadınların temel iş alanlarına daha fazla dâhil olması, anneliğin bir değer olarak gözden düşürülmesi, güzelliğe ve sağlığa dayalı bir beden endüstrisinin genişlemesi, tüketimin özgürlük olarak sunulması; ince, sportif, fit bir bedene gösterilen ihtimamın artması yeni türde bir çileciği koştulamaktadır. Baudrillard’ın “Beden sattırır. Güzellik sattırır. Erotizm sattırır.” tespitini somutlaştıran beden endüstrisi, bedenin -anoreksiya nervoza ve bulimia hastalıklarında olduğu gibi- bir deri bir kemik kalana kadar ortadan kaldırılmasına neden olan zayıflatıcı gıda ve ilaçları çileci pratikler eşliğinde tavsiye etmektedir. Satışların artırılması, diyetlerin doğru bir şekilde yapılıp yapılmadığının kontrol edilmesi ise ünlü kadınların veya toplumun gözünde ince bedenlere sahip olduğu düşünülen kadınların “örnek bedenleri” ile yapılmaktadır. Onların gözleri veya bedenleri obezitenin hız kazandığı günümüzde bir nevi şişmanlık devriyesine çıkmaktadır (Twigg, 2011: 229-234). Kendi görünümelerini bir normatif değer olarak sunan bu kişiler, kadınlarda bir eksiklik endişesi yaratarak beden memnuniyetsizliklerinin nedeni olmaktadır. Baskının şiddeti, tıpkı bir müminin bedenini ruhun hapisanesi olarak gördüğü için onu ıslah ve terbiye etmesinde olduğu gibi ama uhrevi bir gaye uğruna değil de sırf güzelliği, sağlığı, zindeliği, uzun yaşamı çağrıştıran bir inceliğe sahip olmak için kendisinin gardiyanına dönüşmesini gerektirdiği gibidir. Kadın katılımcıların birçoğu, bedenlerini diyet, düzenli sağlık kontrolleri ve sportif aktivitelerle denetlemelerine rağmen hep bir şeylerin eksik kaldığı endişesi ile bedenleriyle bir ilişki kurmaktadır. Bu durum, nihayetinde beden üzerinden bir korku kültürü³³ yaratmaktadır.

³³ “Risk Toplumu ve Korku Kültürü” etrafında artan çalışmaların önemli bir kısmı nükleer, çevresel, sosyo-ekonomik krizlerin muhtemel sonuçlarının yarattığı toplumsal kırılmaları kapsıyor olsa bile yaşamın tıbbileştirilmesiyle birlikte sağlığın kişiselleştirilmesi alınan besinlerin içeriklerine dönük edinilen bilgilerin -eksikliğinden ziyade fazlalığından dolayı- beslenme alışkanlıklarında çeşitli türde kaygıları tetiklediği gözlenmektedir. Örneğin İngiltere’de insanların yeme davranışları üzerine yapılan bir

Tüketim kültürünün idealize ettiği bedeni var etme çabası kişinin aynaya her baktığında kendisinde farklı bir kusur bulmasına neden olmaktadır. Özellikle dijital teknolojilerin vücut hatlarını en ince ayrıntısına kadar göstermeye imkan tanınması insanları “kusurları”, “eksiklikleri” konusunda daha duyarlı kılmaktadır. Örneğin İngilizce’de selfie olarak tabir edilen kamerayı yüzüne çevirmek suretiyle yapılan özçekimlerin artışı ile estetik ameliyatlara arasında doğru bir orantının olduğu kanıtlanmaktadır. Bunun izdüşümü olan ayna bu anlamda en eski bireysel denetim araçlarından biridir. Orta Çağ’da semavi yüceliğin bir yansıması olarak vücudun üst kısımlarına odaklanan güzellik anlayışında yüz ve onu görünür kılan masa aynalarından sonra öne çıkan endam ve boy aynası beden bir bütün olarak denetime tabi tutulmaya başlanmasına neden oldu (Vigarello, 2016: 191-193). Denetim, kontrol artıkça bedendeki “kusurlara” olan duyarlılık da artmış olur. Bu ise, kişinin bedeni ile kurduğu ilişkinin tamamen erdirilmesi imkânsız bir başarı ölçüsüne tabi tutması ile sonuçlanır.

Altı yıldır düzenli bir programla spor yapan ve vücudunu ortalama olarak belirli bir kıvama getirdiğini düşünen Burak Bey’e “Vücudunuzu arzu ettiğiniz tarzda forma soktuğunuzu düşünüyor musunuz? Yoksa daha fazla çalışmam gerektiğini mi düşünüyorsunuz? sorularına verdiği cevap, insanın kolay kolay tatmin olmadığını, herşeyin daha iyisini isteyeceği ve bunun da hiçbir zaman gerçekleşmeyeceği üzeredir.

“İnsanoğlunun düşüncelerinde hiçbir zaman tam anlamıyla tatmin olma denilen bir şey yoktur. Ben spor yapanlarda gözlemlediğim bir şey var. Mesela spora yeni başlayanlar antrönörlere bakıp tam olarak böyle istemiyorum. Biraz göğüs, biraz kol kasım gelişsin, göbek biraz düzleşsin yeterdir diyorlar. Belirli bir mesafe kaydedildikten sonra hep bir tık üstünü istiyorlar. Onu gerçekleşince bir tık daha. Elli kilodan yetmişse

araştırmanın sonuçlarına göre “Nisan 1947’de %80 oranında ‘İstediyimi rahatlıkla yiyebilirim.’, %20 oranında ise ‘Dikkat ederim.’ şeklinde görüş bildirilmiştir. Aynı soru bu kez Nisan 1996’da yöneltildiğinde, %58 oranında ‘İstediyimi rahatlıkla yiyebilirim.’, %42 oranında ‘Dikkat ederim.’ sonucu çıkmıştır (Furedi’den akt. Delibaş, 2017: 57). Söz konusu çalışma insanların yediklerine ve içtiklerine daha temkinli yaklaşmaya başlaması yeme davranışlarına bir risk algısının eşlik ettiğini göstermektedir. Bu durumdan kaynaklı olarak toplumsal etkileşimlerin sıcak ve samimi bir şekilde arttığı, lezzetli ve tatlılardan içten sohbetlerin eşlik ettiğini sofralar yerini “yağ ve kalori miktarlarına dikkat çekilen, bir nevi ilaca indirgenen besinlerin özenle tüketildiği bir eczane tezgâhına” bırakmış olmaktadır (Cederström ve Spicer’den akt. Can, 2019: 194).

çıkırsa sırada seksen kiloya çıkma hevesi doğuyor. Seksen kilodan sonra hacim artırmak istiyor. Yani aynaya her baktığında dört dörtlük olduğunu hissetsen de mutlaka bir eksiklik hissedersin.”

Söylediklerine atfen “Kendiniz için de aynı şeyleri düşünüyor musun? sorusuna verdiği şu cevap, beden algısına hep bir mahrumiyet duygusunun eşlik ettiğini göstermektedir: *“Kendim içinde spora gelen diğer arkadaşlarım için de aynı şeyi düşünüyorum.”* Burak Bey, “dört dörtlük” bir görünümün hiçbir zaman mümkün olamayacağını, insanın memnun edilmesi zor doğasından kaynakladığını düşünerek fikirlerini beyan etmektedir. Onun değerlendirmelerinden hareketle ideal bir beden tasarısının beden algısını belirleyen en önemli faktörlerden biri olduğunu ifade edebiliriz. Bu, arzuyu bir eksiklik olarak kaydeden düşünürleri haklı çıkarırcasına mevcut beden algısının her daim arzu edilen fiziksel görünümün gerisinde kalacağını düşündürmektedir. Dolayısıyla arzu edilen her bir hedefin başka bir hedefi tetikleyerek sonu gelmez bir çabayı zorunlu kıldığını söyleyebiliriz.

Görüşmenin devamında Burak Bey’e “Bir gün kas yoğunluğunuzu kaybedeceğinizi düşünüyor musunuz? sorusuna daha teknik bir açıklama ile verdiği şu cevap, beden bizzat kendisinin fiziksel görünümü üzerinde bir korku ve kaygı nedeni olduğunu göstermektedir:

“Bazen sakatlıklardan dolayı spora ara vermek durumunda kalıyoruz. İster istemez vücuttaki kaslar su kaybına uğruyor. Su kaybeden kaslarda küçülmeye gidiyor. Bu süreçte aynaya baktığımda fiziksel görünümünden dolayı psikolojik olarak yıprandığımı düşünüyorum. Ara vermeyi bırakın, bir hafta bile spor yapmazsam sinirlenir, agresifleşirim. Daha kötüye gittiğini düşündüğümünden kaynaklanıyor. Beni psikolojik olarak baya bir etkiliyor. Bir yere getirdiğim görünütüyü kaybetmek korkutuyor beni.”

Beden zorlayıcı bir güç olarak kendisini hatırlatmak suretiyle bir dikkat ve özen talep etmektedir. Bu talep gerçekleşmediğinde varlığını bir korku ve rahatsızlık olarak göstermektedir. Öyle görünüyor ki, tehdidin şiddeti ve boyutu beden üzerinde çalışmayı daha fazla tetikleyerek artırmaktadır. Bu ise, görünür olmanın yüceltildiği bir kültürel atmosferle doğru orantılı bir kaygı nedenidir.

Beden arzusunun ellerinde tamamlanamaz bir nesne olmaktadır. Bedenin kendisine uygun, “İşte budur! Başardım!” diyebileceği bir form veya hedef yok gibidir. Hedefin sürekli saptırılmasına dayalı tereddüt hayal kırıklıklarına her gün yeni bir imaj eklemektedir. Duyumu önceleyen böyle bir kültürde bakışlara uygun görünme çabası bedeni hep yarım ve atıl bırakır (Bauman, 2014b: 165). Bireyin özel mülkü olarak görülen beden, aslında kendisinden başka her şeyin mülkü konumuna gelir. Her geçen gün artan değişim ve dönüşüm hızı ile çoğalan imaj görüntüleri bedeni paçavra haline getirir.

Benzer soruyu yönelttiğimiz Ali Bey’in (23) antreman programlarına da kas yoğunluğunu kaybetme korkusunun eşlik ettiği görülmektedir. Onun beden memnuniyetinde önemli bir yer teşkil eden kas yoğunluğunu muhafaza etmek istemesi birçok katılımcı da olduğu gibi bir endişe ile malûldür. Ali Bey fitnessa başladıktan sonra bedenini hem kendisinin hem de başkalarının beğenmesini emeğinin bir karşılığı olarak gördüğünü ve bunu kaybetmek istemediğini şu ifadelerle dile getirmektedir: *“Bu fitnessa başlayan herkesin ortak korkusudur. Düşünün o kadar emek harcayarak vücudunuzu istediğiniz bir hale getirdikten sonra bu halinizi hem kendinizin hem başkalarının beğenmesi insanı mutlu ediyor. Bıraktığınız da ise bunların hepsini kaybediyorsunuz.”* Kas yoğunluğuyla birlikte albenisini de kaybetmekten korkan Ali Bey’e antremanlarına harfiyen riayet etmesi ile korkusu arasındaki ilişki üzerine sorduğumuz bir dizi soruya verdiği cevaplar, mahrumiyet endişesinin çalışmalarını ne yönde motive ettiğini kanıtlamaktadır. *“Birkaç haftada bir şey olmayabilir ama ara vermek sporu tamamıyla bırakmanıza neden olabilir. Bunu bildiğim için antreman saatlerime azami dikkat gösteririm. Antremanları bırakmak zamanla kollarınızın küçülmesine, göbeğinizin çıkmasına, omuzlarınızın düşmesine neden olur.”*

Bazı zamanlar ara vermekle birlikte on yıl boyunca fitness salonlarına giden Metin Bey’e (44) yönelttiğimiz “Aynaya baktığınızda ‘Tamam. Budur mu?’ diyorsunuz. Yoksa daha fazla çalışmam gerekir mi diyorsunuz?” şeklinde yönelttiğimiz soruya net bir cevap vererek, söylediklerine şöyle bir açıklık kazandırmaktadır:

“Her zaman eksiktir. Hiçbir zaman ‘Tam budur!’ diyemiyorsunuz. Sürekli o afişlerdeki görüntülerle kendinizi karşılaştırmak durumunda kalıyorsunuz. Salonlara asılan afişlere baktığınızda onlar gibi olma arzusu doğmaya başlıyor. Onlara baktıkça vücudun sana hep yetersiz geliyor. Ne kadar çalışırsan çalış, ne kadar gayret sarfedersen

et o afişlere baktıkça bir eksiklik hissi doğmuyor değil. Ne kadar vücudu iyi bir hale getiririrsen getir onun bir sonu olmuyor. Yani hep bir arayış içerisinde oluyorsun. Aslında bu bir yerde insanı sürekli motive ediyor. Yani sizin çalışma azminizi teşvik ediyor.”

Metin Bey’in aktardıkları beden inşasına her ne kadar dikkat ediliyor olsa da arzulanan bir görünüme kavuşmanın mümkün olamayacağı üzeredir. Örnekte de olduğu gibi ideal bir tasarı haline getirilmiş sporcuların bedenleri onu, hep bir eksiklik duygusuyla başbaşa bırakmaktadır. Öyle ki, koşu bantlarının karşısına yerleştirilen ideal modellere kavuşma istemi hep yerinde saymayla neticeleniyor. Gayret, azim ve kararlılıkla çalışmalar devam ettirilse de elde kalan yoğun bir çabanın yorgunluğudur. Tıpkı koşu bantlarındaki egzersizler gibi... Nefes nefese kalınsa bile tasarlanan hedef bir türlü gerçekleşme bilmeyecektir. Her ne kadar arzu edilen hedef gerçekleşmiyor olsa da gösterilen çaba beden inşasını süreklileştirmekte, daha doğrusu gayreti ilanihaye kılmaktadır.

Öyle görünüyor ki, eksiklik hissi “hep orada” yani bedende tecessüm edecek. Eksiklik tamam olduğu düşünülen bir modelin örneğinde açığa çıkan “fazla” ile tamamlanmaya çalışılacak. Daha doğrusu eksiklik olarak beliren “gediği bir başkasındaki bir fazlayla kapatmaya çalışarak” giderilecek. Oysa bu, başarılabilecek bir şey değildir. Çünkü “eksik hep orada”, “doldurulamaz kapatılamaz, kamufle edilemez” halde olacaktır (Somay, 2018: 34). Aksi düşünülse bile verdiği tatminin süresi oldukça kısadır. Bu, yeryüzüne düşen çığ tanelerinin ilk güneş ışığıyla erimesi gibidir. Sonrası yine arayıştır. Velhasılı parça hissinden kopup tümlüğe varma çabası bir türlü yakayı bırakmayacaktır.

Bu arayış ve tamamlanma ihtiyacını karşılaması düşünülen imgesel nesneyi Lacan “objet petit a” olarak tanımlar. Bu imgesel nesne “ne nesnenin arzusu ne de arzunun yöneldiği nesnedir; ancak arzunun sebebidir.” O, “ötekinde aranan, değerli, sürekli peşinde koştuğumuz ancak hiçbir zaman elde edemediğimiz imgesel nesnedir.” Bu psikanalitik düşüncede anneden ayrılmanın, ondan kopmanın sonucunda beliren “eksikliğin kendini tamamlamak için bir nesneye yöneldiğini doğrular.” (Yücedağ, 2018: 56). Bu, insanın özü itibarıyla mahrum bir varlık olduğunu gösterir (Tura, 2018: 9). Söz konusu bağlamda reklam endüstrisi izler kitlenin mahiyeti gereği sahip olduğu eksiklik hissini kullanmaktan geri kalmaz. Katılımcılara bir hedef olarak gösterilen modellerden

ürün tanıtımlarına varıncaya kadar yapılan bütün reklamlar “Buradaki sporcular gibi gözükmeyeceksen çok da göze gelemezsin” veya “Buradaki gibi modağa uygun değilsen değersizsin” mesajını verir. Eksikliği hissedilen ideal görüntüğe ulaşmak mümkün değilse de verilen çaba “masalsı anlatım içinde pazarlanan” imgeye ulaşma amacı taşır. Katılımcılar açısından “reklamda sunulan ürünler” veya modeller “kişiyi hissettirilen eksiklik duygusunun tamamlanması için yardımcı” imgesel nesneler olarak sunulur. Onlar ise “simgesel olarak kendisindeki eksikliği” bu ürünler veya modellerle kendilerini tamamlamaya çalışırlar (Yıldırım, 2013: 30). Nihayetinde bu durum, soluksuz ve bitimsiz bir çabadır. Çünkü eksiklik hissi baki kalmaya mahkûmdur.

Tüketime ayarlanmış post modernin tüketen bedeni aynen tükettiği nesnelerden arzu ettiği doymu elde edemeyeceği gibi kendisi de bir eksiklik, tamama ermeme endişesi ile sürekli felce uğratılıyor. Uyarılmaya, hazzı, coşkuya ve canlı bir duyuma koşullandırılan bedenin, ideale ulaşması mümkün değildir. İdmanlar her ne kadar aksatmadan yapıyor, kalori hesaplarına titizlikle özen gösteriliyor, kilo bir kuyumcu titizliğinde sürekli ölçülüyor, kas yoğunluğu sıkı antrenmanlarla artırılıyorsa da eksiklik kuşusu atılmayacaktır. Çünkü bedenin yeterliliğine dair dışarıdan bir otorite tarafından “Tamam, başardın.” denilebilecek ortak bir tanım ve ölçü yoktur. Modern dönemin yönlendirmesi, eğitimi, gözetimi ve kontrolü daha üretken, verimli ve zinde bir bedeni inşa etmeye dönüktü. En azından otoriteler tarafından yapılan ölçümler “normal” olanın ölçüsünü belirleyebiliyordu. Oysa günümüzde beden, modern dönemde olduğu gibi “üretici-asker bedeni gibi sıkı” denetlenmemektedir. O, artık kişisel bir mülktür. Denetleyicisi, gözlemcisi, kontrol edicisi ve yönlendiricisi kişinin kendisidir. Daha doğrusu onun yeni denetleyicisi “daha” ile motive edilmiş sağlıklı, güzel, ince, kaslı, seksapalitesi yüksek bir bedendir. Bu sıfatlar cezbedici olsa da onların yeterliliği ölçülemez. Uygunluğun ifadesi olan fitnessın ucu her daim müphemliğe gebedir. Varılacak bir zirve veya hedef yok gibidir. Bir “yüce hedef olarak bedensel uygunluk” kendisine hep daha iyisini arayan bir boşluğa endişe ve kuşku ile kanat çırpır. Böyle olması beden endüstrisi tarafından arzu edilen bir şeydir. Denetimler ve ölçümler kişiselleştikçe kazanan güzellik piyasasının kendisi olacaktır. Velhasılı proteofobi –(zirveye hiç ulaşamama) ve fixeofobiyle (zirveye ulaşma korkusu) işbirliği yaparak “proje bedenin gerçekleştirilmesi” için “kendini kırbaçlamanın hiç bitmemesi” (Bauman, 2014b: 164-

169) nihayetinde gerilimi bir tüketim enerjisi olarak kodlayan beden endüstrisi için vazgeçilmez bir kaynak durumundadır.

Bu ise “daima eksik beden” olgusunu koşullandırarak bir siyasi çıkar mekanizması ile ilişkisel bir bağlantısı olan “beden McCarthyizmi” kavramını gündeme getirir (Lupton’dan akt. Beyazyüz, 2015: 204). Şöyle ki, McCarthyizmcilik, iktidarın elde edilmesi ve sürdürülmesi için rakip görülen kişi, parti veya zümrelerin suçlanarak zan altına alınmasını ve bu şekilde siyasal alandan diskalifiye edilmelerini içerir. “McCarthyizm terimi ilk zamanlar daha ziyade politik alanda, asılsız iddialarla veya gerçeklerin çarpıtılmasıyla kar elde etme stratejilerini tanımlamak için kullanıldıysa da terim zaman içerisinde anlam genişlemesine uğramış ve bugün birçok alandaki asılsız iddialarla çıkar elde etme davranışlarını tanımlayan bir kapsama ulaşmıştır.” “Beden McCarthyizmi”de tam da bu süreçle paralel bir duruma açıklık getirir. Yani “beden McCarthyizmi” bizzat bedenin detaylandırılarak bir kaygı nesnesi haline getirilmesine ve bunun etrafında çeşitlenen güzellik sektörüne uygun bir alan açmaya gönderme yapar. Çünkü birey ne kadar bedeni ile ilgili ister seksüel bir cazibe, isterse uzun yaşamı garantileyen sağlık konusunda epidemik bir kaygı içerisinde olursa o kadar bedensel yatırımlarda bulunmuş olur. Daha doğrusu artırılan korku ve kaygılarla birey, “kusur” olarak görülen bedensel belirtileri ortadan kaldırmaya o kadar gönüllü kılınmış olur (Beyazyüz, 2015: 204-205). Özellikle de güzellik sektörü tıbbın ve halkla ilişkilerde önemli bir araç olan medyanın desteği ile bireyin bedeni ile ilgili kaygılarını yatıştırmak yerine bir korku ve eksiklik duygusunu hep canlı tutarak bedeni ticari bir nesneye dönüştürür. Böylece, her bakışta farklı bir kusurunu görmeye ayartılan birey kendisini değişimin zorlayıcı gücüne o kadar bırakmış olur. Hal böyle olunca beden, daima bir mahrumiyet duygusuna düşer olur.

Katılımcıların aktardıkları bilgiler doğrultusunda ideal beden formlarına ulaşma çabalarına hep bir kusur, eksiklik ve mahrumiyetin eşlik ettiği söylenebilir. Fiziksel olarak çekici ve güzel bir bedene sahip olmanın hem bir bütçe hem de fiziksel bir gayret meselesi olduğu göz önüne alındığında ortada olan biten şeyin aynı zamanda bir maliyet sorunu olduğu görülür. Girdi ve çıktı, çaba ve ödül ikileminde tabiri caizse maksimum bir kazanç elde edilmemiş olsa da yapılan masraf ve gayretlerden vazgeçilmemektedir.

2.3.15. Sağlıklı Bir Yaşamın İmkânı Olarak “Zinde Beden”

Beden ve ruh sağlığı için insanlar sportif egzersizlere, dengeli beslenmeye, tıbbi kontrollerden geçmeye, temiz bir çevrede yaşamaya her geçen gün daha fazla önem vermektedirler. Buna gerekçe olarak da insanların yaşam standartlarının yükselmesine bağlı olarak ortaya çıkan hareketsiz yaşam gösterilir. İnsanlar bir asır önce vücutlarını alet olarak kullandıkları için doğadaki diğer canlı türleri gibi yüksek kabiliyetlere sahipti. Rousseau medeni insan ile vahşi insan arasında yaptığı kıyaslamada artan uygarlaşma seviyesi ile birlikte insanın idman yeterliliğini kaybettiğini düşünür. Vahşi insana istinaden “o, bir baltaya sahip olsaydı, bileği o kadar sağlam dalları kırıp koparabilir miydi? Bir sapanı olsaydı bu kadar hızlı taş atabilir miydi? Bir merdivene sahip olsaydı ağaca o kadar kolay tırmanabilir miydi? Bir atı olsaydı, yarışta bu kadar hızlı olabilir miydi?” gibi sorgulamaları yüksek kültürle birlikte insanın hareket kabiliyetini kaybettiği üzeredir (Rousseau, 2004: 89). Yaşadığı çağ olan on sekizinci yüzyıla kıyasla günümüz teknolojisinin insanı daha fazla hareketsiz bıraktığı ileri sürülebilir.

Gündelik yaşamın bir gereği olarak insanın fiziksel hareket kabiliyeti bugün oldukça sınırlanmış görünüyor. İnsanlar neredeyse günlerinin önemli bir kısmını hareket etmeksizin değerlendiriyor. İşe ya da okula giderken zamanımızın büyük bir kısmı trafikte geçiriyor, mobil uygulamalar sayesinde bir tuşa basarak birçok işlemi oturduğumuz yerden yapıyor, işlerimizi masa başlarında yürütüyor, televizyon karşısında daha uzun süre zaman geçiriyor, merdivenleri asansör yardımıyla çıkıyor, gideceğimiz her yere de ulaşım araçlarıyla gidiyoruz (Atmaca, 2007: 16-17). İletişim ve ulaşım teknolojileri hayatın birçok alanında kolaylıklar sağlamış gibi görünüyorsa da insan sağlığı için gerekli olan doğal hareketlerin handiyse tamamını ortadan kaldırmış durumdadır. Böylece fiziksel aktivite oranımızda yüksek bir düşüş meydana gelmektedir. Bu ise birçok hastalığın nedenidir. Aynı durum gıda teknolojileri ve beslenme alışkanlıkları için de söz konusudur.

Bir kıyasla atalarımız daha az şeker ve tuz bulduğu için daha çok sebze, tahıl ve yağ oranı daha düşük etleri tüketiyordular. Böylece protein, yağ asidi, mineral ve vitamin ihtiyaçlarını gidermiş oluyordular. Günümüzde ise yiyeceklerin saklanması ve korumasını kolaylaştıran teknolojilerin gelişmesi, tüketimin özendirilmesi, hazır ve kolay gıda tüketiminin artması, ayaküstü tüketim alışkanlıkları gibi nedenlere eklenen fiziksel aktivite kısıtlılığı insan metabolizmasını olumsuz etkilemekte, vücutların daha fazla yağ depolamasına neden olmaktadır. Tüketimin demokratikleşmeye başladığı yirminci

yüzyılın ilk on yıllarından günümüze kadar gelişen gıda teknolojileriyle birlikte çeşitlenen yeni türde gıdalar bunun cabasıdır (Öz-Roizen, 2007: 40-43). Bunlar ise hareket azlığı ve kilo almaya bağlı çeşitli hastalıkların nedeni durumundadır. Safra kesesi hastalıkları, koroner arter hastalığı, yüksek tansiyon, kas ve eklem ağrıları, şeker hastalığı önde gelen hastalıklardandır.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde birçoğunun beden algısını olumsuz etkileyen faktörlerin başında yaşadıkları rahatsızlıklar ve ona eşlik eden çeşitli psikolojik türde kaygılar gelmektedir. Özellikle de katılımcılardan bazılarının masa başı işlerde çalışıyor olmaları egzersizlere yönelmelerindeki en etkili faktörlerdendir. Örneğin, bir sigorta şirketinde çalışan Nuray Hanım (26) gün boyu oturarak çalıştığını ve bununda vücudunun belirli bölgelerinde çeşitli ağrılara neden olduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Haftanın beş günü dokuzda işe geliyorum. İşin yoğunluğuna bağlı olarak kimi zaman beş kimi zaman da yediye kadar çalışmak zorunda kalıyorum. Eve argın yorgun dönmekle kalmıyor boyun, bel ve bacaklarımda çeşitli ağrılar baş gösteriyor. Baktım olacak gibi değil doktora gittim. Kendisi bana mutlaka spor yapmam gerektiğini tavsiye etti. Ben de spora başladım. Her gün spora gidemesem de hafta sonları gitmeye çalışıyorum. Arada zaman bulabilirsem yüzmeye de gidiyorum. Bir de iş dönüşü hafif tempoda kültürfizik egzersizleri yapmaya çalışıyorum. Doğrusu eskiye göre ağrılarımda bir azalma olduğunu söyleyebilirim.”

Bir devlet kurumunda çalışan Mahmut Bey (54) de benzer şikâyetlerden kaynaklı olarak spora başladığını ve yaptığı egzersizlerin, yürüyüşlerin kendisine iyi geldiğini belirtmektedir.

“Sabahtan akşama kadar bir koltuğun üzerinde oturarak iş yapıyorum. Yürüme yok, hareket yok. Arada dairenin bahçesine çıkıyorum bir iki adım atmak için ama yeterli gelmiyordu. Sabahları bel ağrısı ile uyanıyordum. Sanki biri beni yatağa çivilemiş gibi kıpırdıyamıyordum. Böyle bir dönem sürdü. Baktım olacak gibi değil, başladım spor yapmaya. Önce evimize yakın bir parkta yürüyüş yaptım. Havaalar soğuyunca da spor salonuna yazıldım. Burada koşu bandında koşuyor, bisiklete biniyor, çeşitli fiziksel aktivitelerimi yapıyorum.” “Şu an nasıl hissediyorsunuz? Ağrılarınızda bir azalma oldu mu?” sorusuna verdiği cevap, spor yapma gerekçelerinden birine ışık tutmaktadır. “Tabii bu tür rahatsızlıklar öyle hemen düzelmez ama kendimi eskiye oranla ağrılarım da bir

azalma olduğunu söyleyebilirim. En azından daha rahat uyanıyorum yataktan. Böyle devam edersem daha iyi olurum gibi.”

Gülten Hanım (29) da, devlet memuru olarak çalıştığı kurumda yaptığı işten kaynaklı olarak hareketsiz bir yaşamı sürdürdüğünü ve bunun da çeşitli yerlerinde beliren kas ve eklem ağrılarına neden olduğunu belirtmektedir. Özellikle de bilgisayar başında uzun süre çalışmak zorunda kalması sonucunda meydana gelen çeşitli fonksiyon bozukluklarına dayalı rahatsızlıklardan şikâyet etmektedir. Daha çok boyun ve sırt bölgesinde nükseden ağrılarının kimi zaman yaşam standardını olumsuz yönde etkilediğini düşünerek fiziksel aktivitelere yöneldiğini şöyle ifade etmektedir: *“Gün boyu bilgisayar başında çalışıyorum. Sürekli aynı pozisyonda çalışmak zorunda kaldığım için daha çok boyun ve sırt bölgemde çeşitli ağrılar oluşuyor. Bu da ister istemez sizin yaşam kalitenizi olumsuz yönde etkiliyor.”* İfadelerine atfen *“Yaşam kalitenizi ne yönde olumsuz etkileniyor? sorusuna verdiği cevap, yaşam kalitesini çeşitli bedensel rahatsızlıkları ile ilişkilendirmekte ve yaşam standardını düşüren fiziksel ağrılarını da çeşitli sportif faaliyetler aracılığıyla azaltmaya çalıştığı görülmektedir. “Vücudunuz bir yerinde sancınız, ağrınız varsa keyfiniz kaçır, mutlu olamazsınız. Bu anlamda bu salonların faydasını görüyorum. Ek olarak evde de çalışıyorum. Zaman buldukça da kaplıcalara gidiyorum. Orası da bana iyi geliyor.”*

Zeynep Hanım (48), spora başlamasını ailesinde irsi olan kalp rahatsızlığı ile gerekçelendirmektedir. *“Yakın zamanlarda amcamı, üç yıl evvelde başka bir yakın akrabamızı kalp krizinden kaybettik. Ailemizde kalp rahatsızlığı olan çok kişi var. Galiba irsidir bizde kalp rahatsızlığı. Biliyorsunuz kalp krizi genelde kilolarda daha çok oluyor. Bende de kilo problemi vardı bir de ailede de böyle bir rahatsızlık olduğu için açıkçası endişelenmeye başladım onun için önce yürüyüşe başladım sonra aerobik salonuna kayıt oldum. Zaman bulursam yüzmeye de gidiyorum.”* İfadelerine istinaden *“Şu an nasıl hissediyorsunuz?” sorusuna verdiği cevap, hayatlarımızı daha konforlu bir hale getirmek için kullandığımız teknolojilerin insanları ne kadar hareketsiz bıraktığını da izah etmektedir. “Evvelden bahsetmiştim size evde yaptığım işlerde, merdiven çıkarken ve çarşıda pazarda işlerimi hallederken daha rahat hareket edebiliyorum. Hatta birçok yere yürüyerek gitmeyi tercih ediyorum. İnsanlar bir iki adımlık yol için bile arabaya biniyorlar.”*

Senay Hanım da (46), benzer olarak hem ailesinde irsi olarak bir kalp rahatsızlığı olduğu hem de son yıllarda kolesterole bağlı olarak vücudunun bel ve göbek civarında artan yağlanmayı sağlığı açısından tehdit olarak gördüğü için spora başladığını şöyle belirtmektedir: *“Göbek bölgemde yağlanma var. Onun da kalp krizini tetiklediğini biliyorum. Ailemizde bir kalp rahatsızlığı var. Bu arada kolesterolüm çok yüksek çıkıyor. Doktorum yağlanmayı onunla doğru orantılı olduğunu söylemişti. Onun için karın bölgemin biraz daha yağsız olmasını isterim. Sporun yanında şekeri ve ekmeği hayatımdan çıkardım.”*

“Spora başladıktan sonra hayatınızda ne gibi değişiklikler gözlemlediniz?” sorusuna Ayça Hanım’ın (25) verdiği cevap yaptığı egzersizlerin kendisini hem fiziksel hem de ruhsal olarak daha yüksek bir enerji ile donattığını, eskiye oranla kendisini daha iyi hissettirdiğini şöyle ifade etmektedir.

“Kilolarım nedeniyle spora başladım. Ya şöyle çok büyük farkları var aslında. İlk spora başladığım vakitlerde çok farkını anlamıyordum. Sadece kilo bazlı düşünerek yapıyordum. Sırf kilo vermek için spor yapıyordum. Ama şu an o bilinç yok artık. Yani şimdi sağlık için, motivasyon için, yüksek bir enerji için spor yapıyorum. Nasıl desem spordan sonra kendimi daha dinç, daha güçlü, böyle daha sağlam, dışarıya karşı böyle daha enerjik ve daha pozitif hissetmeye başladım. Her açıdan çok fark ettiriyor. Bir de uykudan uyandığımda bile zorlanıyordum. Bacaklarımın sanki kırılıyormuş gibi ses çıkardığını biliyordum yani. Şimdi daha iyi ve daha pozitifim.”

Ayça Hanım, spora fiziksel rahatsızlıklarından ve kilosundan ötürü başlamış olsa da zamanla kişisel gelişimini olumlu yönde etkilediğinden ötürü spora devam ettiğini belirtmektedir. O, kişisel gelişimin “pozitif”, “enerji” gibi kavramlarından hareketle kendi ruhsal durumunu yaptığı egzersizlerle ilişkilendirmektedir. O, dışarıya karşı daha zinde, enerjik, pozitif ve kendine güvenen biri olduğu izlenimini bedenini inşa ederek vermeye çalışmaktadır.

Farklı zamanlarda iki defa spor salonuna kayıt yaptıran Müjgan Hanım (40), arkadaşlarıyla birlikte yaptıkları doğa yürüyüşlerinin, yüzme etkinliklerinin ve aerobik hareketlerin hareketsiz kalan yaşamları için nasıl bir alternatif olabileceğini şöyle ifade etmektedir: *“Spordan sonra kendimi daha iyi hissetmeye başladım. İstediğim kiloları veremesem de istediğim ağırlığa kavuşamasam da son yıllarda hareketsiz kalan*

yaşamlarımıza hareket kazandırmak için spor yapıyorum. Özellikle de arkadaş grubuyla sohbet eşliğinde yaptığımız sporların hem ruhsal bir terapi hem de fiziksel bir terapi veriyor” Müjgan Hanım modern yaşamla birlikte artan kolaylıkların hayatlarını hareketsiz bıraktığını ve bunun da sadece fiziksel değil, ayrıca psikolojik rahatsızlıklara yol açtığını belirtmektedir. O daha çok arkadaşlarıyla birlikte yaptıkları aktivitelerin kendisini daha tatmin ettiğini, bu sayede kendisini hem fiziksel hem de ruhsal olarak iyi hissettiğini düşünmektedir.

Benzer doğrultuda Hasan Bey (35) de hareketsiz bir yaşam sürdürdüklerini, işlerimizin birçoğunu oturduğumuz yerden yapıyor oluşumuzun çeşitli hastalıkların nedeni olduğunu altını çizerek şöyle vurgulamaktadır: *“Hayatımızda her şey çok kolaylaşmış. Televizyon başta olmak üzere bütün ev eşyaları uzaktan kumandalı olmuş. Her yere arabayla gidiyoruz. Çarşıya çıkmadan birçok işimizi internet üzerinden yapıyoruz. İnsan böyle yaşarsa kilo da alır. Çeşitli hastalıklara da yakalanır. Tek çaremiz bence hareket etmektir. Onu da yapmıyoruz. İşte zaman buldukça yaptığımız bu egzersizler bizi biraz rahatlatıyor.”* Söylediklerine binaen “Rahatlatıyor derken tam olarak neyi kastediyorsunuz.” sorusuna verdiği cevap bedenini hem nasıl algıladığını hem de bir forma neden sokmak istediğini özetler türdendir. *“Spora başlamadan evvel tabiri caizse sanki her yerimden yağ akıyor gibi hissediyordum. Ağıraktan olsa gerek diz ağrılarım da artmıştı. Çok sevdiğim futbolu bile doğru düzgün oynayamıyordum. Şimdi daha iyiyim. En azından yağ oranımda bir azalma oldu. Şu an top oynamaktan daha keyif alıyorum. Daha enerjik hissediyorum kendimi.”* Hasan Bey de bedenini aşırı yağlanmadan dolayı olumsuz olarak algılamakta, kilosunun dizlerine bir ağırlık yaptığını ve bunun da hareket kabiliyetini kısıtladığı düşüncesindedir. Ayrıca o, yaptığı egzersizler sonucundaki ruhsal durumunu ise kişisel gelişimin gözde kavramlarından olan “enerjik olma” ile özetlemektedir.

“Spora başlamanızda her hangi bir sağlık probleminizin etkisi oldu mu?” sorusunu Zeki Bey (40) de iş yerinde yaşadığı bir dizi problemlerden hareketle cevaplamaktadır. *“İş yerinde bazı işleri yapmakta zorlanmaya başladığımı hissettim. Özellikle de uzun süre yaptığım tamir işlerinde boynumum tutulduğunu, sırtımın kasıldığını görüyordum. Nasıl desem ancak biri gelip beni kaldırması gerekirdi. Öyle yani. Şimdi devam etmiyor desem doğru olmaz. Rahatsızlıklarım devam etse de sporla daha iyi olacağını düşünüyorum.”* İfadesine atfen “Nasıl bir sonuç umuyorsunuz?” diye sordüğümüzde söyledikleri formda

kalmanın önemini kendi bedenini nasıl algıladığı ile açıklamaktadır. *“Hiç spora başlamasaydım. Öyle salsaydım kendimi (gülerek) malulen emekli ederler beni. İnaniyorum biraz daha dikkat edersem yani istediğim forma kavuşursam daha rahat işlerimi yapabilirim.”* Zeki Bey (40) de, mevcut bedeninin yapacağı işleri aksattığını, mesleki kariyerini olumsuz yönde etkileyebileceğini düşünmektedir. O, bedenini daha iyi bir forma sokarak hem arzu ettiği sağlığa kavuşmayı hem de mesleki geleceğini garanti altına almayı düşünmektedir.

Bedeni zinde tutma çabası, yaşamın medikalizasyonu ile yakından ilgilidir. İç beden tıbbi görüntüleme cihazlarıyla incelikli bir şekilde izlenmesi, önleyici tedavilerin kişisel denetimlere daha fazla tabi olması, uzun ve sağlıklı bir ömre yapılan yatırımların artması, popüler kültürde sağlığı, güzelliğe ve gençliğe özdeş kılan söylemlerin kabul görmeye başlaması söz konusu süreci yaygınlaştırarak birçok insanın bedeniyle takıntılı bir ilişki kurmasına neden olmaktadır. Örneğin Zeki Bey’in başka bir bahiste bedenini genç kalma adına daha titiz şekilde izlenmesi, denetlenmesi ve kontrol edilmesi gerektiğine dair düşünceleri yaşamın bireysel ölçekte ne kadar tıbbileştirildiğini göstermektedir. O, bedeninde yaşlılığa ve hastalığa dair beliren bütün emarelere karşı daha uyanık olmakta, onların bir an önce tedavi edilmesine gerektiği bir kanaate varmaktadır. Bu durum, nihayetinde hastalık ve yaşlılık kaygısının beden üzerinden yaygınlaşmaya başladığını göstermektedir.

“Spor yapmaya başlamanızın gerekçesi neydi? sorusuna Okan Bey de (36), aynada gördüğü bedeninin ileride çeşitli hastalıklara yol açabileceği endişesiyle spor başladığını belirtmektedir. *“Aynada kendi vücuduma baktığımda vücudumun fit olmadığını gördüğüm için ve bu fit olmayan vücudumun gelecekte sağlık sorunlarına yol açabileceğini gördüğüm için spor salonuna gitme ihtiyacı duydum. Özellikle de göbek ve bel çevresinde yağlanma olmuştu. Duruşumda ve sağlığımda biraz bozulma olmuştu. Ondan dolayı spor salonuna gitmeye başladım. Sağlık olarak bana iyi geldiğini düşünüyorum.”* Okan Bey de fit olma ile sağlık arasında doğrudan bir bağlantı kurmakta, gelecekte muhtemel sağlık sorunları yaşamasını da böyle bir vücuda sahip olmamaya bağlamaktadır. O, ileride daha sağlıklı ve mutlu bir yaşam sürebilmesini zinde bir vücut ile güvenceye aldığını düşünmektedir. Daha doğrusu Okan Bey, gelecekte ortaya çıkması muhtemel rahatsızlıkları için kaygılanmakta, yaşadığı evhamlı durumu savuşturmak için spor yaptığını, hatta başka bir bağlamda dile getirdiği gibi bir dizi sağlık kontrollerinden

düzenli olarak geçtiğini belirtmektedir. Bu ise, yaşamın tıbbileştirilmesiyle birlikte bedenin bir kaygı nesnesi olmasına gönderme yapar.

Gençlik, güzellik, incelik ve bedensel olarak formda görünmenin günümüzde sağlıkla eşitlenmesi, bunun aksine yağ oranındaki yüksekliğin çirkinlik ve yaşlılık veya yaşlanma belirtisi olarak görülmesi yaşamın tıbbileştirilmesinin (medikalizasyon) sonucudur. Yaşamın tıbbileştirilmesi, hastalığın tedavi edilmesinden ziyade sağlığın korunmasına dönük kaygılı, narsist ve korkulu bir ruh halinin sonucudur. Sağlıklı olmaya dönük kaygılar bireyin kendini sürekli olarak gözetlemesi, denetlemesi ve kontrol etmesiyle sonuçlanan paranoid bir duruma yol açar. Vücudunda beliren ufak tefek ağrıları dahi kaygılı bir şekilde değerlendiren birey, hastahaneye tedavi amaçlı gitmekten ziyade sağlıklı olduğunu hekime onaylatmak ister. Sağlıklı olmayı takıntı haline getiren birey için sağlık, nihayetinde bir hastalık sorunu haline gelmektedir. Bu hastalığın adı ise “sağlık hastalığı”dır. Söz konusu hastalığı ve bu hastalığın yarattığı iktidar ilişkilerini Can şöyle ifade etmektedir: “...Bu hastalık dininin buyruklarını yerine getirmemek ya da bu buyruklara karşı çıkmak, günahkârlıkla yani hasta olmayla eş değerdir. Hasta olmak istemeyen kişi, sadık bir müridin zikri ve rabıtası gibi egzersizlerinden beslenme alışkanlıklarına kadar, ödevlerini yerine getirmektedir.” (Can, 2019: 88-101). Bir ideolojiye dönüşen sağlık, bireyin her geçen gün sayısı artan diyetisler, hekimler, estetisyenler, terapistler, kişisel antrenör gibi uzmanlara daha fazla bağımlı kılmaktadır.

Erkan Bey’e (39), yönelttiğimiz “Spora başladıktan sonra hayatınızda ne gibi değişimler oldu? sorusunu iyi bir vücuda sahip olmanın kendisini hem ruhsal hem de fiziksel olarak daha iyi hissettirdiği düşüncesiyle cevaplamaktadır. “*Şöyle söyleyeyim: Ciddi anlamda spora gittikten sonra zihnen daha rahatladığımı hissediyorum. Bir o yanı var. Vücudumun da daha iyi bir görüntüye sahip olması da ekstra motive diyor. İnsanı moral olarak da daha iyi bir noktaya getiriyor. Zihinsel olarak beni çok rahatlattığını söyleyebilirim.*” “Peki, fiziksel olarak kendinizi nasıl hissediyorsunuz? sorusuna “*Fiziksel olarak da vücudumun daha açıldığını, daha rahatladığını, örneğin eğilip kalkarken daha rahat hareket ettiğimi söyleyebilirim. Şuradan biliyorum spor yapmadığım dönemlerde sabahları kalkarken vücudumun çok tutulduğunu, eğilip kalkarken daha zorlandığımı hatırlıyorum.*” şeklinde verdiği yanıtta da fitnessın vücudunu esnettiğini, hareket kabiliyetini artırdığını ve böylece bir dizi kas ağrılarından kurtulduğu üzeredir.

Akif Bey (33) de, spora başladıktan sonra psikolojik olarak kendini daha iyi hissetmeye başladığını ve aldığı kilolardan kurtulmaya başlaması ile rahat uyuduğunu, yataktan daha dinç kalktığını, merdivenleri daha rahat çıktığını, yer yer nükseden bel ağrılarından da kurtulduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Salona gelmem birlikte ruhsal anlamda kendimi daha iyi hissetmeye başladım. Burada hem vakit geçiriyor hem de kafamı dağıtıyorum. Spor yaptıktan sonra eve gidiyorum. Duş aldıktan sonra daha rahat uyuyor, sabahları ağrı, sızı olmadan uyanıyorum. Asansörü olmayan bir binanın üçüncü katında oturuyoruz. Eskiden çıkmadığım merdivenleri şimdi çok rahat çıkabiliyorum. Yani spor bana her anlamda iyi geldi. Bir de bel ağrılarım vardı. Onda da bir azalma oldu çok şükür.”

Ebru Hanım (28) da kendini hareketsiz yaşamın mağdurlarından biri olarak tanımlamaktadır. Yaptığı işin stressine ek olarak, öğle mesaisi hariç günün önemli bir kısmını masa başı bir işte çalışarak geçirmek zorunda olduğunu, bu durumunsa hem fiziksel hem de zihinsel yorgunluğu artırdığını belirtmektedir. Ebru Hanım (28), sportif egzersizleri sayesinde sadece bedenini değil, mental yorgunluğunu da giderdiğini sözlerine eklemektedir. O, salona gelmediği zamanlarda bile kendini daha iyi hissedebileceği bir bedene, evde yaptığı kültürel hareketleriyle veya kimi zaman arkadaşlarıyla gittiği olimpik kapalı yüzme havuzunda yüzmek suretiyle kavuşmaktadır.

“Bankada çalışmak dünyanın en zor işlerinden biridir. Birlikte çalıştığım birçok arkadaşın sırt ve boyun ağrısı olduğunu söyleyebilirim. Bu ağrılar işin stresi ile karşılaştırıldığında hafif kalır. Düşünün akşama kadar birçok insanla muhatap kalıyorsunuz veya hesapları tutturmak için fazladan bir dikkat göstermeniz gerekiyor. Bunlar bizi çok yıpratıyor. Dolayısıyla kendinize iyi bakmanız lazım. Yoksa yaptığınız iş daha katlanılmaz olur. Bunun için zamanım olursa salona giderim değilse evde fizik tedavi egzersizlerimi yaparım. Kimi zaman da arkadaşlarla birlikte havuza yüzmeye giderim.”

Çin’in Hubei Eyaleti’ne bağlı Vuhan kentinde sebebi bilinmeyen bir solunum yolu rahatsızlığı olarak ortaya çıkan Covid-19 salgınının daha sonraki zamanlarda ülke sınırlarını aşp bütün dünyaya yayılması sonucunda milyonlarca insanın ölümüne ve kalıcı rahatsızlıklara sebebiyet vermeye başlaması ile her ülke kendi bünyesinde yüksek istişare kurulları oluşturularak virüsle mücadele kampanyası başlattı. Kampanyanın ana

kapsamını sokak çıkma yasakları, çalışma ortamlarında sosyal mesafelerin oluşturulması, hijyen ve dezenfeksiyon uygulamalarının artırılması, alınacak gıdaların raf ömrünün uzun, besleyici olması ve evde kültürel hareketlerin düzenli olarak yapılması oluşturmaktadır. Salgının yarattığı tahribatın kendisini iyiden iyiye hissettirmesiyle birçok insan gibi katılımcılarımız da kendi tedbirlerini almaktadırlar. Bunların başında yasakların kalkmasıyla yeniden açılan spor merkezlerine gitmeye devam etmeleridir. Ki bu, salgının beden algısını ne yönde belirlediğini anlamaya dönük bir meraktan da kaynaklanmaktadır. Katılımcılarımızın beden algısını salgının ne yönde belirlediği önemli görüldüğünden onların bir kaçıyla başka bir oturumda yeniden bir araya gelme talebinde bulunduk. Söz konusu talebimizi geri çevirmeyen Mustafa Bey ile Ercan Bey ile yeniden görüşebilme imkânına kavuştuk.

Fitness salonlarına daha iyi bir görünüme kavuşma amacıyla geldiğini söyleyen Mustafa Bey (21), salgının bünyesi zayıf kişileri ve kronik hastaları ölümü sürüklediği gerçeğinden hareketle fiziksel egzersizlere daha fazla dikkat edeceğini şöyle belirtmektedir:

“Sağlığım ile ilgili bir problemim yok. Ben daha çok biraz kilo alıp daha iyi bir görünüme kavuşmak için fitness yapıyordum. Ama salgının bünyesi kötü kronik hastalığı olan kötü beslenen ve spor yapmayan insanları daha çabuk çökerttiğini gördükçe ve duydukça sağlığım ile daha dikkat etmeye başladım. Salonların kapalı olduğu zamanlarda evde devam ettirdiğim egzersizleri yasakların kalkmasıyla birlikte salonda yapmaya başladım.”

Mustafa Bey, bedeni için duyduğu estetik kaygılardan dolayı fitnessa başladığını ama şimdi asıl kaygısının salgının yarattığı hastalık ve ölüm riski olduğunu belirtmektedir. İlk zamanlarda dikkat çekici bir görünüme sahip olmadığı için spora başlayan Mustafa Bey, şu an fitnessı virüse karşı bir kalkan olarak kullanmaktadır. Daha doğrusu onda göze gelememe ve dikkat çekici biri olamama kaygısı, yerini hastalık ve ölüm kaygısına bırakmış görünmektedir.

Pandemi sürecinde risk gruplarının her geçen gün daha genişlemesinden endişe eden Ercan Bey (25) de fitnessa ek olarak diğer sportif branşlara da yöneleceğini dile getirmektedir. Ona göre fitnessın zinde bir bedene sahip olmak için yeterli gelmediğini bunun başka fiziksel aktivitelerle desteklenmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu vesileyle

Ercan Bey, fitnessin yüzme ve tempolu yürüyüş gibi sportif aktivitelerle desteklenmesini formda ve zinde bir beden için daha uygun görmektedir.

“İlk zamanlarda salgının en çok yaşlıları etkilediğini, ölüm oranlarını en çok yaşlıların oluşturduğunu söylediler. Gelen veriler salgının sadece yaşlıları değil orta yaştaki insanları ve gençleri de etkilediğini gösteriyor. Tablo böyle olunca sadece fitness değil yürüyüş ya da yüzmenin de gerekli olduğunu düşünmeye başladım. Salonların kapalı olduğu dönemlerde her gece tempolu yürümeye başladım. Eğer yasak kalkarsa yüzmeye de başlayacağım.”

Ercan Bey, salgından önce beden algısını sağlık ve zindelik gibi bir mefhum belirlememişken salgından sonra yaygınlaşmaya başlayan Covid-19 virüsüne karşı bedenini çeşitli fiziksel aktivitelerle daha bir güçlendirmeyi planlamaktadır.

SONUÇ

Birçok sosyal bilimin çalışma sahası olan beden, yirminci yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla Batı'da şiddetini giderek artıran, toplumsal cinsiyet kabullerini sorgulayan, kapitalizmin hem insan hem doğa üzerine yarattığı tahribatı gündemine alan, alt kültürlerin varlığını görünür kılan sosyal hareketlerin kimlik talepleri ile daha fazla dikkate alınmaya başlanır. Sosyolojik çalışmaların odağına ise bedenin sosyal ilişkilerimizin prizmasında şekillendiği, tüketim toplumunun ana kaldıraçlarından biri olduğu, çoğunlukla kişisel veya kamusal iktidar ilişkileriyle sarmalandığı, bedenin sembolik anlam örüntüleri ile örüldüğü, aynen bir halının ilmekleri gibi iç içe geçtiği gerçeği ile birlikte yerleşir. Bu kapsam üzere kurumsallaşan beden sosyolojisi, modadan plastik cerrahiye, fitness salonlarından güzellik merkezlerine, yeni türde hastalık tanımlamalarından sağlığın manipülasyonuna, dilimleri değişen yaş evrelerinden güzelliğin değişken boyutlarına, bedenin kişisel bir denetim unsuru olmasından nüfusun biyo-politikanın bir nesnesi haline gelmesine kadar geniş bir yelpazede sosyo-politik, ekonomi-politik, psiko-politik açıdan birçok çalışmaya hem kavramsal düzeyde hem de teorik çerçevede katkı sunmaktadır.

Kavramsal düzeyde tartışmalarımızı daha sağlıklı bir çerçeveye oturtan asıl kavram ikilisi iç ve dış bedendir. İç beden ve dış beden sosyolojinin bir alt disiplini olan beden sosyolojisinin vazgeçilmez kuramsal yapı taşlarındandır. Uzun insanlık tarihi boyunca haz ve zevkin aşırıya kaçmış, ölçüyü aşmış eğilimlerini ifade eden, arzu ve tutkuların yuvalandığı, ürettiği ve beslendiği yer olarak görülen beden bir tür olarak olmasa bile insanın bir varoluş çabası olarak belli bir ölçü ve gaye üzerine sınırlandırılmakta, gözetilmekte ve terbiye edilmektedir. Mutlak monarşinin restore edildiği on altıncı yüzyıldan başlayarak Fransız Devrimi ile kurumsallaşan ulus-devlet projesinde müphemlik, düzensizlik ve bir kaos nedeni olarak görülen geleneğin birçok ögesi gibi beden de kapitalist toplumun verimliliği adına sistemli bir şekilde gözetlenmekte, kontrol edilmekte ve düzenlenmektedir. Toprak temelli, dinsel meşruiyete dayalı geleneksel yönetimlerde beden insanın selameti açısından dinsel ve ahlaki bir kaygı ile gözetilmesi gereken bir şey olarak görülmekte iken modern dönemde beden yaşamın siyasallaştırılmasıyla birlikte daha titiz, sistemli bir şekilde disipline edilerek verimli, üretken ve itaatkâr bir şey haline getirilmektedir. Antik Yunan ve Orta Çağ boyunca bedeni ruhun bir hapisanesi olarak gören dini ve ahlaki temalar, zamanla yerini yapılandırılmış iradeyi ve bilinci bedene hâkim kılan siyasal bir ontolojinin gereğine bırakmaktadır. İktidarın ruh, irade ve bilinç üzerinden bedeni neredeyse bir makinenin dişlisi gibi bir eklentiye dönüştürmesi on

altıncı ve on yedinci yüzyılların toplumsal çalkantılarından, düzensizliklerinden, sınıfsal hareketlerinden, politik tartışmalarından, mezhep savaşlarından, ticari kaygılarından bağımsız düşünülemediği gibi bizzat bu tip kargaşalara yönelik bir tepkinin de sonucudur denilebilir.

Bedenin toplumsal, dini, siyasal ve etik kaygılarla baskılanması, denetlenmesi, düzenlenmesi ve kontrol edilmesine paralel bir de “dış beden”de temsil ve takdim edilmesinin erken Rönesans’ta başlayan ve geç Rönesans’ta hız kazanan ve yirminci yüzyılın ikinci yarısı itibariyle tüketim toplumunun bulabileceği en zengin kaynaklarından biri olmasıyla sonuçlanan bir tarihi de bulunmaktadır. Arzu, haz, tutku Orta Çağ’da kişisel selamet, modern dönemde üretken, verimli ve itaatkâr beden adına denetlenmişken, bu duygular postmodern dönemde tüketen bir beden için sistemli bir şekilde ayatılmaktadır. İnsanın kendisini “dış beden”i ile temsil ve takdim etmesinin tarihi insanlığa koşut olsa da asıl ivme Rönesansla birlikte hız kazanmıştır. Rönesans döneminde artan ticari hareketliliğin sonucunda ortaya çıkan kent devletlerinde baş gösteren hümanist düşüncelerin ekseninde yeşeren insanın kendini başkalarından farklı ve ilgiye mazhar bir şekilde takdim etmesine olanak tanıyan bireyselliğin varlığı ile birlikte tüketimi artmaya başlayan güzelleşme pratikleri bizlere bedenin başka bir tarihini vermektedir. Söz konusu dönem piyasaya sürülen makyaj malzemeleri, matbaanın varlığı ile elden ele dolaşan güzellik rehberleri, vücuda ince bir görünüm kazandıran korseler, doğudan getirilen kumaşlarla başlayan moda tutkusu ve bedenin görünümünü yansıtan Venedik yapımı, elde edilmesi zor, pahalı aynalar bir bütün olarak güzelliğin tarihine düşülmüş bir dipnottur.

Orta Çağ manastırlarının loş ve karanlık ortamlarında yoğun bir perhiz ve çeşitli işkence aletleri ile terbiye edilen beden modern çağda hapisane, okul, atölye, kışla gibi kurumlarda bir üretim aygıtı olarak konumlandırılmakta; günümüzde ise fitness salonları, güzellik ve diyetetik merkezleri, profesyonel imaj danışmaları ve estetsiyenlerin elinde geçmişle kıyaslanamayacak düzeyde tüketim toplumunun vazgeçilmez bir dışlisine dönüştürülmektedir. Yirminci yüzyılın ikinci yarısı yaygınlaşan otomasyon teknolojileriyle birlikte üretken bir bedene olan ihtiyaç, yerini tüketen bir bedene bırakmaya başlar. Böylece beden, neoliberal ekonomi düzeninin yer altından çıkartıp işleterek piyasa sunduğu en zengin kaynaklarından biri haline gelir. Bugün küresel çapta modadan piercing ve dövmelelere, fitness salonlarından diyetetik ürünlere, estetik cerrahiden kozmetik sektörüne varıncaya kadar birçok kurumsal faaliyet ve onlarla ilişkili ürünün piyasaya sunulması tüketen bir bedene duyulan ihtiyacın sonucudur. Milyar dolarları bulan güzellik sektörü ekonomi tarihine adını altın harflerle yazmaya devam etmektedir. Bugün dünya çapında harcama limitlerini en çok zorlayan ürünlerin başında -her görende hayranlık

uyandıracak, kıskanılacak, imrenilecek bir bedene sahip olmayı sağlayan- kozmetik ürünler ile güzellik pratiklerinin gelmesi tesadüf değildir.

Güzelliği Tanrı vergisi bir şey olmaktan çıkarıp kişisel bir başarı öyküsüne dönüştüren modern çağla birlikte her geçen gün yaratılan yeni türde kusurlarla beden her bir bölgesi küresel boyutta kabul gören estetik normlara bağlı olarak gözden geçirilmektedir. Vücudun önemli bir kısmını mahrem kabul edip gözlerden uzak tutan geleneğin muteber toplumlarında güzellik ahlak ve dinsel referanslara göndermeli bir değer yargısı olduğundan beden şimdiki gibi detaylandırılmış bir işlem nesnesi haline gelmemiştir. Oysa günümüzde beden her bir parçası çeşitli matematiksel ve geometrik hesaplarla ölçülerek belirli işlemlerden geçirilmektedir. Söz konusu yerlerden biri olan fitness salonları her geçen gün yaşam alanlarımızda daha fazla yer edinmeye başlamıştır. Bedeni formda ve diri tutma anlamına gelen fitnessın icra edildiği yüzme, aerobik ve fitness salonları gencinden yaşlısına, kadından erkeğine kadar her yaş grubundan insanın müdavimi olduğu yerlerin başında gelmektedir. Bugün artan konut sektörü ile birçok yerleşim alanlarında açılan fitness salonları ile halk sağlığı adına şehirlerin park, bahçe ve gezinti alanlarına monte edilen fitness aletleri ve koşu parkurları ile tıpkı bir spor salonu gibi dizayn edilen bu tür kamusal alanlara doluşan insanların beden algılarını belirleyen sosyo-psikolojik faktörlerin önemi sosyolojik açıdan göz ardı edilemez boyutta insan etkileşimlerine dâhil olmaktadır.

Dinsel, ahlaki ve toplumsal baskının altından uyandırılan, tahrik edilen arzunun güdümünde keşfedilen beden, sağlık ve güzelliğin manipülasyonunda birçok kaygı ile toplumsal ilişkilerin merkezine oturmaktadır. Toplum veya Tanrı adına benliğinden feragat eden geleneksel insanın aksine, modern insanın başkasından farklı ve özel olduğuna dair benlik algısında beden kazandığı yer, hiç şüphesiz önemli bir konuma tekabül etmektedir. Doğup büyüdüğümüz sosyal çevrenin kabulleri ile birlikte hem kendimizin hem başkasının değerlendirmeleriyle vücut bulan benlik, duygumuzun görselliğin yüceltildiği bir çağda göze en çok hitap eden “dış beden”le daha fazla iç içe geçtiğine şahit olmaktayız. Öyle ki, benliğin varlığı bedene yansıyan mesajların, uyarıların, sinyallerin yankısında kendisine yer bulur. Tüketim çağının belki de en görünür yüzü burada devreye girer. O da bireyin dışsal uyarıcılara daha açık hale gelmesidir. Dışsal uyarıcılara açıklık, bireyin beden algısını göz sayısınca prizmatik bir kırılmaya uğratar. Popüler kültür mecrasında boy gösteren manken, sanatçı, sporcu gibi ikonların mitolojik bir sunumla gösteriye çıkarılmasıyla kendini daha iyi hissetmenin değeri, bunlarla özdeşlik kurma gibi dışsal parametrelere bağımlı olmayı gerekli kılar. Modern dönemin üretken bedenine karar veren pedagog, doktor, atölye şefi, gardiyan gibi

denetleyicileri yerini bütün bakış optiğine maruz kalan bireyin hissî algısına bırakmaktadır. Beden algısını küresel boyutta iş gören model bedenler üzerinde değerlendiren bireyin hissiyatı bedeni daha detaylı ve şahsi bir değerlendirmeye tabi tutmaktadır. Böyle bir perspektiften bakıldığında birey ile bedeni arasına giren faktörlerin ne olduğu, bu faktörlerin onu nasıl etkilediği veya yönlendirdiği sorunu önem kazanmaktadır. Buradan hareketle fitness salonlarına gidenlerin beden algıları ve bedenlerini inşa etme gerekçelerinin arkasındaki saikler daha karmaşık bir hal almaktadır. Çıplak bir gözlem ve değerlendirmeye fitness salonlarına giden kişilerin salt bir estetik kaygıyla hareket ettikleri söylene bile buna eklenen veya bunu aşan sosyolojik boyutları da bulunmaktadır. Örneğin şişmanlık salt yağ oranındaki artışla tanımlanabilir olmaktan uzak, estetik kaygılarla iç içe geçerek bireyin kendi beden algısında sürekli güncellenen bedensel bir durumu ifade eder. Kimi katılımcıların doğrudan kimilerinin de bir tehdit olarak deneyimlediği yağlanma korkusu tıbbi bir durumun ötesinde inceliği ve zayıflığı güzellikle, sağlıkla, gençlikle özdeşleştiren beden algısından bağımsız değerlendirilemez. Öyle ki, bazı katılımcılar şişman olarak damgalanmanın ne anlama gelebileceğini kimi zaman kendi kimi zaman başkalarının deneyimlerinden sezinledikleri için kendilerini ya zayıf gösteren elbiseleri tercih ettiklerini, ya yağ aldırma ameliyatlarına başvurduklarını veya tümünde olduğu gibi sportif faaliyetlere yöneldiklerini belirtmektedirler. Dolayısıyla birçoğu içlerinde kendilerini mutlu hissedebilecekleri bir bedene kavuşma arzusu ile fitness salonlarına dâhil olmaktadır. Geleneksel dönemde sağlığın, doğurganlığın, zenginliğin alameti olarak görülen şişmanlık günümüzde ters yüz edilmiş bir şekilde anlam dönüşümüne uğramaktadır. Yani şişmanlık hastalık, tembellik, irade zayıflığı ve incelikli bir damak tadına sahip olamama ile eş tutulmaktadır. Böylesi bir algılama her bir insanı kilo devriyesine çıkartarak denetleyici bir pozisyona taşımaktadır. Hal böyle olunca şişmanlık uzak durulması gereken bedensel bir form olmaya başlamakta, şişmanlığın yarattığı korkuysa beri taraftan kişiyi kendi bedeni ile sorunlu bir ilişki kurmasına neden olmaktadır. Örneğin birçok katılımcımız kilolu olmadıkları halde kilo alabilme korkusundan bedenleri ile endişeli bir ilişki içerisine girdikleri tespit edilmektedir. Bu ise bedenin her bir noktasının ayna karşısında sürekli gözetlenmesini, denetlenmesini gerekli kılmaktadır. İşte bu durum, bedenin bireyin hissiyatı ölçüsünde detaylandırılmasına, bunun da güzellik sektörüne kâr getirici bir unsur olarak dâhil olmasına neden olmaktadır.

Zayıflığın estetik bir form olmanın ötesinde bir yaşam tarzının ifadesi haline gelmesi televizyonda seyredilen programlar, takip edilen moda dergileri nispetinde kabul görmeye başladığını söyleyebiliriz. Yapılan birçok araştırma izlenen kozmetik reklamların, abonesi

olunan moda dergilerinin, izler kitlenin beden algısını etkilediği yönündedir. Katalog çekimlerinde veya film sahnelerinde gerçeklikten uzak, bir kurgu ürünü olan bedensel formların bireyin düşlerini televizyona eklemleyen popüler kültürün dolayımında yarattığı etkinin geldiği nokta, bedensel uzuvların markalaşarak işlevlerinden kopuk bir şekilde simüle edildiği gerçeğidir. Bir mankenin, bir ünlünün, bir sanatçının plastik, doğal olmayan dudağı, gözü, yanakları, göğüsleri, bacakları veya kasları bireyin düşlerinde kazandığı yer ölçüsünde taklit edilerek bedende inşa edilmektedir. Bedeni bir simülasyona çeviren bu durum, vücudu kişinin kendisinden kopartarak seyirlik bir nesne haline getirmektedir. Nihayetinde bedensel uzuvlar işlevsel değerini yitirerek semiyotik bir değer kazanmaktadır. Bu ise bazı katılımcıların fitnessa başlama hikâyelerinde önemi göz ardı edilemez bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin bazı katılımcılarımız, onların bilinçaltı arzularıyla işbirliği yapan medya endüstrisi öncülüğünde kendi imge, düş ve fantezileriyle inşa ettiği bir formu bünyesinde modelleyerek kendilerini olduğundan daha farklı, dikkat çekici ve alımlı gösterecek bir benliğe sahip olduklarını düşünmektedirler. Yeniden ve hep yeniden üretilen beden, bu şekilde değil Tanrı'nın kendisinin dahi olamamaktadır. Podyumda uzun, ince bacaklarıyla; yarı açık, etine dolgun dudaklarıyla; bel kavisiyle orantılı göğüsleriyle ışıltılı, parlak, pürüzsüz cildiyle; havalı, özgür, başına buyruk görünüm ve endamıyla “eksiğin benim” dedirten manken, birçok kadın için olduğu gibi bazı katılımcılarımız açısından da örnek bir modeldir. Mekanizması aynı kalma şartıyla benzer durum, erkekler için de geçerlidir. Moda dergileri, spor müsabakaları, film ve dizi gibi kamusallaşma ölçeği geniş platformlarda geniş omuz ve göğüsleriyle, sıkı belleriyle, kaslı kollarıyla görücüye çıkartılan ikonlar birçok erkek tüketici için olduğu gibi bazı katılımcılarımız açısından kendilerinde görmek istedikleri fantezilerin karşılığıdır. Bu düşün karşılanma mekânı olan fitness salonları ise başka bir bedende yaşamayı mümkün kılan bir değiş tokuşu gerçekleştirmektedir. Nihayetinde bu süreç, simülakr bir bedeni ortaya çıkartmaktadır. Tabii ki ilgili olgu modern dönemle birlikte benliğin kişisel olarak tasarlanmasıyla yakından ilişkilidir.

Ruhsal tekâmül adına benliğini “kendini bil” düsturu üzerine konumlandıran hikmet ehli ile bu kaygıdan uzak ama benliğini çerçevesi toplumsal normlarla belirlenmiş rol ve statüler içerisinde oluşturan, belirli bir yaşa, cinsiyete, mesleki konuma ve dinsel inanca ilişkin kimlikleri deneyimleyen geleneksel insanın benliğini toplumdan gayri bir şekilde yapılandırması yapısal koşulların yetersizliği ölçüsünde imkân dışı bir olguydu. Oysa ticari hareketliliğin yaygınlaşması, artan kentleşme oranı, iş bölümünün yarattığı boş zamanlar, dinsel ve kozmik doğa tasarımıyla yaşanan paradigmatik değişimler, insan aklına ve özgürlüğüne

yapılan hümanist vurgular, insanın mükemmelliğine ve ilerlemeye duyulan inancın paydası olan aydınlanma düşüncesinin öncülüğünde kurumsallaşan modernleşmenin imkân tanıdığı bireyselliğin varlığı, benliği performatif bir çabaya dönüştürebildi. Böylece beden, benliğin kişisel bir çaba ile yapılandırılmasının kaygılarla, korkularla, gerilimlerle, beklentilerle, heyecanlarla ve tutkularla dolu en karmaşık hikâyesinin yazıldığı bir yüzeye dönüşmektedir. Bir insanın olduğundan daha genç, sağlıklı, güzel, bakımlı, albenisi yüksek biri olması artık işten bile değildir. Estetik ameliyatlardan tutun da bedeni biyonik bir varlık haline getiren tıbbi ve teknolojik gelişmelere, modadan kozmetik ürünlere, fitness salonlarından diyetetik danışmanlığa kadar birçok sahada vücuda gelmiş güzellik sektörü benliğin kişinin iradesi, tercih ve kararlarıyla nasıl oluşturulabileceğine imkân tanımaktadır. Bu minvalde görüştüğümüz birçok katılımcı çözülen geleneksel bağ ve normlarla birlikte benliğini bedeni üzerinden yapılandırmaya olanak tanıyan tıbbi teknolojilerin, kozmetik ürünlerin ve fitness salonları gibi bedensel formu belirli ölçüler dâhilinde biçimlendirme merkezlerinin yaygınlaşan varlığıyla nasıl bir görünüme kavuşacağına karar vermektedirler. Hele ki, Bingöl gibi nüfus artış hızı seksenlerden sonraya, kentsel dönüşümü yakın zamanlara denk gelen, birincil ilişkilerle örülü toplumsal dokusu ikincil ilişkilerle, küresel etkilerle, görelî olarak artan kültürel hoşgörüyle ve bireysel ideallere verilen önemle çözülen bir şehrin insanı olan katılımcılarımızın benlik algıları da önemli bir değişim geçirmektedir. Örneğin birçoğunun bireyin bedeniyle zihinsel olarak bu kadar meşgul olmasına izin vermeyen geleneksel yapının bağlayıcı normlarındaki artan çözülmeyle birlikte kendilerinde görmek istedikleri bir anlam üzerine bedenlerini inşa ettikleri gözlemlenebilmektedir. Eskiye nazaran daha modern nitelikleriyle ön plana çıkmaya başlayan yaşadıkları yer, kendi benliklerini arzu ettikleri ölçüde tasarlayabilmelerine imkân tanımaktadır. Birçoğu artan fitness salonları, güzellik merkezleri, bireyselleştirilmiş tedavi koşulları, çeşitliliği her geçen gün artan moda kıyafet ve kozmetik ürünlerle nasıl biri olduklarını beden modifikasyonlarıyla şekillendirebilmektedirler. Onların birçoğu açısından genç, güzel veya sağlık bir görünüm Tanrı vergisi, doğal bir şey olmaktan çıkmakta kişisel bir başarı hikâyesinin en değerli çıktısı olmaktadır. Bedeni bir gösterge değerine dönüştüren bu bakış, nihayetinde beden ile benliğin belirli sembolik kodlarla iç içe geçerek bireyin arzulanır hedefleri doğrultusunda dönüştürülebilir olmasına da gönderme yapar.

Kişinin kendini nasıl gördüğü ve nasıl algıladığı günümüzde beden dolayımında daha bir görünür olmaktadır. Bu bakımdan gelişkin tıbbi teknoloji ve güzellik sektörü bireye bedenini istenilen forma uyarlamak suretiyle benliğini arzuları doğrultusunda yapılandırabilmesi için

birçok fırsat sunmaktadır. Bunların başında kişinin biyolojik yaşını bedeni üzerinden geriye sarabilecek -zaman makinesi misali- bir dönüşüme imkân tanıyabilmesi gelmektedir. Elbette bu durum toplumun geçirdiği yapısal dönüşümlere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Örneğin döngüsel zaman telakkisiyle kozmik evreni tasavvur eden, toplumsal değişimlerin yavaş seyrettiği, bilgeliği yaşam tecrübesine bağlayan, geçmişin kadim bilgisi ile toplumsal hayatını organize eden geleneksel toplumlar ihtiyarlar, kendilerine akıl danışılacak, nasihatlerinden nasiplenilecek kişiler olarak bakılmaktaydı. Oysa çizgisel zaman algısıyla ilerlemeye duyulan inancın baş gösterdiği, doğanın mekanik dünya tasavvuru ile tasarımılandığı, toplumsal değişimlerin daha hızlı olduğu ve yeniliklerin kutsandığı modern çağla birlikte üretkenliğin ifadesi olan gençlik yüceltilmiş ve değerli bir yaş evresi olarak kabul görmektedir. Günümüz tüketim kültüründe ise bu algı bedenin tüketici bir güç olabilmesi adına popüler kültür eliyle sloganlaştırılmaktadır. Gençliği güzellik, sağlık, başarı, dayanıklılık, pozitif enerji ile eşitleyen çağımızda yaşlılık ölümle, elden ayaktan düşmeyle, yalnızlıkla, içe kapanmayla, bunamayla bir arada zikredilerek korkulu bir rüya haline getirilmektedir. Öyle ki, başta katılımcılarımız olmak üzere birçok kişi yaşından daha genç görünmek için bütçelerinin önemli bir kısmını yaşlanma karşıtı ürün ve pratiklere ayırmaktadır. Bu pratiklerden biri olan fitness salonlarına rağbetin altında böylesi bir umutla korku bulunmaktadır. Çünkü bedeni zinde tutma maksadıyla başvurulmuş fitness, zamanı genç bir bedende tutma umudunu aşlamaktadır. Haliyle bu durum, ölüm duygusunun daha kabullenildiği, dünyevi yaşamla ahiret hayatı arasındaki sürekliliğin daha içselleştirildiği, dünyevi yaşamın geçiciliğini hatırlatsın diye mezarlıkların yerleşim yerlerinin hemen yanı başına kurulduğu, kabristanları çocukların oyun alanı haline geldiği, ölüm anına aile efradının ve komşuların şahitlik ettiği geleneksel toplumların aksine; dünyayı artan refah düzeyiyle cennet bellemiş, modern insanın ölümle kurduğu ilişkinin boyutları hakkında önemli ipuçları verir. Bu ipucu en net haliyle bedene yapılan yatırımlardaki artışta belirir. Günümüz insanları genç ve sağlıklı bir bedenle dünyevi yaşamın nimetlerinden daha fazla istifade etmek, yaşamın artan temposuna daha fazla ayak uydurmak ve nihayetinde ölüm duygusunu bedende sönmümlendirmek için katılımcılarımızda da gözlendiği üzere sportif faaliyetlerine daha önem verdikleri, vücudun direncini düşürecek gıdaları daha az tükettikleri, tıbbi kontrollerini daha düzenli yaptıkları gözlenmektedir. Hele ki, yaşlanmaya dair korkuları daha fazla olan orta yaş katılımcılarımızın egzersizlerini daha düzenli bir şekilde yerine getirdikleri, daha kalıcı ve sağlıklı bir zayıflığı garanti eden diyetler yaptıkları, sigara gibi alışkanlıklarını bıraktıkları, gün içerisinde daha fazla hareket ettikleri ve onları daha genç gösteren kıyafetler giydikleri görülmektedir. Bu çaba kişinin yakın çevresindeki insanların motive edici düşünceleriyle daha bir karşılık bulmaktadır.

Beden modern dönemle birlikte benliğin tasarımı bir proje olarak taslağı çizilen, yüzeyinde keyfi değişiklikler yapılan, fazlalıkları alınan, pürüzleri giderilen, boyutları biçimlendirilen bir şey olmaktadır. Bu, kişinin yakın ve uzak çevresinin değerlendirme, yorum, bakış açısına bağlı olarak da gerçekleşmektedir. Benliğin oluşumunda yeri yadsınamaz olan sosyal çevrenin benliğin şekillenmesinde ve sunumundaki rolü, tıpkı bir aynanın karşısında dış görünüşümüze dikkat edip eksikliklerimizi tamamlamamıza, kusurlarımızı gidermemize yardımcı olması gibi bir fonksiyona sahiptir. Burada sosyal çevre, kendimizi gördüğümüz bir aynaya benzer. Birey, aynadan yansıyan görüntüler ölçüsünde sadece tutum, düşünce ve davranışlarını değil, bedenini de düzenler. Araştırma sürecince görüştüğümüz birçok katılımcının da dış bedenlerini uzak veya yakın çevrelerinin bakış açısına göre algıladıkları, ona göre bir değerlendirme yaparak inşa ettikleri gözlemlenmektedir. Onların birçoğu eş, dost, sevgili gibi bireyin değer verdiği, önemseydiği yakın çevresindeki insanların gözlerinden kendilerine bakarak bedenlerini bir form dâhilinde biçimlendirmektedir. Bu olgunun “ayna beden” metaforuyla tanımlanabileceğini söyleyebiliriz. “Ayna beden” kişinin aynaya bakarken kendisinden ziyade başkalarının gözüyle kendisine bakmasını ifade eder. Her ne kadar dış beden kazandığı yeni form üzerinde kişiye bakan göz sayısınca bir etkinin olabileceğini söyleyebilirsek de görüşmecilerimizden elde edilen veriler, dış görünüme yönelik değerlendirmelerde dikkate değer görülen insanların başında sevgili, eş veya diğer aile üyeleri gibi, gündelik hayatlarında daha fazla etkileşim halinde oldukları kişiler gelmektedir. Bunlara ek olarak birçok katılımcımız için asıl belirleyicilerinden biri karşı cins veya kadınlar açısından hem cins de olabilmektedir. Herhangi bir sosyal ortamda bir beğeni işareti olan bir bakışı veya seziyi alabilmek de kişinin beden inşasını olumlu yönde etkileyerek yaptıkları sportif faaliyetlere bir süreklilik katabilmektedir. Kimi zaman da katılımcı, dikkate değer bir görünüme sahip olmadığı için beğenilmediğini, onaylanmadığını hissedince veya görünce fitness salonlarına kayıt yaptırabilmekte, beslenme rejimini düzenleyebilmekte, estetik yapabilmekte ve bu şekilde inşa ettiği bedenini göze gelir kıyafet, takı ve süs eşyalarıyla bezeyip süsleyebilmektedir. Haliyle birçoğunun bedenlerini önemsenen, dikkate alınan kişilerin beğeni yargılarına göre inşa ettikleri söyleyebiliriz. Böylece onlar bedenlerini daha kabul edilebilir, takdir edilebilir ve ilgi görebilir biri olma adına en çarpıcı şekilde sunmaktadırlar. Bu, bir yerde beden dramaturjik bir nesne olduğunu göstermektedir. Daha açık olarak dış beden temsil ve takdim edilmesi, sosyal aktörlerin etkileşimlerini arzu ettikleri yönde yönetebilmeleri, benliklerini dramaturjik bir süreçte nasıl ve ne şekilde sundukları ile seçici bir yakınlık içinde olduğu görülebilir. Söz konusu süreçte benliğin dış beden üzerinden nasıl sahnelendiği, sunulduğu ve bununla etkileşimlerin istenilen doğrultuda nasıl yönetildiğiyle yakından ilgilidir.

Bu minvalde kimi katılımcılarımız dâhil oldukları sosyal ortamlara uygun bir durum tanımlaması yaptıklarını ve bu duruma uygun düşecek bir şekilde fiziksel görünümlerini düzenlediklerini görebilmekteyiz. Örneğin bazılarının boş zamanlarını geçirmek için gittikleri plaj, havuz veya kafe gibi kamusal alanlar ile son yıllarda sık kullanılan instagram, twitter, facebook, snapchat gibi sosyal medya uygulamalarında takipçilerin beğenisine sunulan fotoğraflar için sahne arkası olan fitness salonlarında inşa ettikleri bedenlerini ilgili ortamlarda bir hayranlık nesnesi olarak sunduklarını görebilmekteyiz. Böylece onların birçoğu benliklerini bedenleri vasıtasıyla başka insanların kendilerinde görmek istedikleri biçimde yapılandırmaktadırlar. Nihayetinde bu süreç, bedenın dramaturjik bir nesne olmasını ifade etmektedir.

Bedenin tasarımı, temsil ve takdimi toplumun verili olarak kabul ettiği cinsiyet rol ve tanımlarından bağımsız düşünülemez. Toplum hayatın bütün alanlarında olduğu gibi üyelerinin biyolojik cinsiyetlerine iliştiirdiği rol ve statülerle toplumsal hayatı düzenler. Bu şekilde toplum, üyelerinin belirli cinsiyetleri üzere bir rol beklentisi içine girer. Böylece her birey kendisinden beklenen rolleri yerine getirmek zorunda hisseder. Bunun bedene ilişkin en özlü kavramlarından biri bedenleşme, diğeri de toplumsal cinsiyettir. Bireyin cinsiyeti gereği mükellef kılınan rollerin aslında verili olmadığını, olumsal, tarihsel ve güç ilişkileri içerisinde kurulduğunu ifade eden toplumsal cinsiyet ile bedenleşme olgusu toplumun üyelerini doğumundan ölümüne kadar bir dizi bedensel pratiklere zorlayarak onların bedenlerini kullanma biçimlerini belirlediğini ifade eder. Dolayısıyla toplumsal cinsiyetle anlamlı bir hale gelen bedenleşme, toplumun hem beden üzerinde belirleyici etkisini hem de onun belirleyici etkisinden kurtulmayı ifade eden post yapısalcı bir bakışı yansıtır. Araştırma süresince görüştüğümüz katılımcıların birçoğu toplumun kadın ve erkeklerin biyolojik özelliklerine atfen onlardan beklediği güzellik, cazibe, güç, dayanıklılık, saldırganlık gibi nitelikleri karşılamak üzere bedenlerini inşa ettiklerini, yer yer kadın katılımcıların eleştirel bir sorgulama içerisinde oldukları görülse bile çoğunun verili cinsel rolleri içselleştirdikleri ve bunu bedenlerinde görücüye çıkardıkları görülmektedir. Kadın katılımcıların birçoğu toplumun kadın ile güzelliği, zarafeti, inceliği, narinliği eşdeğer kılan estetik beklentileri karşılamak üzere bedensel formlarını daha ince bir hale getirmeye gayret etmektedirler. Ayrıca bazı erkek katılımcıların toplumun erkek ile dayanıklılığı, gücü, cesareti, iri kıyım bir görünümü eşdeğer kılan rol beklentilerine uygun olarak bedenlerini kadınsı bir görünüme zıt şekilde bir güç nişanesi olarak inşa ettikleri tespit edilmektedir. Her iki katılımcı grubu da toplumsal beklentiler ile küresel boyutta revaçta olan bedensel formları da dikkate alarak bedenlerini hem toplumun hem de

güzellik sektörünün buyrukları doğrultusunda gözden geçirmektedirler. Bu ise küresel çapta iş gören kozmetik sanayi için vazgeçilmez bir olgu olduğu kadar bedenın estetik bir sermaye aracı olarak hizmet sektöründe kullanılmasını da teşvik etmektedir.

Modern kapitalizmin boy verdiği zamanlarda bedensel güce duyulan ihtiyaç, yirminci yüzyılın ikinci yarısı ile birlikte gelişen otomasyon teknolojileri ile azalmışsa da büyüyen hizmet sektörünün varlığı ile birçok kişi part-time, güvencesiz bir şekilde iş piyasasına dâhil olmaktadır. Otomasyon teknolojisi ile iş piyasasının ağırlıklı olarak hizmet sektörüne kayması sonucunda birçok firma ve iş yeri, müşterilerini ikna etmek için çalışanlarından bedensel görünümüne dair birtakım kriterler talep etmektedirler. Söz konusu kriterlerin başında dış görünüşün ne kadar estetik bir emekle düzenlendiğine dair bir ölçü gelmektedir. Bu doğrultuda çeşitli firma ve mağaza, restoran ve kafe gibi işletme sahipleri müşteri ile daha yakın temasta olmayı gerektiren departmanları için dikkate aldıkları en önemli husus, çalışanlarının dış görünüme ne gibi bir yatırım yaptıkları üzeredir. Yani işverenler açısından bedenın estetik bir sermaye aracı olarak nasıl inşa edildiği önemli bir kriter olmaktadır. Öyle ki, havacılıktan turizme, halkla ilişkilerden reklamcılığa, eğlence dünyasından sağlık sektörüne varıncaya kadar birçok iş sahasında dış görünüşlerinden dolayı işlerinden olan insanların hukuksal davalarına gün geçtikçe daha fazla şahitlik etmekteyiz. Bazıları makyajına, kilosuna, kişisel bakımına dikkat etmediği, bazıları da yeterli bir duygusal performans sahneleyemedikleri gerekçesiyle işlerine son verilmektedir. Yeni türde bir ayrımcılığa sebep olan “estetik sermaye” artık diğer sermaye türleri gibi meşru görülmektedir. Bu kapsamda katılımcıların birçoğu fikirlerini çoğu zaman eleştirel bir tonda dile getirirler de daralan iş gücü piyasasında yer edinebilmek için bedensel görünümüne dikkat etmeleri gerektiğine dair kanaatlerini dile getirmektedirler. Öyle ki, kimileri dikkat çekici dış görünüşleriyle bazı iş yerlerine kabul edildiklerini, kimileri de dış görünüşlerine yapacakları yatırımların bir gün nasıl olsa karşılığı alınabilecek bir emek türü olduğunu belirtmektedirler. Dolayısıyla katılımcılarımızın bazıları deneyimleri, bazıları da düşünceleriyle iyi bir görünümün özel sektörde işe yerleşebilmenin asli şartlarından biri olduğu gerçeğini teyit etmektedirler.

Bedenın estetik bir sermaye aracı olarak kullanılması, güzelin ne olduğuna dair yapısal dönüşümlerle birlikte değerlendirilmelidir. Örneğin Antik Yunan’da ve Orta Çağ’da güzellik ruhsal tekâmülle ilgili etik bir değer iken Rönesans ile başlayan modern dönemle birlikte güzellik salt beğeni duygusuna indirgenen bir değere dönüşmüştür. Evvelinde güzel olanın aynı zamanda yüce ve iyi olmasına nispetle belirlendiği geleneksel toplumlarda güzellik yüzde görücüye çıkarak kabul görürdü. Bir insanın güzelliği duygusal olarak yüzde ama en genelinde

kişinin tutum ve davranışlarının ahlaki bir ölçü ile değerlendirilmesi sonucunda tezahür edebilirdi. Yani bir insanın asli güzelliği ruhsal tekâmülündeki yerine binaen belirlenirdi. Güzelliği yüzde arayan geleneksel insanın kullandığı aynaların boyutu dahi bu konuda aydınlatıcı bilgiler verir. Güzelliğin ay altı âlemin insandaki karşılığı olan bedenin alt kısımlarının görünüm kazanmasıyla kullanımı artan büyük boy aynaların varlığı modern zamanlara has bir durumdur. Yani büyük boy aynalardan bedenlerin önden arkaya, yukarıdan aşağıya doğru gözetlenmesi ve incelenmesi yakın zamanlı bir olgudur. Buna bir başlangıç noktası tahsis edilirse herhalde en uygun zaman Rönesans dönemidir. Çünkü Rönesansla birlikte hız kazanan bireyselliğe paralel olarak artan zenginleşmenin sonucunda güç kazanan burjuvazi ile yerleşik gücü temsil eden aristokrasi arasındaki güç mücadelesinin sürdürüldüğü sahalardan biri de temsil ve takdim edilme şekilleriyle bedenlerdi. Bedene yapılan yatırım aynı zamanda saray çevresinin toplumsal statüsünü yeni yeni güç kazanmaya başlayan burjuvaziden farklılaştırmak ve ona karşıt bir şekilde konumlandırmak içindi. Oysa güzelliğin demokratikleşmesiyle birlikte beden bütün toplumsal kesimlerin dünyalarında yer etmeye başlamıştır. Bedenin ithal kumaşlarla süslenmesi, korselerle inceltilmesi, kozmetik ürünlerle cildin beyazlatılması, dudak ve yanakların pembeleştirilmesi, saçların sarı ve kıza boyanması, korsajlarla göğsün yukarıya doğru gerdirilmesiyle başlayan kozmetik macerası, daha ileri zamanlarda kalori hesaplarıyla gıdaların tüketilmesi, zayıflatıcı ürünlerin satılması, açık havada yürüyüş, at gezisi ve bisiklet turlarıyla bedene form kazandırılması, ilkin kamusal alanlarda sonrasında evlere kadar giren tartılar ve büyük boy aynalarla bedenlerin ölçülmesi ile birlikte bedenin her bir parçası estetik alana dâhil oldu. Öyle ki güzellik yüzde değil, bir bütün olarak fiziksel görünümle değerlendirilmeye başlanmıştır. Yüz güzelliğinden beden güzelliğine geçişin öyküsü bedenin aynı zamanda bir arzu nesnesi olmasıyla da paralel bir tarihsel seyir izler. Bu aynı zamanda metafizik güzellikten fizik güzelliğe geçişin de öyküsüdür. Günümüz toplumlarında bunun karşılığı zarif ve narin bir beden, uzun bir bacak, ince ve uzun bir boyun ve bacak, bedene orantılı bir omuz biçimindedir. Bu esas üzere katılımcılarımız başta olmak üzere birçok otorite de güzelliğin asıl belirleyicisinin ince bel, kalkık kalça, düz ve sıkı bir bacak, kelebek gibi bir sırt ve düzgün bir karınla, bir bütün olarak bedenin kendisi olduğunu ifade etmektedirler. Yüz ve beden güzelliğine ilişkin yaptıkları karşılaştırmalardan hareketle fikirlerini dile getiren katılımcılarımızın birçoğu egzersizlerine, beslenme şekillerine ve uyku düzenlerine gösterdikleri özeni bedensel güzelliğin kendileri için daha önemli olduğuyla açıklamaktadırlar. Hatta bazı erkek görüşmecilerimiz yüz güzelliklerinden memnun olmadıklarını düşünerek fitness salonlarına başvurmuş ve burada düzenli fiziksel aktivitelerle daha kaslı bir görünüme kavuşup ilgi çekici biri olmak istediklerini beyan etmişlerdir. Daha

doğrusu bu şekilde, bedenlerini ödünleyici bir savunma mekanizması olarak inşa ettiklerini söyleyebiliriz. Başka bir anlatımla kendilerini yakışıklı bulmayan erkek katılımcılarımızdan bazıları, kendilerinde görmedikleri bu niteliği dikkat çekici bir bedenle telafi etmeye çalıştıkları gözlemlenebilir. Bu hususta, en yardımcı kaynaklardan biri de fitnessla birlikte modanın bizzat kendisidir.

Beden güzelliğine verilen önem, kendisini tüketim formlarından biri olan moda ile göstermektedir. Moda, günümüz postmodern tüketim toplumunda bireyin bedeniyle kurduğu ilişkinin mahiyetinde belirleyici bir yer edinmektedir. Öyle ki, birçok insan bedenlerini modaya uygun kıyafetlere göre dizayn etmekte veya ilgili kıyafeti bedenine arzulanan formu verebilmesi için satın almaktadır. Araştırma sürecince üzerinde durduğumuz ana konuya katılımcıların bedenlerini modaya uygun kıyafetlere göre inşa edip etmediği idi. Daha doğrusu merak ettiğimiz konuların başında modanın onların beden algılarını ne şekilde belirlediği ve bedenlerini nasıl biçimlendirdikleri gelmektedir. Bu merak üzere yönelttiğimiz sorulara verilen cevaplar analiz edildiğinde katılımcılarımızın önemli bir kısmının modaya duyarlı oldukları ve bedenlerini de ona uygun bir şekilde uyarladıkları görülmektedir. Bir kısım katılımcımız beğendiği elbiseleri giyememekten dolayı bir “kabin krizi” yaşadığını, bir kısım kadın katılımcımız ise daha küçük bedenli elbiseleri giymenin beden algılarını olumlu yönde etkilediğini, bir kısım katılımcımız ise modanın kesinlikle fit bir vücudu zorunlu kıldığını belirtmektedir. İfade edilenler, bedeni modaya adapte etmeye dönük pratikleri onlar açısından gerekli kılmaktadır. Hakeza katılımcılarımızın kahir ekseriyeti bedenlerini modanın gereklerine göre inşa etmeye çalıştıkları gözlemlenmektedir. Bu şekilde beden moda üzerinden denetlenen bir bir temsil ve takdim etme nesnesi olmaktadır. Bir yerde modanın temsil gücü, beden endüstrisinin diğer kolları gibi bedeni yeni türde kusurlarla manipüle etmekten ileri gelir.

Beden güzelliğine gösterilen ihtimam bedenin her bir parçasında yeni türde kusurların keşfedilmesiyle at başı ilerler. Bugüne kadar “kusur” olarak görülmeyen şeyler bedenin önce boy aynaları, sonrasında kalitesi ve çözünürlüğü yüksek fotoğraf teknolojileriyle detaylı bir şekilde izlenmesi sonucunda bir “kusura” dönüşür ve hal çaresine bakılması için de birçok tüketiciyi kozmetik ürünlerin, estetik cerrahların, fitness salonlarının, diyetetik danışmanların müşterisi kılar. Bedenin sürekli bir şekilde gözaltına yatırılması, incelenmesi, ayrıntılandırılması ve değerlendirilmesi tatmini mümkün görünmeyen bir beden algısına neden olur. Beden algısını olumsuz yönde etkileyen detaylandırılmış beden ile popüler kültür ikonlarının bir model olarak sunulan bedenleri ölçüt alındığında insanların beden algıları çok kısa aralıklarda tatmin edilmekte, sonrasındaysa keşfedilen yeni kusur ve güzellik ölçütleriyle

kesintiye uğratılmaktadır. Öyle ki, bir insanın kendi bedeninden memnun görünmesi daha bir zorlaşır. Bu ise tatmini mümkün olmayan mahrum bir bedenle yaşamayı zorunlu kılar. Söz konusu olguyu kavramsal düzeyde ele almayı mümkün kılan “mahrum beden” beri taraftan bedenle girilen düşmanca bir ilişkiye de yol açar. Çünkü beden boş bırakıldığında, gözetilmediğinde veyahut denetlenmediği her durumda sarkık, pürüzlü, çatlak ve selülitli bir vücutla kişinin beden algısını bozabilecek bir potansiyeldedir.

Bedenin bir tehdit unsuru olarak görülmesi onun diyetle, sportif faaliyetlerle, fitnessla, zayıflama ilaçları ile kontrol altına alınmasını gerektirir. Hal böyle olunca bedenle kurulan ilişki belirli aralıklarla endişeli ve korkulu bir ruh durumuna da sebebiyet verir. Dolayısıyla görüşmecilerimiz fitnessı bırakmaları ile birlikte kilo alacaklarını, bedenlerinin sarkacağını, ciltlerinin pürüzlü bir hale geleceğini ve bu şekilde daha çirkin ve kötü görüneceklerini düşünmektedirler. Bedenin mahrumiyeti arzu edilen hedefler doğrultusunda daha bir görünür olmaktadır. Daha doğrusu başarıldığı düşünülen ya da yaklaşıldığı düşünülen form ölçüsünde korkular artmaya başlamaktadır. Formunu kaybetme korkusu, ideal tasarımın sınırlarına yaklaşıldıkça kimi zaman kaygı düzeyini aşacak şekilde artmaktadır.

Bu duruma paralel bir gerçeklik de katılımcıların her ne yaparsa yapsınlar ideal bir bedene kavuşamayacaklarına dair inançlarında belirlemektedir. İnsanın doyum eşiğinin hedeflenen başarılar ölçüsünde yükseldiği gerçeği kimi katılımcılar tarafından kabul edilse de beden sağlığına ve güzelliğine gösterilen ihtimam da bir azalma olmadığı görülmektedir. Beden algısını tetikte tutan bu durum, nihayetinde birçoğunun gıdaları kalori hesabıyla tüketmelerine, egzersiz programlarını aksatmadan yerine getirmelerine, uyku saatlerini düzenlemelerine, vücut kitle indekslerini periyodik olarak hesaplamalarına önem vermeleriyle pratiğe dökülür. Söz konusu tedbirler, bir zincir halkasıyla modern dönemin biyo-iktidar düzenlemelerine bir farkla bağlanır. Farkı oluşturan husus ise şudur: Postmodern kapitalizmde denetim bireyin bizzat arzuları, isteği ile yine kendi üzerinde işletilerek tüketen bir beden için uygulanır. Burada izlenilen yönerge tüketen bir bedeni var kılmaya dönüktür. Onun prosedürü de en genelde şu yolu izler: Yani bir insanın sağlıklı, güzel ve genç bir beden arzusu ne kadar tahrik edilirse o kadar kaygılanacak, ne kadar da kaygılanırsa ihtiyacı dahi olmayan ürün ve pratikleri satın almaya o kadar gönüllü kılınacaktır. Söz konusu süreç, her geçen gün değişik boyut ve ölçekte gelişerek bedeni hem içeriden hem dışarıdan kuşatıp çerçevelemektedir.

On dokuzuncu yüzyılın başlarından itibaren kamu sağlığı alanında artan önleyici sağlık hizmetleri ve her geçen gün ivme kazanan tıbbi teknolojideki gelişmeler, özellikle de bedenin iç kısımlarını teşhis ve tedavi amaçlı renkli film, bilgisayarlı tomografi, magnetik rezonans,

mamografi, ultrasonografi gibi tıbbi görüntüleme araçlarının kullanılmasıyla insanlar kendi sağlıklarına dair istatistiksel verileri daha yakından takip etmekte ve bu minval üzere aldığı gıdaların besin değerlerini hesaplamakta, kanserojen tehlikesine karşı daha uyanık olmakta, kolesterol, şeker, kalp rahatsızlıklarına neden olabilecek yiyecekleri daha az tüketmekte, dumansız hava sahalarını tercih etmekte ve ayrıca bedensel egzersizlerine daha fazla dikkat etmektedir. Uzun, sağlıklı ve müreffeh bir yaşama dönük beklentilerin artmasını kolaylaştıran ilgili gelişmeler nihayetinde bedeni sağlık konusunda takıntılı bir hale getirmektedir. Bu durum bireyi bedeninin dışındaki ve içindeki tehlikelere karşı daha duyarlı kılmakta ve sürekli bir tehdit algısıyla yaşamasına neden olmaktadır. Söz konusu boyuttaki ruh hali ve beden algısı birçok katılımcımızın zinde bir bedene kavuşma arzusunu kamçulamaktadır. Öyle ki, onların birçoğu tüketim ve beslenme alışkanlıklarını gözden geçirmekte, bağımlılık yaratan maddeleri terketmekte, tıbbi kontrollerini aksatmamaya çalışmakta, egzersizlerini ise düzenli aralıklarla yerine getirmektedir. Hele de popüler yayımlarda sağlığı güzel, genç, ince ve narin bir bedene indirgeyen reklamların varlığı ile birlikte hastalık korkusunun normal kaygı düzeyini aşacak şekilde televizyon programlarında sunulması bahsi geçen pratikleri daha bir tetiklemektedir.

Beri taraftan katılımcılarımızın önemli bir kısmının beden algısını etkileyen faktörlerin başında iş koşullarına bağlı olarak vücutlarında beliren, hareket kabiliyetini sekteye uğratan ve böylece hayat konforunu bozan boyun, sırt ve eklem ağrıları gibi rahatsızlıkların yarattığı çeşitli türde bedensel problemler gelmektedir. Ayrıca kimi kadın katılımcıların hem ev işlerinin hem iş yaşamlarının ağır temposu arasında yaşadıkları stres, onların psikolojisini ve beden sağlıklarını doğrudan etkileyerek, daha zinde ve formda bir bedene kavuşma istemlerini koşullandıran nedenlerden biri olmaktadır. Katılımcılarımızın beden algılarını olumsuz yönde etkileyen söz konusu psikolojik ve fiziksel rahatsızlıklar, en genel düzeyde sağlık, gençlik ve güzellik üçgenindeki kaygıların içerisinde anlamlı bir faktöre dönüşmektedir. Daha açık olarak ortaya çıkan sonuç, beden sağlığına verilen önemin albenisi yüksek, alımlı, göze gelir, dikkat çekici bir beden arzusuyla yakından bağlantılı bir faktör olduğu görülebilir. Bu ise alandan elde edilen verilerle desteklenmektedir. Yani katılımcıların salt sağlık kaygısıyla hareket etmediklerini gösteren birçok veri çalışma boyunca ortaya konulmaktadır. Sonuç olarak bedensel ve psikolojik rahatsızlıklar, estetik kaygıyla sarmalanmış bir çerçeve içerisinde bir problem olarak algılanmaktadır denilebilir.

Makro boyutta, beden algısı kişinin içinde yaşadığı çağın koşullarından, estetik değer yargılarından, varlık tasavvurundan, sosyo-kültürel niteliklerinden bağımsız düşünülemez. Araştırma konumuz postmodern tüketim kültürünün baskın olduğu bir zaman dilimi içerisinde

şekillendiği için çalışmaya dâhil edilen katılımcıların beden algısı da büyük resimde söz konusu kültürün izlerini taşır. Geleneksel döneme nazaran insanın bedeni ile kurduğu ilişkinin daha karmaşık yapısı katılımcılarla yapılan görüşmelerde çeşitli endişelerle, beklentilerle, korkularla sarmalanmış bir biçimde açığa çıkar. Bu durum, bedenın omuzlarına yüklenen sembolik kodların çokluğu ile daha bir anlam kazanır. Toplumsal etkileşimlerde ortak kod ve sembolik değerlerle okunabilir, anlaşılabilir bir metne dönüşen beden insan benliğinin varlık kazanmasında önemli bir yüzey durumundadır. Belirli bir yaşam tarzının sembolik ifadesi olarak kodlanan beden, arzu edilen mesajların iletilmesi noktasında tıpkı bir metin gibi işlenir. Dolayısıyla derinlemesine görüştüğümüz katılımcılarımızın da farklı endişe, korku, beklenti ve umutlarla kendi bedenlerini güzellik, sağlık, gençlik, çekicilik gibi sembolik kodlarla ve benliklerini kendini gerçekleştirme ülküsü ile inşa ettiğı gözlemlenebilir.



KAYNAKÇA

- ADANIR, Oğuz (2010a): **Eski Dünyaya Yeni Bakış**, Doğu-Batı Yayınları, İstanbul.
- ADANIR, Oğuz (2010b): **Baudrillard: Fikir Mimarlar Dizisi**, Say Yayınları, İstanbul.
- ADORNO, Theodor W. (2008): **Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi**, (Çeviren: Ninat ÜLNER, Mustafa TÜZEL, Elçin GEN), İletişim Yayınları, İstanbul.
- AGAMBEN, Giorgio (2017): **Kutsal İnsan: Egemen İktidar ve Çıplak Hayat** (Çeviren: İsmail TÜRKMEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- AĞAOĞULLARI, Mehmet Ali (2004): **Kral-Devlet ya da Ölümlü Tanrı**, İmge Yayınları, İstanbul.
- AKAY, Ali (2002): **Kapitalizm ve Pop Kültür**, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- AKÇAOĞLU, Aksu (2019): **Zarif ve Dinen Makbûl: Muhafazakâr Üst-Orta Sınıf Habitusu**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- AKTAŞ, Cihan (2014): **Bacıdan Bayana: İslamcı Kadınların Kamusal Alan Tecrübesi**, İz Yayıncılık, İstanbul.
- ALTINDAL, Aytunç (2004): **Türkiye’de Kadın**, Alfa Yayınları, İstanbul.
- ALYAKUT, Ömür (2016): “Postmodern Toplumda Kadın Kimliğinin Bedeni Üzerinden İnşası”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 9, Sayı: 47, ss. 696-708.
- Antmen, Ahu (2017): **Kimlikli Bedenler: Sanat, Kimlik, Cinsiyet**, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- ANDERSON, Jenn-BRENAHAN, Mary I. (2013): “Communicating Stigma About Body Size”, **Health Communication**, Vol: 23., Issue: 6., Michigan State University.
- ARAT, Nejla (2010): **Feminizmin ABC’si**, Say Yayınları, İstanbul.
- ARIK, Emel (2017): “Sosyal Medyada Mahremiyet Görünümleri”, **Sosyal Medya Araştırmaları 1**, (Editörler: Ali BÜYÜKASLAN-Ali Murat KINIK), Çizgi Kitabevi, İstanbul.
- ARIÈS, Philippe (1991): **Batılının Ölüm Karşısında Tavırları**, (Çeviren: Mehmet Ali KILIÇBAY), Gece Yayınları, Ankara.

ASLAN, Murat-HOCAOĞLU, Çiçek (1997): “Yaşlanma ve Yaşlanma Dönemiyle İlişkili Psikiyatrik Sorunlar”, **Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi**, (Editör: Şengül CANGÜR), Cilt: 7, Sayı: 1, Düzce.

ASKEGAARD, Soren-Anne JENSEN, Douglas HOLT (1999): “Lipophobia: A Transatlantic Concept?”, **Advances in Consumer Research**, Volume: 26, PP: 331-336.

ATAY, Tayfun (2018): **Görünüyorum O halde Varım: “Meşhuriyet Çağı”nda Kültür ve İnsan**, Can Yayınları, İstanbul.

ATAY, Tayfun (2019a): **Çin İşi, Japon İşi**, İletişim Yayınları, İstanbul.

ATMACA, Aylin (2007): **Sağlığımız ve Spor**, Profil Yayıncılık, İstanbul.

AYDIN, Mehmet (2027): **Günah ve İtiraf**, Doğu Batı Yayınları, İstanbul.

AYTAÇ, Ahmet Murat (2011): **Kitlelerin Ruhu: Siyasal ve Sosyal Kuramda Kalabalık Tahayyülleri**, Dipnot Yayınları, Ankara.

BACHARAN, Nicole (2014): “Gizli Düzen”, **Kadınların En Güzel Tarihi**, (Derleyen: Françoise HERİTİER, Michelle PERROT, Sylviane AGACİNSKİ, Nicole Bacharan), (Çeviren: Yonca Aşçı DALAR), Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.

BAHAR, Halil İbrahim (2009): **Sosyoloji**, Usak Yayınları, Ankara.

BARBAROSOĞLU, Fatma (2013): **Şov ve Mahrem**, Profil Yayıncılık, İstanbul.

BARBAROSOĞLU, Fatma (2016): **Moda ve Zihniyet**, İz Yayınları, İstanbul.

BARTHES, Roland (2008): “Moda Dizgesi”, **İnsan Giyinir**, Derleyen: Şeyda ÖZTÜRK, (Çeviren: Sema FIRAT), Cogito, Sayı: 55, YKY Yayınları, İstanbul.

BARTHES, Roland (2014): **Çağdaş Söylenceler**, (Çeviren: Tahsin YÜCEL), Metis Yayınları, İstanbul.

BAUDRİLLARD, Jean (2000): **Tam Ekran**, (Çeviren: Bahadır GÜLMEZ), YKY, İstanbul.

BAUDRİLLARD, Jean (2004): **Tüketim Toplumu**, (Çeviri: Hazal DELİCEÇAYLI-Ferda KESKİN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUDRİLLARD, Jean (2006): **Kusursuz Cinayet**, (Çeviri: Necmettin SEVİL), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUDRİLLARD, Jean (2008): **Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm**, (Çeviren: Oğuz ADANIR), Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.

BAUDRİLLARD, Jean (2010): **Simülakrlar ve Simülasyon** (Çeviren: Oğuz ADANIR), Doğu Batı Yayınları, İstanbul.

BAUMAN, Zygmunt (1999): **Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar**, (Çeviren: Ümit ÖKTEM), Sarmal Yayınevi, İstanbul.

BAUMAN, Zygmunt (2003), **Yasa Koyucular ile Yorumcular**, (Çeviren: Kemal ATAKAY), Metis Yayınları, İstanbul.

BAUMAN, Zygmunt (2010a): **Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mıdır?**, (Çeviren: Funda ÇOBAN-İnci KANTARCI), De Ki Yayınları, Ankara.

BAUMAN, Zygmunt (2010b): **Küreselleşme** (Çeviren: Abdullah YILMAZ), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUMAN, Zygmunt (2011): **Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup**, (Çeviren: Pelin SİRAL), Habitus Yayıncılık, İstanbul.

BAUMAN, Zygmunt (2012): **Ölümlülük, Ölümsüzlük ve Diğer Hayat Stratejileri**, (Çeviren: Nurgül DEMİRDÖVEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUMAN, Zygmunt (2014a): **Modernlik ve Müphemlik**, (Çeviren: İsmail TÜRKMEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUMAN, Zygmunt (2014b): **Parçalanmış Hayat**, (Çeviren: İsmail TÜRKMEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUMAN, Zygmunt (2018): **Yaşam Sanatı**, (Çeviren: Akın SARI), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAYART, Jean François (1999), **Kimlik Yanılsaması**, (Çeviren: Mehmet MORALI), Metis Yayınları, İstanbul.

BEAUD, Michel (2016): **Kapitalizmin Kısa Tarihi**, (Çeviren: Fikret BAŞKAYA), Yordam Kitap, İstanbul.

BELEK, Umut (2013): “Toplumsal Cinsiyet Algısının Statik Durumu”, **Toplumsal Cinsiyet ve Yansımaları**, (Editör: Lerzan GÜLTEKİN, Gül GÜNEŞ, Ceylan ERTUNG, Aslı ŞİMŞEK), Atılım Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

- BENJAMİN, Walter (2017): **Pasajlar**, (Çeviren: Ahmet CEMAL), YKY Yayınları, İstanbul.
- BENNETT, Andy (2013): **Gündelik Hayat ve Kültür**, (Çeviren: Burcu ŞENEL-Umut Yener KARA-Nagehan TOKDOĞAN), Phoenix Yayınları, Ankara.
- BERBEROĞLU, Berch (2012): **Klasik ve Çağdaş Sosyal Teoriye Giriş**, (Çeviren: Can GEMGİL), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- BERGER, John (1986): **Görme Biçimleri**, (Çeviren: Yurdanur SALMAN), Metis Yayınları, İstanbul.
- BERGER, Peter L. (2011): **Kutsal Şemsiye: Dinin Sosyolojik Teorisinin Ana Unsurları**, (Çeviren: Ali ÇOŞKUN), Rağbet Yayınları, İstanbul.
- BERKOWITZ, Eric (2018): **Seks ve Ceza: Arzuyu Yargılamanın Dört Bin Yıllık Tarihi**, (Çeviren: Orhan DÜZ), Kolektif Kitap, İstanbul.
- BERKTAY, Fatmagül (2003): **Tarihin Cinsiyeti**, Metis Yayınları, İstanbul.
- BERKTAY, Fatmagül (2010): **Politikanın Çağrısı**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- BERLE, Adolf B. (1980): **İktidar**, (Çeviren: Nejat MUALLİMOĞLU), Tur Yayınları, İstanbul.
- BERNAYS, Edward (1928): “Manipulating Public Opinion: The Why and The How”, **American Journal of Sociology**, Vol. 33, No. 6. Chicago.
- BERMAN, Marshall (2011): **Özgünlüğün Politikası**, (Çeviri: Nursel YILDIZ), Sel Yayınları, İstanbul.
- BETÜL, Aydın (1996): “Benlik Kavramı ve Benlik Şemlari”, **M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi**, Yıl: 1996, Sayı: 8. İstanbul.
- BEYAZYÜZ, Murat-GÖKA, Erol (2011): “Psikoloji ve Tıp Açısından Beden”, **Beden Sosyolojisi**, (Derleyen: Kadir CANATAN), Açılımkitap, İstanbul.
- BEYAZYÜZ, Murat (2015): “Bilgi Çağından Kaygı Çağına Geçişte Sağlık, Hastalık ve Beden Algılarının Değişimi”, **Bedenin Anlamı ve Sınırları**, (Hazırlayan: Semanur AVCI-Nuriye KAYAR), İlem Kitaplığı, Ankara.

BİLGİN, Kerim (2010): “Baudrillard’ın Dili ya da Kuramın Krizi Üzerine”, **Postyapısalcılık**, Derleyen: Armağan Öztürk, Phoneix Yayınları, İstanbul.

BİLGİN, Rıfat (2015): “Tüketim Kültüründe Kadın Bedeninin Cinsel Kurgu Olarak Konumlandırılması ve Sunumu”, **International Journal of Social Science**, (Editör: Yavuz SERDAR), Sayı:36, Elazığ.

BİLTON, Tony-BONNETT, Kevin-JONES, Bip vd. (2008): **Sosyoloji**, (Çeviren: Kemal İNAL), Siyasal Yayınevi, Ankara.

BOCK, Gisela (2004): **Avrupa Tarihinde Kadınlar**, (Çeviren: Zehra AKSU YILMAZER), Literatür Yayınları, İstanbul.

BOCOCK, Robert (1997): **Tüketim**, (Çeviren: İrem Kutluk), Dost Yayınları, Ankara.

BORDEN, Iain (2011): “Mekanın Ötesi: Georg Simmel’in Yazılarında Mekansallık ve Kent”, **Georg Simmel: Sosyolog, Sanatçı, Düşünür**, (Derleyen: Jale Özatan DİRLİKYAPAN), Doğu Batı Yayınları, İstanbul.

BOURDİEU, Pierre (2017): **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, (Çeviren: Derya FIRAT-Günce BERKURT), Heretik Basın Yayın, Ankara.

BOURDİEU, Pierre (20178): **Eril Tahakküm**, (Çeviren: Bediz YILMAZ), Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

BOURDİEU, Pierre-WACQUANT, Loic J. D. (2013): “Refleksif Bir Sosyolojiye Doğru: Pierre Bourdieu İle Bir Söyleşi”, **Sosyal Teori ve Sosyoloji**, (Editör: Stephen P. TURNER), (Çeviren: Burcu BİRİNCİ), Küre Yayınları, İstanbul.

BOWİNS, Brad (2004): “Psychological Defense Mechanisms: Anew Perspectiv”, **The American Journal of Psychoanalysis**, Vol. 64, No. 1, March 2004.

BRETON, David Le (2014): “Çirkinliğin Cinsiyeti”, (Hazırlayan: Claudine Sagaert) **Kadın Çirkinliğinin Tarihi**, (Çeviren: Serdar KENÇ), Maya Kitap Yayıncılık, İstanbul.

BUDAK, Selçuk (2003): **Psikoloji Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

BUSCH, Otto Von (2017): **Moda Praksisi**, (Çeviren: Dilara KILIÇ), Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul.

CAN, İslam (2019): **Sağlık Olsun: Sağlığın Toplumsal Görünümleri**, Çizgi Kitabevi, İstanbul.

- CANATAN, Kadir (2016): **Beden ve Beyan**, Mana Yayınları, İstanbul.
- CEVİZCİ, Ahmet (2006): **İlkçağ Felsefesi Tarihi**, Asa Yayınları, Bursa.
- CHARMAZ, Kathy-ROSENFELD, Dana (2006): “Reflections of the Body, Images of Self: Visibility and Invisibility in Chronic Illness and Disability”, **Body/Embodiment Symbolic Interaction and the Sociology of the Body**, (Edited by: Dennis WASKUL- Phillip VANNINI), Ashgate Publishing Limited, Hampshire.
- CHONODY, Jill M.-TEATER, Barbra (2016): “Why Do I Dread Looking Old?: A Test Of Social Identity Theory, Terror Management Theory, And The Double Standard Of Aging.”, **Journal of Women & Aging**, Volume: 28, Number: 2, PP. 112-126.
- CHODONY, Jill, M. (2019): “Anxiety About Aging”, **Encyclopedia of Gerontology and Population Aging**, (Edited: D. GU, M. E. DUPRE), Springer Nature Switzerland.
- CİRHİNLİOĞLU, Zafer-CİRHİNLİOĞLU, Fatma Gül (2011): “Postmodern Sağlığın Yükselişi ve Düşüşü”, **Beden Sosyolojisi**, (Derleyen: Kadir CANATAN), Açılımkitap, İstanbul.
- CONNOR, Steven (2005): **Postmodernist Kültür: Çağdaş Olanın Kuramlarına Bir Giriş**, (Çeviren: Doğan ŞAHİNER), YKY, İstanbul.
- CORBİN, Alain (2011): “Bedenlerin Buluşması”, **Bedenin Tarihi 2: Fransız Devrimi’nden Büyük Savaş**, (Çeviren: Orçun TÜRKAY), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- CREMER, Phebe (2008): “Seven Pillars of Defense Mechanism Theory”, **Social and Personality Psychology Compass**, 2/5. New Jersey.
- ÇABUKLU, Yaşar (2008): **Toplumsal Performanslar**, Ayraç Yayınları, İstanbul.
- ÇABUKLU, Yaşar (2010): **Postmodern Toplumdan Kesitler**, Paloma Yayınevi, İstanbul.
- ÇABUKLU, Yaşar (2014): **Özgürlükçü Düşüncenin Peşinde**, Metis Yayınları, İstanbul.
- ÇAHA, Ömer (2006): “Feminizm”, **Siyaset**, (Derleyen: Mümtaz’er TÜRKÖNE), Lotus Yayınları, Ankara.
- ÇARPAR, Mehmet Can-ŞAVRAN, Temmuz Gönc (2019): “Beden, Kültür ve Erkeklik: Vücut Geliştirmenin Eril Bir Alan Olarak Savunulması Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma”, **Spor Bilimleri Araştırma Dergisi**, (Editör: Kadir YILDIZ), Cilt: 4, Sayı: 2.

ÇATALLI, Ayşe (2014): “Fitness Dergilerinde Beden Kullanımı: Formsante ve Women’s Health Dergileri”, **Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi**, (Editör: Ali Murat KINIK), Temmuz/Ağustos/Eylül - Yaz Dönemi, Cilt: 2 Sayı:4, İstanbul.

ÇİL, Hüseyin (2017): **Bedeni Kurgulamak: İslami Romanlarda Beden ve Kimlik**, Çizgi Kitapevi, İstanbul.

DAĞ, Ahmet (2011): **Ölümcül Şiddet: Baudrillard’ın Düşüncesi**, Külliyyat Yayınları, Ankara.

DAĞ, Ahmet (2020): **İnsansız Dünya: Transhümanizm**, Ketebe Yayınları, İstanbul.

DAĞTAŞ, BANU-DAĞTAŞ, ERDAL (2009): “Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması”, **Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları**, (Derleyenler: Banu DAĞTAŞ-Erdal DAĞTAŞ), Ütopya Yayınları, Ankara.

DAVİD, Fres (1997): **Moda, Kültür ve Kimlik**, (Çeviren: Özden ARIKAN), YKY, İstanbul.

DE LA MATTRİE, Julien Ofray (1980): **İnsan Bir Makine**, (Çeviren: Ehra BAYRAMOĞLU), Havass Yayınları, İstanbul.

DEBORD, Guy (2016): **Gösteri Toplumu**, (Çeviren: Ayşen EKMEKÇİ-Okşan TAŞKENT), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

DELİBAŞ, Kayhan (2017): **Risk Toplumu**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

DEMEZ, Gönül (2009): “Sınıfsal ve Bireysel Kimlik Oluşumunda Beden Sorunu: Habitus”, **Toplumbilim: Beden Sosyolojisi Özel Sayısı**, 24. Sayı, Bağlam Yayınları, İstanbul.

DEMİR, Sertaç Timur (2016): “Riyazetten Modern Diyet Topluma: Kutsallık ve Hiçlik Arasında Beden”, **İnsan ve Toplum**, (Editör: Lütfi Sunar), Cilt: 6, Sayı: 1, İstanbul.

DEMİR, Sertaç Timur (2017): **Ten Medeniyeti: Modern Kültürde Beden ve Ötesi**, Açılım Yayınları, İstanbul.

DEMİR, Zekiye (2014): **Modern ve Postmodern Feminizm**, Sentez Yayınları, İstanbul.

DEMİRTAŞ, Mustafa (2016): **Deleuze ve Guattari Etkisi**, Otonom Yayıncılık, İstanbul.

DEVER, Ayhan (2027): **Sosyolojik Teoriler ve Spor**, Çizgi Yayınları, İstanbul.

DOĞULU, Canay-UĞURLU, Nuray Sakallı (2015): “Dehşet Yönetimi Kuramı Üzerine Bir Derleme”, **Türk Psikoloji Yazıları**, Cilt: 18, Sayı: 35, Ankara.

DOUGLAS, Mary (2017): **Safılık ve Tehlike: Kirlilik ve Tabu Kavramlarının Çözümlemesi**, (Çeviri: Emine AYHAN), Metis Yayınları, İstanbul.

DÖKMEN, Zehra Y. (2004): **Toplumsal Cinsiyet**, Sistem Yayıncılık, Ankara.

DÖKMEN, Zehra Y. (2010): **Toplumsal Cinsiyet**, Remzi Kitapevi, İstanbul.

DRİVER F. (1985): “Power, Space, and the Body: A Critical Assessment of Foucault's Discipline and Punish”, **Environment and Planning D: Society and Space**, Volume 3.

DUERR, Hans Peter (1999): **Uygarlaşma Sürecinin Miti: I: Çıplaklık ve Utanç**, (Çeviren: Tarhan ONUR), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

ECEVİT Yıldız, KARKINER Nadide (2011): **Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi**, Açıköğretim Yayınları, Eskişehir.

ECO, Umberto (2006): **Güzelliğin Tarihi**, (Çeviren: Ali Cevat AKKOYUNLU), Can Yayınları, İstanbul.

ECO, Umberto (2009): **Ortaçağ Estetiğinde Sanat ve Güzellik**, (Çeviren: Kemal ATAKAY), Doğan Kitap Yayınları, İstanbul.

EİSEND, Martin-MÖLLER, Jana (2007): “The Influence of TV Viewing on Consumers' Body Images and Related Consumption Behavior”, **Marketing Letters**, Vol. 18, No. 1/2.

EİSENSTADT, S. N. (2007): **Modernleşme: Başkaldırı ve Değişim**, (Çeviren: Ufuk ÇOŞKUN), Doğu Batı Yayınları, Ankara.

ELÇİK, Gülnur (2012): “Bedenin Gölgeleeri: İmgeleri İzlemek”, **Bellek İzleri: Kurgudan Kurama Görüntüler**, (Derleyen: N. Gamze TOKSOY), Kalkedon Yayınları, İstanbul.

ELİAS, Norbert (2016): **Uygarlaşma Süreci 1**, (Çeviren: Ender ATEŞMAN), İletişim Yayınları, İstanbul.

ELLIOT, Carl (2017): “İlaç Propagandası”, **Yeni Bir Erdeme Dönüşen Sağlığa Karşı**, (Çeviren: Nurettin ELHUSEYNİ), YKY Yayınları, İstanbul.

ELLÜL, Jacques (2017): **Sözün Gözden Düşüşü**, (Çeviren: Emre Can ERCAN), Sentez Yayınları, İstanbul.

ERCİŞ, Aysel- KOTAN, Güzin- TÜRK, Bahar (2016): “Ölüm Kaygısının Tüketici Tutumları Üzerindeki Etkileri”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** , (Editör: Muharrem GÜRKAYNAK), Cilt: 1, Sayı: 23, Isparta.

ERKİLET, Alev (2004): **Eleştirelilikten Uyuma: Müslümanların Kamusal Alan Serüveni**, Hece Yayınları, İstanbul.

ERSÖZ, Cihad (2017): “Pierre Bourdieu’nun Temel Kavramlarına Giriş”, **Sosyoloji Notları**, Sayı:1, Ankara.

ERTAN, Cihan (2017): **Dövmeli Bedenler: Bir Beden Sosyolojisi Kitabı**, Phoenix Yayınları, Ankara.

ERTÜRK, Nilay (2011): “Moda Kavramı, Moda Kuramları ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları”, **ART-E Sanat Dergisi**, (Editör: Ali BAYRAKTAROĞLU), Cilt: 4, Sayı: 7, Isparta.

ESGİN, ALİ (2008): **Anthony Giddens Sosyolojisi**, Anı Yayıncılık, Ankara.

EŞEL, Ertuğrul-Eşel, Gülüstan Polat (2017): “Güzellik Algılamasının Nörobiyolojisi ve Evrimsel Temelleri”, **Düşünen Adam: Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi**, 30.Cilt, Sayı:4, İstanbul.

FEATHERSTONE, Mike (2005): **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, (Çeviren: Mehmet KÜÇÜK), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

FEATHERSTONE, Mike (2010): “Body, Image and Affect in Consumer Culture”, **Body & Society** Volume: 16, No: 19. The TCS Centre, Nottingham Trent University.

FİSKE, John (2017): **İletişim Çalışmalarına Giriş**, (Çeviren: Süleyman İRVAN), Pharmakon Yayınları, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2000): **İktidarın Gözü**, (Çeviren: Işık ERGÜDEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2005): **Cinselliğin Tarihi**, (Çeviren: Hülya Uğur TANRIÖVER), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2006): **Hapishanenin Doğuşu**, (Çeviren: Mehmet Ali KILIÇBAY), İmge Yayınları, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2007): **İktidarın Gözü**, (Çeviren: Işık ERGÜDEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2014a): **Özne ve İktidar**, (Çeviren: Osman AKINHAY- Işık ERGÜDEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2014b): **Kliniğin Doğuşu**, (Çeviren: Şule ÜNSALDI), Epos Yayınları, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2015a): **Biyo-politikanın Doğuşu**, (Çeviren: Alican TAYLA), Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2015b): **Büyük Kapatılma**, (Çeviren: Işık ERGÜDEN-Ferda KESKİN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

FREUD, Anna (2011): **Ben ve Savunma Mekanizmaları**, (Çeviren: Yeşim ERİM), Metis Yayınları, İstanbul.

FREUD, Sigmund (2014): **Uygarlık ve Huzursuzlukları**, (Çeviren: Haluk BARIŞCAN), Metis Yayınları, İstanbul.

FRİSBY, David (2006): “İlk Sosyolog Simmel”, **Modern Kültürde Çatışma**, (Çeviren: Tanıl BORA-Naziye KALAYCI-Elçin GEN), İletişim Yayınları, İstanbul.

FRİSBY, David (2012): **Modernliğin Fragmanları: Simmel, Kracauer ve Benjamin’in Eserlerinde Modernlik Fragmanları**, (Çeviren: Akın TERZİ), Metis Yayınları, İstanbul.

GİDDENS, Anthony (2010a): **Modernite ve Bireysel Kimlik**, (Çeviren: Ümit TATLİCAN), Say Yayınları, İstanbul.

GİDDENS, Anthony (2010b): **Modernliğin Sonuçları**, (Çeviren: Ersin KUŞDİL), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

GİDDENS, Anthony (2014): **Mahremiyetin Dönüşümü**, (Çeviren: İdris ŞAHİN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

GOFFMAN, Erving (2009): **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu**, (Çeviren: Barış CEZAR), Metis Yayınları, İstanbul.

GOFFMAN, Erving (2014): **Damga**, (Çeviren: Ş. GENİŞ, L. ÜNSALDI, N. S. AĞIRSANLI), Heretik Basın Yayın, Ankara.

GOFFMAN, Erving (2020): **Toplum İçinde Davranmak**, (Çeviren: Adem BÖLÜKBAŞI), Heretik Basın Yayın, Ankara.

GORDINER, Micheal (2016): **Gündelik Hayatın Eleştirileri**, (Çeviri: Deniz ÖZÇETİN-Babacan TAŞDEMİR-Burak ÖZÇETİN), Heretik Basın Yayın, Ankara.

GÖKULU, Gökhan (2019): “Sembolik Etkileşimci Teorinin Gündelik Yaşam Sosyolojisine Katkıları”, **Ekev Akademi Dergisi**, (Editör: Halim ULAŞ), Yıl: 23 Sayı: 80, Erzurum.

GÜLER, Yılmaz-SAKARYA, Aslan (2005): “Morbide Obezite ve Cerrahi Tedavisi”, **İzmir Tepecik Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi**, Cilt: 15. Sayı: 3. İzmir.

GÜRBİLEK, Nurdan (2016): **Vitrinde Yaşamak: 1980’lerin Kültürel Kimliği**, Metis Yayınları, İstanbul.

GÜVEN, Mehmet (2015): “PreModern’den Postmodern’e Benliğin ve Kutsal Dönüşümü: Narsist Benliğin Kutsal Algısı” **İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi**, Sayı: 5, İstanbul.

GÜZEL, Ebru (2013): “Güzellik Dayatması Altında Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın”, **Global Media Journal**, Cilt: 4, Sayı: 7, İstanbul.

HACISOFTAOĞLU, İlknur-ELMAS, Safer (2015): “Kasların Efendisi”: Men’s Health Dergisinde Fitness Söylemi”, **Fe Dergi: Feminist Eleştiri**, Cilt 7, Sayı 2, 21-34.

HAKİM, Catherine (2010): “Erotic Capital”, **European Sociological Review**, Volume: 26, Number: 5, pp. 499–551.

HAMMERSLEY, Martyn-TRAIANOU, Anna (2017): **Nitel Araştırmalarda Etik: İhtilaflı Konular ve Bağlam**, (Çeviren: Sibel BALCI-Berat AHİ), Anı Yayıncılık, Ankara.

HAN, Byung-Chul (2013): **Yorgunluk Toplumu**, (Çeviren: Samet YALÇIN), Açılım Kitap, İstanbul.

HAN, Byung-Chul (2018): **Şeffaflık Toplumu**, (Çeviren: Haluk BARIŞCAN), Metis Yayınları, İstanbul.

HAN, Byung-Chul (2019a): **Güzeli Kurtarmak**, (Çeviren: Kadir Filiz), İnsan Yayınları, İstanbul.

HAN, Byung-Chul (2019b): **Psikopolitika: Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri**, (Çeviren: Haluk BARIŞCAN), Metis Yayınları, İstanbul.

HAN, Byung-Chul (2020): **Eros'un İstirabı**, (Çeviren: Şeyda ÖZTÜRK), Metis Yayınları, İstanbul.

HERİTIER, Françoise (2014): "İnsanlığın Şafağında", **Kadınların En Güzel Tarihi**, (Derleyen: Françoise HERİTIER, Michelle PERROT, Sylviane AGACİNSKİ, Nicole Bacharan), (Çeviren: Yonca Aşçı DALAR), Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.

HERZOG, Dagmar (2014): **Avrupa'da Cinsellik**, (Çeviren: Zeynep YILMAZ), Doğan Kitap, İstanbul.

HEYWOOD, Andrew (2012): **Siyasetin Temel Kavramları**, (Çeviren: Hayrettin ÖZLER), Liberte Yayın Grubu, Ankara.

HEWITT, John P.-SHULMAN, David (2019): **Benlik ve Toplum: Sembolik Etkileşimci Sosyal Psikoloji**, (Çeviren: Büşra AKTAŞ), Bilge Yayıncılık, İstanbul.

HİGGİNS, E. Tory (1987): "Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect", **Psychological Review**, Volume: 94, No: 3, PP: 319-340.

HOBSBAWN, E. J. (2013): **Devrim Çağı**, (Çeviren: Bahadır Sina ŞENER), Dost Kitabevi, İstanbul.

HOCAOĞLU, Durmuş (2000): "Platon Felsefesinde Estetik Kaygu ve Hâkikat veya Şiir ve Felsefe", **Güzellik Felsefesi: Estetik**, Sayı: 71, Yaz (Temmuz-Ağustos-Eylül), İstanbul.

HOGG, Micheal A.-VAUGHAN, Graham M. (2007): **Sosyal Psikoloji**, (Çeviren: İbrahim YILDIZ-Aydın GELMEZ), Ütopya Yayınları, Ankara.

HOWSON, Alexandra – INGLİS, David (2001): "The Body in Sociology: Tensions Inside and Outside Sociological Thought", **The Editorial Board of The Sociological Review**, Published by Blackwell Publishers, Oxford.

ILLİCH, İvan (2017): **Sağlığın Gaspı**, (Çeviren: Süha SERTABİBOĞLU), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

İŞİK, Emre (1998): **Beden ve Toplum Kuramı**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

İNCEOĞLU, Yasemin-KAR, Altan (2010): "Yeni Güzellik İkonları: İnsan Bedeninin Özgürlüğü mü? Mahkûmiyeti mi?", **Kadın ve Bedeni**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

JUNG, Jaehee-LENNON, Sharron J. (2003): “Body Image, Appearance Self-Schema, and Media Images”, **Family and Consumer Sciences Research Journal**, Vol. 32, No: 1. SAGE Publishing, New York.

KAHRAMAN, Hasan Bülent (2005): **Cinsellik, Görsellik, Pornografi**, Agora Kitaplığı, İstanbul.

KAHRAMAN, Hasan Bülent (2007): **Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye**, Agora Kitaplığı, İstanbul.

KALAN, Özlem (2014): "Foucault'un Biyopolitika Kavramı Bağlamında Moda ve Beden: Vouge Dergisi Üzerinden Bir Söylem Analizi". **Selçuk İletişim Dergisi**, (Editör: Ahmet TARHAN), Cilt: 8, Sayı: 3, Konya.

KANTER, Beyhan (2019): **Kurmaca Bedenler: Türk Romanında Bir Söylem Biçimi Olarak Beden (1923-1980)**, Kesit Yayınları, İstanbul.

KARA, Umut Yener (2014): **Kimlik Oyunu**, İletişim Yayınları, İstanbul.

KARA, Zülküf (2011): “Beden Sosyolojisinden Ölüm Sosyolojisine: İnterdisipliner Bir Yaklaşım”, **Beden Sosyolojisi**, (Derleyen: Kadir CANATAN), Açılımkitap, İstanbul.

KARA, Zülküf (2013): **Toplumla Yüzleşme: Yüz Nakli Üzerine Fenomenolojik Bir Çalışma**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

KARABACAK, İnci (2016): “Postmodern Toplumda Reklamlar ve Yaşlıların Temsili”, **Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 10, SS: 522-538.

KARADUMAN, Sibel (2010): “**Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü**”, Yaşar Üniversitesi Dergisi, İzmir.

KARMACHARYA, Shiwa (2016): “Body Image and its Effects on Adolescents”, **Social Dissertation and Seminar (RDS 366) of Bachelors in Social Work (BSW), Bachelors in Social Work (BSW)**, Buddhanagar, Kathamandu.

KAWAMURA, Yuniya (2016): **Moda-loji**, (Çeviren: Şakir ÖZÜDOĞRU), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

KAYA, Ali (2014): Pierre Bourdieu'nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı", **Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi**, (Derleyenler: Güney ÇEĞİN-Emrah GÖKER-Alim ARLI-Ümit TATLİCAN), İletişim Yayınları, İstanbul.

KAYA, Alim-BOZKUR, Binaz (2017): "Kadercilik Eğilimi İle Özyeterlik İnancı ve Savunma Mekanizmaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", **Ege Eğitim Dergisi**, (Editör: Dilek Yelda KAĞNICIE), Cilt: 18, Sayı: 1, İzmir.

KEKLİK, Belma (2012): "Öğretim Üyelerinin Dış Görünüşlerinin Öğrenciler Tarafından Algılanma Biçiminin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", **Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 3, Alanya.

KESİM, Sevgi-KAR, Altan (2010): "Plastik Cerrahi 'Tanrım Beni Baştan Yarat!' Metaforunu Mümkün Kılabilir mi?", **Kadın ve Bedeni**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

KESKİN, Ferda (2014): "Giriş", Micheal FOUCAULT, **Özne ve İktidar**, (Çeviren: Osman AKINHAY- Işık ERGÜDEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

KIVISTO, Peter (2008): **Sosyolojinin Temel Kavramları**, (Çeviren: İhsan ÇAPCIOĞLU-Sefer YAVUZ), Birleşik Yayınevi, İstanbul.

KINLEY, Tammy R. (2010): "The Effect of Clothing Size on Self-Esteem and Body Image", **Family & Consumer Sciences Research Journal**, Vol. 38, No. 3.

KNİBİEHLE, Yvonne (2005): "Vücutlar ve Yüreklere", **Kadınların Tarihi IV: Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı**, Editörler: Genevieve FRAÏSSE-Michelle PERROT, (Çeviren: Ahmet FETHİ), Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.

KÖSE, Hüseyin (2010): **Medya ve Tüketim Sosyolojisi**, Ayraç Kitapevi, Ankara.

KUMBETOĞLU, Belkıs (2010): "Değersizleştirme: Kadın Bedeninin Maruz Kaldığı Şiddet", **Kadın ve Bedeni**, (Derleyen: Yasemin İNCEOĞLU- Altan KAR), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

KUŞ, Elif (2003): **Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri**, Anı Yayınları, ANKARA.

KÜTÜKÇÜ, Tamer (2010): **Türk Yazınında Kadın Bedeni ve Cinselliğinin Temsili**, Cinius Yayınları, İstanbul.

LANDES, S. David (1998): **Kapitalizmin Doğuşu**, (Çeviren: Süleyman E.GÜNDÜZ), İnsan Yayınları, İstanbul.

LASCH, Christoper (2006): **Narsisizm Kültürü**, (Çeviren: Suzan ÖZTÜRK-Ümit Hüsrev YOLSAL), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Lawrence, D.H. (2015): **Pornografi ve Müstehcenlik**, (Çeviren: Burcu SİPAHİ), Fabula Yayın, İstanbul.

LEBESCO, Kathleen (2017): “Şişmanlık Paniği ve Yeni Erdem”, **Yeni Bir Erdeme Dönüşen Sağlığa Karşı**, (Çeviren: Nurettin ELHUSEYİNİ), YKY Yayınları, İstanbul.

LEFEBVRE, Henri (2007): **Modern Dünyada Gündelik Hayat**, (Çeviren: Işın GÜRBÜZ), Metis Yayınları, İstanbul.

LEMKE, Thomas (2017): **Biyopolitika**, (Çeviren: Utku ÖZMAKAS), İletişim Yayınları, İstanbul.

LOCKE, Edwin A. (1982): “The Ideas of Frederick W Taylor: An Evaluation”, **Academy of Management Review**, Vol. 7, No: 1. Dallas.

LÖKKE, Eirik (2020): **Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat**, (Çeviren: Dilek BAŞAK), KÜY, İstanbul.

MAALOUF, Amin (2005): **Ölümcül Kimlikler**, (Çeviren: Aysel BORA),YKY Yayınları, İstanbul.

MARCUSE, Herbert (2008): **Tek-Boyutlu İnsan**, (Çeviren: Aziz YARDIMLI), İdea Yayınları, İstanbul.

MARCUSE, Herbert (2013): **Özgürlük Üzerine Bir Deneme**, (Çeviren: Soner SOSYAL), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

MARSHALL, Gordon (1999): **Sosyoloji Sözlüğü**, (Çeviren: Osman AKINHAY-Derya KÖMÜRCÜ), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

MARX, Karl (2010): **Kapital I. Cilt**, (Çeviren: Mehmet SELİK-Nail SATLIGAN), Yordam Kitap, İstanbul.

MAUSS, Marcel (1973): “Techniques Of The Body”, **Economy and Society**, 2:1, London.

MCROBBİE, Angela (2013): **Postmodernizm ve Popüler Kültür**, (Çeviren: Almila ÖZDEK), Persomen Yayıncılık, İstanbul.

MELCHIOR-BONNET, Sabrina (2007): **Aynanın Tarihi**, (Çeviren: İsmail YERGUZ), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

MENGUE, Philippe (2018): **Yürümek, Koşmak, Yüzmek: Kaçak Beden**, (Çeviren: Orçun TÜRKEY), YKY, İstanbul.

METZL, Jonathan M. (2017): “Giriş: Sağlığa Karşı Oluşumuzun Sebebi”, **Yeni Bir Erdeme Dönüşen Sağlığa Karşı**, (Çeviren: Nurettin ELHUSEYİNİ), YKY Yayınları, İstanbul.

MOLLAER, Fırat (2015): **Modernlik Kehanetleri**, Orion Kitabevi, İstanbul.

MORRIS, Desmond (2006): **Çıplak Kadın: Kadın Vücudu Üzerine Bir Çalışma**, (Çeviren: Ayşe Aslı ÖZER), İnkılap Kitabevi, İstanbul.

MUTLU, Erol (2012): **İletişim Sözlüğü**, Sofos Yayınları, Ankara.

NADASBAŞ, Serdar Egemen (2019): “İdeal Bedene Ulaşma İllüzyonu: Saptırılmış Beden Uygulaması ve Türkiye Hazır Giyim Sektöründe Kullanımı”, **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 6. SS: 10-21.

NAZLI, Aylin (2009): “Sosyolojik Bakışın Eşiğindeki Beden”, **Toplumbilim: Beden Sosyolojisi Özel Sayısı**, (Editör: Ali AKAY), 24. Sayı, Bağlam Yayınları, İstanbul.

NİEDZVIECKİ, Hal (2011): **Ben Özelim!** (Çeviren: Sibel ERDUMAN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

NİEDZVIECKİ, Hal (2018): **Dikizleme Günlüğü**, (Çeviren: Gökçe GÜNDÜÇ), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

OĞUZ, Gürsel Yaktıl (2005): “Bir Güzellik Miti Olarak İncelik ve Kadınlarla İlgili Beden İmgelerinin Televizyonda Sunumu”, **Selçuk İletişim**, Cilt:4, Sayı:1, Konya.

OĞUZ, Gürsel Yaktıl (2010): “Güzellik Kadınlar İçin Nasıl Vaade Dönüşür: Kadın Dergilerindeki Kozmetik Reklamları Üzerine Bir İnceleme”, **Selçuk İletişim**, Cilt: 6, No: 3, Konya.

ORY, Pascal (2013): “Sıradan Beden”, **Bedenin Tarihi 3: Bakıştaki Değişim: 20. Yüzyıl**, (Çeviren: Saadet ÖZEN), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

OSKAY, Ünsal (2016): **Yıkanmak İstenmeyen Çocuklar Olalım**, İnkılâp Yayınları, İstanbul.

OSKAY, Ünsal (2019): **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, İnkılâp Yayınları, İstanbul.

ÖNDERMAN, Murat (2020): **Utanç: Sosyo-Kültürel Bir Fenomen**, Vakıfbank Kültür Yayınları, İstanbul.

ÖZDEMİRCİ, ATA (2012): **Popüler Kültür Tüketim Psikolojisi ve İmaj Yönetimi**, Beta Yayınları, İstanbul.

ÖZGEN, İpek (2017): “Tüketim Kültürü ve Medyada Güzellik Söylemi: Bir Alımlama Çalışması”, **Global Media Journal**, (Editör: Özge Erbek KARA) Cilt: 8, Sayı: 15, İstanbul.

ÖZTÜRK, Mustafa (2012): **Cahilliyyeden İslamiyet’e Kadın**, Ankara Okulu, İstanbul.

ÖZTÜRK, Akif (2012): “Eril Bedenselleşme: Hegemonik Erkek Bedeninin İnşası”, **Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 13, s. 39-53.

PACTEAU, Francette (2005): **Güzellik Semptomu**, (Çeviren: Banu EROL), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

PELLERGİN, Nicole (2008): “Sıradan İnsanların Bedeni, Bedenin Sıradan Kullanımı”, **Bedenin Tarihi 1: Rönesanstan Aydınlanmaya**, (Hazırlayanlar: Alain CORBİN, Jean-Jacques, Georges VİGARELLO), (Çeviren: Saadet ÖZEN), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

PENNY, Laurie (2018): **Et Pazarı: Kapitalizmde Kadın Bedeni**, (Çeviren: Yeşim ERSOY), Pales Yayınları, İstanbul.

PİRENNE, Henri (2014): **Orta Çağ Kentleri**, (Çeviren: Şadan KARADENİZ), İletişim Yayınları, İstanbul.

POLOMA, Margaret P. (1993): **Çağdaş Sosyoloji Kuramları**, (Çeviren: Hayriye ERBAŞ), Gündoğan Yayınları, Ankara.

PORTER, Ray- VİGARELLO, Georges (2008): “Beden, Sağlık ve Hastalıklar”, **Bedenin Tarihi 1: Rönesanstan Aydınlanmaya**, (Hazırlayanlar: Alain CORBİN, Jean-Jacques, Georges VİGARELLO), (Çeviren: Saadet ÖZEN), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

PUHL, Rebecca M.-HEUER, Chelsea A. (2010): “Obesity Stigma: Important Considerations for Public Health”, **American Journal of Public Health**, Vol: 100, No: 6, American Public Health Association, Washington, D.C.

QUATAERT, Donald (1997): “Clothing, Laws, State and Society in the Ottoman Empire (1720-1829)”, **International Journal of Middle East Studies**, Vol. 29, No. 3, Cambridge University Press. Cambridge.

RİTZER, George (2013): **Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri**, (Çeviren: Irmak Ertuna HOWİSON), De Ki Basım Yayım, İstanbul.

RİTZER, George-STEPNISKY, Jeffrey (2015): **Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri**, (Çeviren: Irmak Ertuna HOWİSON), De Ki Basım Yayım, İstanbul.

ROBERTS, Dorothy (2017): “Gen Çağında Sağlığın Sosyal Erdemsizliği”, **Yeni Bir Erdeme Dönüşen Sağlığa Karşı**, (Çeviren: Nurettin ELHUSEYİNİ), YKY Yayınları, İstanbul.

ROBİNS, Kevin (2013): **İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası**, (Çeviren: Nurçay TÜRKOĞLU), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

ROUSSEAU, Jean Jeacques (2008): **İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı**, (Çeviren: R. Nuri İLKER), Say Yayınları, İstanbul.

SAGAERT, Claudine (2017): **Kadın Çirkinliğinin Tarihi**, (Çeviren: Serdar KENÇ), Maya Kitap Yayıncılık, İstanbul.

SAĞIR, Adem (2017): **Ölüm Sosyolojisi**, Phoenix Yayınları, Ankara.

SARAÇ, Simge (2013): “Toplumsal Cinsiyet”, **Toplumsal Cinsiyet ve Yansımaları**, (Editörler: Lerzan GÜLTEKİN, Gül GÜNEŞ, Ceylan ERTUNG, Aslı ŞİMŞEK), Atılım Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

SARUP, Madan (2010): **Post-yapısalcılık ve Postmodernizm**, (Çeviren: Abdülbaki GÜÇLÜ), Kırk Gece Yayınları, İstanbul.

SAYGIN, Tuncay (2010): “Yapısalcılıktan Postyapısalcılığa”, **Postyapısalcılık**, Derleyen: Armağan ÖZTÜRK, Phoneix Yayınları, İstanbul.

SCHİCK, İrvin Cemil (2017): **Bedeni, Toplumu ve Kâinatı Yazmak**, (Çeviren: Pelin TÜNAYDIN), İletişim Yayınları, İstanbul.

SCHİLLİNG, Chris (1993): **The Body and Social Theory**, SAGE Publications Ltd., California.

SCHİLLİNG, Chris (2005): **The Body in Culture, Technology and Society**, SAGE Publication, London.

SCHMİTT, Carl (2016): **Siyasal İlahiyat**, (Çeviren: A. Emre Zeybekoğlu), Dost Kitabevi, Ankara.

SCOTT, Joan W. (2007), **Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi**, AgoraKitaplığı, İstanbul.

SENNETT, Richard (2011): **Ten ve Taş: Batı Uygarlığında Beden ve Şehir**, (Çeviren: Tuncay BİRKAN), Metis Yayınları, İstanbul.

SHERLOCK, Joyce (1993): “Dance And The Culture Of The Body”, **Body Matters**, (Edited: Sue Scott and David Morgan). The Falmer Press, Washington.

SİĞİN, İbrahim (2019): **Sosyal Medya Kullanan Gençlerin Mahremiyet Algısının İncelenmesi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Medya Ve İletişim Yönetimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

SİLVERMAN, Kaja (2016): “Moda Bir Söylemden Parçalar”, **Eğlence İncelemeleri**, Derleyen: Tania Modleski, (Çeviren: Nurdan GÜRBİLEK), Metis Yayınları, İstanbul.

SİMMELE, George (2006): **Modern Kültürde Çatışma**, (Çeviren: Tanıl BORA-Naziye KALAYCI-Elçin GEN), İletişim Yayınları, İstanbul.

SİMMELE, Georg (2009): **Bireysellik ve Kültür**, (Çeviren: Tuncay BİRKAN), Metis Yayınları, İstanbul.

SMİTH, Philip (2005) : **Kültürel Kuram**, (Çeviren: Selime GÜZELSARI-İbrahim GÜNDOĞDU), Babil Yayınları, İstanbul.

SOGER, Richard-UDALE, Jenny (2013): **Moda Tasarımlarının Temeli**, (Çeviren: Çiğdem SİRKECİ), Literatür Yayınları, İstanbul.

SOMAY, Bülent (2018): **Bir Şeyler Eksik**, Metis Yayınları, İstanbul.

SOMBART, Werner (2005): **Kapitalizm ve Yahudiler**, (Çeviren: Sabri GÜRSER), İleri Yayınları, İstanbul.

SOMBART, Werner (2008): **Burjuva**, (Çeviren: Oğuz ADANIR), DoğuBatıYayınları, Ankara.

SONTAG, Susan (2015): **Metafor Olarak Hastalık: AIDS ve Metaforları**, (Çeviren: Osman AKINHAY), Can Yayınları, İstanbul.

SOYŞEKERCİ, Serhat (2013): **Beden Sanatı**, DoğuBatı Yayınları, İstanbul.

STOREY, John (2000): **Popüler Kültür Çalışmaları: Kuram ve Metotlar**, (Çeviren: Koray KARAŞAHİN), Babil Yayınları, İstanbul.

ŞAŞMAZKAYLI, Derya (2011): **Kadın Bedeni ve Özgürleşme**, İlya Yayınları, İzmir Yayınevi, İzmir.

ŞEYHUN, Melis H. (2008): “Siyah bir Çanta Üzerine Deneme”, **İnsan Nasıl Giyinir**, Cogito, Sayı: 55, (Derleyen: Şeyda ÖZTÜRK), (Çeviren: Sema FIRAT), YKY Yayınları, İstanbul.

ŞİMŞEK, Lütfü (2011): **Sosyal Bilimler ve Felsefe**, Kitap Yayınevi, İstanbul.

ŞİŞMAN, Nazife (2016): **Emanetten Mülke: Kadın, Beden, Siyaset**, İz Yayıncılık, İstanbul.

ŞİŞMAN, Nazife (2020): **Kaderle Tasarım Arasında Yeni İnsan**, İnsan Yayınları, İstanbul.

TAŞÇIER, Feysel (2010): “Michel Foucault ve Güç/İktidar Çözümlemeleri”, **Postyapısalcılık**, (Derleyen: Armağan ÖZTÜRK), Phoneix Yayınları, Ankara.

TAŞKENT, Ayşe (2013): **Güzelin Peşinde: Farabi, İbn Sina ve İbn Rüşd’de Estetik**, Klasik Yayınları, İstanbul.

TATAR, Dilara Buket (2016): “Modernleşmeden Postmodernleşmeye Barbie”, **Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi**, 6/1, Ankara.

TATAR, Taner (2012): “Fark-Farkçılık-Birlik Ekseninde Kimlik”, **Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi**, (Editör: Recai ÇOŞKUN), Sayı: 13, Ankara.

TAYLOR, Charles (1995): **Modernliğin Sıkıntıları**, (Çeviren:Uğur CANBİTEN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

TAYLOR, Frederick W. (2016): **Bilimsel Yönetimin Kuralları**, (Çeviri: H. Bahadır AKIN), ADRES Yayınları, İstanbul.

TAZEGÜL, Ünal (2018): **Spor, Narsizm ve Beden Algısı**, Detay Yayıncılık, Ankara.

TEKİN, Mustafa (2011):” Feminizmin Kadın Algısından Beden İmgesi ve Din”, **Beden Sosyolojisi**, (Derleyen: Kadir CANATAN), Açılım Yayınları, İstanbul.

TİGGERMAN, Marika-HAYDEN, Susannah-BROWN, Zoe-VELDHUIS, Jolanda (2018): “The Effect Of Instagram “Likes” On Women’s Social Comparison And Body Dissatisfaction”, **Body Images, An International Journal of Research**, Vol: 26, Elsevier Publishing, Oxford.

- TİMURTURKAN, Meral Glkaya (2009): “Güzellik İdealı Etrafında Biçimlenen ve Biimlendirilen Bedenler”, **Toplumbilim: Beden Sosyolojisi zel Sayısı**, (Editör: Ali AKAY), 24. Sayı, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- TORUNOğLU, Dilek (2010): “alışma Yaşamı ve Dış Görünüş”, **Kadın ve Bedeni**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- TOURAİNE, Alain (2004): **Modernliğin Eleştirisi**, (eviren: Hülya TUFAN), YKY, İstanbul.
- TOURAİNE, Alain (2007): **Kadınların Dünyası**, (eviren: Mehmet MARALLI), Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- TURA, Saffet Murat (2018): **şeyh ve Arzu**, Metis Yayınları, İstanbul.
- TURNER, Bryan S. (2008): **The Body and Society**, SAGE Publication Ltd., Colifornia.
- TURNER, Bryan S. (2017): **Tıbbi G ve Toplumsal Bilgi**, (eviren: Ümit TATLİCAN), Sentez Yayınları, İstanbul.
- TWİGG, Julia (2011): “Modern Asceticism and Contemporary Body Culture”, **Beyond Pleasure: Cultures of Modern Asceticism** (Edited By: Evert PEETERS, Leen Van MOLLE-Kaat WİLS), Berghahn Books, New York.
- TYLER, Melissa ve ABBOTT, Pamela (1998). “Chocs Away: Weight Watching in The Contemporary Airline İndustry”, **Sociology**, Vol. 32, No. 3.
- ULAş, Sarp Erk (2002): **Felsefe Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul.
- USER, İnci (2010): “Biyoteknolojiler ve Kadın Bedeni”, **Kadın ve Bedeni**, (Derleyen: Yasemin İNCEOğLU- Altan KAR), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- ÜNSALDI, Levent (2019): **Burada Ne Oluyor? Türkiye’de Etkileşimlerin Ekolojisi zerine Bir Deneme**, Heretik Basın Yayın, Ankara.
- VEBLEN, B. Thorstein (2008): “Kadın Giyiminin İktisadi Teorisi”, **Cogito: İnsan Nasıl Giyinir**, (Derleyen: şeyda ÖZTÜRK), (eviren: Esen Ezgi TAşçIOğLU), Sayı: 55, YKY Yayınları, İstanbul.
- VEBLEN, Thorstein (2005): **Aylak Sınıfın Teorisi**, (eviren: Zeynep GÜLTEKİN-Cumhur ATAY), Babil Yayınları, İstanbul.

VERGİN, Nur (2007): **Siyasetin Sosyolojisi: Kavramlar, Tanımlar, Yaklaşımlar**, Bağlam Yayınları, İstanbul.

VİGARELLO, Georges (2013): **Güzelliğin Tarihi**, (Çeviren: Erkan ATAÇAY), Dost Yayınları, Ankara.

VİGARELLO, Georges (2016): **Ortaçağ'dan 20. Yüzyıla Şişmanlığın Tarihi**, (Çeviren: Yasemin KAYACAN), Doğan Kitap, İstanbul.

VİGARELLO, Georges-HOLT, Richard (2011): “İşlenen Beden: 19. Yüzyılda Jimnastikçiler ve Sporcular”, **Bedenin Tarihi 2: Fransız Devrimi'nden Büyük Savaşa**, (Çeviren: Orçun TÜRKAY), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

WACQUANT, Löic (2014): “Pierre Bourdieu: Hayatı, Eserleri ve Entelektüel Gelişimi”, **Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi**, (Derleyenler: Güney ÇEĞİN-Emrah GÖKER-Alim ARLI-Ümit TATLİCAN), İletişim Yayınları, İstanbul.

WALLACE, Ruth A.-WOLF, Alison (2012): **Çağdaş Sosyoloji Kuramları**, (Çeviren: Leyla ELBURUZ-M.Rami AYAS), Doğu Batı Yayınları, Ankara.

WASKUL, Dennis D.-VANNINI, Phillip (2006): “The Body in Symbolic Interaction”, **Body/Embodiment Symbolic Interaction and the Sociology of the Body**, (Edited by: Dennis WASKUL- Phillip VANNINI), Ashgate Publishing Limited, Hampshire.

WATSON, Nigel (2006): “Postmodernizm ve Yaşam Tarzları”, **Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü**, Editör: Stuart SİM, (Çeviren: Mukadder ERKAN-Ali UTKU), Ebabil Yayınları, İstanbul.

WEBER, Max (2005): **Bürokrasi ve Otorite**, (Çeviren: H. Bahadır Akın), Adres Yayınları, Ankara.

WEBER, Max (2009) **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**, (Çeviren: Zeynep GÜRATA), Ayraç Yayıncılık, Ankara.

WILLIAMSON, Judith (2016): “Kadın Bir Adadır: Dişilik ve Sömürgecilik”, **Eğlence İncelemeleri**, Derleyen: Tania Modleski, (Çeviren: Nurdan GÜRBİLEK), Metis Yayınları, İstanbul.

WOLLEN, Peter (2008): “Pasajlar Yapıtı'nda Moda Kavramı”, **Cogito: İnsan Nasıl Giyinir**, Derleyen: Şeyda ÖZTÜRK, (Çeviren: Elif GÖKTEKE), Sayı: 55, YKY Yayınları, İstanbul.

YADA Vakfı, (2019): **Türkiye’de Yaşlılık Tahayyülleri ve Pratikleri Araştırması**, (Hazırlayan: Mesut ERGÜN – Tolga ARVA), OVERTEAM Yayınları, İstanbul.

YAYLAGÜL, Levent (2014): **Kitle İletişim Kuramları**, Dipnot Yayınları, Ankara.

YALOM, Marilyn (2002): **Memenin Tarihi**, (Çeviren: Ayşe GÜN), Çitlembik Yayınları, İstanbul.

YILDIRIM, Ali-ŞİMŞEK, Hasan (2003): **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

YILDIRIM, Tarık Emre (2013): **Klinik Reklamcılık: Reklam Sürecinde Psikodinamik Ve Psikolojik Rahatsızlıkların Kullanımı**, Yıldız Teknik Üniversitesi E-Yayınları, İstanbul.

YILDIRIM, Yavuz (2008): “İktidarın Yeni Görünmez Eli Ya Da Siyaset için Yeni Bir Araç: Biyopolitika”, **Toplum Üzerine Yeni Perspektifler**, (Derleyen: Armağan ÖZTÜRK), Dipnot Yayınları, Ankara.

YÜCEDAĞ, İbrahim (2018): “Gerçekliğin İki Sarkacı: Deleuze’de Lacancı İzler”, Gerçeklik, Arzu ve Göçebelik Üzerine, (Editör: Zülküf KARA), Çizgi Kitabevi, Ankara.

ZİEGLER, Daniel J. (2016): “Defense Mechanisms in Rational Emotive Cognitive Behavior Therapy Personality Theory”, **Springer Science**, Business Media, New York.

ZİJDERVELD, Anton C. (2007): **Sahnelik Toplum**, (Çeviren: Kadir CANATAN), Pınar Yayınları, İstanbul.