

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**POSTMODERN ÇAĞDA BEDENİN YENİDEN İNŞASI VE GÜZELLİK SALONLARI:
TRABZON İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Aleyna BAYRAM

OCAK - 2025

TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**POSTMODERN ÇAĞDA BEDENİN YENİDEN İNŞASI VE GÜZELLİK SALONLARI:
TRABZON İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Aleyna BAYRAM

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Serdal FİDAN

OCAK - 2025

TRABZON

ONAY

Aleyna BAYRAM tarafından hazırlanan “Postmodern Çağda Bedenin Yeniden İnşası ve Güzellik Salonları: Trabzon İli Örneği” adlı bu çalışma 17.01.2025 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı’nda **yüksek lisans tezi** olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyesi		Karar		İmza
Unvanı - Adı ve Soyadı	Görevi	Kabul	Ret	
Prof. Dr. Fatih TOPALOĞLU	Başkan	☐	☐	
Dr. Öğr. Üyesi Serdal FİDAN	Üye	☐	☐	
Dr. Öğr. Üyesi Ersoy Özmen ALKAN	Üye	☐	☐	

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

Prof. Dr. Haydar AKYAZI
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca KTÜ-Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu'na uygun olarak hazırlanan bu Çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını aksinin ortaya çıkması durumunda her tür yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

Aleyna BAYRAM

17.01.2025

ÖNSÖZ

Bu tez çalışması Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda yapılmıştır.

Güzellik kavramı geçmişten bugüne varlığını korumuş ve korumaya da devam etmektedir. Güzelliğe atfedilen anlam her geçen gün farklılaşmakta ve bireyselleşmektedir. Her bireyin güzelliğe bakış açısı ve yorumu değişkenlik göstermektedir. Estetik kavramı ise geçmişte çok konuşulmasa da günümüzde bireyler tarafından artık normal sayılmaya başlamıştır. Estetik bugün tercihe bağlı olarak yapılan bir cerrahi müdahale olarak karşımıza çıkmaktadır. Estetik sayesinde insanlar özgürce istedikleri görünüme kavuşmaktadır. Güzellik ve estetik kavramları birbirini beslemekte ve birçok sektörü de etkilemektedir. Bundan etkilenen en büyük üç sektör ise medikal, psikoterapi ve pazarlamadır. Bu araştırma Trabzon'da yaşayan ve estetik müdahale yaptıran insanların güzelliğe, estetiğe, değişime bakış açılarını, estetiği tercih etme sebeplerini değerlendirmek için yapılmıştır.

Tez çalışmam ve eğitim hayatım boyunca bana danışmanlık yapan, bildiklerini bana sabırla aktaran ve bütün sorularıma cevap olan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Serdal FİDAN'a teşekkürlerimi sunuyorum. Bu süreçte maddi ve manevi her daim yanımda olan ve desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, her derdime koşan biricik aileme ve en çok da tez boyunca bütün kahrımı çeken canım abim Burak BAYRAM'a teşekkür ederim. Varlığınız daim olsun.

Ocak, 2025

Aleyna BAYRAM

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	IV
İÇİNDEKİLER	V
ÖZET.....	VIII
ABSTRACT	X
KISALTMALAR LİSTESİ	XII
TABLolar LİSTESİ.....	XIII
GİRİŞ	1-2

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	3-30
1.1. Güzelliğin Tarihsel Süreci.....	3
1.2. Kadınlarda Güzellik	5
1.3. Erkeklerde Güzellik	7
1.4. Estetiğin Tarihsel Süreci	8
1.4.1. Altın Oran / Fi Sayısı	11
1.5. Beden Algısı.....	12
1.6. Modernizm ve Beden Algısı	12
1.7. Postmodernizm ve Beden Algısı.....	14
1.8. Toplumsal Cinsiyet ve Beden Algısı.....	16
1.9. Sembolik Etkileşimcilik	16
1.9.1. Charles Cooley ve Ayna-Benlik Kuramı	18
1.10. Kapitalizm ve Güzelliğin Ticarileşmesi.....	19
1.11. Medyada Güzellik Söylemi.....	22
1.12. Feminizm	24
1.13. Estetik ve Din İlişkisi	27
1.14. Estetik ve Kültür İlişkisi.....	28

İKİNCİ BÖLÜM

2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ.....	31-35
2.1. Araştırmanın Konusu Amacı ve Önemi.....	31
2.2. Araştırmanın Yöntemi.....	32
2.3. Araştırmanın Örneklem ve Evreni	33
2.4. Araştırma Verilerinin Analizi	34

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ	36-67
3.1. Katılımcıların Demografik Yapıları.....	36
3.1.1. Cinsiyet ve Estetik İlişkisi	38
3.1.2. Yaş ve Estetik İlişkisi.....	38
3.1.3. Medeni Durum ve Estetik İlişkisi	39
3.1.4. Meslek ve Estetik İlişkisi	39
3.1.5. Ekonomik Durum ve Estetik İlişkisi.....	39
3.2. Görüşme Bulgularının Değerlendirilmesi	39
3.2.1. Bireylerin Estetik ve Güzellik Tanımlaması.....	39
3.2.1.1. Güzelliğin Tanımlanması.....	39
3.2.1.2. Estetik Müdahalenin Tanımlanması	42
3.2.1.3. Bireylerin Kendi Dış Görünüşlerini Yorumlaması.....	45
3.2.2. Bireylerin Estetik Müdahale Yaptırmaya Karşı Bakışları	47
3.2.2.1. Bireylerin Estetik Müdahale Olma Sebepleri	47
3.2.2.2. Yaptırılan Estetik Müdahaleye Karşı Pişmanlık Hissi.....	49
3.2.2.3. Yeni Bir Estetik Müdahaleye Bakış Açısı	51
3.2.3. Yapılan Estetik Müdahaleler ve Bireylerin Yaşantılarına Etkileri.....	52
3.2.3.1. Tercih Edilen Estetik Müdahale	52
3.2.3.2. Estetik Müdahalenin Yaşantıya Etkisi	53
3.2.4. Estetik Müdahale Sonrasında Bireylerin Güzellik Algısı Değişimi	55
3.2.4.1. Estetik Müdahale Sonrasında Mutluluk Hissi	55
3.2.4.2. Estetik Müdahale Sonrasındaki Değişimin Kişi Üzerindeki Etkisi	57
3.2.5. Sosyal Medya ve Sosyal Çevrenin Estetik Müdahaleye Karşı Bakışları	59
3.2.5.1. Estetik Müdahale Sonrası Çevreden Gelen Tepkiler	59
3.2.5.2. Toplumun Güzellik Algısı	62
3.2.5.3. Reklam Sektörü/Sosyal Medyanın Estetik Müdahaleye Etkisi	65

SONUÇ ve ÖNERİLER.....	68
KAYNAKÇA	73
ELEKTRONİK KAYNAKLAR	76
EKLER.....	78
ÖZGEÇMİŞ.....	81



ÖZET

Güzellik kişiden kişiye farklılık gösteren, herkes tarafından farklı yorumlanan bir kavramdır. Güzellik nedir diye sorulduğunda buna bilimsel bir cevap vermek yanlış olacaktır. Estetik ise güzellik kavramı gibi sıkça kullanılan bir kavram olmakla birlikte bilimsel açıdan bir tanımı yapılabilmektedir. Estetik, ulaşılmak istenen güzellik için cerrahi aletler ve medikal ürünler sonucu elde edilen bir olgudur. Bu iki kavram günümüzde birbirini sıkça desteklemekte ve beslemektedir. Güzellik algısı geçmişten günümüze dönemsel olarak sürekli değişmektedir. Her birey bu algıya yaklaşabilmek adına artık estetik müdahalelere çok daha sıcak bakmaktadır. Buradaki amaç toplum tarafından atfedilen güzellik tanımına uyum sağlayabilmek, kendini o güzellikte görebilmek ve herkese de bu sonucu gösterebilmektir. Kişinin öncelikli hedefi dış görünüşünü değiştirerek kendi mutluluğunu sağlamak sonraki hedefi ise toplum tarafından beğenilme arzusudur. Günümüzde gelişen tıp teknolojisi ile ulaşılmak istenen bu değişime erişmek artık çok daha kolay olmaktadır. Estetik müdahalede bulunma sebebi yalnızca görünüş olmamakla birlikte bunu sağlık sorunları nedeniyle yaptıran bireyler de bulunmaktadır.

Medyada atfedilen güzellik algısıyla birlikte insanlar cinsiyeti, ekonomik durumu, yaş grubu, eğitim düzeyi fark etmeksizin rahatlıkla estetik müdahaleye başvurabilmektedir. Sağlık açısından hiçbir sorunu olmadığı halde yalnızca bu güzellik algısına ulaşabilmek adına bıçak altına yatan birçok birey bulunmaktadır. Her geçen gün insanların estetik müdahaleye karşı bakış açısı olumlu bir şekilde değişmektedir. Geçmiş zamanlarda estetik müdahaleler çok fazla kabul görmemekteydi. Ancak günümüzde estetik müdahale yaptıranların sayısı gün geçtikçe artmaktadır.

Bu araştırma Trabzon'da yaşayan ve estetik müdahale yaptırmış olan bireylerin güzelliğe, estetiğe, değişime bakış açılarını anlamlandırmak için yapılmıştır. Araştırma konusuyla ilgili olarak teorik bilgilere yer verilmiştir. Güzelliğin ve estetiğin ne olduğundan, tarihsel gelişiminden, modern ve postmodern çağda bedene atfedilen anlam ve önemden bahsedilmiştir. Sembolik etkileşimcilik bağlamında Charles Cooley'in Ayna-Benlik Kuramı ile araştırma konusu derinlemesine incelenmiştir. Ayna-Benlik Kuramı bireylerin başkalarının düşüncelerinden, söylemlerinden etkilendiğine vurgu yapmakta olan bir kuramdır. İnsanların estetik yaptırma sebeplerinin başında başkalarının onlar hakkındaki olumsuz düşünceleri de yer almaktadır. Araştırma kapsamı içerisinde amaçlı örneklem yöntemi ile belirlenmiş olan katılımcılara yönlendirilen sorular ve vermiş oldukları cevapları betimsel analiz yöntemi ile analiz ederek bir sonuca ulaşmaya çalışılmıştır. Seçilen katılımcılar ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Toplamda görüşme yapılan yirmi bir katılımcıya önceden hazırlanmış olan on dokuz adet soru

yöneltirmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler farklı mekanlarda ve farklı süreler içerisinde gerçekleşmiştir. Teorik bilgiler ve katılımcıların vermiş olduğu cevaplarla birlikte araştırma konusu bir sonuca bağlanmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak estetik günden güne değişen ve gelişen bir olgu olmuştur. İnsanlar yaş, cinsiyet, ekonomik durum fark etmeksizin özgür bir şekilde estetik müdahale yaptırabilir ve bedenlerinde beğenmedikleri yerleri değiştirebilir hale gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Güzellik, Estetik, Trabzon, Medya, Beden



ABSTRACT

Beauty is a concept that varies from person to person and is interpreted differently by everyone. When asked what beauty is, it would be wrong to give a scientific answer. Aesthetics, like the concept of beauty, is a frequently used concept, but it can be defined scientifically. Aesthetics is a phenomenon achieved as a result of surgical instruments and medical products for the desired beauty. These two concepts frequently support and nourish each other today. The perception of beauty constantly changes from past to present. Every individual is now more open to aesthetic interventions in order to approach this perception. The aim here is to adapt to the definition of beauty attributed by society, to see oneself in that beauty and to show this result to everyone. A person's primary goal is to ensure his own happiness by changing his appearance, and his next goal is to be admired by society. Nowadays, with the developing medical technology, it is now much easier to achieve this desired change. Although the reason for aesthetic intervention is not only appearance, there are also individuals who have it done due to health problems.

With the perception of beauty attributed in the media, people can easily resort to aesthetic intervention regardless of their gender, economic status, age group and education level. There are many individuals who go under the knife just to achieve this perception of beauty, even though they have no health problems. Every day, people's perspective towards aesthetic intervention is changing positively. In the past, aesthetic interventions were not widely accepted. However, today the number of people who have aesthetic interventions is increasing day by day.

This study was conducted to understand the perspectives of individuals living in Trabzon who have undergone aesthetics procedures regarding beauty, aesthetics and change. The study provides theoretical information related to the topic. It discusses the concepts of beauty and aesthetics, their historical development and the meaning and importance attributed to the body in the modern and postmodern eras. Within the framework of symbolic interactionism, the subject of the study is examined in depth through Charles Cooley's Looking-Glass Self Theory. This theory emphasizes that individuals are influenced by the thoughts and statements of others about them. One of the primary reasons for undergoing aesthetic procedures is the negative opinions others may have about individuals. Within the scope of the study, questions were directed to participants selected through a purposive sampling method and their responses were analyzed using descriptive analysis to reach conclusions. Semi-structured interviews were conducted with the selected participants. A total of twenty one participants were interviewed and nineteen pre-prepared questions were asked. The interviews were conducted in different locations and over varying

durations. Theoretical knowledge and participants responses were integrated to draw conclusions regarding the research subject. In conclusion, aesthetics has become a phenomenon that evolves and transforms over time. People, regardless of age, gender, or economic status, now have the freedom to undergo aesthetic procedures and modify aspects of their bodies they are dissatisfied with.

Keywords: Beauty, Aesthetics, Trabzon, Media, Body



KISALTMALAR LİSTESİ

ISAPS : Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği
vb. : Ve benzeri
vd. : Ve diğerleri
vs. : Vesaire



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo Nr.	Tablo Adı	Sayfa Nr.
Tablo 1:	Katılımcılarla Yapılan Görüşmelerin Süreleri.....	32
Tablo 2:	Demografik Özellikler ve Yapılan Estetik Müdahale.....	36



GİRİŞ

Güzellik tarihsel süreç boyunca dönemsel olarak insanlar tarafından yönlendirilen ve çoğunluk tarafından kabul gören subjektif bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Güzelliğe atfedilen anlam toplumdan topluma değişiklik gösterse de önemini hiçbir zaman yitirmemiştir. Güzellik denildiğinde akla ilk olarak görsellik kavramıyla birlikte kadın gelmektedir. Güzellik kavramı kadın ve kadın bedeni üzerinden betimlenmektedir. Toplumda var olabilmek, kendini gösterebilmek ve kabul ettirebilmek bütün bireyler için önem taşımaktadır. Bireyler kendilerinin toplumda kabul görmeleri için güzel olmak gerekiyor algısıyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu sebeple de dış görünüme önem vermek bireyler için değişmez bir algı haline gelmektedir. Dış görünüş insanlar tarafından oldukça dikkat edilmesi gereken önemli bir unsur haline gelmişken bu durum postmodern çağda kendini daha fazla göstermek ve yaygınlaşmaktadır. Geçmiş zamanlarda görünüş denildiğinde fiziki açıdan bireylerin giyim kuşamları ön planda iken postmodern çağda bu durum bireyin bedenine atıfta bulunmaya başlamıştır. Burnu güzel mi, dudakları dolgun mu, kaşları orantılı mı, botoksu var mı gibi söylemler artık günümüzün güzellik çerçevesini belirlemektedir. Görünüşün önem kazandığı postmodern çağda güzellik kavramı, kolaylıkla erişilebilir bir olgu olmuştur. Her birey görünmek istediği kalıba bürünebilmek için çaba sarfetmeye başlamıştır. Medya aracılığı ile dayatılmakta olan güzellik algısıyla birlikte bu değişimler kaçınılmaz bir hal almaya başlamıştır. Bunu en mümkün kılan yerler ise güzellik salonları ve estetik cerrahi operasyonlar olmuştur.

Medya aracılığıyla birlikte bireylere sunulmakta olan güzellik algısı her geçen gün estetik müdahalelere olan ilgi ve alakayı arttırmaktadır. Estetik müdahaleye erişimin kolaylaşması sonucunda bireyler kendilerini daha kabul edilebilir ve daha güzel hissetmek için hiç düşünmeden bu değişime kendilerini açık hale getirmektedir. Güzel olmak zorunluluğuna yönelik düşünce yapısı güçlenmektedir. Karşılarına çıkarılan kusursuz güzel adı altında bu değişime birçok bireyler zorunlu bırakılmaktadır. Mankenler, filtreli güzeller kişilerin kendilerini yetersiz ve çirkin hissetmelerini sağladıkları için aslında bu değişim kaçınılmaz olarak görülmektedir. Kişinin kendini güzel görmesi için bedeninin yani dış görünüşünün kusursuz olması gerekmektedir algısı toplumda her geçen zaman içerisinde maalesef ki artmaktadır. Bedenin daha çok ön plana çıkarıldığı bir çağda onunla ilgili olarak sektörde büyük bir gelişim göstermiştir.

Modernizm öncesinde kadın ve kadın bedeni üzerine söylemlere çok fazla rastlanılmamaktaydı. Ancak Sanayi Devrimi sonrasında güzellik algısı, kadın bedeni ile bir bütün haline gelmiştir. Teknoloji geliştikçe güzellik algısı medya aracılığı ile daha yaygın ve ulaşılabilir

bir hal almaktadır. Güzellik artık sadece bir kavram olarak karşımıza çıkmamakta aynı zamanda bireyler tarafından da tüketilmesi gereken bir ihtiyaç haline gelmektedir. Kapitalizmle birlikte her geçen gün daha da güçlenmekte olan bir güzellik sektörü ve bu sektörü de besleyen bir toplumsal algı söz konusu olmaktadır. Tüketimi güçlendirecek en önemli ayaklardan birisi medya aracılığı ile reklamlar, mankenler üzerinden satın alınması gereken ürünlerin tanıtılması ve övülmesidir.

Her geçen gün büyümekte olan global markaların yanında sektörü besleyen göz önündeki medyatik insanlar da toplumsal algıyı oluşturmada ve yaygın hale getirmede aktif rol oynamaktadır. Medya üzerinden verilmekte olan reklamlar, kusursuz güzellik adı altında bireylere değişimleri gerektiği algısını yaratmaktadır. Ekran karşısında modellerin yer aldığı diziler, reklamlar, filmler bireylerin kendi bedenlerini ve görünüşlerini sorgulamalarına sebep olmaktadır. Kendilerini bu modellerle kıyaslamaya başlayan bireyler bir süre sonra kendilerini çirkin bulmaya başladıkları gibi yetersiz olduklarını da düşünmektedirler. Bu durum da onları kaçınılmaz değişime itmektedir. Karşılarında gördükleri kusursuz modeller gibi olabilmek için estetik müdahalelere başvurmaktadırlar. Estetik müdahale sonrasında ekranda gördükleri o kişilikler gibi olacaklarına ve kendilerini daha mutlu hissedeceklerine inanmaktadırlar.

Estetik, güzellik duygusuna uygun olan ve onu araştıran bir bilim dalı, estetik operasyon ise bireyin vücudundaki çeşitli yapıların yapılanması, şekillendirilmesi, doku kayıplarının giderilmesi ve her türlü estetik girişimi kapsayan cerrahi bir işlem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler estetik müdahaleler sayesinde kendilerini daha mutlu ve özgüvenli hissetmektedirler. Bedenlerinde beğenmedikleri yerlere müdahale ederek aynanın karşısına geçtiklerinde kendilerini daha güzel hissedebilmek insanlar için önemli hususlardan biri olmaktadır.

Bu araştırmayla birlikte Trabzon'da yaşayan ve estetik müdahalede bulunmuş bireylerin kendilerini nasıl hissettikleri, estetik müdahale sonrası duygu ve düşünceleri, hayata bakışlarındaki değişimleri, güzellik kavramına yükledikleri anlam ortaya konmaya çalışılmıştır.

Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde güzellik ve estetik kavramlarının tanımı, medya ve reklamın etkisi, kapitalizmin ve güzelliğin ticarileşmesi, postmodernizm ve feminizme değinilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümü yöntem ve kapsamından oluşmaktadır. Araştırmanın konusu, amacı, önemi, evren ve sınırlılıkları hakkında bilgiler verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ise araştırma boyunca elde edilen verilerin incelenmesi, analiz edilmesi, yorum ve değerlendirilmesine yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Güzelliğin Tarihsel Süreci

Güzellik bireyler tarafından farklı yorumlanan, herhangi bilimsel bir cevabı bulunmayan tartışmalı bir alandır. Geçmişten günümüze kadar bu soruya verilecek cevap asla sabit kalmamış her zaman değişim göstermiştir. Güzellik tanımı, insanların güzele bakış açısıyla şekillenmektedir. Net bir tanımı olmamasına karşın bazı düşünürler güzellik kavramına farklı yorumlar getirmektedir. Güzel nedir sorusuna verilecek cevaplar herkesin güzele bakış açısına göre yorumlanabilmektedir. Kimisi için güzel kumral olmakken kimisi için ise sarışın olmaktır.

Güzellik, estetik bir nesnenin, bir öznedeki beğeni ve haz duygusu oluşturmaktır. Bu süreç güzellik kavramının en belirgin özelliklerinden birisidir. Başka bir tanımda ise öznenin haz almasını ve hayranlık duymasını sağlayan; ölçü, ahenk, birlik ve yüceliğin bütünüdür (Ahlatcıoğlu, 2018: 5). Kısaca güzelliğin beğenilme ve herkesçe hoş karşılanma durumu olduğu söylenmektedir. Herkes tarafından beğenilen aynı zamanda güzel olan olarak kabul görmektedir.

Güzellik kavramı güzel olarak nitelendirdiğimiz herhangi bir özne veya nesnenin sahip olduğu özellik olarak nitelendirilmektedir. Güzellik kavramının temeline bakıldığında “güzel” kavramı beğenme duygusunun ortaya çıkardığı kalıplar bütünü oluşturmaktadır. Tarihsel ve zaman kavramları içerisinde farklılık gösteren güzellik algısı toplumdan topluma değişmektedir. Güzellik, günümüzde yaygın olarak benimsenen, uğruna büyük uğraşlar verilen, insan da haz ve beğenme duygusunu açığa çıkaran bir algı yapısını oluşturmaktadır (Karakuş, 2019: 3). Her bireyin kendine özgü bir güzelliği vardır. Bu durum ise sadece kişilerin değil, toplumların ve kültürlerinde aslında güzelliğe yüklediği anlamın farklı olduğunu göstermektedir.

Tarihsel süreç içerisinde kavram olarak güzellik birçok unsur üzerinden tartışılmıştır. Anlam, işlev, konu gibi unsurlar tartışma alanlarından bazılarıdır. Güzelliğe yüklenen anlamlar farklı coğrafyalara, koşullara, değerlere, kültürel yargılara ve zamana göre değişmektedir (Kılıç Altay, 2018: 3). Her kültürde bazı insanların diğer insanlardan daha dikkat çekici olduğu düşünülüyor. Her kültürde güzelliğin önemli olduğu düşünülüyorken tek bir güzellik standardı ya da ideali yoktur (Frederick vd., 2015: 1). Güzellik kavramının kişiden kişiye, toplumdan topluma ve hatta kültürden kültüre değiştiği yadsınamaz bir gerçektir. Bazı kültürlerde balık etli kadınların daha

güzel olduğu söylenirken bazı kültürlerde ise zayıf kadınların daha güzel olduğu söylenmektedir. Değişmeyen tek bir şey vardır, insanların var olan güzellik algısına uyum sağlamak adına her kültürde, her toplumda değişime açık hale gelmiş olmalarıdır. Güzelliğin ne zaman kavram olarak kullanıldığı, hangi çağlarda ona yüklenen anlamların değiştiği ve bu anlamların ne olduğu da merak konusu olmuştur.

Kavram olarak güzellik ilkçağlardan beri birçok filozof tarafından tartışılan bir konu olmuştur. Güzelliğin ne olduğu, ona nasıl anlamların yüklendiği gibi birtakım sorular etrafında bu tartışmalar şekillenmiştir. Feminizm kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte güzelliğin anlamı, güzelliğin standartları da tartışma konuları içerisine dahil olmuştur (Yenilmez, 2009: 20). Tarihsel süreç içinde güzel nedir? sorusuna birçok açıdan cevaplar bulunmaya çalışılmıştır. Bu durum ise ilk olarak Yunan filozoflar tarafından yapılmıştır. Güzellik kavramını, doğadan yola çıkarak insanın kişiliğinde ve bedeninde arayan ilk filozoflar, ona estetik bir anlayış getirmiş ve onu kuramlar yardımıyla açıklamaya çalışmışlardır (Güzel, 2013: 22). Güzellik kavramını ilk olarak ele alan filozof Platon olmuştur. Platon iki güzellik kavramını ortaya çıkarmıştır. Birinci kavramda matematik ve güzellik arasındaki ilişkiye değinmiştir. İkinci kavramda ise güzelliğin bağımsız olduğu ve her yerde parladığını dile getirmiştir (Yenilmez, 2009: 22). İlkçağdan itibaren başlayan güzelliğin ne olduğu ya da ona yüklenen anlamların ne olduğu söylemleri yüzyıllar sürdükçe de değişim göstermiştir.

Güzellik 18. yüzyılda herhangi bir kavrama dayanmamaktadır. Güzellik hissedilen bir şeydir. 18. yüzyıl döneminin anlayışında güzellik kavramının ölçütü evrensellik değildir, görecelilik ve kişiselliktir. Bu dönemde bireysellik ön plandadır. Bu sebeple tüm vücut ve tüm yüzler birbirinden farklı değerlendirilmektedir (Karagöz, 2019: 44). Bireysellik daha ön planda olduğu için belli bir güzellik algısı etrafında toplanan bireyler yoktur. Her birey kendi içerisinde, kendi bedeninde güzeldir. Ulaşılması istenen bir güzellik standardı çizilmemiştir.

19. yüzyılda romantik akımı güzellik anlayışını belirler. Romantizm, doğal güzelliğe önem vermektedir. Güzellik bu dönemde büyük bir önem kazanarak kadınların kendilerini daha iyi ifade edebilmeleri için bir silah haline gelmiştir. Bu dönemde güzellik denildiğinde narin ve zayıf bir beden, bembeyaz solgun bir ten moda haline gelmiştir. 19. yüzyılda bedenin alt tarafına önem vermeye başlanmıştır. Kadınlar bedenlerinin saklı tutulması gereken kısımları artık göstermeye başlamıştır (Karagöz, 2019: 45-46). Bu dönemle birlikte güzelliğin anlamında da aslında bir değişim yaşanmaya başlamıştır. Önceki yüzyılda bireysellik ön planda iken artık belli bir standart dahilinde güzelliğin konuşulur olduğu gözlenmektedir.

Güzellik kavramının tarihsel süreç içerisindeki en önemli geçiş noktası modernizmdir. Modernizmle birlikte güzelliğin fiziksel tarafı ön plana çıkmıştır. Güzellik bir kadın için onu tanımlayacak en önemli özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Güzellik bu süreçte kadının toplum

içerisinde görünür olmasını da sağlamıştır (Kurttaş, 2021: 187-188). 20. yüzyılla birlikte artık beden daha popüler hale gelmiştir. Beden kavramı daha çok pratiğe ve söyleme konu olmuştur. Bu yüzyılda kadının güzel olması var olması anlamına gelmektedir. Bedensel olarak güzel olan kadın artık toplum içerisinde de var olmaktadır. Kadının bedeni üzerinde hakimiyet kurması önemli bir unsur haline gelmiştir (Karagöz, 2019: 48). Güzellik artık tamamen kadının bedeni üzerinden konuşulmaktadır. Bir kadının güzel olması demek aynı zamanda onun toplum tarafından da görülmesi demektir. Bu sebeptendir ki aslında bu çağdan itibaren kadınlar güzelleşmek uğruna daha çok çaba sarfetmeye başlamaktadır. Girdikleri bu çaba içinse onları derinden etkileyecek olan bazı unsurlar da gün yüzüne çıkmaktadır.

20. yüzyılda güzellik kavramını etkileyen iki önemli unsur ortaya çıkmaktadır. Bunlardan biri güzellik enstitüleri diğeri ise estetik cerrahidir. Estetik cerrahinin dönem içerisinde hızla gelişimi olmuştur ve birçok estetik cerrahi işlemler yapılar hale gelmiştir. Bu sayede de güzellik tamamen bir değişim üzerine kurulu olmaya başlamıştır. İlk başlarda bu estetik cerrahiler üst tabakadaki insanları etkilerken zaman içerisinde tüm kadınları etkilemeye başlamıştır (Karagöz, 2019: 50). Günümüzde de bakıldığında estetik cerrahi müdahale yaptırma oranı her geçen gün artmaktadır. Estetik cerrahi doktorlarının da sayısının artması ve fiyatlarının değişkenlik göstermesi de bu operasyonları yaptırabilme imkanını kolaylaştırmaktadır. Bu durumu fazlasıyla ulaşılabilir kılmakta olan ise teknolojinin gelişimidir. Gelişmekte olan teknolojiyle birlikte insanların ekonomik durumları fark etmeksizin geçmişe göre çok daha rahat bir şekilde erişimleri olmaktadır.

1.2. Kadınlarda Güzellik

Toplumda erkekler güç ve başarıları ile kadınlar ise güzellik ve çekicilikleri ile ön plana çıkmaktadır. Bu sebeple çekici ve güzel olmak kadın için önemli bir hale gelmektedir. Kadının güzel ve çekici olması, arzu edilebilir olması bir zorunluluk olmaya başlamıştır (Kurttaş, 2021: 190). Kadınlar için dış görünüş çok önemli bir unsur haline gelmektedir. Başkaları tarafından beğenilmek, güzel yorumlar almak kendilerini iyi hissetmelerine ve bununla birlikte toplumda daha kabul edilebilir hale gelmelerine sebep olmaktadır. Kadınların başarıları erkekler gibi yaptığı eylemlere değil güzel olup olmamalarına bağlanmakta. Bir kadın güzel ise başarılıdır güzel değil ise başarısızdır algısı fazlasıyla düşünülmektedir. Güzelliğin ve ona yüklenen anlamın toplumdan topluma, kültürden kültüre farklılık gösterdiğinden bahsetmiştik. Baktığımızda aynı toplum ya da kültür içerisinde bile farklı zamanlarda güzelliğe yüklenen anlam değişikliğe uğramaktadır.

Rönesans Dönemi olarak bilinmekte olan 14. ve 16. yüzyıllar içerisinde geniş kalçalar, küçük göğüslere sahip olan kadınlar o dönemin modasına uyum sağlamaktaydı. Günümüze bakıldığında açık ten rengine sahip olan bu kadınlar için güzellik bir statü unsuru haline gelmiştir. Saraydan çıkmayan, güneş görmeyen üst tabaka kadınları bu özelliklerin tamamını karşılamaktadır. Bazı hastalıklarla birlikte kadınlarda makyaj yapma zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Makyaj üst ve alt

tabaka arasındaki hiyerarşik farkı da ortaya çıkarmaktadır. Bundan sonraki yüzyıllarda ise kadınlar arasında korse kullanımı yaygınlaşmıştır. İncecik bel kadınlar arasında moda haline gelmiştir. 1930-1940'lı yıllara geldiğimizde atletik vücut yapısı ön plana çıkmaya başlamıştır. Daha büyük göğüsler moda haline gelmiştir. Aynı dönem içerisinde ilk zamanlarda küçük göğüs moda iken sonrasında büyük göğüslerin moda olduğu görülmektedir.

1980'li yıllar ise devrimsel bir nitelik taşımaktaydı. Önceki yıllara göre daha geniş omuzlu yapıya sahip bireyler göz önünde bulunmaktaydı. Daha geniş omuzlu görünebilmek için spor yapmak yerine vatkalı kıyafetlerin kullanılması yaygınlaşmaktadır. Spor yapmak bireylere daha zor gelmektedir ve bunu yaşam tarzı olarak benimsemeleri kolay olmamıştır. Dönemin güzellik algısına uyabilmek için insanlar kıyafetlerinde dahi değişiklik yapmaya başlamıştır. Geniş omuzlara sahip olamaları bile giydikleri kıyafetle birlikte o görünüme sahip olmaya çalışmaktadırlar.

1990'lı yıllarda ise gelmiş geçmiş tüm yıllara oranla daha minimal düzeyde bir moda anlayışı hakim olmaktaydı. Her geçen yüzyılda bireyler başkalarına benzemek için, değişim için çaba göstermekte ve buna imkan tanıyan ise teknolojinin gelişmekte olmasıdır. Önceki dönemlere baktığımızda güzellik daha bireysel bir kavramdı ve her birey güzeldi. Ancak zaman geçtikçe bu bireysellik yerini tek tipleşmeye, başkalarına benzemeye çalışmaya bırakmıştır. O dönem moda olan ne ise herkes ona ulaşmak için çaba sarfetmeye başlamıştır. İnsanların moda olanı takip etmesi, güzel olanın hangisi olduğunu bilmesi bu dönemlerde zor değildi. Teknolojinin gelişip yaygınlaşmış olması insanların güzel olana erişimini fazlasıyla kolaylaştırdı. Sürekli değişime açık halde olan güzellik algısı ise günümüze geldiğinde artık başka boyutları gözler önüne sermekteydi. Herhangi bir kıyafet, makyaj veya krem benzeri şeylerden ziyade bedende yapılacak kalıcı değişikliklerden söz edilmeye başlanmıştır.

Günümüze baktığımızda ise insanlar güzel olmayı, güzel görünmeyi zayıf olmakla eş değer tutmaktadır. Bu sebeple birbirinden zor diyetler yapmaya, çok uzun süreler kendilerini aç bırakmaya ve zamanlarının çoğunu spor salonlarında geçirmeye başladılar. Oysaki 1980'li yıllarda insanlar spor salonuna gitmemek için vatkalı kıyafetler giyerek geniş omuzlu görünmeye çalışmaktaydı. Kişi istediği kiloya erişse bile aynaya baktığında hala kendini beğenmemeye ve yetersiz bulmaya devam etmekte. Bu durumda aslında mental açıdan bu sürecin kişileri nasıl etkilediğini gözler önüne sermektedir. Reklamlarda dayatılan güzel olan bu, bunu almalısın ki güzelleşesin gibi mesajlar artık günümüzde o kadar çok verilmeye başlandı ki insanlar ihtiyaçları olmasa dahi o ürünleri satın almaya ve kullanmaya başlamaktadırlar. Bu durum da reklamcılarının en çok kullandığı yöntem olarak karşımıza çıkıyor. Sonuca gelecek olursak geçmişten günümüze değişen bir güzellik algısı yayılmakta ve her geçen gün de yayılması daha kolay hale gelmektedir (URL 1, 2020). Güzelleşmek adına imkanların artmış olmasıyla birlikte insanlardaki bu istek ve çaba çoğalmaya devam etmektedir.

1.3. Erkeklerde Güzellik

Geçmişten günümüze gelinceye kadar güzellik denildiğinde akla yalnızca kadın ve kadınlara ilgili olan şeyler gelmekteydi. Kadınlar için şampuanlar, bakım kremleri, parfümler ve daha birçok şey. Ancak modernleşme süreciyle birlikte artık sadece kadınlar ön planda değil erkeklerde ön planda olmaya başlamıştır. Yalnızca kadınların cinsel obje olarak görülmediği erkeklerin de cinsel olarak topluma sunulduğu görülmektedir. Kadına ve kadın bedenine yönelik üretilen ve kullanılan tüm ürünler artık erkekler içinde üretilmeye, kullanılmaya ve medyaya sunulmaya başlamıştır. Estetik ve güzellik kavramları yalnızca kadınları ilgilendiren olgular olmaktan çıkmıştır ve erkekleri de ilgilendirmeye başlamıştır (Alptekin, Delibaş, 2021: 180). Erkekler onlar için üretilmekte olan güzellik ürünlerinin tanıtılması için fotoğraflar çekmekte ve boy göstermektedir. Bu fotoğraflarla ve çekimlerle birlikte erkekler için üretilmekte olan ürünlerin satışlarındaki artış gözle görülür niteliktedir. Artık ameliyatlar, manikürler, pedikürler yalnızca kadınların yaptırdığı şeyler değil erkeklerinde yaptırdığı hizmetler olmuştur. Önceden güzellik kavramı ile yalnızca kadınlar tanımlanırdı ancak artık erkekler için de güzellik kavramından bahsetmek mümkün olmuştur (Onay, 2017: 171-172). Erkeklerde olduklarından daha güzel, daha bakımlı görünebilmek adına birçok ürün almakta ve hatta kendi bedenlerinde beğenmedikleri yerler için estetik cerrahi müdahalelerde bulunmaktadır.

1900 Güçlü Vücutlar: Güreşçi Eugen Sandow'un 20. yüzyılın başlarındaki performansları kadınları kendine hayran bırakırken güçlü bir vücudun erkekler arasında popüler olmasını sağladı.

1910 İncelik: Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra palabıyık modası erkekler arasında yayıldı.

1920 Mahzunluk: Sessiz film yıldızı Rudolph Valentino'nun herkesin aklını başından aldığı 20'lerde arkaya yatırılmış pürüzsüz saçlar ve mahzun bakışlar erkekler arasında çok modaydı.

1930 Seksi Bıyıklar: Yıldızların, yakışıklılık anlayışını değiştirmeye başladığı 30'larda atletik vücut, dik duruş, geniş omuzlar, dar bir kalça, güçlü kaslar ve meşhur Clark Gable bıyıkları yakışıklı bir erkeğin olmazsa olmazları.

1940 Asker Karizması: İkinci Dünya Savaşı döneminde erkek imajı, Maskülen tarz, kitabına uygun giyim ve sinek kaydı tıraş.

1950 Seksapel: 50'lerin stilini büyük ölçüde Elvis Presley belirliyordu. Geriye taranmış saçlar dönemde oldukça popülerdi.

1960 Şehvetli Erkekler: Alain Delon'un erkek güzeli sembolü olduğu 60'larda kaslı ve atletik erkek vücudu, şehvetli bakışlar, bebeksi yüz hatları yakışıklılığın belirtileriydi.

1970 Demir Adamlar: Hippilerin dünyayı fethettiği ve erkeklerin kadınlardan ayırt edilemediği dönemde, Arnold Schwarzenegger bir Yunan tanrısından farksız kaslarıyla ortaya çıktı ve kadınları adeta çıldırttı, erkekler vücut geliştirmeye başladı.

1980 Atletik Güzellik: Baywatch dizisiyle erkekler spora daha çok yöneldi ancak bu seferki atletik vücutta bronz ten ve kırmızı şort olmazsa olmazdı.

1990 Salaşlık: Dönemin rock müziğinin ve tabi Kurt Cobain'in etkisiyle insanlar ne giydiklerini ve nasıl göründüklerini umursamamaya başladılar.

2000 Metroseksüel Milenyum: David Beckham'ın alfa erkeği olduğu 2000'lerde metroseksüellik modasıyla baklava karın kasları, profesyonel saç kesimleri ve pahalı giysiler yakışıklı bir erkeğin olmazsa olmazı oldu.

2010 Hipster: Umursamazlık, sakallar, vintage kıyafetler, ince ve atletik bir vücut, dama ve çizgi desenleri, kemik gözlükler ve dövmelemler ile hipster akımı dünyayı etkisi altına aldı.

Günümüz: Sakal ve arkadan bağlanmış uzun saçlar gittikçe yaygın hale gelmeye başlıyor. Bu trend oldukça etkili ki adı bile var: Lumberseksüellik (URL 6, 2021).

Erkekler için güzel ya da yakışıklı tanımlaması yıllardan yıllara sürekli değişim göstermiştir. Özellikle televizyonlarda görülen oyuncular ya da mankenler o dönemin dış görünüş olarak tanımlamasını yapmaktaydı. Medya aracılığıyla moda olanın takip edilmesi ve erkekler tarafından uygulanması onların da kendilerine baktıklarının bir göstergesi sayılabilmektedir. Bakımlı olmak, dışardaki insanlara güzel görünmek artık sadece kadınların ilgi alanı değil erkeklerinde ilgi alanı olmaya başlamıştır.

1.4. Estetiğin Tarihsel Süreci

Estetik, insan deneyiminde önemli bir rol oynayan ve yaşamımıza renk katan bir unsurdur. Farklı estetik deneyimler bizi düşündürür, duygusal olarak etkiler ve yeni perspektifler sunmaktadır. Bu nedenle, estetiğin çeşitliliği ve zenginliği, insanlığın kültürel ve sanatsal mirasının bir parçası olmaktadır. Bu sebeple estetik kavramı da zaman içerisinde sürekli değişim göstermektedir. Her dönemde insanlar için önemli bir yer kaplamaya devam etmektedir. Estetiğin varlığı çok eski dönemlere dayanmaktadır. Ona yüklenmekte olan anlam ve önem değişime uğrasa bile varlığı sürmeye devam etmektedir.

Estetik kavramı yunanca aisthesis kelimesinden türeyerek ortaya çıkmıştır. Algı, duyum anlamlarına gelmektedir bu kelime. İnsana ait olan hissedilen ve duyumlanan bilgileri içermektedir.

Başka bir tanımla estetik kavramı, kişinin algılama bakımından güzel olan hakkında düşünmesidir. Estetiğin tarihsel açıdan bilim olarak tanımlanması çok uzun zamana dayanmaktadır (Polat, 2023: 6). Aydınlanma dönemi, estetiğin kapsamı olan iyi ve güzel olanın beraberliğine ilişkindir. Shaftesbury antik ve orta çağ düşüncesini yeni bir metafizik estetikçi rolü üstlenmek için canlandırmak istemiştir. Ona göre yaşadığımız dünya doğruluğun hüküm sürmüş olduğu iyi ve güzel bir dünyadır. Doğa sadece iyi ve güzel olan değildir. Doğa ona göre tüm erdemlerin de kaynağıdır (Polat, 2023: 11). 18. yüzyıl öncesinde de estetik ve güzeli birçok filozof tartışma konusu haline getirmiştir. Her filozof için güzel ve estetik olan farklı anlamlar içermektedir. Sokrates, Platon, Aristoteles, Augustinus, Descartes gibi filozoflar estetikle ilgili anlamlar ortaya koyan filozoflara örnek gösterilebilir. Her bir filozofun estetiğe yüklediği anlam değişkenlik göstermektedir.

Estetik, 18. yüzyılda Baumgarten (1714-1762) tarafından ortaya çıkmıştır. Estetikle ilgili uğraşlar ilkçağlara kadar uzanmaktadır. Estetiğin görevi, karmaşık ve bulanık olan duyuşsal bilginin mükemmel oluşunu araştırmaktır. Bu mükemmellik ise güzellik adını almaktadır. Bu duruma göre estetiğin konusu ise güzelliktir. Bu konunun içerisine sanatı da dahil etmek mümkündür (URL 2, 2009). Aslında estetik bakıldığında birçok konuyu içerisine alabilecek niteliğe sahiptir. Sanatı, eğitimi, mimariyi ve daha birçok şeyi kendisine ilgi alanı olarak alabilmektedir. Araştırma kapsamında ise biz en çok estetiğin güzellik üzerine olan söylemlerine ve etkisine odaklanacağız. Dönem dönem estetiğin gelişiminden bahsederek günümüzde nasıl bir konuma geldiğini görmeye çalışacağız.

19. yüzyılda anestezi alanının gelişmesiyle birlikte estetik cerrahide ilerlemeye başlamıştır ancak tam olarak yükselişe geçişi 20. yüzyılın başına dayanmaktadır. 20. yüzyılda estetik cerrahinin gelişmesine katkı sağlayan iki faktörden bahsetmek mümkündür. Biri kozmetik sektörü diğeri ise kitlesel güzellik kültürü olarak karşımıza çıkmaktadır. Kozmetik sektörü ve cerrahisinin bedende meydana getirmiş olduğu değişimler o dönemde çok fazla ilgi görmeye başlamıştır. Dergi ve gazetelerde de sıkça yer almaya başlayan bedensel dönüşümler güzellik yarışmalarıyla birlikte yükselişe geçmiştir. Bu durumun en çarpıcı örneklerinden biri olarak görülmekte olan 1960'lı yıllarda Twiggy'nin kendini göstermiş olması, bu sayede ince ve biçimli bir vücuda sahip olmak isteyen kadınların cerrahi müdahalelere başvurmaya başlamış olmalarıdır. İnce ve fit bedenın yükselişe geçmesi o dönemde toplumun rol model olarak gördüğü mankenlerle birlikte kitlesel bir hale gelmiştir (Çarboğa, 2022: 55). Her birey ise o bedene ulaşabilmek için uğraşta bulunmuştur. Günlerce hatta aylarca aç kalarak zayıflamaya o fit bedene ulaşp güzel görünmeye odaklanmış çok fazla sayıda bireyden bahsetmek mümkündür. Estetik cerrahinin ise buradaki rolü çok büyüktür, onunla insanların hayal ettikleri bedenlere ulaşmaları daha kolay hale gelmektedir.

Estetik cerrahinin yükselişe geçmesinin bir diğer önemli nedeni ise I. ve II. Dünya Savaşları olarak görülmektedir. Savaşlarda yaralanan, organlarında kayıp yaşayan ve sakatlanmış olan

askerlerin cerrahi müdahalelerle birlikte bedenlerinde hasara uğramış yerlerinin ortadan kaldırılması, düzeltilmesi sağlanmıştır. Bu süreç devam ettikçe estetik cerrahi de yükselişe geçmeye devam etmiştir. Artık estetik cerrahi sadece organ eksikliği ya da sakatlık yaşayan bireyler için değil güzellik amaçlı olarak da bireyler tarafından talepte bulunulabilecek bir alan haline gelmiştir. Estetik cerrahiye ilişkin olarak ilk yüz gerdirme operasyonu 1901 yılında, ilk yağ aldırma operasyonu 1974 yılında yapılmıştır. Güzelleşmek uğruna taleplerin devam etmesiyle birlikte estetik cerrahi giderek yaygınlaşmakta ve gündelik yaşamın da içinde yer almaya başlamıştır (Çarboğa, 2022: 55). Başta sadece yaralanmalardan ötürü doğan kusurları düzeltmek için yapılan estetik cerrahi operasyonlar zaman içerisinde bu hedefinden şaşarak kişilerin herhangi bir kusuru ya da yaralanmaları olmamalarına rağmen bedenlerinde değiştirmek istedikleri yerlerin düzeltilmesi için de kullanılmaya başlanmıştır. Estetik cerrahinin bu şekilde evrim geçirmiş olması da yapılan estetik müdahalelerin de çeşitlenmesine de sebep olmuştur.

Estetik cerrahiler kültürel ve toplumsal etkilere bağlı olarak değişmekte ve gelişmektedir. Hatta çeşitliliği bile artmaktadır. Japonlarda yapılmakta olan göz kapakları operasyonları ya da Amerika’da 18-19. yüzyıllarda yaygınlaşmakta olan estetik operasyonlar bu yükselişteki kültürel öğelere örnek olarak gösterilmektedir. Amerika toplumlarında ortaya çıkan ve yayılan güzellik anlayışları da estetik cerrahinin gelişmesinde büyük etki sağlamıştır. Burun deliğinin küçültülmesi, yanakların kaldırılması, dudakların şişirilmesi ve ten renginin açtırılması gibi çok fazla sayıda estetik operasyon geçiren Michael Jackson bu konuda çok güzel bir örnek olmaktadır (Çarboğa, 2022: 56). Tek bir kişinin bu kadar estetik cerrahi operasyon geçirmiş olması da aslında bu sektörün kırılma noktalarından biri olarak yorumlanabilir. Yapılabilecek estetik cerrahi işlemlerin sınırlı olmayışı, her çeşidinin bulunması insanları bu anlamda dahada cesaretlendirmiş ve buna yöneltmiştir. Geçmişten günümüze estetik cerrahi operasyonların sayısı hız kesmeden artmaya da devam etmektedir.

Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği (ISAPS) tarafından 2019 yılında yapılan Uluslararası Estetik/Kozmetik Prosedürler Araştırması’na göre Dünya çapında uygulanan toplam cerrahi müdahale sayısı 11,363,569 ve cerrahi olmayan işlem sayısı ise 13,618,735 olarak görülmektedir. Dünya genelinde uygulanan ilk beş cerrahi müdahale sıralandığında ilk sırayı 1,795,551 adet işlemle göğüs büyütme işlemi almaktadır. Bu işlemi sırasıyla liposuction (yağ aldırma işlemi), göz kapağı cerrahisi, abdominoplasti (karın germe) ve rinoplasti (burun ameliyatı) izlemektedir. Erkekler açısından değerlendirme yapıldığında ise sıralama değişiklik göstermektedir. Jinekomasti (erkeklerde meme büyümesi tedavisi) ilk sıradadır. Sonrasında ise göz kapağı cerrahisi, liposuction (yağ aldırma işlemi), rinoplasti (burun ameliyatı) ve son olarak kulak ameliyatı izlemektedir. 2019 yılında Türkiye’de 351,930 cerrahi müdahale gerçekleştirilmiştir. Bu estetik müdahaleler arasından en fazla estetik cerrahi müdahale yüz bölgesindedir. %61,495 oran ile rinoplasti (burun estetiği) birinci sırada yer almaktadır. Burun estetiğinden sonra gelen ise göz kapağı ameliyatıdır. Sonrasında ise en çok işlem yaptırılan bölge 106,401 işlem ile meme

olmaktadır. Yapılan cerrahi işlemlerin çoğu ise 35-50 yaş aralığındaki kadınlar tarafından yaptırılmıştır (Çarboğa, 2022: 57-59).

ISAPS anket verilerine göre, estetik operasyonlarda kadınlar ile erkekler arasındaki oran incelendiğinde kadınların %86'sı, erkeklerin ise %34'ü estetik cerrahi müdahalelere başvurmuştur. Gün geçtikçe erkeklerin de estetik cerrahi müdahalelere duydukları ihtiyaç artış gösterse de kadınlar için bu oran hep daha fazla olmaktadır. Meme büyütme, liposuction (yağ aldırma işlemi), abdominoplasti (karın germe), göz kapağı cerrahisi kadınlar tarafından en çok tercih edilen estetik cerrahi müdahaleler olarak karşımıza çıkmaktadır. Erkeklerde ise burun ameliyatı, göz kapağı cerrahisi, liposuction (yağ aldırma işlemi) ve jinekomasti (meme küçültme ameliyatı) estetik cerrahi müdahaleler tercih edilmektedir (URL 8, 2015). Verilmiş olan tüm oranlara baktığımızda estetik kavramının artık tamamen günlük hayatlarımızın içerisine de dahil olduğunu görmekteyiz. Estetiğe bakış açısı geçmişe oranla günümüzde çok daha başka bir boyuta ulaşmıştır. Korkulacak, sadece zenginlerin yaptırabildiği ve bir zenginlik göstergesi olarak kabul gören estetik cerrahi operasyonlar artık herkes tarafından kolayca ulaşılabilir bir boyuta taşınmıştır.

1.4.1. Altın Oran / Fi Sayısı

Altın oran tarihten bugüne çok uzun zamandır varolmuştur. İlk olarak Eski Mısırlılar ve Yunanlılar tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Altın oran ne kadar aritmetik bir şekilde karşımıza çıkmış olsa bile, evrende de sıklıkla görülmektedir (İmre, 2022: 15-16). Fi sayısı ise şaşırtıcı bir sayıdır çünkü matematik tarihindeki diğer tüm sayılardan daha fazla disiplindeki düşünörlere ilham vermiştir (Fett, 2006: 157). Bilim insanları yüzyıllardır altın oranın güzelliğinin temel taşının ve sırrının anahtarı olarak kabul edilen en hoş oranın ortaya çıkardığına inanıyorlardı (1,65,66). Bazı araştırmacılar hala ideal bir yüz ve vücut şeklinin estetiğinin altında yatan denge ve güzellik için standart olduğuna inanmaktadırlar (23,64). Çünkü güzelliğinin pek çok yönü ile ilişkili olduğundan fi sayısı daha sonra ilahi sayı veya orantı olarak adlandırılmıştır (1,27) (Atiyeh ve Hayek, 2008: 213). Bu kavramların estetik ile olan bağlantısı bizler için daha önemli bir konumdur.

Altın oran, estetik kavramıyla ilişkilendirilmiştir çünkü birçok insan altın oranın denge, uyum ve hoşluk gibi estetik değerlerle ilişkilendirildiğine inanmaktadır. Altın oranın insan algısında hoş görölen bir oran olduğuna dair iddialar vardır ve bu nedenle sanatta, mimaride ve diğer estetik alanlarda kullanılmaktadır. Altın oranın tam olarak neden hoş göröldüğü ve estetik algıda nasıl bir rol oynadığı konusunda kesin bir bilimsel kanıt bulunmamaktadır. Estetik algı, kişisel tercihlere, kültörel etkilere ve diğer faktörlere bağılı olarak değışir ve altın oranın bu algıyı etkileme şekli karmaşıktır. Dolayısıyla, altın oranın estetik kavramıyla ilişkisi, birçok tartışmaya ve yoruma açıktır. Bakıldığında estetiğinin içerisinde net bir tanımı yapılmamıştır altın oranın. Ancak özellikle yüzle ilgili yapılacak olan estetik cerrahi operasyonlarda bu oranın sıkça kullanıldığı görölmektedir. Yüzdeki altın oran ilk olarak, yüzün uzunluğu ve genişliği arasında 1.618'lik oran

olmasıdır. Sonrasında burnun uzunluğu ve kaşlar ile dudakların arasında olan mesafe de bu orana uyum sağlamalıdır. Bir de çenenin ucu ile kaşların buluştuğu noktadaki mesafe üzerinden yüzün uzunluğu ölçülmektedir. Burun yüzümüzün orta 1/3'ü içinde orantılı durmalıdır. Bu orana uyularak yapılan estetik cerrahi müdahaleler daha güzel sonuçlar vermektedir.

1.5. Beden Algısı

İnsan, bedensel bir şekilde varolmaktadır. İnsanın hayatta var olmasını sağlayan beden; birçok konuya da tabii olmuştur. Bedene yönelik yorumlar oldukça eskiye dayanmaktadır. Beden; birçok anlamı ifade etmektedir bunlar ise sınıfsal, kültürel, ideolojik, dinsel ve cinsel anlamlar olarak karşımıza çıkmaktadır ve geçmişten günümüze ise beden sürekli bir tartışma konusu olmuştur (Bozkurt, Koyuncu, 2023: 273-274). Her kültürde bedene yüklenen anlamda elbette ki değişmiştir.

Tarih boyunca bedene yüklenen anlamlar kültürler arası değişim göstermektedir. Beden algısı denilen kavram kişinin iç ve dış dünyasının farkında olması ve onu algılama biçimiyle ilgilidir. Beden algısı kişinin boyunu, kilosunu, vücut şeklini ortaya koyduğu gibi, onun düşünceleri, varsayımlar ve anılarını da kapsamaktadır. Kişinin kendisi hakkında nasıl hissettiği ve aynı zamanda bedeni içinde de nasıl hissettiği bir ayrılmaz bir parçadır (Keskin, 2018: 4). Kişi ömrü boyunca o bedenin içerisinde yaşamaya mahkumdur. Ya kendini olduğu gibi kabullenmeli ve hayatına devam etmeli ya da bedeninde değiştirmek istediği yerleri değiştirerek o beden içerisinde daha mutlu bir şekilde hayatına devam etmeli. Çağımız gereğince tercih edilmekte olan çoğunlukla bedende yapılan değişimler olmaktadır. Her birey kendini nasıl görmek istiyorsa ona yönelmeye çalışmaktadır.

Tarihsel süreç içerisinde yaşamakta olan toplumların güzellik ve sağlık alanına yönelik anlayışlarındaki farklılıklar bedene yüklenen anlamlarında farklılaşmasına sebep olmuştur. Geçmişten günümüze beden konusu hep varolmaktaydı ancak kitle iletişim araçları, sosyal medya ve reklamlar aracılığıyla daha da ön plana çıkarılmıştır (Turan, 2019: 59). Geçmiş çağlarda her birey görüldüğü gibi kalıyordu ancak kitle iletişim araçlarının çoğalıp yaygınlaşmasıyla birlikte insanlar kendi bedenlerini kusurlu olarak görmeye başladılar. Bedenlerindeki bu kusurları örtmek onlar için yapılması gereken bir zorunluluk halini almaya başladı. Bu sayede de bedenlerini onlara gösterilen kusursuz bedenler gibi yapabilmek için olmadık çabalar sarfetmeye başladılar.

1.6. Modernizm ve Beden Algısı

Beden sürekli tartışma konusu halinde bulunan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ona yüklenen anlamlar dönem dönem farklılıklar göstermektedir. Modern dönemdeki beden algısının nasıl değiştiğini de incelemek tez çalışması açısından değerlendirilecek bir konu olmaktadır. Buna

değinden önce ise modern kavramının ortaya çıkışından bahsetmek doğru olacaktır. Modern kavramı 17. ve 18. yüzyıllarda ortaya atılmıştır. 20. yüzyıllarda ise hayatın bütün alanını etkilemeye başlamıştır. Modern kavramı geçmişten itibaren kullanılırken eskiden yeniye geçiş olarak kullanılmıştır. 20. yüzyılın ortasından itibaren de dilin bir parçası haline gelmiştir (Ayparçası, 2015: 4-5). Sanayi Devrimi ile modernizm bedeni daha çok önemser bir hale gelmiştir (Ayparçası, 2015: 27). Önceki dönemlerde de bedenden bahsedilirdi ancak çok üzerinde durulan tartışma konusu haline gelen bir olgu değildi. Bedene karşı yapılan göndermeler gün geçtikçe çoğaldı ve güzellik algısının ana kavramı olmaya başladı. Güzelliğin en çok ölçülebilir olduğu yer beden olmaktaydı. Bedene yüklenen anlam ve önem gün geçtikçe şekil değiştirdi ve güçlendi. Modernizm ise bu duruma kucak açan en önemli kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Modernizm kavramı da ilk ortaya çıktığı haliyle kalmadı kendi içinde gelişim gösterdi.

Modernizm bugün ki kelime anlamı ile, dünyaya yeni baştan bakmayı, onu yeni baştan yorumlamayı, yeni hayat tarzını, akılcılığı, kültürel anlamdaki ilerlemeyi, pozitivizmi, insanların bağımsız oluşlarını kendisine ilke edinmiş bir akımdır. Kısaca özetlenirse geçmişten kurtulup yeniye uygun hale gelmek anlamını taşımaktadır. Modernizm, Ortaçağ'ın kalıplarına bir tepki olarak görülmektedir. Dünyanın en baştan bambaşka bir gözle yorumlanması ve anlamlandırılması çabasıdır (Alevok İzci ve Akkuş, 2017: 311).

Modernizm her geçen gün gelişmekte ve değişmektedir. Bu gelişim ve değişimle birlikte bedene bakış açısı da değişim göstermektedir. 19. yüzyılda kadınlarda beyaz ten kabul edilebilir bir güzellik ölçütü haline gelmiştir ve kadınlar bunu korumak adına sokağa bile çıkmaz olmuştur. Kadınlar bu beyaz teni koruyabilmek adına da makyajdan uzak durmuşlardır (Ayparçası, 2015: 28). O dönemde kabul edilmekte olan güzellik algısına bireyler uyum sağlamaya çalışmaktadır. Modernizmin yeni baş gösterdiği dönemlerde güzellik standartları görünüşün daha doğal yollarla değiştirilmesi üzerine yönelmekteydi. O dönemlerin başlarında daha estetik cerrahi operasyonlar herhangi bir popülerlik kazanmamış ve boy göstermemiştir.

19. ve 20. yüzyıllardan itibaren bedene yönelik tanımlar değişiklik göstermiştir. Bu değişimlerle birlikte estetik cerrahi kültürü de temel oluşturmaya başlamıştır. “Vücudunda değişimler yaparak, istediğin bedene ulaşabilir, daha güzel ve daha yeni biri olabilirsin” düşüncesi bu dönemde yüz göstermiştir ve herkes tarafından benimsenmiştir. Estetik müdahaleler ile birlikte “kişi değişim gösterebilir ve daha mutlu edilebilir” cümlesi mutluluğa giden yollardan birinin de medikal işlemlerden geçtiğinin göstergesi haline gelmiştir (Ayparçası, 2015: 28). Modernizmin başlarında doğal değişimlerden bahsederken artık estetik cerrahi operasyonların da bu değişimin bir parçası haline gelmesinden bahseder olduk. Beden de yapılacak olan değişimle birlikte daha mutlu olunacağını garantisi verilmekte ve bireylerin güzelleşmek adı altında tüketime çağırılması yatmaktadır. Bedeni değiştirmek artık doğal yollarla değil ekonomik anlamda ciddi paralar vererek

mümkün olmaktadır. Bunu göze alıp değişime açık birçok birey de estetik cerrahi operasyonları tercih etmeye devam etmektedir.

1.7. Postmodernizm ve Beden Algısı

Modern dönemdeki beden algısından bahsettikten sonra onun dahada gelişim gösterdiği postmodern çağdaki beden algısını değerlendirmek gerekmektedir. Postmodernizmin ne zaman ortaya çıktığına değinerek başlamak doğru olacaktır. Postmodernizmin ilk kez ortaya çıkışı 1960'lı yıllara dayanmaktadır. O dönemdeki New York'lu sanatçılar ve eleştirmenlerin düşünceleri sayesinde bu ortaya çıkış yaşanmıştır. 1970'li yıllarda ise Avrupa'ya taşındı ve orada gelişmeye başladı. Postmodernizm meşruluk ve içerik açısından tartışma içerisindedir. Meşruluk açısından bakıldığında onu meşru gösterecek fenomenlerin olmadığı söylentisi vardır. İçerik açısından bakıldığında ise dağınık bir toplumun yeni bir bütünleşmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ortaya çıkışından itibaren de bedenle ilgili söylemlerinin neler olduğunu bilmek gerekmektedir.

Postmodern dönemdeki beden algısına detaylı bir şekilde giriş yapmadan önce bu dönemin özelliklerine değinmek doğru olacaktır. Postmodernizm; kapitalizm gibi, liberalizm gibi, rasyonalizm ve pozitivizm gibi kavramların karşısında durmaktadır. Modernizmin yaratmış olduğu değerlere karşı hep sorgulayıcı tavrda olmuştur. Postmodern dönemde çoğulculuk her zaman tercih edilen olmuştur. Bu dönemde evrensel kültür ve milli kültür reddedilmektedir. Birbirine zıt olan kutuplar her zaman bir arada kullanılmaktadır. Postmodernizm birçok farklı alanda etkisini hissettiren bir dönem olmuştur. Tarih, hukuk, edebiyat, biyoloji, tıp, siyaset, felsefe ve coğrafya bu alanlara örnek olarak karşımıza çıkmaktadır (URL 7, 2024).

Postmodernizm, geleneksel modernist anlayışlara karşı bir tepki olarak ortaya çıkmış bir düşünce ve kültürel akımdır. Estetik kavramıyla ilişkisi, postmodernizmin estetik anlayışını şekillendiren ve etkileyen birçok faktörden kaynaklanır. Postmodernizm ortaya çıktığı andan itibaren Batı toplumlarında ve hemen her yerde konuşmalar yapılmakta, hakkında birçok şey yazılmaktadır. Postmodernizm kavramı günümüzde pek çok alanda kullanılmaktadır. Bu alanlar; düşünsel, sanatsal ve akademik olarak karşımıza çıkmaktadır (Sarup, 2017: 185). Postmodernlik, modernlikten sonra neyin geldiğini bildirmekle yükümlüdür. Modern dönemde var olan bir beden algısının uğrayacağı değişim dönüşümle birlikte postmodern dönemde nasıl algılanacağı önemli bir konu olmaktadır. İnsanlar postmodern dönem içinde bedenlerini daha çok dikkate almakta ve daha çok değişime açık hale getirmektedir. Özetle değişimi fazlasıyla kucaklamaktadırlar.

Postmodernizm 20. yüzyılın ortalarından itibaren hakkında çok fazla konuşulan önemli bir kavram olmuştur. Ancak onu tanımlamaya dair bir uzlaşma tam olarak sağlanmış sayılmaz. Postmodernizm kavramı birçok alana tekabül etmektedir. Tüketim, küreselleşme, bilginin meta haline gelmesi, devletin kademelerinde merkezi bir anlayışın olması, yaşam tarzlarında yaşanan

değişimler ise bu alanlara örnek olarak gösterilebilir. Postmodernizm kavramı modernizmin oluşturduğu Bilimsel, Aydınlanma ve Sanayi Devrimlerinin getirmiş olduğu bilimsel bilginin kutsallığından kopuşu da ifade etmektedir. Harvey'e göre postmodernizm bireyselleşmenin çok fazla ön plana çıktığı ve önemsendiği bir durumu anlatır (Ayparçası, 2015: 13-14). Postmodernizm kavramı günümüzde yaygın olarak kabul edilmemekte ve anlaşılmamaktadır. Postmodernizme yönelik bazı karşı-çıkışlar, kavramın içermekte olduğu ve tüm sanat alanlarında da bulunabilen çalışmaların bilinmemesinden kaynaklanmaktadır (URL 3, 2009). Postmodernizmin ne olduğu ve tanımı noktasında net bir uzlaşma söz konusu değildir. Ancak bilinen bir gerçektir ki bu dönemde de bedene yönelik söylemler ve çalışmalar devam etmektedir.

Beden üzerinde yapılan çalışma çok çeşitli enstrümanlarla yürütülmektedir. İnsanların derisi, piercinglerle, dövmelemlerle, bronzlaşma ile kuşatılır. Kozmetik sektörü ve makyaj bireyselleştirme ve ticarileştirmeye hizmet etmektedir. İnsanların bedenleri, hatasız, pürüz olmayan, ışıldayan, güzel ve düzgün hatlara sahip olmalı ve harika bir şekilde görünmelidir. İnsanların tenleri de kötü kokmamalı, vücutları terlememeli ve pürüz içermeyen bir ten olmalıdır (Özbolet, 2011: 322). Postmodernliğin bedenden istediği şeyler vardır. İlk olarak, kadınların uyması ve görünmesi gereken o vücut hatlarına ulaşmak için çaba göstermeleridir. Bu durum içinde kendilerini disipline etmeleridir. İkinci olarak ise bedenden istediği genç olmaktır (Özbolet, 2011: 326). Postmodern dönem bedeni fazlasıyla önemseyen bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınlar o ideal bedene ulaşmak uğrunda çaba sarfetmektedir. İnsanlar kaç yaşına gelirse gelsin, bedenlerinin görüntüsü hep genç kalmalı algısı bu dönemde oldukça popülerleşmiştir. Beden ne kadar genç ve güzel görünürse birey kendini o kadar mutlu ve özgüvenli hissetmektedir. Bu doğrultu da beden artık tüketim nesnesi olma yoluna da girmektedir.

Postmodern dönemin bedeni sıfırdan inşa etmeye çalışmasıyla birlikte beden tüketimin bir nesnesi haline gelmiştir. Bu sayede beden hem tüketen hem de tükenen beden konumuna gelmiştir. Modern dönemde bedene yapılan müdahale ile değişimlerin yaşanması ile birlikte de beden tüketim nesnesi olarak görülmeye başlamıştır. Hem modern hem de postmodern dönem bedeni disipline etmeyi amaçlamıştır. Ancak her iki dönemde bedeni kullanma amacı farklılık göstermektedir. Modern dönem bedeni üretim için kullanırken postmodern dönem bedeni tüketim için kullanmayı amaçlamaktadır. Postmodern dönem aynı zamanda bedeni tam bir hareket alanı olarak servis etmektedir (Özbolet, 2011: 332). Postmodern dönemde beden artık tamamen tüketimin bir nesnesi haline gelmektedir. Bedenin daha iyi görünmesi için üretilmekte olan birçok ürün, makyaj malzemeleri, saç boyaları, parfümler, bakım kremleri vs. hepsi buna birer örnek niteliğindedir. Güzelleşmek için tüketilmekte olan bu ürünlerin yanı sıra yapılmakta olan estetik cerrahi operasyonlarda bedenin tüketimini gerçekleştiren diğer bir olaydır. Postmodern dönemde bedenin genç ve güzel görünmesini sağlayacak estetik cerrahi operasyonların sayısı bu sebeple her geçen gün artmaktadır. Tüketimin bir parçası haline gelen beden ise bu dönem içerisinde de değişim ve dönüşümlere maruz kalmaya devam edecektir.

1.8. Toplumsal Cinsiyet ve Beden Algısı

Toplumsal cinsiyet kavramı, geniş açılımları bulunan, fazlasıyla kapsamlı bir kavramdır. Kadınlık ve erkekliğin toplumsal anlamda kurulan, öğrenilmiş kalıplardan oluştuğunu açıklamaktadır. Toplumsal cinsiyette önemli olan, farklı cinsel yönelimlerin ve ihtiyaçların farkında olunması ve bunlar üzerinde ayrımcı tutumların olmamasıdır (Özaydınlık, 2014: 94).

Güzelliğin kadın bedeni üzerinden işlendiği bir toplumda erkeklere yönelik bir güzellik algısından bahsetmek çok popüler bir olgu değildi. Yapılan estetik cerrahi operasyonlar, bakım ürünleri, sürülen kremler ve benzeri ürünler hep kadınlar aracılığıyla piyasaya sunulmaktaydı. 1980 ve 1990'lı yıllarda erkeklere yönelik güzellik ve bakım ürünlerinin kadınlara oranla daha küçük bir pazara sahip oldukları görülmüştür. Bu durum ise bu sektörün yatırımcıları tarafından dikkat çekmiştir ve böylelikle erkek bedeni de nesneleştirilmeye başlanmıştır. Güzellik endüstrisi erkekleri de bir şekilde etkileme yolunu amaç edinmiştir. Onların bedensel olarak imajlarını etkilemeyi amaçlamaktadır ve farklı yaşam tarzlarını ve erkeklik kalıplarını da onlara sunmaktadır. Erkekler de kadınlar gibi beden imajlarını değiştirme noktasında etkilenmiştir. Bu etki ise erkekleri de kadınlar gibi tüketime yöneltmiştir. Bu sayede üretimi sürdürmeye devam etmişlerdir (Baldil, 2014: 31). Artık erkeklerde bedenlerine daha iyi bakmaya ve beğenmedikleri yerlerini değiştirmeye açık hale gelmeye başlamışlardır. Erkekler için özel üretilen her ürün erkeklerin radarına girmeye ve satın alınmaya başlanmıştır. Güzellik ve bakım artık sadece kadınlar tarafından düşünülmesi gereken bir olgu olmaktan kurtulmuştur.

Artık erkeğe ve kadına farklı şampuan, jilet, pamuk, duş jeli, sabun, sabun, saç boyası ve benzeri gibi birçok ürün satılmaktadır. Önceden tek bir ürün hem kadınlar için hem de erkekler için yeterli gelmekte idi. Ancak var edilen cinsiyet farklılıklarıyla birlikte hem kadına hem de erkeğe yönelik ürünler de farklılıklar göstermeye başlamıştır. Buna yönelikte tüketim değişmekte ve bireylerde buna uyum sağlamaya başlamaktadır (Baldil, 2014: 32). Tüketilen ürünlerin cinsiyet yönünden ayrılması tüketim noktasında da artışın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Önceden alınacak tek bir ürün iki cinsiyet içinde kullanılabilecekken artık iki farklı ürün alımları yapılmaya başlanmıştır. Erkekler de kadınlar gibi kendilerini özel hissettirecek bu ürünleri alıp kullanarak güzellik algısı adı altındaki kalıplara girmeye başlamışlardır. Beden artık yalnızca kadının sorunu olmaktan çıkmıştır. Beden artık her iki cinsiyet içinde önem verilmesi ve dikkat edilmesi gereken bir olgu haline gelmiştir.

1.9. Sembolik Etkileşimcilik

Sembolik etkileşimcilik öğretisi George Herbert Mead'in öğretilerinden yola çıkılarak 20. yüzyılın başlarında oluşturulmuştur. Mikro ölçekli teoriler, sembolik etkileşimcilik kuramı sayesinde gelişme göstermeye başlamıştır. Sembolik etkileşimcilik kuramına göre insanlar

arasındaki davranış biçimleri ve toplumsal anlamdaki ilişkiler belli başlı semboller yoluyla kurulmaktadır. Bu sayede ise insanların birbirleri arasındaki sosyal etkileşim sağlanıyor olmaktadır. İnsanlar arasındaki bu ilişkiler sonucunda da benlik sunumu ile ilgili ipucu oluşmaktadır (Doğan ve Oral, 2020: 41). Sembolik etkileşimcilik kuramı Cooley, Blumer, Mead ve diğer sosyologların benlik, davranış hakkındaki fikirleriyle genel bir hale getirilmiş ve sonrasında ise gelişim dönemine girmiştir (Yikebali, 2018: 39).

Sembolik Etkileşimcilik terimi ilk olarak Blumer'ın çalışmalarında kullanılmıştır. Blumer çalışmalarında anlama ait öznel değerlendirmelerin, gündelik yaşam içerisinde nasıl şekillendiği üzerinde durmaktadır. Bu bakımdan anlam, toplumsal etkileşim sonucunda gerçekleşen bir ürün olarak karşımıza çıkmaktadır. Sembolik etkileşimcilik kuramına göre, bireylerin nesnelere yüklemiş olduğu anlam, diğer bireylerle yaşadığı toplumsal etkileşim sonucunda şekillenmektedir (Gökulu, 2019: 175).

İlk olarak sembolik etkileşimcilik fiziksel ortamların karşılıklı etkisini ve benliğin gelişimini kabul eder. İkinci olarak sembolik etkileşimcilik araştırmacıların tasarlanmış ortamların sembolik anlamlarını incelemelerine olanak tanır. Üçüncü olarak sembolik etkileşimcilik tasarlanmış ortamların ve binaların eylemlerimiz ve refleksivitemiz üzerindeki etkisini ortaya koyar (Carter ve Fuller, 2015: 9). Bilim insanları sembolik etkileşimci fikirleri kolektif davranışı ve toplumsal hareketleri anlamak için uygulamışlardır (Carter ve Fuller, 2015: 8).

Blumer'e göre sembolik etkileşimcilik kuramı, bireylerin toplumsal yaşama ilişkin tavırlarının, düşünce ve kavramlarının temel nesnesi olarak görülmektedir. Burada ise sembolik etkileşimin üç temel ilkesi vardır. Bu ilkeler ise pragmatizme dayanmaktadır. Bu üç temel ilke ise bu kuram için oldukça önemlidir. Bunlar;

- a) "İnsanlar şeylere karşı, şeylerin kendilerine ifade ettikleri anlamlara göre tavır alırlar."
- b) "Bu anlamlar birbirinin muhataplarıyla olan etkileşimden çıkarılır."
- c) "Bunlar yorumsal bir süreçte değişime uğrarlar."

Teorinin bu üç temel ilkesi; bireylerin çevrelerindeki insanlar, nesneler ve kendileri hakkındaki değerlendirmeleri doğrultusunda faaliyetlerini nasıl formüle ettikleri ve değerlendirdikleri ile ilgili dinamik bir süreci kapsamaktadır. Bu bakış açısına göre gerçeklik ifade eden nesneler kendi içlerinde anlam taşımamakta; sembolik etkileşimde bulunan sosyal aktörler tarafından gerçekliğin doğasına ilişkin nesnelere birtakım anlamlar yüklenmektedir (Güngör, 2013: 62-63).

Sembolik Etkileşimcilik, bireylerin kendi benliği üzerindeki algısını, başkalarının bireye yükledikleri düşünceleri ve tepkileri ile diğerlerinin bizim hakkımızda ne düşündükleri yönündeki

genel kanaatlerimizin oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu tür bir benlik algısı, benliğin etkileşime açık ve dinamik bir boyutu olduğunu ön plana çıkarmaktadır. Bireyler gün içerisinde kendi benlikleri ile ilgili farklı geri bildirimler alarak, benliğini ve dolayısıyla davranışlarını bu geri bildirimler üzerinden yeniden ayarlamaktadır (Gökulu, 2019: 188).

1.9.1. Charles Cooley ve Ayna-Benlik Kuramı

Kişiliğin temel özelliklerini taşıyan “ben” ve “benlik” kavramı ile kişilik arasında yapısal ve gelişme açısından kesin bir sınır çizmek mümkün değildir. Çünkü kişilik ve benlik iç içe olmakla beraber, benlik kişilikten farklı özellikler taşımaktadır. Birey, kişiliğinin dışa nasıl yansıdığını bilemeyebilir; ancak benlik, bireyin kendi kişiliğine ilişkin kanıların toplamı, kendini tanıma ve değerlendirme biçimi olarak tanımlanmaktadır. Benlik kavramı ile birey, kendisi dışındakilerden ayrılarak kendine özel bir alan yaratmaktadır. Bu sebeple kişi, bu alanı sosyal etkileşim içerisinde konumlandırmak, geliştirmek ve korumak için daha fazla çaba sarf etmektedir (Zengin Demirbilek, 2021: 67).

Cooley (1902) “ayna benlik” kavramıyla diğer insanların bizim hakkımızda düşündüklerinin kendimizi nasıl hissedeceğimizi belirlediğini ifade etmiştir. Cooley’e göre çocukluk döneminde benlik oluşmaktadır ve toplumsallaşma süreciyle birlikte ise gelişmektedir. Çocuklukta döneminde edinilen ve onaylanan davranışlar sonrasında da yapılmaya devam etmektedir. Çocukların benliklerini belirlemekte olan ise, başkalarının ve özellikle de anne babalarının çocuk hakkındaki düşünceleri belirlemektedir. Anne babamızın, yakınlarımızın ve arkadaş çevremizin bizi ne şekilde gördükleri bizim fikir oluşturmamızı sağlar. Onların bizlere karşı vermiş oldukları tepkiler ise bizim fikirlerimizin doğruluğunu test etmemizi sağlamaktadır. Diğerlerinin bizi neden bu şekilde algılamış olduğunu anlamak için çaba sarfederiz ve benliğimizi de bu oranda geliştirmeye çalışırız (Aslan Yılmaz, 2016: 83).

Kişinin benliğinin başkalarıyla olan alışveriş sonucu gelişmiş olduğunu belirtir Charles Cooley. Benliğin ve toplumun ikiz kız kardeş gibi olduklarını belirtir. Çünkü benlik, kişinin başkalarıyla olan alışveriş sonrasını gerçekleştirmektedir. Yani kısaca iletişim sayesinde benlik açığa çıkmaktadır. Toplumsal sürecin ortaya çıkması için kişinin öncelikle kendinin farkında olması gerekir, en son karşısındaki kişinin kendisi hakkında ne düşündüğünü tasavvur edebilir (Zengin Demirbilek, 2021: 72).

Sembolik Etkileşimciliğin ilk dönem temsilcilerinden biri olarak değerlendirilen Charles Cooley’in yapmış olduğu en önemli katkılardan biri, ayna benlik kavramıdır. Cooley toplumla benliği birbirini bütünleyen bir yapı hatta aynı paranın iki farklı yüzü olarak görmektedir. Ona göre toplum dediğimiz şey, benliğin oluşum sürecinde bireyin diğerleriyle ilgili fikirleri sonucu oluşan bir algıdır (Gökulu, 2019: 180).

Cooley, ayna benlik kavramıyla, başkalarının bizim hakkımızda düşündüğü şeylerin, bireyin kendi düşüncelerini ve davranışlarını etkilediğini ortaya koymaktadır. Etkileşim süreci sonucunda ortaya çıkan bu durum bireyin davranışlarını karşısındakine göre ayarlamasına olanak tanımaktadır. Cooley, ayna benlik sürecindeki aşamaları şu şekilde sıralar:

Birinci aşama, kendi görüntümüzle ilgili olan düşüncemizdir. Bizler başkalarının gözünde acaba nasıl görünürüz. Özellikle bizim için çok önemli olan kimseler; annemiz, babamız, arkadaşlarımız bizi nasıl görüyor? Bu insanların düşünceleri bizim açımızdan çok önem taşır.

İkinci aşama, başkalarının bu reaksiyonları değerlendirmeleri ve açıklamalarıdır. Yani başkaları bizi, bizim kendimizi gördüğümüz biçimde mi görüyor yoksa farklı mı?

Üçüncü aşama ise benlik kavramının gelişimidir. Yani başkalarının bizi neden bu şekilde gördüğünü değerlendirir ve buna uygun bir benlik geliştirmeye başlarız. Eğer ayna benlik olumlu ise, bu olumlu davranışları devam ettiririz (Gökulu, 2019: 181).

Cooley'e göre biz görünümümüzün, amaçlarımızın, tarzlarımızın, eylemlerimizin, karakterimizin karşımızdaki kişi için ne gibi anlam ifade ettiğini bilmek isteriz ve kendimizin başka kişilerin zihnindeki yansımından çeşitli şekillerde etkileniriz. İkincisi, biz diğer insanların bizim görünüşlerimize ait yorumlarını merak ederiz ve bilmek isteriz. Son olarak, insanda gurur ya da kaygı gibi eşlik eden bir çeşit benlik duygusu vardır (Yikebali, 2018: 66). Algının bireyin benlik kavramı üzerindeki etkisi onun önceki düşüncelerini ve gerçek benliğini değiştirmeye teşvik etme yeteneğine sahiptir (Siljanovska ve Stojcevska, 2018: 73). Bireyleri etkileyen en önemli şey başkalarının kendisi hakkında düşündükleri, onu nasıl yorumladıklarıdır. Kişi dışarıdan ona karşı yapılan yorumlara göre kendini değerlendirmektedir. Dışarıdaki insanlar tarafından söylenen sözler doğru ya da yanlış dikkate alınmaz. Özellikle söylemde bulunulan şey olumsuz ise kişi bu durumdan direkt etkilenir ve bunu değiştirmeye çalışır. Başkalarının yorumları bireyin kendi yaşantısını yüksek oranda etkilemeye başlar.

1.10. Kapitalizm ve Güzelliğin Ticarileşmesi

Kapitalizm günümüzde baktığımızda birçok alanı etkiler nitelikte olmaktadır. Tez konusu kapsamında bakıldığında yaptırılan estetik cerrahi müdahaleler, güzelleşmek uğruna harcanan paralar ve bu sektörlerin ticari boyutlara taşınmış olması kapitalizm başlığı altında detaylandırılması gereken bir olgu olmaktadır. İnsanlar ekonomik durumları ne boyutta olursa olsun bu sektörün ticarileşmesiyle birlikte tüketici olmaktadır. Güzelliğin para ile satın alınabilir hale gelmesini gözler önüne sermektedir.

Kapitalizmin birçok tanımı mevcuttur. Aralarında en çok bilinmekte olan dört farklı tanımla bulunmaktadır. İlki kapitalizmi tamamen sermayecilik olarak tanımlanır. İkinci tanıma göre

kapitalizm, piyasaya hakim olmak isteyen ve onu kontrol edebilmeyi amaçlayan iktisadi üretim tarzıdır. Üçüncü bir tanım ise Marx tarafından yapılmaktadır. Ona göre kapitalizm üretim ve emek arasındaki ilişkiyle alakalıdır. Son olarak dördüncü tanım ise Weber'e aittir. Kapitalizmi rasyonalite ile ilişkilendirmektedir. Weber için kapitalizm, tam olarak akılcı iktisadi üretim sistemidir. Kapitalizmin var olabilmesi için bazı şeylerin gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunlar; Para Serbestisi, Rasyonel Sermaye Muhasebesi, Rasyonel Hukuk, Rasyonel Teknoloji, Özgür Emek ve İktisadi Hayatının Ticarileşmesidir. Bunlardan hareketle Weber kapitalizmi, özgür işgücünün rasyonel olarak örgütlenmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Weber'e göre kapitalizmin var olabilmesi için, üretimin özel sektör tarafından yapılmasını şart olarak sunmaktadır. Hatta ona göre, ihtiyaçların özel işletmelerce karşılandığı her iktisadi sistem, asgari düzeyde de olsa kapitalizmle iç içedir (Alptekin, 2015: 232).

Kapitalizm, serbest piyasa ekonomisine dayalı bir ekonomik sistemdir ve kar amacıyla üretim, tüketim ve ticaretin ön planda olduğu bir sistemdir. Estetik ise güzellik, hoşluk ve sanatsal ifade gibi kavramları inceleyen bir alandır. Kapitalizm ve estetik arasındaki ilişki, birçok farklı şekilde ele alınabilir:

1. Reklam ve Pazarlama: Kapitalist sistemde, ürünlerin ve hizmetlerin pazarlanması önemli bir rol oynamaktadır. Estetik, reklam ve pazarlama stratejilerinin bir parçası olarak kullanılan bir kavramdır.
2. Tüketim Kültürü: Kapitalist toplumlarda tüketim kültürü önemli bir olgudur. Estetik, insanların satın alma kararlarını etkilemektedir. Marka imajı, ürün tasarımı ve ambalaj estetiği gibi faktörler, tüketicilerin belirli ürünleri tercih etmesinde etkili olabilir.
3. Sanat Piyasası: Kapitalist sistemde, sanat genellikle bir ticaret nesnesi olarak görülmektedir. Sanat eserleri, estetik değerlerinin yanı sıra finansal değerleriyle de değerlendirilmektedir.

Güzellik kavramı ekonomik açıdan bakıldığında büyük bir gelir kaynağı olarak görülmektedir. Güzellik enstitüsünün temel oyuncularları arasında kozmetik üreticileri, zayıflama üzerine hizmet veren yerler, estetik ameliyat gibi bedene müdahale eden sağlık merkezleri yer almaktadır. 21. yüzyılda güzellik bu enstitünün sunmuş olduğu ürün ve hizmetler sayesinde korunmakta olan bir güç haline gelmiştir. Güzelleşmek adına verilen bu çabaların altında büyük oranla ekonomik nedenler yatmaktadır. 1950'li yıllarda güzellik içten gelmekte olan bir olgu olarak görülmekteydi. Ancak 1960'lı yıllara gelindiğinde bir göreve dönüştü. 1980'li yıllarda ise iyi hissedenin iyi görüleceği gibi pazarlama unsurları da kozmetik firmaları gibi güzellik sektörü tarafından kullanılmaya başlandı. Endüstriyel olarak üretilen ve gösterilen modeller genç kızların zorunlu güzellik standartlarına dönüşerek tüketimi düzenlemektedir. Günümüzde 200 milyar dolarlık bir pazara sahip olan güzellik sektörü bulunmaktadır. Güzellik sektörüne ait yapılan bir araştırmaya göre yılda 38 milyar dolar saç için, 24 milyar dolar cilt bakımı için, 20 milyar dolar

estetik cerrahi operasyonlar için, 18 milyar dolar kozmetik ürünler için ve 15 milyar dolar ise parfümler için harcanmaktadır. (Kılıç Altay, 2018: 63-65).

Tüketim postmodern toplumlarda bir ayrıcalık olarak görülmektedir. Burada beden hem tüketen hem de tüketilen nesne konumundadır. Bireyler de bu tüketim sayesinde kimlik ve imaj sahibi olmaktadır. Beden bireyler tarafından yeniden inşa sürecine girmektedir. Özellikle postmodern dönemde bedende değişimlerin bir aracı olarak estetik cerrahi operasyonlar ön plana çıkmaktadır ve tüketimin bir nesnesi olarak görülmektedir. Bu sayede tıp ve kozmetiğin sağlık ve güzelliği bir arada sunması zayıflık, incelik, belirgin vücut hatları, dolgun kalça ve göğüsler estetik cerrahi operasyonların sayısını arttırmaktadır (Çarboğa, 2022: 45-46). Beden parçalar halinde birçok ürüne de ihtiyaç duymaya başlamaktadır. Örneğin saçınızın temiz olması için sadece şampuan yeterli gelmemektedir. Saçınızın daha güzel ve gür görünmesi için saç bakım kremleri ve saç maskeleri de gerekmektedir. Yüzün ve tenin daha temiz ve yumuşak görünmesi için nemlendirici ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal medya aracılığıyla, televizyondaki reklamlar aracılığıyla bu ürünler insanlara sunulmakta ve onların tüketimi sağlanmaktadır. Bu sayede güzel ve bakımlı görünecek olan beden diğer bedenler arasında daha değerli ve ulaşılması gereken bir beden olarak görünecektir. Bedenini değiştirme ya da farklı tiplere sokma derdinde olan birey sayesinde beden kapitalist tüketim kültürünün hedefi olmaktadır.

Beden üzerindeki en büyük değişimlerin yaşandığı alanlardan biri de estetik cerrahi müdahalelerdir. Bireyler bu değişimle birlikte daha mutlu olacakları vaadiyle estetik cerrahi müdahalelere başvurmakta. Bu vaatle birlikte bireyler medikal işlemlere çok fazla rağbet göstermektedir. Estetik cerrahi işlemlerin fazlaşmasıyla birlikte aslında güzelliğe yüklenen anlamda değişime uğramıştır. Doğal olan güzellik değil, ideal olan güzellik algısı ön plana çıkmaya başlamıştır. İnsanların ideal güzelin dışında kalan bedenleri ise kusurlu olarak görülmeye başlanmıştır. İdeal bedene ulaşma çabası içinde olan insanlar onlara sunulan ürün ve hizmetlerden yararlanmaya başlamıştır (Alptekin, Delibaş, 2021: 172).

Geçmişten günümüze gelene kadar hem kadınlar hem erkekler kıyafetlerine ve bedenlerine çok fazla dikkat etmişlerdir. Ancak geçmişte güzellik için olan ürünler ve hizmetleri metalaşmamış ve bir pazar haline dönüşmemiştir. Pazar haline dönüşmesindeki en önemli şey ise, kentlerdeki büyümeler ve güzellik ürünlerinin büyük ölçekte üretilmesi ve dağıtımına imkan sunan teknolojinin gelişmesidir. Toplumun ve teknolojinin yaşamış olduğu bu değişim ve gelişim, kentleşme oranındaki artış, sosyal medya ve kitle iletişim araçlarındaki artış ve bu durumların günlük yaşama olan etkisindeki artış güzellik algısının da endüstrileşmesine katkı sağlamıştır. Bu durumda da güzellik endüstrisi tüketime dayalı hale gelmiştir (Bulut, 2020: 1034).

Güzellik sektörüne dair tüketimin her geçen gün artması sebebiyle ortaya çıkan profesyonel olmayan estetik operasyon yapan merdiven altı yerler ortaya çıkmaktadır. Hastanelerde uzman

doktorlar tarafından yapılması gereken estetik operasyonlar daha uygun fiyatlı olduğu için farklı yerlerde yapılmaya yöneltiyor bireyleri. Fiyatı çok daha uygun diye yapılan işlem aynı gibi görünse bile sağlıksız bir estetik operasyon olmaktadır. Bireyler ise işlem sonrasında yaşadıkları sağlık sorunu nedeniyle pişmanlık yaşamaktadır. Medipol Mega Üniversite Hastanesi'nden Op. Dr. Ahmet Aydın ise bu konuyla ilgili olarak estetik operasyon yaptırmak isteyen bireyleri uyarmaktadır. Son yıllarda oldukça sayısı artan botoks, dolgu gibi işlemler popülerlik kazandı ancak bu uygun olmayan yerlerde uygun olmayan koşullarda yapılmasının da önünü açmıştır maalesef. Dolgu, botoks, prp, mezoterapi gibi işlemler estetik cerrahi uzmanları tarafından profesyonel ortamlarda yapılmalıdır. Op. Dr. Aydın, “Uygun olmayan yerlerde, uygun olmayan koşullarda ve uygun olmayan bireyler tarafından yapılmakta olan işlemler vardır. Bu işlemlerden sonra birçok sorun ortaya çıkmaktadır. Enfeksiyon bu sorunların başında gelmektedir. Hastaların birçoğu işlemden önce kullanılan birçok ürünün, malzemenin markasını bilmemektedir. Uygulamayı yapacak olan kişinin uzmanlık sertifikasını bile sorgulamadan bu işlemleri yaptırmamalıdır. Bunların yanı sıra uygulanacak olan ürün ve malzemenin sadece kendileri için kullanıldığından da emin olmaları gerekmektedir” ifadelerini kullandı. Merdiven altı yerlerde uygulanan işlemler sonrasında vücutta bazı bozukluklar yaşanabilmektedir. Gözde kayma, çift görme gibi olumsuzluklar görülebilmektedir. İşlem yapılırken kullanılacak malzeme ve uygulanması gereken dozun yanlış ayarlanmış olması bunlar gibi daha birçok problem yaratabilmektedir. Bu sebeptendir ki estetik müdahale yaptıracak olan bireyler çok dikkatli olmalı ve profesyonel olan yerlerde uzmanlar eşliğinde bu işlemleri yaptırmalıdır (URL 9, 2019).

1.11. Medyada Güzellik Söylemi

Medyanın sosyal hayat içerisindeki etkisi gözle görülür niteliktedir. Birçok alan medya aracılığı ile gelişmekte ve değişmektedir. Medya tüm alanları etkilediği gibi sağlık alanını da etkilemektedir. Alınıp satılmaya başlayan sağlık bilgisi medya aracılığıyla tüm insanlara duyurulmaktadır (Bulut, 2020: 1033). Dünyada sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte sağlıkla ilgili her şeye ulaşmak daha kolay hale gelmiştir (Bulut, 2020: 1042). Sosyal medya platformlarının kullanımının artmasıyla birlikte sağlık ve güzellik konularında da temel istek ve hedefler değişim göstermeye başlamıştır. Bireyler sosyal medya aracılığı ile gördükleri ve kusursuz buldukları bedenlere ulaşma arzusunu fazlasıyla taşımaya başlamaktadır. Sosyal medya platformlarını daha etkin bir şekilde kullanan kişilerde imajlarına, bedenlerine ve diğer dış görünüşlerine ilişkin fazlasıyla bir memnuniyetsizlik halinin yükselişte olduğu görülmektedir. Genellikle bu bireyler kendi sahip oldukları güzellik imajından çok sosyal medya aracılığıyla topluma atfedilen güzellik imajına erişebilmek ve sahip olabilmek arzusuna sahiptirler. Onlar için asıl güzel olan medyada görülmekte olandır. Onun dışında kalanlarda ise kusur bulunmaktadır. Medya içerisinde de bireylerin etkilendiği birçok platform yer almaktadır. Bu platformlar üzerinden bireylere güzel olanın standartları aşılanmaya çalışılmaktadır.

Sosyal medya platformlarından en çok kullanılan ve insanları en çok etkileyen uygulama instagram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu platformda kullanıcıların marka giysilerin, fit beden ve lüks yaşamın öne çıkarıldığı bu sosyal medya platformlarının en aktif kullanıcıları ise kadınlar olarak görülmektedir (Güzel, Cizmeci Ümit, 2018: 3). Bu platformu mesleki olarak kullanan birçok kullanıcı da yer almaktadır. Kendi yaşamlarından, aldıklarından, giydiklerinden, kullandıkları birçok üründen bu platformlar üzerinden bahsetmektedirler. Bireyler gerçeklik algılarının birçoğunu da bu platformlardaki paylaşımlarla birlikte yitirmektedir. Adeta kusursuz olarak sunulan hayatlar, bedenler ve yaşamlar insanların kendilerini de bu anlamda yetersiz hissetmelerine sebebiyet vermektedir. Bununla birlikte ise bireyler en çok da bedenlerinde değişim yapmaya çalışmaktadır.

Küreselleşmenin biçimlendirdiği dünyamızda beden, beğenilmeyen ya da çirkin olan parçasının değiştirilerek daha çok beğenilecek nesneye dönüştürülmüştür (Kızılcıkel, 2003: 90). Dış görünüşe fazla önem veren bireyler ortaya konmaya çalışılmaktadır. Her geçen gün bireyler bu değişimi yaşamak için daha çok istekli olmaktadır. Kendi bedenlerinde eksik gördükleri yerleri onlara gösterilen kusursuz bedenlerdeki ile aynı yapmak için çaba sarfetmeye başlamışlardır. Bu durum medya aracılığı ile yaygınlaşma birlikte kültürler arasında da değişiklik gösterdiği yadsınamaz bir gerçektir.

Beden imajı kavramı kültürler arasında farklılık gösterebilmektedir. Bu imaj diğer insanlarla kurulan ilişkilerle birlikte değişim göstermektedir. İnsanlar kafalarında idealize ettikleri beden görünümüne ulaşmak için çaba sarfetmektedirler. Dövme yaptırmak, saç boyatmak, estetik cerrahiye başvurmak bu seçenekler arasındadır. Sosyal medya ise bu noktada değişimi destekleyen ve aşılayan bir faktör haline gelmiştir (Alptekin, Delibaş, 2021: 175). O zaman içerisinde moda olan ne ise insanlarda ona uyum sağlamaya başlamışlardır. Estetik cerrahi operasyonların ilk popülerleştiği zamanlarda kalkık ve kaydırak gibi olan burunlar modaydı. Günümüzde ise estetik doğal olsun, yapıldığı belli olmasın kaygısıyla yaptıran bireylerin sayısı artmaktadır. Buram buram estetik kokan operasyonların yerini daha doğal daha minimal estetik operasyonlar almaya başlamıştır. Çünkü medya aracılığıyla bu doğallığın popülerleşmesi söz konusu olmaktadır.

Medya tüm bu güzellik standartlarını taşıyıcı niteliktedir. Kadınlar için güzelliğe ulaşmak bir zorunluluk haline gelmiştir. Medya sayesinde kadınlara yansıtılan ideal bedenlere ulaşmak kadınların daha çok estetik cerrahi operasyonlara başvurmasını da sağlamaktadır (Güzel, 2013: 82). Bu imaja uymayan kadınlar ise kendilerini çirkin hissetmektedir. Çirkin hissettikleri için de özgüvenleri eksik olarak toplumda var olmaya çalışmaktadırlar. Bu eksikliği giderebilmek ve kendilerini o imaja dahil edebilmek için her yolu denemektedirler. Bir birey olarak toplumda varlıklarını daha görünür kılabilmek için değişimi kucaklamaktadırlar. Kilolu ve çirkin hisseden bir bireyin toplum içinde çekingen ve özgüvensiz davranışlar sergilediklerini görmekteyiz. Aldıkları olumsuz yorumlarla birlikte çeşitli diyetlere ve estetik cerrahi operasyonlara başvurarak bu

durumdan kendilerini kurtarmaya çalışmaktadırlar. Çünkü güzelliğin en çok kadın bedenine atfedilmiş olduğu çağımızda güzel olmak kadınların bir zorunluluğu haline gelmektedir.

Güzellik kavramının kadın ve kadın bedenine atfedildiği bir toplumda reklamlarda doğal olarak kadınlar üzerinden güzellik algısını yansıtmaktadır. Reklamlarda oynatılan kusursuz kadın imajı birçok bireyin o görüntüye ulaşmak istemesini sağlamaktadır. Karşısındaki kişi gibi kusursuz görünmek, onun gibi güzel olup beğenilme isteği bireyler tarafından çok daha normal karşılanmaya ve hatta arzulanmaya başlamaktadır. Teknoloji gün geçtikçe gelişmekte ve medyanın gücü de buna oranla artmaktadır. Medyanın bu denli güç kazanması bireylerin düşüncelerinde büyük etki yaratmaktadır. Kadınlar için bu değişim ya da güzel olma zorunluluğu onlar için sorun haline de dönüşebilmektedir. İstedikleri halde bu algıya uyum sağlayamayan ya da estetik cerrahi müdahale yaptıramayan bireylerde söz konusu olmaktadır. Bu sebeple de kendilerini yetersiz, eksik ve özgüvensiz hissederek hayatlarına devam etmek zorunda kalmaktadırlar.

Güzellik olgusunun bir soruna dönüşmesi, kültürel değişimlere ve güzelliğin kadınlara atfedilmesine bağlıdır (Güzel, 2013: 82). Kadınlar her dönemde, her kültürde güzel olmak zorunda düşüncesiyle hayatlarını devam ettirmektedirler. Çünkü medya tarafından dayatılmakta olan durum bu şekildedir. Güzellik standartları zamanla ve kültürel olarak değişmekte ve herkesin güzellik algısının farklı olması kadınlar üzerinde baskı yaratmaktadır. İdeal kadının bedeni sosyal medya ve kitle iletişim araçlarıyla birlikte genişlemekte, herkes tarafından kullanılır hale gelmekte ve tüm topluma sunulmaktadır (Levi, 2014: 130-131). Kısaca özetleyecek olursak aslında kadın için güzel olmak geçmiş çağlardan günümüze kadar hep bir zorunluluk olarak görülmektedir. Moda zayıflıkla kadın zayıf olacak, moda balık etlilikse kadın balık etli olacak, moda geniş omuzlarsa kadın geniş omuzlu olacak gibi birçok güzellik standartlarına kadınlar mecbur bırakılmaktaydı. Günümüzde de bu durumun yansımalarını hala görmekteyiz.

1.12. Feminizm

Feminizm kavramının ilgi alanı kadındır. Kadınlarla ilgili olabilecek her konu feminizm tarafından ele alınmaktadır. Kadının başarısı, kadının sağlığı, kadının mesleği, kadının hakları, kadının eğitimi gibi birçok konu tartışılmaktadır. Güzellik olgusu da bakıldığında en çok kadınlar üzerinden tartışma konusu haline gelmiştir. Bu sebeple de bu tez çalışması yapılırken feminizm başlığına da yer verilmiştir.

Güzellik kavramı geçmişten günümüze bakıldığında daha çok kadınlarla ilişkilendirilmiştir. Bu sebeple de feminizmin önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Feminizm yaklaşımı, kadınların sadece kadın oldukları için karşı karşıya kaldıkları zorluklar, baskı ve ezilmişlikle ilişkisini inceleyen, sınıf, ulus, dil, din vs. unsurlarda kadınların yaşadığı sorunları ele alan bir bilim alanı olarak değerlendirilmektedir. Feminizm algısı, ilk olarak 18. yüzyılda İngiltere’de ortaya

çıkımlı ve 1792’de yayınlanan Mary Wollstonecraft’ın “A Vindication of the Rights of Women” adlı eseriyle de ilk akademik alan içerisine girmiştir (Taş, 2016: 165).

Feminizmde temel obje kadındır. Kadının toplumdaki yeri, statüsü, kadınların ev içi ve dışındaki yapmakla yükümlü oldukları rolleri, kadının ezilmişliği ve sömürüsü, cinsiyet farklılıkları, ataerkil toplum yapısı ve erkek egemen iktidar yaklaşımları ve baskıları geniş ölçekte tartışılan konulardır. Feminizm kavramı, kendi içinde yeni söylemlerin, eylemlerin, algıların ve kuramsal yaklaşımların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Taş, 2016: 164).

Tarihsel olarak dönemlere ayrıldığında birinci dalga feminizm olarak adlandırılan erken dönem feminist yaklaşımlar ve ardından ikinci dalga feminizm adı altında kavramsallaştırılan ikinci dönem yaklaşımların güzellik ideolojisine karşı mesafeli ve eleştirel bir tutumları olduğu görülür. Bu feminist yaklaşımlar güzelliği patriarkanın kadınlar üzerinde kurduğu tahakkümün bir aracı olarak kavrar. Üçüncü dalga feminizmin içindeki kız kültürü yaklaşımı ise önceki feminist yaklaşımlardan farklı olarak, güzellik ideolojisinin baskılayıcı yanını ihmal etmeden, güzelliği kadın öznelliğinin inşasında “güçlendirici” bir araç olarak çözümlemeyi amaçlar (Genç, 2020: 13-14).

Feminizmin estetik kavramıyla ilişkisi, cinsiyet rolleri, güzellik standartları, beden imgesi ve sanat gibi birçok alanda incelenmiştir. Güzellik standartları ve beden imgesi, sanat ve kültürel ifade, moda ve görünüm, estetik anlayışın yeniden değerlendirilmesi feminizmi estetik kavramıyla ilişkilendiren bazı önemli noktalardır.

Liberal feminizmin ilk düşünürleri olarak kabul edilen M. Wollstonecraft, J. Stuart Mill gibi yazarlar insanları diğer canlılardan ayıran temel özelliğin zihinsel kapasite olduğunu ve sahip olunan potansiyel zihinsel kapasite açısından insanlar arasında herhangi bir farkın olmadığı, dolayısıyla birbirinden farklı kadın ve erkek doğasından ziyade insan doğasından bahsetmenin daha doğru olacağını savunmakla işe başlamaktadırlar. Liberal feministler, kadınla erkeğin ruhunun ve akılcı yeteneklerinin aynı olduğunu söylerler, bunu başka şekilde şöyle de ifade edebiliriz, bu yaklaşıma göre erkeklerle kadınlar ontolojik olarak aynıdır (Sevim, 2005: 56).

19. yüzyıl feminist teorisinde diğerleri ile eşit derecede önemli başka eğilimler de vardır. Bu yüzyılda kadınlar için sadece yasal istekler önde değildir. Aydınlanmacı liberal teorinin akılcı ve yasal hamlesinin ötesine giden bu düşünceler “kültürel feminizm” adı altında gruplanabilir. Bu şekilde düşünen feministler salt siyasal kazanımlara odaklanmaktansa daha geniş bir kültürel dönüşümün peşinde ilerlerler. Bunlar eleştirel düşünme, eğitime önem verme ve kendini geliştirmenin önemini kabullenirler ama bununla birlikte hayatın akıldışı, sezgisel ve genellikle kolektif yönü üzerinde dururlar. Liberal feministlerin aksine kadınlarla erkekler arasındaki

benzerlikleri vurgulamak yerine genellikle kadınlık niteliklerinin kişisel kuvvet, gurur ve kamusal yenileme kaynağı olarak kabul edilen farklılıkları üzerinde dururlar (Sevim, 2005: 60-61).

Romantik geleneğe bağlı ikinci dalga feminizm kuşağından gelen Victoria Woodhull ve Emma Goldman esasen anarşist görüşlere sahipti. Önemli bir kuramcı olmamakla birlikte Victoria Woodhull 1870 kendi çıkardığı gazetede evlilik kurumuna karşı şiddetli eleştiriler yaptı ve ona alternatif olarak serbest aşkı savundu. Temel değer olarak organik büyüme sürecine ve bireysel ruhun herhangi bir türde otorite tarafından engellenmeyerek büyüme yeteneğinin önemine değinir. Kısıtlamalardan arınmış uyumlu bir dünya ister. Goldman kadınlara uygulanan baskının onları nesnelleştiren sistemden kaynaklandığını ileri sürer. Aynı zamanda eşcinsel haklarını açıkça destekleyen Amerikalı ilk feministtir (Sevim, 2005: 63)

19. yüzyıl ortalarından sonra liberal feminizmin tezleri üzerinde tartışmalar başlamış ve liberal feministlerin kadın sorununa getirdikleri temel çözümün (kadın-erkek fırsat eşitliği) uygulanıp uygulanamayacağı tartışması Marksist feminizmin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Marksist feministler aslında liberal feminizmin kadın sorununa bulduğu cevapları yetersiz görmektedir. Sorun onlara göre sadece kadınların sınıflı toplumda ayrı bir sınıf oluşturmaması ya da oluşturmaması değildir. Her iki durumda da liberal feminizmin önerdiği çözümlerin geçerli olmayacağını savunmaktadırlar (Sevim, 2005: 63-64).

De Beauvoir'e göre kadın sorununu kavramak için ne biyolojiye, psikolojiye ne de tarihsel determinizmin iktisadi determinist yaklaşımının dayattığı insan tanımına gerek vardır. Varoluşçu felsefeye göre bu tür tanımları kabul ettiğimizde varoluştan önce gelen özü otomatik olarak kabullenmiş oluruz. Bu durum da De Beauvoir'e göre kadınları bir biçimde değişmez bir yazgıya teslim etmektedir. Yani onların özgürleşmelerinin önüne toplumsal ya da iktisadi kurumları ve insanın biyolojik ya da psikolojik yapısını aşılamayacak engeller olarak koymuş oluruz. De Beauvoir bunu söylemekle kadın ve erkek arasındaki biyolojik ve psikolojik farkı inkar etmez; onun karşı çıktığı sadece bu farklılığa sırtını dayayarak kadınla erkek kavramları arasındaki açıklanan uçurumdur (Sevim, 2005: 72).

Radikal feminist kuram 1960'ların sonlarında ve 1970'lerin başlarında bir grup eski eylemci kadın tarafından, esas olarak New York ve Boston'da geliştirilmiştir. 1970'lerden sonra kadın komünleri kurulmak suretiyle radikal feminizmin merkezi de İskandinav ülkelerinden Amerika'ya taşınır. Radikal feministlerin açıklamalarına göre bu akımın ortaya çıkış nedeni kadınların kurtuluşuyla ilgili mevcut teorilerin yetersiz kalışıdır. Bu suçlama Liberal ve Marksist teorilere yöneliktir. Çünkü radikal feministlere göre, radikal feminizm akımı Liberal ve Marksist teorilerin kadın sorununa ve kadının özgürleşmesine tatmin edici bir cevap bulamamalarına bir tepki olarak gelişmiştir. Kadınla erkek arasındaki biyolojik farklılık toplumsal ilişkilerin temelini oluşturduğu için Radikal feminizme göre kadın erkek ilişkilerini anlamak için -Marksist feminizmin tersine

üretime değil- üretim sürecine bakmak gerekir (Sevim, 2005: 75-76). Radikal feministlere göre kişisel kimlikler yeniden düzenlenmeli, dilin ve kültürün erkeksi şekinden yeniden dönüştürülmesi sağlanmalı, siyasi iktidar yeniden şekillenmeli ve yerleştirilmelidir (Sevim, 2005: 83).

1.13. Estetik ve Din İlişkisi

İslam dininde insan üzerindeki estetik müdahaleye bakış açısı, genel olarak doğallık, iffet ve ölçülülük prensipleri etrafında şekillenir. İslam'ın estetik anlayışı, bedenin doğal güzelliğini koruma, aşırılıklardan kaçınma, Allah'ın yaratıcılığını takdir etme üzerine odaklanır ve dini hükümlere uyum esastır. Bütün toplumlar içinde beden, kültürel ve tarihsel özelliklerin içerisinde şekillenmektedir. Bu özellikler ise beden üzerine normlar koymaktadır. Türkiye'nin modernleşme sürecinde onun muhafazakar yapısı da sürecin içerisinde olmuştur. Türk kadını modernleşme sürecini yaşarken, muhafazakar kadın dini kültürel değerleri ile modernliğin birlikteliğini sırasıyla uzak durma, alternatif oluşumlar ve olduğu gibi kabullenme şeklinde gerçekleştirmiştir. 21. yüzyılın başlarından itibaren bilimsel ve teknolojik ilerleme güzellik ve estetik cerrahi sektörünün gelişmesi ve yaygınlaşmasını sağlamıştır (Yüksel, 2022: 157).

İslami yapıya bakıldığında yalnızca güzelleşmek uğruna bedende yapılan değişikliklerin yasaklanmış olduğu görülmektedir. Dini değerlerine bağlı ve onlara sahip çıkmakta olan her kadının bedenindeki şekillendirme de dini kimliği öncelik tanınırken zamanla bunu yitirdiği de görülmektedir. Çünkü modern toplumun değerlerine ayak uydururken onunla çatışmadan dini hassasiyetini bireysel hale getirerek yaşamını devam ettirme çabası sarfetmektedir. Bedene estetik işlem yaptırmanın dini karşılığı son zamanlarda çok fazla sorgulanmakta olup din adına söylem oluşturma yetkisi olan kurum ve kişiler estetik işlemleri dini kaynaklar ve modern tıp bilimini sentezleyerek değerlendirmektedir (Yüksel, 2022: 158).

Günümüzde surete, şekle, imaja kısaca dış görünüme atfedilen değer düşünüldüğünde, İslam'ın estetik anlayışı ile modern zaman insanının estetik anlayışı arasındaki mübâye'et fark edilecektir. Modern zamanda Müslümanca yaşama gayesi olan insanların zorlanmaları bu iki anlayış arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. Modernitenin tek hakikat ve terakki vesilesi olduğunu addeden kimselerin topluma kendi düşüncesini dayatması ve bu amaç için bazı teknikleri devreye sokması, Müslümanca yaşama gayesi olan insanları bu akım karşısında aciz, yer yer ikilem içerisinde bırakmaktadır. Arada kalmışlığın günümüzdeki en önemli tezahürlerinden birisi de estetik konusudur (Uysal, 2019: 17).

Bedene uygulanan estetik amaçlı müdahaleler, insana bir emanet olarak sunulan beden üzerinde bazı tasarruflar demek olduğundan fıkıhı da ilgilendirmektedir. Dolayısıyla bu işlemlerin bir kısmı dinen meşru görülmekle birlikte bazıları meşru görülmemiştir. Dinde bunun bir genel kuralı

bir de özel olarak beyan edilen cüzi hükümleri vardır. Bu hüküm ya da kavramların bazıları naslarda bazıları ise fukahanın içtihatlarında açıklanmıştır (Uysal, 2019: 18).

Kişinin aklına ve bedenine zarar verecek maddeleri kullanması, bedenine veya organlarına zarar vermesinin İslam hukukunda yasak olması, insan bedeni üzerinde Allah hakkının baskın olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan İslam'a göre ahsen'i takvim üzere yaratılan insan, kendisine verilen nimetlerin sahibi değil emanetçisidir. Konu bu açıdan değerlendirildiğinde beden üzerindeki hak, sorumluluğa dönüşmektedir. Dolayısıyla kendisine eksiksiz olarak verilen canını, aklını, vücut bütünlüğünü ve sağlığını korumakla yükümlüdür. Bunlar üzerinde meşru bir amaç olmaksızın tasarrufta bulunamaz. Özetle gerek modern hukuk sistemi gerekse İslam hukuku, insanın bedeninin dokunulmazlığını savunarak onu hem dış etkenlerden hem de kendisinden korumuştur (Uysal, 2019: 41). Bedenin değiştirilmemesi üzerine kurulu kurallar İslam, Hristiyanlık ve Yahudilik gibi dinlerde görülmektedir. Tek tanrılı dinlerin estetik cerrahi girişime yaklaşımı genel olarak gerekli durumlarda ve cerrahi girişim sonucunda kişinin kişiliğinin değişecek kadar ileriye gidilmemesi gerektiği belirtilmiştir (Karabacak, 2022: 17).

Günümüzde tıbbın mümkün hale getirdiği estetik ameliyatlara yapılan değiştirmeleri de ikiye ayırmak gerekmektedir. Birincisi, normal olana göre biçimsiz, yersiz, aşırı şekilde maddi veya psikolojik olarak rahatsızlık verici oluşumların düzeltilmesidir ki, bunlar tedavi sayılır ve caizdir. İkincisi, normal olanı ya daha ziyade güzelleştirmek veya değişiklik olup yaratılış düzenini değiştirmeyi hedefleyen bu tür uygulamalar dinen hoş görülmemiştir (Uzak, 2010: 14-15). Estetik müdahaleler sağlıksal sebeplerden ötürü yapıldığında dini açıdan kabul görmektedir ancak sadece görünüş açısından güzelleşmek amacıyla yapılan estetik müdahaleler dini açıdan kabul görmemektedir. Sağlıksal sebepten ötürü ameliyat olan bazı bireyler bıçak altına yatmışken dış görünüşünü de değiştirmektedir. Bu durum da dini açıdan pek hoş karşılanmamaktadır.

1.14. Estetik ve Kültür İlişkisi

Kültürden kültüre estetik kavramı değişkenlik gösterebilmektedir. Her kültür, kendi benzersiz estetik anlayışına ve tercihlerine sahiptir. Bu, farklı kültürlerin değerlerinden, inançlarından, tarihlerinden, coğrafyalarından ve diğer sosyal ve kültürel faktörlerden etkilenmektedir. İnsanların güzellik algısı, sanat eserlerine, mimariye, müziğe ve diğer estetik unsurlara yönelik tercihleri, kültürler arasında büyük ölçüde farklılık göstermektedir. Bir kültürde estetik tercihler sade bir tarzı öne çıkarırken, başka bir kültürde tercihler daha süslü ve detaylı olabilmektedir. Ayrıca renk, desen, form ve malzeme gibi estetik unsurlara verilen önem de kültürler arasında değişkenlik göstermektedir. Doğu Asya kültürlerinde zariflik, denge ve sadelik öne çıkarken, Latin Amerika kültürlerinde canlı renkler ve duygusallık daha belirgin olabilir. Kültürler arası etkileşim ve küreselleşme gibi etmenler, estetik tercihlerde bazı benzerliklere yol açabilmektedir, ancak her

kültür, kendine özgü estetik kimliğini korumaktadır. Dolayısıyla, kültürden kültüre estetik kavramının değişkenlik göstermesi, kültürel çeşitliliğin zenginliğini yansıtmaktadır.

Dünyanın farklı ülkelerinde ve farklı yerlerinde yaşayan birçok toplumun güzel görünme çabasında oldukları görülmektedir. Kültürel yapı ile güzellik kavramı birbiriyle yakından ilişkilidir. Bireylerin toplum tarafından kabul görmekte olan bir dış görünüşü aramaya itmektedir. Örneğin; Eski Mısır güzelliğe önem veren ilk uygarlıklardan biri olmuştur. Parfüm, yağ vb. bakım ürünlerini üreten bir toplum özelliği taşımıştır. Antik Yunan'da güzellik oldukça aranan ve fazlasıyla saygı duyulan bir şey haline gelmiştir. Farklı kültürler ve bu kültürlerle sahip olan toplumlardaki popüler insanların ve medyanın önemli etkisiyle birlikte güzellik algısının değişimi olmaya başlamıştır. Bu sayede ise estetik cerrahiye yönelim fazlasıyla artış göstermiştir. Jung ve Hwang (2016)'ın yaptığı araştırmada Amerikan kültüründe ünlülerin bireyler üzerinde büyük etkileri olduğu bulunmuştur (Karabacak, 2022: 13).

Tarih boyunca çekici görünümlü bireylerin bu özelliklerini kullanarak çeşitli hediyeler aldıkları ve sorunlarını kolayca çözüme kavuşturdukları bildirilmiş, güzel bir yüze sahip olmak kişinin imajını ve özgüvenini arttırmış, dolayısıyla bireyler daha kolay sosyal ilişkiler kurmuş ve bireylerin toplum içinde kendilerine daha kolay yer bulduğu bildirilmiştir (Karabacak, 2022: 13). Bireyler toplumdaki yerlerini garantiye alabilmek adına estetik müdahalede bulunmaktan kaçınmamaktadır. Ekonomik olarak kendilerini rahatta hissetmeyen bireyler bile borç-kredi alarak bu işlemleri yaptırmaktadırlar. Genele bakıldığında bu estetik müdahaleler sonrası pişmanlık duyan birey sayısı oldukça azdır. Hatta birçoğu daha önce neden yaptırmadıkları yönünde kendilerine sitemde bulunmaktadır. Çevrelerinden aldıkları olumlu yorumlarla birlikte kendilerini daha mutlu ve özgüvenli hissetmektedirler.

Güzellik kavramı kişiden kişiye değişiklik gösterdiği gibi kültürden kültüre de değişiklik göstermektedir. Her toplumun ya da kültürün güzelliğe atfettiği anlam farklıdır. Kimi kültür için güzellik esmer bir tene sahip olmakken kimi kültür için güzellik beyaz bir tene sahip olmak demektir. Her birey içerisinde bulunduğu kültürün benimsediği güzellik algısına göre kendisini değişim ve dönüşüme açık hale getirmektedir.

Kültürel özellikler estetik cerrahi geçirme nedenlerini etkilemektedir. Türkiye'de modernleşmeyle birlikte bireylerin güzellik anlayışları etkilenmiş ve Batı ülkeleri örnek alınmıştır. Örneğin ABD'de Anglo-Sakson kökenli olmayan bireyler etnik ayrımcılığa karşı bir telafi mekanizması olarak estetik cerrahiye başvurmaktadır. Japonya ve Çin'de Batılı bir görünüm elde etme amacıyla yaptırılan bleferoplasti ameliyatları (gözkapağı estetiği), Amerika'da "uykulu, donuk" görüntüyü azaltmak için daha büyük gözlü görünmeyi isteyen Asyalı kadınların bleferoplasti ameliyatları, Japonya'da cilt beyazlatma girişimi, Brezilyalı kadınlarda meme küçültme ameliyatı, Yahudi ve Akdenizli göçmenlerde çoğunlukla rinoplasti ameliyatları tercih

edilmektedir (Karabacak, 2022: 14-15). Her kültürde farklı türde estetik müdahalelerin yapıldığı görülmektedir. Kültürlerde yaygın olan güzellik algısına göre bu estetik müdahaleler değişim göstermektedir.

Teknoloji geliştikçe bireyler farklı kültürlerin güzellik algılarına da kolaylıkla erişebilir olmaya başlamıştır. Bu erişimin en kolay yolu ise sosyal medya, reklamlar, filmler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler yakından takip ettiği bu değişime ayak uydurmaya çalışmaktadır. Modernleşme süreciyle birlikte her toplum ve kültür birbirini etkilemeye ve birbirinden etkilenmeye başlamıştır. Böylelikle yapılan estetik müdahaleler kültürler arasında yayılmaya, farklılaşmaya ve fazlalaşmaya başlamıştır. İnsanlar kendi bulundukları kültür içerisindeki güzellik standartlarına uymak zorunda olmaksızın ulaşmak istedikleri her kültürün güzellik standartlarını da değerlendirebilmektedir. Onlar için artık güzel olana erişmek kısıtlanabilir bir şey değildir. Kendileri için en ideali en güzeli hangisi ise onu benimseyip kendilerini değiştirmektedirler.

İKİNCİ BÖLÜM

2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Konusu Amacı ve Önemi

Güzellik ve estetik kavramları her geçen gün birbirini etkilemeye ve beslemeye devam etmektedir. Her iki kavramda birbirinden güç almaktadır. Toplum içerisinde dayatılmış olan güzellik algısına erişebilmek için insanlar estetik müdahalelere tonlarca para saçmaktadır. Estetik cerrahisine duyulan ilgi ise tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de oldukça fazla görülmektedir. Gelişen teknolojiyle birlikte estetik müdahaleye duyulan ihtiyaç ilerleme kaydetmektedir ve estetik olan bireylerin sayısı ise her geçen gün artış göstermektedir. Gün geçtikte değişmekte olan güzellik algısı ve teknolojiyle birlikte estetiğe yüklenen anlamlar da değişmektedir. Bireyler daha güzel olabilmek, daha yakışıklı olabilmek, kendi özgüvenlerini arttırabilmek, toplumda daha aktif rol oynayabilmek için estetik müdahalelerde bulunmaktan kaçınmamaktadır. Dış görünüşlerinin iyi olması bireylerin kendilerini daha iyi, mutlu ve özgüvenli hissetmelerini sağlamaktadır. Ekonomik olarak estetik müdahalelere para ayırabiliyor olmakta bu durumu daha olası kılmaya başlamaktadır. Artık insanın varoluşunu gerçekleştirme, hayatta bir iz bırakma, beğenilir ve değerli olma, diğerlerinden farklı olma ve biriciklik gibi ihtiyaçları için gayret sarf edeceği tek materyalin kendi bedeni olduğu, ekonomik sistem tarafından öğretilmektedir. Mevcut ekonomik sistem büyük bir güçle güzellik arzusunu hızlı bir şekilde kamçulamıştır. Bu yol ise bedenleri tüketim malzemesi haline getirmektedir. Güzel olmanın, güzel görünmenin ön şartı olarak da gençliği ve genç görünmeyi dayatmaktadır (Deniz, 2018: 5)

Geçmiş zamanlarda bakıldığında estetik müdahale yaptıran kişilerin film yıldızları, zengin insanlar, şarkıcılar olduğu görülmekteydi. Ancak teknolojik gelişmelerle ve estetik cerrahların sayısının artmasıyla birlikte her bütçeye uygun farklı estetik müdahaleler yapılabilir olmuştur. Bu sayede ise birçok birey estetik müdahale yaptırabilir konuma gelmiştir.

Araştırmanın konusu “Postmodern Çağda Bedenin Yeniden İnşası ve Güzellik Salonları: Trabzon İli Örneği” şeklinde belirlenmiştir. Kişilerin neden estetik müdahalede bulundukları, bu estetik müdahale öncesindeki ve sonrasındaki duygu/düşünceleri, pişmanlık duyup duymadıkları merak konusu olmuştur. Kişilerin güzellik ve güzelliğe yükledikleri anlam, toplumun dayatmış olduğu güzellik algısı, ekonomik durumları ve estetik müdahaleyi tercih edenlerin yaş aralıkları hakkındaki görüşleri ortaya koyma amaçlanmıştır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın tasarımında nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmaların, 20. yüzyılın başlarında, insan yaşamının karmaşık doğası, insana dair pozitivist yaklaşımın kabul etmediği olgu ve gizemleri belirleme çalışmaları olarak antropoloji, psikoloji ve sosyoloji bilimlerinde başladığı görülmektedir (Baltacı, 2019: 369). Nitel araştırma, insanın kendi potansiyelini anlaması, sırlarını çözmesi ve çabasıyla inşa ettiği sosyal yapı ve sistemlerin derinliklerini keşfetmek için geliştirdiği bilgi üretme biçimlerindendir. Nitel yöntemle desenlenmiş araştırmalarda incelenen olay veya olgu hakkında derin bir algıya ulaşma gayreti söz konusudur (Morgan: 1996'dan aktaran Baltacı, 2019: 370).

Nitel araştırmalarda genellikle gözlem, görüşme, doküman ve söylev analizi gibi nitel veri toplama teknikleri kullanılır. Bunun yanında, insana ilişkin algı ve olayların, sosyal gerçeklikte ve doğal ortamında derinlemesine incelenmesinin esas olduğu nitel araştırma, farklı disiplinleri birleştiren bütüncül bir bakış açısına da sahiptir (Baltacı, 2019: 370). Bu araştırma da ise nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme yöntemini kullandım. Görüşme türleri içerisinde de yarı yapılandırılmış görüşme tekniğini tercih ettim. Araştırmacı yarı yapılandırılmış bir görüşmede, katılımcı ile sohbeti yönlendirmek için önceden hazırlamış olduğu soruları katılımcıya sorar ve onların bakış açılarını, deneyimlerini ve algılarını derinlemesine keşfetmeyi sağlar. Araştırma boyunca yirmi bir katılımcı ile görüşme yapıldı. Bu görüşmeler belirli süreler doğrultusunda gerçekleştirildi.

Tablo 1: Katılımcılarla Yapılan Görüşmelerin Süreleri

	Cinsiyet	Yaş	Görüşme Süresi
K1	Kadın	22	20 Dakika
K2	Kadın	19	25 Dakika
K3	Erkek	21	19 Dakika
K4	Kadın	19	19 Dakika
K5	Kadın	50	15 Dakika
K6	Kadın	28	32 Dakika
K7	Kadın	18	35 Dakika
K8	Erkek	18	12 Dakika

Tablo 1: (Devamı)

	Cinsiyet	Yaş	Görüşme Süresi
K9	Kadın	35	15 Dakika
K10	Kadın	25	16 Dakika
K11	Erkek	18	14 Dakika
K12	Kadın	43	23 Dakika
K13	Kadın	48	32 Dakika
K14	Erkek	27	17 Dakika
K15	Kadın	22	12 Dakika
K16	Kadın	27	47 Dakika
K17	Kadın	27	28 Dakika
K18	Erkek	18	16 Dakika
K19	Kadın	20	33 Dakika
K20	Kadın	23	33 Dakika
K21	Kadın	20	15 Dakika

Nitel araştırma, tümevarımcı bir yaklaşımla, olayları ve olguları doğal ortamları içinde betimleme, katılımcıların bakış açılarını anlama ve yansıtmaya üzerine odaklanan araştırma yaklaşımıdır. Nitel araştırma yöntemlerinin doğal ortama duyarlı olması, araştırmacının katılımcı rolü olması, bütüncül bir yaklaşıma sahip olması, algıların ortaya konmasını sağlaması, araştırma deseninde esnekliği olması diğer önemli özellikleridir (Yıldırım ve Şimşek, 2006'dan aktaran Çokluk, Yılmaz ve Oğuz, 2011: 96).

2.3. Araştırmanın Örneklem ve Evreni

Örnekleme, belirli bir evrenin tümünden bilgi toplanmasına imkan olmadığı durumlarda kullanılır. Nicel araştırmanın genellemeye dayalı ve çoğunluk vurgulu örneklem yöntemlerinden ziyade nitel araştırmalar, belirli bir örneklemin detaylarına odaklanır. Nitel araştırmada farklı örnekleme biçimleri bulunsun da genellikle araştırılan konunun en iyi şekilde açıklanmasına olanak

tanıyacak ve araştırma probleminin çözümüne en iyi katkıyı sunacak örneklerle ulaşılmaya çalışılır. Örneklem seçiminde araştırmacı, veri topladığı alanı tanımalıdır (Baltacı, 2019: 373).

Araştırmada nitel araştırma yöntemleri içerisinde olasılıksız örneklem yöntemlerinden amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklem türünde araştırmacı, belirli bir mekanı ya da bölgeyi kendi araştırma sorusuna uygun olarak kasıtlı seçiyor, bu nedenle örneklem yöntemine kasıtlı örneklem ismi verildiği de olur. Bu araştırma türünde araştırmacı, kurumsal bilgisiyle ya da daha önceki deneyimiyle araştırma sorusuna en uygun vakaları ya da denekleri bulmaya ve araştırmasına dahil etmeye çalışır.

Araştırmanın evrenini Trabzon’da yaşamakta olan ve estetik müdahale yaptırmış insanlar oluşturmaktadır. Araştırmada sorulan sorulara verilen cevapların niteliği açısından yirmi bir kişi ile görüşme yapılmıştır. Araştırmaya katılanlardan kimlik bilgisi istenmemiştir ve verilen cevapların gizliliği konusuna da önem verilmiştir. Katılımcıların onayı ile yapılan bu görüşmelerde onların hassasiyetine saygı duyulmuştur, sorulan sorulara verecekleri cevaplar için herhangi bir baskı uygulanmamıştır. Araştırmanın konusu gereğince kaynak ve literatür taraması yapılmıştır ve sonrasında elde edilen veriler doğrultusunda ise nitel bir araştırma yöntemi, mülakat/görüşme tekniği kullanılmıştır. Trabzon’da yaşayan ve estetik müdahale yaptırmış olan yirmi bir kişi ile görüşme yapılmıştır. Bunların on altısı kadın, beşi erkektir. Katılımcılara toplamda on dokuz soru sorulmuştur.

2.4. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırma da katılımcılar “amaçlı örneklem” yöntemi ile belirlenmiştir. Amaçlı örneklem türünde araştırmacı, belirli bir mekanı ya da bölgeyi kendi araştırma sorusuna uygun olarak kasıtlı seçiyor. Araştırmacı, araştırma sorusuna en uygun vakaları ya da denekleri bulmaya ve araştırmasına dahil etmeye çalışır. Katılımcılar ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Araştırma da katılımcıların onayı ile ses kaydı alınmıştır. Ses kayıtları yazıya dökülerek cevaplar gruplandırılmıştır ve üçüncü kişilerle paylaşılmayacağı belirtilmiştir. Bazı katılımcılar da ise ses kaydı alınmasına gerek duyulmadan direkt olarak görüşme yeterli süre içerisinde ve detaylı bir şekilde yapılmıştır.

Araştırma da elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Betimsel içerik analizinin kullanıldığı çalışmalarda, elde edilen bilgilerin doğru ve sistemli bir şekilde ortaya konulması, analize tabi tutulması, yorumlanması ve sonuçların açık bir şekilde belirtilmesi gerekmektedir (Ültay, Akyurt ve Ültay, 2021: 190). Analiz sürecinde katılımcılar K1, K2, K3 vb. şeklinde kodlanmıştır. Araştırmanın sonuçları yorumlanarak toplumun estetiğe ve güzellik algısına ilişkin görüşleri sınıflandırılmaya çalışılmıştır. Bu sınıflandırılma ve yorumlara yapılırken de sembolik etkileşimcilik ve buna dahil olarak Charles Cooley’in Ayna-Benlik Kuramı ön planda

tutulmuştur. Bütün görüşmeler sonucunda verilen cevapların bu kuram üzerine oturtularak yorumlanması amaçlanmıştır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın üçüncü bölümünde Trabzon'da estetik müdahale yaptırmış bireylerin güzellik ve estetik anlayışlarına, güzelliğe yükledikleri anlamlara, estetik sonrası duygu ve düşüncelerindeki değişimlere, maddi gelirlerine ve estetik müdahaleye bakış açılarına yükledikleri anlamlar incelenmiştir. Katılımcılar herhangi bir baskı ya da zorlama olmadan kendilerine yöneltilen sorulara cevap vermişlerdir. Verilen cevaplar kategorize edilip belli bir sonuca varılmaya çalışılmıştır.

3.1. Katılımcıların Demografik Yapıları

Katılımcıların kimlik bilgileri sorulmadan hazırlanan görüşme formunda cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek, ekonomik durum gibi sorulara yer verilmiştir. Aşağıdaki tabloda katılımcı bilgileri detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 2: Demografik Özellikler ve Yapılan Estetik Müdahale

	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Meslek	Ekonomik Durum	Estetik Müdahale
K1	Kadın	22	Bekar	Öğrenci	İyi (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K2	Kadın	19	Bekar	Öğrenci	Orta (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K3	Erkek	21	Bekar	Öğrenci	Orta (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K4	Kadın	19	Bekar	Öğrenci	Orta (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K5	Kadın	50	Evli	Eczacı Teknisyeni	Emekli	Tüp Mide Ameliyatı
K6	Kadın	28	Evli	Mali Müşavir	İyi (belirtmedi)	Burun Ameliyatı

Tablo 2: (Devamı)

	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Meslek	Ekonomik Durum	Estetik Müdahale
K7	Kadın	18	Bekar	Öğrenci	Orta (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K8	Erkek	18	Bekar	Öğrenci	İyi (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K9	Kadın	35	Boşanmış	Öğretmen	İyi (belirtmedi)	Göz Kapağı Ameliyatı
K10	Kadın	25	Bekar	Psikolojik Danışman	Orta (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K11	Erkek	18	Bekar	Öğrenci	İyi (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K12	Kadın	43	Evli	Ev Hanımı	Orta (belirtmedi)	Tüp Mide Ameliyatı
K13	Kadın	48	Evli	Ev Hanımı	Orta (belirtmedi)	Tüp Mide Ameliyatı
K14	Erkek	27	Bekar	Enerji Sistemleri Mühendisi	İyi (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K15	Kadın	22	Bekar	Öğrenci	Orta (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K16	Kadın	27	Evli	Öğretmen	Çalışmıyorum	Burun Ameliyatı
K17	Kadın	27	Bekar	Öğretmen	İyi (belirtmedi)	Dudak Dolgusu
K18	Erkek	18	Bekar	Öğrenci	İyi (130-140 bin)	Burun Ameliyatı
K19	Kadın	20	Bekar	Öğrenci	Orta (belirtmedi)	Tüp Mide Ameliyatı
K20	Kadın	23	Bekar	Çalışmıyor	Orta (belirtmedi)	Burun Ameliyatı
K21	Kadın	20	Bekar	Öğrenci	Orta (belirtmedi)	Burun Ameliyatı

Araştırma için yapılan görüşmeler sonucu yirmi bir kişiden beş kişi evli, on beş kişi bekar ve bir kişide boşanmıştır. Yaş aralığı on sekiz-elli arası değişmektedir. Görüşmeler on altı kadın ve beş erkek ile yapılmıştır. Katılımcıların ekonomik durumları orta-iyi olarak belirtilmiştir, net miktar verilmemiştir. Katılımcılar ekonomik gelirleri için net miktar vermekten kaçınmıştır. Yalnızca bir katılımcı aylık gelirini net olarak belirtmektedir. Yapılan görüşmelerde on bir kişinin hala okumakta olduğu ve ekonomik gelirlerinin aileleri tarafından karşılandığı görülmektedir. Bir katılımcı ise evli ancak çalışmamaktadır, ekonomik durumu eşi tarafından sağlanmaktadır. Bir katılımcı ise bekar ve çalışmamaktadır, ekonomik durumu ailesi tarafından sağlanmaktadır. Diğer sekiz kişi ise farklı mesleklerden olup ekonomik durumlarını kendileri belirlemektedir.

3.1.1. Cinsiyet ve Estetik İlişkisi

Günümüzde kadın ya da erkek fark etmeksizin estetik müdahale yaptırıldığı araştırmamız dahilinde de gözler önüne serilmiştir. Geçmişte estetik yaptırmak sadece kadınların güzelleşmek için yaptırdıkları bir müdahaleyken günümüzde erkeklerin de başvurdukları bir müdahale haline gelmiştir. Günümüz koşullarında dış görünüşün önemi arttıkça kadınlar ve erkekler estetik yaptırmaya daha meyilli hale gelmiştir. Ancak kadınlar erkeklere göre daha çok estetik yaptırmaktadırlar. Kadınlar güzellik standartlarına uyabilmek için erkeklerden daha çok çaba göstermektedirler. Araştırma kapsamında katılımcılara baktığımızda bu fark gözle görülür niteliktedir. Estetik müdahale yaptırmış kadın katılımcı bulmak erkek katılımcı bulmaktan daha kolay olmuştur.

3.1.2. Yaş ve Estetik İlişkisi

Estetik müdahale yaptırmak için doktorların tavsiye etmiş oldukları yaş on sekizdir. On sekizini doldurmuş, kemik gelişimini tamamlamış her birey rahatlıkla estetik yaptırmaktadır. Yaşını dolduran bireylerden sonra ise estetik yaptırmak için herhangi bir yaş sınırlaması bulunmamaktadır. On sekizinden ölümüne kadar bireyler rahatlıkla estetik yaptırmaktadırlar. Araştırma kapsamında da baktığımızda çeşitli yaş gruplarının estetik müdahale yaptırdığı görülmektedir. On sekiz-yirmi beş yaş arası özellikle ergenlerin tercih etmiş olduğu estetik müdahale daha çok burun ameliyatı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençlerin kendilerini çirkin buldukları ve yüzlerinde beğenmedikleri yerleri değiştirmek istedikleri bir yaş ortalaması olarak değişimi çok çabuk kucaklamaktadırlar.

2019 yılında yapılan Uluslararası Estetik/Kozmetik Prosedürler Araştırması'na bakıldığında yaş gruplarına göre en çok tercih edilen estetik cerrahi müdahaleler on sekiz yaş ve altı için burun ameliyatı olmaktadır. On dokuz yaş ve üzeri için ise en çok tercih edilen estetik cerrahi müdahaleler botoks iken yirmi dokuz-otuz dört yaş aralığında ise göğüs büyütme işlemleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Çarboğa, 2022: 57).

3.1.3. Medeni Durum ve Estetik İlişkisi

Medeni durum estetik yaptırmak isteyen bireyler de çok önemli bir husus değildir. Çünkü estetik yaptırma kararını birey kendi başına, kendi bedeni için vermektedir. Eşiyle ya da dışarıdan başkalarıyla verilmesi gereken bir karar değildir. Evli ya da bekar bir çok birey estetik müdahale yaptırabilmektedir. Araştırma kapsamında baktığımızda estetik müdahale yaptıranların çoğunun bekar olduğu görülmektedir. Ancak bu hususta herhangi bir kısıtlama söz konusu olmamaktadır.

3.1.4. Meslek ve Estetik İlişkisi

Mesleki açıdan estetik bakış açısını değerlendirdiğimizde herhangi bir öneminin olmadığını görmekteyiz. Bireylerin meslekleri ne olursa olsun hatta birey çalışmıyor dahi olsa estetik müdahale yaptırabilmektedir. Çünkü estetik yaptırmaya karar verirken meslek dikkate alınacak bir husus olmaktan çıkmıştır. Çalışma hayatına atılıp para kazanmaya başlamamış bireyler bile estetik yaptırabilmektedir. Geçmişte daha çok oyuncular estetik müdahalede bulunurken günümüzde oyuncularla birlikte bütün bireyler de estetik müdahalede bulunabilmektedir.

3.1.5. Ekonomik Durum ve Estetik İlişkisi

Ekonomik durum geçmiş zamanlarda estetik yaptırabilmek adına önemli bir husustu. Maddi durumu yeterli olmayan bireyler isteseler dahi estetik müdahale yaptıramıyorlardı. Ancak bu durum günümüzde estetik doktorlarının artması ve bu sebeple estetik müdahale fiyatlarının da değişkenlik göstermesi sebebiyle artmıştır. Günümüzde estetik müdahale yaptırmak için çok zengin olmaya gerek kalmamıştır. Artık kredi çekip estetik yaptıran bireyler bile karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik durum estetik müdahaleyi engelleyecek bir husus olmaktan çıkmıştır. Güzellik standartlarına uyabilmek adına bireyler borca girmeye bile göz yummaktadır.

3.2. Görüşme Bulgularının Değerlendirilmesi

Bu bölümde katılımcılara sorulan sorulara verilen cevaplara göre kategorize ettiğimiz değerlendirmeler bulunmaktadır. Katılımcılar herhangi bir zorlama olmadan özgürce kendilerine yöneltilen soruları cevaplamışlardır.

3.2.1. Bireylerin Estetik ve Güzellik Tanımlaması

3.2.1.1. Güzelliğin Tanımlanması

Güzelliği simetri ve orantılarla açıklayanlar olsa da güzellik değişmez bir kavram değildir. Güzellik, içinde yaşanan kültür tarafından belirlenir, zamanla anlam ve biçim değiştirir.

Değişmeyen ise güzelliğin her zaman en çok istenen, arzu edilen, kıskanılan bir özellik olmasıdır (URL 4, 2021).

“Bence güzellik, asla nesnel bir kavram değildir, kişiden kişiye göre değişebilen bir kavramdır. İnsanın kendi bedeni üzerinden yola çıkacak olursak, aynadaki yansımasını beğenen ve bundan rahatsızlık duymayan her birey güzeldir.” (K7)

“Bence güzellik herkese göre farklılık gösterir.” (K4)

“Güzellik öznel bir kavramdır. Her yıl zaman zaman bu kavramda değişkenlik tanımlarım ve fikirlerim oluşuyor. Kişiden kişiye değişen kalıplaşmamış kişilerin özgürlüğüne atıfta bulunduğu bir olgudur.” (K10)

“Güzelliğin nesnel bir ölçütü olduğunu düşünmüyorum. Güzellik her bakış açısına göre değişebilir.” (K21)

K7, K4, K10 ve K21 birbirine en yakın cevapları vererek güzelliğin öznel olduğunu ve kişiden kişiye değişiklik gösterdiğini açıklamışlardır. Bu dört katılımcıya göre güzellik nedir sorusuna verilecek net bir cevap yoktur. Güzellik zaman içerisinde değişebilecek bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Güzelliğe yüklenen anlam kişiden kişiye değişebilmektedir. Güzel olan ona nasıl bakıldığıyla alakalı olmaktadır.

“Güzellik, kadının ayna karşısına geçtiğinde kendini bulduğu haldir.” (K9)

“Bence güzellik kişinin kendini bütünüyle beğenip sevmesi, kusurlarını bile güzelliğinin bir parçası olarak görmesi, benim güzelliğe bakışım bu şekildedir.” (K2)

“Güzellik kişinin aynaya baktığında tebessüm etmesidir.” (K1)

“Güzellik insanın dış görünüşüdür.” (K5)

“Basit bir ifadeyle hayranlık uyandıran, beğenilen nitelik, dış görüntünün kişinin beğenilerine uygun olması durumudur.” (K14)

“Benim için güzellik kendine bakımla başlar. Giyim kuşam gibi.” (K15)

“Güzellik insanın aynaya baktığında güzel hissetmesi, insanları etkilemesi için güzel bir faktördür.” (K18)

“İnsanın kendisinin aynaya baktığında mutlu olması. Kendini sevmesi.” (K19)

K9, K2, K1, K5, K14, K15, K18 ve K19 birbirlerine yakın cevaplar vererek, güzelliğin kişinin aynaya baktığında ne hissettiğiyle ilgili olduğuna vurgu yapmıştır. Kişi aynaya baktığında kendinde bir kusur görmüyorsa ve aynada gördüğü halinden mutluluk duyuyorsa güzeldir. Onlar için güzellik aslında bir estetik müdahale duymadan, kişinin doğal halini beğenmesi olarak açıklanmıştır. Yani bireyler kendilerini aynaya baktığında mutlu hissediyorlarsa güzellerdir. Mutlu hissetmedikleri noktada ise zaten değişimi kucaklar hale gelmişlerdir.

“Nesnelerin, canlıların, insan vücudunun veya yüzünün kişinin gözünde hoş görünmesi ve algısal haz uyandırması.” (K3)

“Güzellik, içimizde estetik bir duygu uyandırır, göze hoş görülür ve hayranlık duygusu aşılar.” (K11)

“Bir insanın veya herhangi bir nesnenin hoşumuza gitmesi, onu beğenmemiz.” (K6)

“Karşı tarafta hayranlık uyandıran, beğenilmektir güzellik.” (K8)

“Güzellik fit bir vücut, güzel yüz hatları, kişinin kendine yakışan tarzı ve stili bulmasıdır.” (K12)

“Bence güzellik zarafettir. Kişinin görünüşü güzelliştir.” (K13)

“Bence güzellik herhangi bir varlığın çevresi tarafından algılanan görsel özelliklerinin bıraktığı izlenimdir. Karşı tarafa hoş gelmektir.” (K16)

K3, K11, K6, K8, K12, K13 ve K16 birbirlerine yakın cevaplar vererek, güzelliğin başkaları tarafından beğenilmek, hoş görülmek olduğunu açıklamıştır. Kişiler karşılarındaki bireylerden aldıkları yorumlarla ve beğenilerle güzel oldukları kanaatine varabilmektedir. Onlara karşı yapılabilecek olumsuz bir yorum kötü hissetmelerine sebep olacaktır. Kötü yorumlar almamak için ya bulundukları ortamlardan uzaklaşmakta ya da bedenlerinde kusur olarak görülen bölgeyi güzelleştirmeye çalışmaktadırlar.

“Fiziksel açıdan ve manevi olarak somut bir gösterge.” (K17)

K17 bütün katılımcılardan farklı bir cevap vermiştir. Güzelliğin kendisi için bir gösterge olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplar bu şekilde gruplandırılmıştır. Estetik müdahale yaptıran kadınların sayısı erkeklerin sayısına göre daha fazladır. Kadınlar güzel olabilmek, beğenilebilmek arzusunu erkeklere göre daha çok yaşamaktadırlar. Erkekler bunu kadınlar kadar umursamazlar, kadınlar için beğenilmek önemli bir olgu olmaktadır. Geçmişte estetik müdahaleyi yalnızca zenginler, ünlüler ve oyuncular yaptırabilmekteydi. Günümüzde ise estetik müdahale yaptıranların sayısı sürekli artış göstermekte ve estetik müdahale sonrası hataların azalmış olmasıyla birlikte estetik müdahalelere karşı güven artmaktadır. Bu sayede de estetik müdahalede bulunma oranı da artış göstermektedir.

“Bana göre güzellik dış görünüş değildir. Kişinin ahlakı ön plandadır. Ahlakın güzelliği dışı vurduğunda kişi herkese güzel gelmektedir.” (K20)

K20 vermiş olduğu cevapla birlikte diğer katılımcılardan farklı bakış açısını ortaya koymuştur. Onun için güzellik insanın ahlakında gizlidir. Herhangi bir dış görünüş, güzel bir yüz, okka bir burun ya da kıvrımlı bir bel değil. Kişinin iyi olması, yardımsever olması vb. özelliklerle birlikte ahlakı onun güzelliğinin bir kıstası olarak görülmüştür.

Cooley'in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; katılımcıların birçoğu güzelliği tanımlarken başkaları tarafından beğenilmek, hoş karşılanmak olarak tanımlamışlardır. Kişilerin güzelliğe atfettikleri anlam başkalarının onları nasıl gördükleriyle ilgili bir olgu haline gelmiştir. Karşımızdaki insanların dış görünüşümüze yaptıkları yorumlar olumlu ise bizlerde kendimizi beğenmeye ve güzel görmeye başlarız. Ancak yapılan yorumlar olumsuz olduğunda da kendimizi güzel bulmaktan uzaklaşır ve çirkin görmeye başlarız.

3.2.1.2. Estetik Müdahalenin Tanımlanması

Estetiğe yüklenen anlam bireyler arasında farklılık göstermektedir. Bireyler kendilerini daha güzel ya da daha sağlıklı hissedebilmek adına estetik müdahale de bulunmaktadırlar. Bu durum geçmişteki gibi korkulacak, saklanacak bir durum olmaktan çıkmıştır. Artık geline çağda her birey rahatlıkla estetik müdahale yaptırmaya gönüllü olmaktadır.

“İnsanın bedeninde rahatsızlık duyduğu bölgeleri cerrahi müdahaleyle kendi zevk ve güzellik algısına uygun bir biçimde değiştirmesidir.” (K7)

“İnsanların kendilerinde beğenmedikleri, kendilerinde özümseyemedikleri vücutlarına ameliyat ya da küçük müdahalelerde bulunması estetik kelimesini çağrıştırıyor.” (K10)

“İnsanların daha hoş ve güzel görünmek için bedenlerine uygulanan cerrahi uygulama.” (K3)

“İnsanın kendinin bir yanını beğenmeyip yaptırmasıdır, estetik.” (K8)

“Aynanın karşısına geçtiğimizde kendimizi kötü hissetmemize sebep olan organlarımızda meydana gelen değişimlerdir.” (K6)

“Kişinin kendini daha güzel hissetmesi için yaptırdığı müdahaledir.” (K11)

“Estetik kişinin yüzünde veya vücudunda beğenmediği yerleri, beğeneceği şekilde kendine uygun olarak değişmesidir.” (K12)

“Kişinin rahatsızlık duyduğu bir durumdan kaynaklı şikayetçi olduğu bölge veya organın estetik operasyonla düzeltilmesi.” (K14)

“Bence estetik; kişinin aynaya baktığında kendisini fiziksel ve psikolojik olarak daha iyi, daha özgüvenli ve daha hoş hissetmesini sağlayan bir dokunuştur.” (K16)

“İnsanın doğuştan ya da sonradan oluşan vücudundaki bazı bölgelerini düzelterek kendini iyi hissetmesi.” (K18)

“İki seçeneğim vardı; ya ameliyat olup kendimi severek, güzel olarak bundan sonraki hayatımı güzel, özgüvenli geçirmek ya da ameliyat olmayıp içine kapanık özgüvensiz kendini sevmeyen çirkin biri olarak hayatıma devam etmek.” (K19)

“Estetik toplumumuzda doğru karşılanmasa da ben öyle olduğunu sanmıyorum. İnsan kendini ayna karşısında mutlu görebilecek şekilde olmalı.” (K21)

K7, K10, K3, K8, K6, K11, K12, K14, K16, K18, K19 ve K21 vermiş oldukları cevaplarla birlikte estetiğe bakış açılarını ortak noktada birleştirmişlerdir. Estetiğin kişinin bedeninde beğenmediği bir yerini değiştirmesi olarak yorumlamışlardır. Estetik cerrahinin toplumun birçok kesiminde meşruiyet kazanıp yaygınlaşması, kendi bedenini kontrol etmeyi ve onu titizlikle işlemeyi değerli kılan modern beden kültürünün bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır (Gürler, 2018: 147).

“Estetiği her geçen yaşla birlikte herkesin ihtiyaç duyabileceği bir şekilde tanımlayabilirim. Her bireyin kendisini iyi hissetmesi için yapabileceği bir olgu.” (K9)

“Kişinin kendi kişisel tercihi olarak görüyorum.” (K2)

K9 ve K2 vermiş oldukları cevaplarla birlikte estetiğin kişisel bir şey olduğunu vurgulamıştır. Kendisinde değişiklik yaratmak isteyen herkesin estetik müdahale yaptırabileceğinin altını çizmişlerdir. Verilen cevaplardan kıyasla estetiğin tek tip olmadığını, herkesin beğenmediği yerinin ya da bölgesinin farklı olduğunu görmekteyiz. Estetik müdahale kişinin kendi tercihiyle bağlıdır. 2019 yılında New York’ta yaşayan bir kadın, ünlü oyuncak firması olan Barbie’nin bebeklerine benzemek için sayısız ameliyat geçirmiştir. Aynı şekilde on dokuz yaşında olan Güney Amerika’da yaşayan bir genç cinsiyet değiştirme ameliyatı ile yine aynı markanın Ken isimli erkek bebeğine dönüşmek için sayısız ameliyat olmuştur. Bu örneklerde görüldüğü gibi bu seçimler tamamen kişinin kendisine aittir.

“Benim için estetik sağlık problemi dışında kişinin kendinde rahatsız olup daha mutlu olabileceği şekle bürünmesi.” (K1)

“Estetik sağlık için de yapılabilir bir de genel güzellik algısına uymak içinde yapılabilir, tamamen tercih meselesidir.” (K4)

“Sağlık için gerekli bir operasyon ise herkesin yapabileceği bir şeydir. Dış görünüş için yapılan estetik sadece görüntü ve kişinin kendini iyi hissetmesi için yapılan işlemdir.” (K13)

K1, K4 ve K13 birbirine çok benzer cevaplar vermişlerdir. Estetiğin kişinin tercihi olduğundan ve beğenmedikleri bölgelerini estetik müdahale ile değiştirebileceklerinden bahsetmişlerdir. Ancak bunun yanı sıra estetik müdahalenin sağlık sorunları nedeniyle de yapılabilmesini vurgulamışlardır. Estetik müdahale yaptıranları genellediğimizde sağlık sebebi ile yaptıranların sayısının oldukça az olduğu da gözle görülebilir niteliktedir. Hatta şöyle bir algı da karşımıza çıkmaktadır; sağlık sorunu nedeniyle yaptıracakları ancak bıçak altına yatmışken görüntüsüne de müdahale de bulunduranların sayısı da artış göstermektedir. Yani sağlık amaçlı estetik müdahale yaptırma yolundayken aynı zamanda estetik görünüşünde de değişikliğe gidildiği görülmektedir. Kişi bu sayede hem sağlığını hem de rahatsız olduğu dış görünüşünü değiştirmektedir.

“Bayanlar için olmazsa olmaz.” (K5)

K5 ise bütün katılımcılardan farklı olarak estetiğe sadece kadınların vazgeçilmez bir dayanağı olduğu yorumunu getirmiştir. Estetik yalnızca kadınların kendilerinde beğenmedikleri ya da hoşnut olmadıkları yerlerini değiştirmek olarak algılanabilmektedir. Önceki bölümlerde estetik ve güzellik denildiğinde bu olguların kadın ve kadın bedeni üzerinden gündemde kaldığından bahsetmiştik. K5 ise yapmış olduğu yorum ile güzellik ve estetik olgusunun kadınlar üzerinden işlendiğini desteklemektedir.

“Gerekli durumlarda yapılması gereken bir müdahale olduğunu düşünüyorum.” (K15)

K15 vermiş olduğu cevapla birlikte estetiğe genel bir tanım yapmaktan ziyade, estetik müdahalenin yapılması için bir gerekliliği olmasından bahsetmiştir. Bu durum sağlıksal açıdan da olabilir, dış görünüş açısından da olabilir. Estetik müdahalede bulunmak isteyen her birey bunu kendi özgür hür iradesiyle yapabilmektedir. Katılımcı burada oldukça ucu açık bir cevapta bulunmuştur.

“Estetik benim için görsellik bakımından tamamlanmış olmayı istemek demek. Kendimizin ya da herhangi bir olgunun bizde uyandıracığı fiziksel duruşu sağlamayı arzulamak.” (K17)

K17 estetiğin kendisi için dış görünüş açısından tamamlayıcı bir olgu olduğundan bahsetmiştir. Kişinin kendisindeki eksikleri tamamlayarak görünmek istediği dış görünüşe bürünmesi olarak da yorumlanabilir. Bireyin kendini tamamlanmış hissetmesi için her anlamda güzel olması önemlidir. Dış görünüş olarak, mental olarak, fiziksel olarak her açıdan kişi güzel olmalı ki kendini tamamlanmış olarak nitelendirebilsin.

“Estetik bana göre bir anlam ifade etmiyor. Sağlık sorunu harici yapılan estetik günümüz sosyal medyasının yüzünden gaflet halinde yapılan ve insanları daha çirkin gösteren bir olgudur.” (K20)

K20 diğer katılımcılardan farklı olarak estetiğin kendisi için bir anlam ifade etmediğinden ve insanları çirkin gösteren bir olgu olduğundan bahsetmiştir. Bireylerin keyfi bir şekilde estetik müdahale yaptırmalarının sosyal medyanın etkisinden kaynaklı olduğuna değinmiştir.

Cooley’in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; birçok birey estetiği daha güzel görünmek için, toplum tarafından beğenilmek için tercih etmektedir. Dışarda karşılaştıkları insanların onlara bakışları, onlar tarafından kabul görmeleri güzel olmakla eş değer tutulmaktadır. Estetik müdahale yaptıran bireylerde öz güven artışının gözlemlenmesi de aslında burada örneklenmiş olmaktadır. Kişi

toplum tarafından beğenildikçe öz güvenli bir şekilde hayatına devam etmeye başlamaktadır. Bu durum dışında estetiği herhangi dış etmenlerin, insanların yorumlarından etkilenmeden sadece sağlığı açısından estetik müdahale yaptıran bireylerde bulunmaktadır.

3.2.1.3. Bireylerin Kendi Dış Görünüşlerini Yorumlaması

Mutlak bir güzellik anlayışından yani evrensel ve değişmez bir güzellikten bahsetmek oldukça güç. Güzelliğin zaman içinde değiştiği, toplumdan topluma farklılıklar gösterdiği bir gerçek (URL 4, 2021). Bu yüzdendir ki güzellik nedir sorusuna net bir tanım yapılamamaktadır.

Önceki bölümlerde güzelliğin kişiden kişiye hatta toplumdan topluma değişkenlik gösterdiğini belirtmiştik. Bulunduğumuz döneme ait güzellik algılarına uymaya çalışırız. Ancak bir güzellik algısı her ülkede kabul görmek zorunda değildir. Her ülkenin, her toplumun kendine ait normları ve güzellik algıları bulunmaktadır. Bir kültürde dolgun dudak güzellik olarak sayılmaktaysa bu her kültür açısından kabul görecektir diye bir kural bulunmamaktadır.

“Aynaya baktığım zaman kendimi mutlu hissediyorum bana iyi geliyor.” (K8)

“Kilolu biri olmadığım için fiziğim ve yüz hatlarımı çok beğeniyorum.” (K6)

“Aynaya baktığım zaman benim güzellik algıma uyan bir dış görünüşüm var. Kendimi her halimle seviyorum.” (K11)

“Kendini güzel bulan, bakımlı bir bireyim.” (K9)

“Kendimi beğeniyorum. Yüzümle ve bedenimle barışığım.” (K2)

“Kendimle barışık bir insanım. Güzel bir insanım.” (K5)

“İsteddiği vücuda ulaşmış sağlıklı ve güzel bir kadın olduğumu söyleyebilirim.” (K12)

“Bence dış görünüş o kadar da önemli değildir. Kişi kendinle özleşmelidir. Benim dış görünüşümün beni rahatsız etmeyecek ve kendimi iyi hissettirecek kadar iyi olduğunu düşünüyorum.” (K13)

“Kendimi beğeniyorum ve değer veriyorum.” (K14)

“Giyimine ve bakımına özen veren birey.” (K15)

“Burun ameliyatı sonrasında kendimi daha çok beğenmeye başladım. Ama hala dış görünüş olarak kendimi yeterli bulmuyorum.” (K18)

K8, K6, K11, K9, K2, K5, K12, K13, K14, K15 ve K18 verdikleri benzer cevaplarla birlikte kendi dış görünüşlerini beğendiklerini ve güzel bulduklarını söylemişlerdir. Bu on bir katılımcı için kendi dış görünüşleri her şeyden önemlidir. Güzel görünmek için her yeniliği ve her değişimi uygulayabilecek katılımcılardır.

“Kusursuz bir dış görünüme sahip olduğumu düşünmüyorum fakat bedenimde en rahatsızlık duyduğum bölgeyi yaptırdığım için şu anki halimden çok memnunum.” (K7)

“Ben estetik yaptırmaya karşı değilim. Dış görünüşümde beğenmediğim bir yerim olursa estetik yaptırmaktan çekinmem.” (K4)

“Ameliyattan önce yaşça büyük gösteren, bir yere sığmayan, toplumda hemen göze batan biri. Şu an yine fazla zayıflayamamış da olsam yine insan tipine girmiş, yaşını gösteren biriyim.” (K19)

“Estetik öncesi kendi güzellik algıma göre kendimi mutlu hissetmiyordum. Estetik sonrası istediğim görünüme kavuşamasam da ilk görünümüne göre dış görünüşümü daha iyi hissediyorum.” (K21)

K7 bedenindeki değişimden sonra kendini beğendiğinden ve dış görünüşünden memnun olduğundan bahsetmiştir. K4 dış görünüş olarak bir tanımda bulunmamış estetik yaptırmaya açık olduğundan bahsetmiştir. K19 ameliyat öncesi kendini asla sevmeyen ve beğenmeyen bir bireyken ameliyat sonrasında kendisini seven biri olduğunu vurgulamıştır. K21 ameliyat sonrasında önceki görünüşüne göre kendini daha iyi hissettiğine değinmiştir.

“Doğal bir dış görünüşüm olduğunu düşünüyorum. Yaşıtlarımın aksine yaşımın dış görünüş olarak küçük göstermesi beni memnun ediyor.” (K10)

K10 genel bir tanımda bulunmayarak dış görünüş olarak küçük göstermenin kendisini memnun ettiğinden bahsetmiştir. Estetik müdahale de bulunmasına rağmen dışarıdan bakan insanların onun estetikli olduğunu anlamadığından ve onu doğal gördüğünden bahsetmiştir. Bunun dışında herhangi bir yorumda bulunmamıştır.

“Kumral saçlı, yeşil gözlü. Kulaklarım biraz büyük, orta boylu biriyim. Vücudumda kaşlarımı ve kulak boyutumu beğenmiyorum. Fizikimi, gözlerimi ve burnumu beğeniyorum.” (K3)

“Zayıf, esmer, standart bir kadın olarak yorumlarım.” (K1)

“1,65 boy, kısa saçlı, beyaz tenli, ela gözlü ve boyuma göre kilolu biriyim. Estetik yaptırmış olsam da hala fiziksel olarak takıntıları olan biriyim. Kendimi bir bütün olarak çok seviyorum ama dış görünüş olarak kilo konusunda daha fazla çaba sarfetmem gerektiği bilincindeyim. Sağlıksal sorunlar izin verirse tüm takıntılarımdan kurtulabileceğime inanıyorum. Kendisine tapan, aşırı özgüvenli, burnu havada biri asla değilim. Bir estetikle koca dağları ben yarattım moduna hiç girmedim. Dediğim gibi bir bütün olarak kendimi seviyorum fakat çabalamam gereken konular olduğunu düşünüyorum.” (K16)

“Bu soruya ben olduğum için cevap vermek karmaşık bir durum aslında. Aklıma direkt çocuksu geliyor, dışardan bakıldığındaki gözlemlerin bilinçaltıma yerleşmesinden dolayı. Ancak gerçek cevap şu ki dış görünüş çevresel etkilerden farklılaşabiliyor. O yüzden kendimi genel olarak ifade edeceksem dış görünüş açısından; çekici, karmaşık ve biraz kısa.” (K17)

“Dış görünüş olarak bana göre kendimi “normal” olarak adlandırabilirim.” (K20)

K3, K1, K16, K17 ve K20 birbirlerine çok yakın cevaplar vermişlerdir. Genel bir açıklama yapmamışlardır yalnızca fiziki olarak görünüşlerini anlatmışlardır. K16 fiziki olarak kendisini anlatmakla kalmayıp kendinde kusur olarak gördüğü ya da değiştirmek istediği bazı özelliklerinden de bahsetmiştir. Özellikle kilosunu fazla kafasına taktığı gözlenmektedir.

Katılımcılar vermiş oldukları cevaplarla birlikte birbirinden farklı noktalara değinmişlerdir. Kimisi kendini çok güzel bulurken kimisi hala kusurlarının olduğundan bahsetmektedir. Bireyleri bu düşüncelere iten sebeplerin başında toplum tarafından yapılan yorumlar gelmektedir. Her birey kendine göre güzeldir ancak ona karşı yapılan herhangi bir olumsuz yorum kendini çirkin ve yetersiz hissetmesine sebep olmaktadır. Cooley'in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; bireyler çevrelerinde etkileşim kurdukları insanların onlar hakkındaki düşüncelerini, yorumlarını dikkate almakta ve ona göre hareket etmektedir. Kendi dış görünüşünü beğenmeyen bir birey yapılan olumsuz yorum karşısında iyice kendini beğenmekten uzaklaşmakta ve hatta kendine ve bedenine küsmektedir.

3.2.2. Bireylerin Estetik Müdahale Yaptırmaya Karşı Bakışları

3.2.2.1. Bireylerin Estetik Müdahale Olma Sebepleri

Estetik müdahale olmak isteyen bireylerin bir kısmı sadece sağlık sebebiyle bunu yaptırmaktadır. Ancak herhangi bir sağlık sorunu olmaksızın sadece güzelliğe algısına uyabilmek adına estetik müdahale yaptıran bireylerin sayısı da her geçen gün artış göstermektedir. Kişi kendini en mutlu hissettiği halinde olabilmek için bu müdahalelere başvurmaktadır.

“Sağlık sebebiyle ameliyat oldum, oksijen yetersizliğinden.” (K10)

“Burnumda sağlık sıkıntısı vardı nefes alamıyordum.” (K8)

“Şeker hastalığı olduğu için mide ameliyatı oldum.” (K5)

“Burundan nefes alma problemi olduğu için estetiğe ihtiyaç duydum.” (K3)

“Küçüklükte fark edilmeden alınan darbe sonucu ilerleyen yaşlarda nefes almada problem ve baş ağrısı sebebiyle ameliyat oldum.” (K1)

“Fazla kiloluydum ve sağlık sorunlarım vardı. Geç olmadan sorunlarımı çözmek için ameliyat oldum.” (K12)

“Evet vardı. Kullandığım kortizon ilacından dolayı oluşan kisti aldırarak ameliyatla midemin yerine yapay bir mide koydurdum.” (K13)

“Sağlık sorunumun olmasından kaynaklı ayrıca kişisel tercihim.” (K14)

“Burun kırıklığı ve nefes almada zorluk.” (K15)

“Burnumda 2 kırık ve yamukluk olmasından dolayı ameliyat oldum.” (K18)

“Burnumda bulunan kıkırdak eğriliği nefes almamı engelliyordu. Gittiğim doktorlar burun ameliyatı olmamı söylüyorlardı. Burun üzerine tekrar bir doktora danışıp burun estetiği oldum.” (K20)

K10, K8, K5, K3, K1, K12, K13, K14, K15, K18 ve K20 tamamen sağlık sorunları nedeniyle ameliyat olma gereği duyduklarını belirtmişlerdir. Sağlıksal açıdan yaşantılarını etkilediğini ve bu estetik müdahalenin gerekli olduğundan bahsetmişlerdir.

“Göz kapağı düşüklüğü. Göz yaşı torbalarım da sarkma vardı.” (K9)

“Kendimi daha iyi ve güzel bulmak için yaptırdım.” (K4)

“Estetik yaptırma sebebim tamamen dış görünüş amaçlıydı. Burun eğriliğine takıntım olduğu için doktora gitmişim. Fakat sağlıksal olarak bir iki detayda da sıkıntı olduğunu öğrenmişim. Ama bu sağlık amaçlı oldum demek değildi. Ben görünüşü değiştirmek için estetik olan tarafım.” (K16)

“Sağlık sorunu nedeniyle yaptırmadım, tamamen kendi hoşnutluğum için yaptırdım.” (K17)

“Sağlık sorunum yoktu. Kilolu olmam beni çok etkiliyordu. Gerek fiziksel gerek psikolojik olarak istemiyordum. Kendime olan özgüvenim, sevgim kendimden nefret etmeme bile sebep oluyordu onun için yaptım.” (K19)

“Sağlık sorunu yaratmıyordu ama arkadaşlarımla buluşup fotoğraf çekmek istediklerinde hep kaçardım, insanlarla iletişim kurmaya çekinirdim ama asıl sebepler bu değil ben kendimi bu şekilde mutlu hissetmiyordum, yaptırmayı düşünüyordum zaten.” (K21)

K9, K4, K16, K17, K19 ve K21 estetik müdahale yaptırma sebeplerinin tamamen dış görünüşlerinde beğenmedikleri yerlerini değiştirmek için olduğunu belirtmişlerdir. Aynaya baktıklarında kendilerini güzel görmek, dışarıdan kendileriyle ilgili olumlu yorumlar alabilmek ve beğenilmek için estetik müdahaleye başvurdıklarından bahsetmişlerdir.

Kusurların giderilmesi, kendine duyulan güvenin artması gibi kazanımların mutluluğu da beraberinde getirdiğini anlatan Dr. Özkaya, “Estetik operasyon geçiren insanlar, operasyon öncesi hayatlarına oranla daha mutlu oluyorlar. Çevrelerine de pozitif enerji saçarak, onlara da mutluluk aşıyorlar” ifadelerini kullandı (URL 5, 2022).

“Sağlık sorunumdan dolayı nefes alamıyordum. Kendimi daha mutlu hissetmek için estetikte oldum.” (K11)

“Burnum yamuktu ve yamuk olduğu için burnumu tıkiyordu. Burun köküm büyüktü ve göz bebeğimi çekiyordu. Bütün bunların yanında en büyük sebeplerimden biri de burnumun görünüşü hiç hoşuma gitmiyordu.” (K7)

“Küçük yaşta geçirmiş olduğum çarpışma sonucunda kırılan burnum ilerleyen süreçte hem görsel olarak hem sağlık sorunu olarak estetik kararı almama sebep oldu.” (K6)

“Geniz eti ve kemik eğriliğinden dolayı nefes alma problemi yaşıyordum. Kemer görüntüsü vardı ve rahatsız oluyordum.” (K2)

K11, K7, K6 ve K2 estetik müdahale yaptırma sebeplerini hem sağlık sorunu olarak hem de dış görünüş olarak değerlendirmektedir. Sağlık sorunu sebebiyle bıçak altına yatacakken aynı zamanda dış görünüşünü de değiştirerek kendilerini daha mutlu etmek istedikleri görülmektedir. Estetik müdahale yaptıranları gruplandırdığımızda farklı gruplamalar olduğunu görmekteyiz. Yalnızca dış görünüşünü değiştirip kendini daha güzel görmek için, yalnızca sağlık sorunlarını gidermek ve daha sağlıklı bir yaşam sürmek için son olarak da sağlık amaçlı estetik müdahale yaptıranlar aynı zamanda dış görünüşüne de müdahalede bulunduranlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Cooley’in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; estetik müdahale yaptırmak isteyen birçok birey dış görünüşünde hoşuna gitmeyen bir yerini değiştirmek için yaptırmıştır. Ayna karşısında kendini beğenmeyen, başka insanlar tarafından olumsuz yorum alan bireyler estetik müdahale yaptırma kararı alırken daha net davranmaktadır. Kendilerini toplum tarafından dışlanmamak adına toplumun dayattığı güzellik algısına uymak adına estetik müdahale yaptıran isteyen bireyler ve sağlıksal sebeplerden estetik müdahale yaptıran bireyler de olmuştur.

3.2.2.2. Yaptırılan Estetik Müdahaleye Karşı Pişmanlık Hissi

Ülkelerde estetik yaptırmanın belli yaş sınırı vardır. Bu yaş sınırı genellikle on sekizdir. Ancak bu sınır yasal değildir, bu sınırın konulma amacı ise kemik gelişimini tamamlamamış vücutlarda estetik müdahalenin yanlış olacağıdır. Ancak bazı doktorlar inisiyatif alarak bu ameliyatları yapabilmektedir. Özellikle bu ameliyatı yaptıracak kişi her şeyi göze almış ve kararlı ise bunun önüne geçilmesi zor olmaktadır.

“Hayır. Ciddi sağlık sorunları yaşıyordum. Bu sebepten memnunum.” (K1)

“Hayır, pişmanlık duymadım.” (K2)

“Hayır, çok memnunum.” (K4)

“Hayır.” (K5)

“Hayır hiç duymadım, hatta iyi ki bu kararı vermişim diyorum.” (K6)

“Hayır. Hiç pişman olmadım. Çok mutluyum, iyi ki yaptırmışım.” (K7)

“Hayır pişmanlık duymadım.” (K8)

“Hayır.” (K9)

“Hayır.” (K10)

“Hayır duymadım.” (K11)

“Hayır duymadım.” (K12)

“Hayır aksine iyi ki yaptırmışım.” (K14)

“Hayır, duymadım.” (K15)

“Estetik müdahaleden hiç pişmanlık duymadım. Hatta yine olsa yine yaptırırdım diyorum. Tek pişmanlığım korkularıma yenilip ameliyatı senelerce ertelemekti.” (K16)

“Hayır, hayal ettiğim gibi oldu.” (K17)

“Pişman değilim hatta ikicisini olmak isterim.” (K18)

“Hayır. Kendim için bu kararı aldım. Pişman değilim.” (K19)

“Hayır.” (K21)

Bu soruya K3, K13 ve K20 haricindeki bütün katılımcılar pişman olmadıkları yanıtını vermiştir. Yeni görüşlerinden çok memnun olduklarını belirtmiştir. Estetik müdahale kararını verirken göründüklerinden daha iyi olacağına inanarak yaptırmışlardır. Estetik müdahale sonrasındaki değişim istedikleri gibi olduğundan ve kendilerini daha güzel gördüklerinden herhangi bir pişmanlık duymamışlardır.

“İlk haftadaki süreçte pişmanlık hissettim ama ilerleyen zamanlarda pişmanlığım geçti.” (K3)

K3 bu soruya başta pişmanlık duyduğunu belirterek cevap vermiştir. Ameliyat sonrası süreçten, çektiği ağrılardan veya sıkıntılardan kaynaklı olarak bu cevabı vererek pişmanlık duyduğunu belirtmiştir. Ancak belli bir süre sonra sıkıntıların geçtiğini ve pişmanlık hissinin de azaldığını belirtmiştir.

“Pişmanlık duydum çünkü yemek yeme zorluğu çektim. Hala daha o zorluğu çekmekteyim.” (K13)

“Dediğim gibi pişmanlık duygusu yaşadım. Hala yaptırmasam da olurmuş diyorum.” (K20)

K13 ve K20 vermiş oldukları evet cevabıyla birlikte pişmanlık duyduklarını ve zorluk çektiklerini belirtmişlerdir. K13 ameliyat öncesi yemek yeme konusunda herhangi bir sıkıntı çekmediğini ancak ameliyat sonrasında hala bu zorlukla başa çıkmaya çalıştığını da eklemiştir.

Cooley’in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; bireylerin çoğu yaptırdıkları estetik müdahale sonrasında pişmanlık duymadıklarından bahsetmiştir. Daha önce de bahsedildiği gibi burada en önemli etken dışarıdan bakan insanların söylediklerine, bizim hakkımızda düşündüklerine ve yorumlarına önem vermemizdir. Başka insanlardan alacağımız her olumlu yorum ve düşünce kendimizi daha iyi hissetmemize ve özgüvenimizin artışına sebep olacaktır.

3.2.2.3. Yeni Bir Estetik Müdahaleye Bakış Açısı

Estetik müdahale sonrası çoğunluk bir pişmanlık duymazken bu durumdan pişmanlık duyan bireylerde olmaktadır. Özellikle burun estetiği yaptıran bireylerde ameliyat sonrasında sonucu beğenmeyerek pişmanlık duyanlar ortaya çıkabilmektedir. Yaptırmış olduğu estetik müdahale sonuçlarından çok memnun kalarak farklı estetik müdahaleler yaptırmayı düşünen bireylerde fazlasıyla görülmektedir.

“Evet, düşünüyorum.” (K5)

“Jawline tarzı estetik müdahale yaptırmayı düşünüyorum.” (K18)

Burada katılımcıların birçoğu net cevaplar vermemiştir. Net olarak cevap veren iki katılımcı K5 ve K18’dir. Ancak K5 yeniden bir estetik müdahale yaptırmak için bir şey söylememiştir ve şu an için aklında net olarak estetik müdahale yaptırmaya gibi bir şey olmadığını belirtmiştir.

“Hayır düşünmüyorum.” (K8)

“Hayır, düşünmüyorum.” (K2)

“Hayır düşünmüyorum.” (K11)

“Hayır, düşünmüyorum.” (K4)

“Hayır.” (K10)

“Hayır düşünmüyorum. Çünkü faydası kadar zararları da var. Bence yaptıranlar sadece sağlık için yaptırmalı. Ama tabi ki de bu insanların kendi düşünceleridir.” (K13)

“Hayır düşünmüyorum.” (K14)

“Hayır düşünmüyorum.” (K15)

“Kesinlikle hayır.” (K20)

K8, K2, K11, K4, K10, K13, K14, K15 ve K20 net olarak hayır cevabını vererek bir daha estetik müdahale düşünmediklerini belirtmişlerdir. Yaptırmış oldukları estetik müdahaleyle birlikte görünmek istedikleri dış görünüme ulaştıkları için yeni bir estetik müdahale düşünmemektedirler.

“Hayır düşünmüyorum. Bir sağlık problemi yaşamadığım sürece bedenimden memnunum.” (K1)

“Herhangi bir sağlık sorunu olmaz ise yaptırmayı düşünmüyorum.” (K3)

“Herhangi bir sağlık sıkıntısı yaşarsam düşünürüm ama aksi halde düşünmüyorum.” (K12)

K1, K3 ve K12 birbirleriyle aynı cevabı vermiştir. Herhangi bir sağlık sorunu yaşamadıkları takdirde estetik müdahale düşünmediklerini belirtmişlerdir. Dış görünüşlerinde beğenmedikleri bir yer olursa kendilerini değiştirmek istemediklerini söylemektedirler.

“Şu anda düşünmüyorum ama ilerleyen süreçlerde rahatsızlık duyduğum bir görüntüm olursa neden olmasın.” (K6)

“Şimdilik düşünmüyorum ama ilerleyen zamanlarda olabilir, neden olmasın.” (K7)

“Olabilir.” (K9)

“Estetik müdahale ihtiyacı duyarsam ve bu ihtiyaç sonucunda kendimi daha iyi hissedeceksem düşünebilirim. Ama şu anlık böyle bir düşüncem yok.” (K16)

“Şimdilik hayır.” (K17)

“Kendimde tek sevmediğim şey kilomdu. Bilmiyorum ileride ne olur, eğer yine böyle bir duruma düşersem tabi ki de düşünürüm.” (K19)

“Evet. Estetik sonrası istediğim görünüme tam olarak kavuşamadım ama ilk durumuma göre kendimi daha iyi hissediyorum.” (K21)

K6, K7, K9, K16, K17, K19 ve K21 şu anda bir estetik müdahale düşünmediklerini ancak ilerleyen süreçlerde olabileceğini belirtmişlerdir. Belli bir süre sonra kendilerinde beğenmeyecekleri bir yeri fark edebilir ve onu değiştirmek için estetik müdahale de bulunabilirler yorumu çıkarabilir buradan.

3.2.3. Yapılan Estetik Müdahaleler ve Bireylerin Yaşantılarına Etkileri

3.2.3.1. Tercih Edilen Estetik Müdahale

Günümüzde estetik müdahalelerin birçok çeşidi bulunmaktadır. Her birey kendinde kusur olarak gördüğü yerini artık estetik müdahale ile kolaylıkla değiştirebilmektedir. Genel olarak bakıldığında ise en fazla estetik müdahale yaptırılan bölge burun olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Burun ameliyatı.” (K1)

“Burun ameliyatı. Törpü ve geniz etlerinin kesilmesi.” (K2)

“Burun içi etlerinin alınması ve burun kemer kısmındaki kırıktan kaynaklanan eğriliğin düzeltilmesi.” (K3)

“Burun ameliyatı, rinoplasti.” (K4)

“Tüp mide ameliyatı. 6 ay sonrasında ise sarkma ameliyatı.” (K5)

“Burun ameliyatı.” (K6)

“Septorinoplasti, yamuk burun düzeltme ameliyatı.” (K7)

“Burun ameliyatı.” (K8)

“Göz kapağı ameliyatı.” (K9)

“Burun ameliyatı.” (K10)

“Burun ameliyatı.” (K11)

“Tüp mide ameliyatı.” (K12)

“Sağlığım için estetik doktorlarımin kararı üzerine yapay mide ameliyatı oldum.” (K13)

“Burun ameliyatı, rinoplasti.” (K14)

“Burun ameliyatı.” (K15)

“Burun ameliyatı.” (K16)

“Dudak dolgusu.” (K17)

“Burun ameliyatı.” (K18)

“Tüp mide ameliyatı.” (K19)

“Burun ameliyatı.” (K20)

“Burun ameliyatı.” (K21)

3.2.3.2. Estetik Müdahalenin Yaşantıya Etkisi

Estetik müdahale sonrasında birçok bireyin hayat standartlarında değişimler olmuştur. Bu değişimler olumlu ya da olumsuz olabilmektedir. Herhangi bir estetik müdahalede bulunmasa dahi yaşantısında bir değişim olmayacak bireylerde karşımıza çıkmaktadır. Ancak dış görünüş olarak kendilerini daha güzel görmek adına bu estetik müdahalelere başvurmaktadırlar.

“Hayır yaşantımı etkilemezdi.” (K9)

“Hayır etkilemezdi ancak aklımda dururdu hep bir seçenek olarak.” (K17)

K9 ve K17 net bir şekilde hayır diyen katılımcılardır. Estetik müdahale yaptırmamış olsalar da yaşantılarının aynı şekilde devam edeceğinden bahsetmişlerdir. K17 ise sadece, yaptırmasaydı bu estetik müdahalenin sürekli aklında kalacağını belirtmiştir.

“%40 oksijen alamadığım için akciğerlerimde sönme riski çok yüksekti, hayati risk faktörü çok yüksekti.” (K10)

“Sağlık konusunda sorunlarım olduğu için yaptırmam olumsuz etkilenirdim.” (K11)

“Sağlık durumu hariç etkilemezdi.” (K3)

“Nefes alma konusunda etkilerdi ama başka açılardan etkilemezdi.” (K8)

“Evet çünkü rahat nefes alamıyor, uyuyamıyor ve baş ağrıları çekiyordum.” (K1)

“Evet tabi ki etkilerdi. Sağlık açısından çok zorlanırdım.” (K2)

“Eğer bu operasyonu yaptırmasaydım sağlığım giderek kötüleşip kanser hastalığına yakalanırdım.” (K13)

“Sağlık problemimden dolayı sorun yaşayabilirdim.” (K14)

“Evet sağlık sorunumu etkilerdi.” (K15)

“Sağlıktan dolayı ameliyat olduğum için etkisinin çok olacağını düşünüyorum.” (K18)

K10, K11, K3, K8, K1, K2, K13, K14, K15 ve K18 birbirlerine benzer cevap vermişlerdir. Bu on katılımcı için de estetik müdahale yaptırmamak yaşantılarını olumsuz etkilerdi. Ancak bu

etkilenme sağlık sorunları açısından bir etkilenme olurdu. Dış görünüş olarak olumsuz bir etkilenmeden bahsetmemişlerdir.

“Kesinlikle etkilerdi sürekli aynada burnumu inceliyordum estetik olsa şöyle olur böyle olur diye kendimle konuşuyordum. Daha önce de belirttiğim gibi güzellik olarak tek eksliğimin burnumun olduğunu düşünüyordum.” (K6)

“Çok.” (K5)

“Etkilerdi. Etkiledi de en çok bu yüzden estetik olmak istedim.” (K4)

“Özgüvenli bir insan olabileceğimi düşünmezdim.” (K7)

“Estetik müdahale beni psikolojik olarak çok etkilerken fiziksel olarak aşırı etkilemiyordu. Yani ben çok çirkinim diyen bir insan değildim. O halimi de güzel bulan biriydim. İki halimi de çok seviyorum. Sağlıksal bir sorunum olduğunu düşünmediğimden ameliyat benim için zorunluluk gibi bir şey değildi. Genelde içsel olarak kendimle hesaplaşma yaşıyordum. Yaptırırsam ne olur yaptırmasam ne kadar daha takıntım devam eder diye çok çelişki yaşamıştım. Ben içsel hesaplaşmadan çok yorulduğum için ve kafamdaki sesleri susturmak için bir nevi ameliyat oldum. Büyük ihtimal günümüzde sosyal medyanın önümüze sunduğu görsellikleri gördükçe daha da takacaktım. Ve psikolojik olarak etkilenmeye devam edecektim”. (K16)

“Bence etkilerdi çünkü kilolu olmam beni iyice yalnızlığa sürüklüyordu. Ameliyat olmadan önce odamdan çıkmazdım, ailemden bile uzaklaşmıştım sadece uyuyup yemek yiyordum o kadar. Ameliyat benim kurtuluşum oldu.” (K19)

“Evet. Dışarı hayata çok soyuttum sınav sürecimin bitmesini bekliyordum. Estetik olmama ihtimalini hiç düşünmedim ama sağlık sorunu yaratsaydı ve yapamasaydım beni kötü etkilerdi.” (K21)

K6, K5, K4, K7, K16, K19 ve K21 birbirine benzer cevap vermişlerdir. Estetik müdahale yaptırmasalardı bu durumun yaşantılarını olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmişlerdir. Dış görünüşleri onların kendilerini daha mutlu hissetmeleri için bir araç olarak görülmektedir. Dışarıdaki insanlar tarafından beğenilmek ve güzel görülmek önemli bir kriter halini almaktadır.

“Evet, sağlıksız ve özgüvensiz bir insan olarak kalırdım. Bu da yaşantımı çok olumsuz etkilerdi.” (K12)

“His olarak kendimi özgüvensiz hissedebilirdim. Ama yaşantımı etkileyeceğini düşünmüyorum. Çünkü hayatım boyunca aslında etkilemedi. Tek etkilediği nefes alamama problemiyle birlikte yaşadığım sağlık sorunlarıydı. Tek sıkıntılı ve özgüvensiz hissettiğim dönem üniversitede ilk yılımdı.” (K20)

K12 vermiş olduğu cevapla birlikte hem sağlığının hem de özgüveninin olumsuz etkileneceğini belirtmiştir. Yani kendisi için hem mutlu bir birey olmanın hem de sağlıklı bir birey

olmanın önemli bir detay olduğunu yorumlayabiliriz. K20 verdiği cevapla birlikte özgüvensizlik yaşayacağından ve sağlık sorunlarının devam edeceğinden bahsetmiştir.

Katılımcılar bir şekilde estetik müdahale yaptırmıyorsa yaşıntılarının olumsuz yönde etkileneceğinden bahsetmiştir. Bireyler kendilerini mutlu etmek ve daha iyi bir yaşam sürebilmek için estetik yaptırmalıdır. Her birey kendisi için yaşamaktadır. Bir başkasını mutlu etmek, onları sevindirmek için estetik müdahale yaptırmak çok doğru bir hareket olmayacaktır. Günümüzde bedene ve dış görünüme atfedilen ve yüklenen anlam oldukça önemli bir hal almaktadır. Kişi bedeninde memnun olmadığı bir yeri değiştirmek istiyorsa değiştirmeli ve dışarıdan gelecek kötü yorumlara da kulaklarını tıkamalıdır. Bireylerin yaşadıkları sosyal çevreden aldıkları yorumlar etkisinde kalarak bu değişimi yaptırmaktan kaçınmaları gerekmektedir.

3.2.4. Estetik Müdahale Sonrasında Bireylerin Güzellik Algısı Değişimi

3.2.4.1. Estetik Müdahale Sonrasında Mutluluk Hissi

Estetik müdahale sonrasında sonuçtan memnun olan bireyler kendilerini daha mutlu ve daha özgüvenli hissettiklerinden bahsetmişlerdir. Yaşıntılarında birçok şeyin olumlu bir şekilde etkilendiğinden, daha mutlu olduklarından bahsetmişlerdir.

“Evet. Görüntü amaçlı girmesem de ameliyat sonrası yapılan burnumun yüzüme daha çok yakıştığını düşünüyorum.” (K1)

“İlk tamponlar çıktığında en mutlu olduğum andı. Nefes problemimin iyileştiğini en çok fark ettiğim andı.” (K2)

“Evet.” (K4)

“Çok.” (K5)

“Evet kesinlikle. Özellikle ilk operasyon geçirdiğim zamanlarda yan profilden fotoğraf çekilmek çok hoşuma gidiyordu.” (K6)

“Evet. Hem sağlık sorunlarım düzeldi hem de dış görünüşümü beğenmeye başladım.” (K7)

“Evet daha mutlu hissettim.” (K8)

“Evet.” (K9)

“Evet, daha rahat nefes almaya başladım, tabi ki görsel olarak da değişiklik biraz güzel oldu.” (K10)

“Evet.” (K11)

“Kesinlikle kendimi daha mutlu ve daha sağlıklı hissediyorum.” (K12)

“Estetiğin bana faydaları kilo vermemdi. Kilo vermemle birlikte her zaman yapmış olduğun gündelik hareketlerimi daha hızlı bir şekilde yapmaya başladım.” (K13)

“Evet.” (K14)

“Her şey gayet normaldi.” (K15)

“Estetik müdahale sonrasında değişimin verdiği büyük bir mutluluk vardı. Kendimi daha iyi hissediyordum.” (K16)

“Evet.” (K17)

“Kesinlikle ama daha iyi olabilirdi dediğim oldu.” (K18)

“Evet, kesinlikle. Her gün tartıya çıktığımda yarım kilo bile versem mutlu oluyordum. Kendimi kapattığım yerden çıkıyordum. Kurtulduğumu hissediyordum. Başarmıştım, riskli bir ameliyat da olsa başarmıştım.” (K19)

“Evet.” (K21)

K3 ve K20 haricindeki bütün katılımcılar evet cevabını vermiştir. Estetik müdahale sonrasında kendilerini daha mutlu hissettiklerini belirtmişlerdir. Hem sağlıksal hem dış görünüş olarak bu değişimin onları olumlu etkilediği gözlenmektedir.

“Bir nebze evet.” (K3)

K3 ise net olarak evet cevabını vermemiştir. Bu değişimin onun için beklenen şeyi tam olarak karşılamadığı görülmektedir. Bu cevabıyla birlikte mutluluğu tamamen dış görünüşüne bağlamadığını yorumlayabiliriz. Mutlu olabilmek için yalnızca dış görünüşünün yetmediğinin altını çizebiliriz.

“İlk başta hayır. Büyük bir hata yaptığımı düşündüm. Önceki halime geri dönmek istedim. Yaptığımı yanlış olduğunu Allah’ın verdiği şeyi değiştirdiğimi düşündüm. Bundan dolayı uzun süre pişmanlık yaşadım. Tövbe ettim. Bu durum hala devam etmekte. Fakat insanların beni beğenmesi de mutlu olmamı sağladı. Önceki halimden daha mutlu olduğum söylenemez.” (K20)

K20 estetikten yana herhangi bir mutluluk değişimi yaşamadığını dile getirmiştir. Ancak diğer katılımcılardan farklı olarak bir konuya değinmiştir. Dinin estetiğe bakışı açısından yorumlanacak bir cevap vermiştir. Dini açıdan bakıldığında yaptırdığı işlemin yanlış olduğunu belirtmiştir. Allah’ın vermiş olduğu bir şeyi değiştirerek günah işlediği düşüncesiyle tövbesini dile getirmiştir. Estetik ve Din ilişkisi başlığı altında bu durumdan bahsetmiştik. İslami yapı yalnızca güzelleşmek uğruna bedende yapılan değişiklikleri yasaklamaktadır. Bu da insan bedeni üzerinde Allah hakkının baskın olduğunu göstermektedir. Burada katılımcı dini açıdan değerlendirdiğinde pişmanlığını da dile getirmektedir.

Cooley’in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; bireylerin çoğu estetik müdahale sonrası kendilerini daha mutlu hissettiklerinden bahsetmişlerdir. Kendilerine yapılan olumsuz yorumların olumlu yorumlara dönüşmesiyle birlikte kendilerini daha mutlu hissettiklerinden bahsetmişlerdir. Çünkü insan olarak karşımızdaki insanların söylediklerine, bizim hakkımızda düşündüklerine ve yorumlarına önem

vermekteyiz. Bir bakıma mutluluklarını kendilerini güzel bulmaya yani güzel yorumlar almaya bağlamışlardır. Dışarıdaki insanlardan alacakları her bir olumlu yorum ise onları daha mutlu edecektir ve daha özgüvenli bir şekilde toplum içinde var olabilmelerini sağlayacaktır. Bu anlamda da estetik müdahaleye bakış açıları her zaman destekleyici nitelikte olacaktır.

3.2.4.2. Estetik Müdahale Sonrasındaki Değişimin Kişi Üzerindeki Etkisi

Estetik müdahale sonrasında bireylerde birçok değişim görülmektedir. Bu değişimler ise bireyden bireye farklılık göstermektedir. Etki her bireyde aynı boyutta olmamaktadır. Olumlu ya da olumsuz etkilerden bahsetmek mümkündür. Kişinin yaşantısı ve beklentileri göz önüne alındığında etkilerinde farklılık göstereceğini bilmekteyiz.

“Estetik müdahale olmadan önce kendimle barışık bir insandım. Estetik yaptırdıktan sonra kendime olan özgüvenim arttı.” (K11)

“Estetik öncesi kendimi iyi hissetmiyordum estetik sonrası kendimle barıştım.” (K4)

“Özgüvenin ne olduğunu ameliyattan sonra öğrendim. Kendimi ve bedenimi sevmeye başladım.” (K7)

“Öncesinde baş ağrılarım ve mutsuz hislerim olurdu. Sonrasında daha özgüvenli ve mutlu hissettiğimi söyleyebilirim.” (K9)

“Burnum benim modumu aşırı düşürüyordu kendimi güzel buluyordum fakat tek eksik yanımda kendimce burnumdu. Estetik sonrası daha özgüvenli ve kendimle barışık oldum.” (K6)

“Dış görünüşüm olarak bir özgüven eksikliğim vardı. Estetik olduktan sonra bunu yendiğimi düşünüyorum.” (K3)

“Estetik sonrası çok iyi hissetmeye başladım. Estetik öncesinde ise acaba nasıl olur diye çok soru vardı aklımda.” (K5)

“Estetikten önce özgüveni düşük, hareketleri kısıtlı, pek dışarı çıkmayan bir insandım. Estetik sonrası hepsi tam tersine döndü.” (K12)

“Burun estetiği ameliyatı olmamdan ötürü, burnun insan yüzünde karakteristik bir görüntü değişikliğine sebebiyet vermesinden kaynaklı görüntü olarak değişim yaşadım.” (K14)

“İlk başlarda yapılacak bu işlemle kendimi tamamen pozitif yönde değiştirebileceğime inanmıştım. Örneğin sosyal fobisi olan biriyim. Kalabalık ortamlara girmek ya da kalabalık ortamlarda çıkıp bir konuşmak yapmak vs. hep fobi gibiydi küçüklüğümde beri. Mesela bunu dış görünüşe bağlayıp anlam çıkarmaya çalışmıştım. Fakat estetik müdahale bu gibi sorunlarımı tam anlamıyla yok etti diyemem. Hala fobisi olan ve kalabalık ortamları sevmeyen biriyim. Ama mutluluk ve kendini hoş görme açısından tabi ki kendimde olumlu olarak gördüğüm değişimler oldu. Eski halimi çok çirkin buluyordum asla diyemem. Eski halini de sevip güzel bulan fakat bir dokunuşu yine de isteyen biriydim.” (K16)

“Öncesinde dudağımdaki ruju taşıırdım ve bundan hoşlanmazdım şimdi ise her dakika ruj sürmek istiyorum, fiziksel hoşnutluk açısından tatmin olmuş durumdayım.” (K17)

“Ameliyat olmadan önce mutsuzdum. Yaşıtlarım gibi istediklerimi giyemezdim, bir yere gitsem dans edemezdim, onların yanında kendimi hep yaşlı abla gibi hissederdim. Vücudumu sevmezdim, nefret ederdim aynada kendime bile katlanamazdım. Ama ameliyat olduktan sonra birkaç ayda kendimde olan değişim, vücudumun şekillenmesi, artık hatlarımın belli olması o kadar güzel bir histi ki. Az da olsa istediklerimi giymem, daha çok gezmek, aynada kendime sürekli bakmak hep bunları yapmaya başladım. Açılıyordum, rahatlıyordum, kendimi yaşlı gibi değil de gerçekten genç bir kız gibi hissediyordum.” (K19)

“Estetik müdahale öncesi belli bir dönem rahatsız olmuştum, üniversiteye başladığım dönemdi. Üniversite hayatıma kadar erkekli bir ortamda bulunmadım. Lisemde kız lisesiydi. Güzellik algım yoktu. Kendime dikkat etmezdim. Üniversiteye geçtiğimde burun estetiği olmam gerektiği hakkında çok şey duydum. Bu da kendimin kötü olduğunu düşünmemi sağladı. Gizlemek için gözlük taktım. Burun estetiğinden sonra gözlük takma gereği duymadım. Burnumu saklamak için bir çabaya girmedim. Daha rahat hareket ettim.” (K20)

“Estetik sonrası kendimi daha özgüvenli hissettim ve etrafa karşı daha sosyal oldum.” (K21)

K11, K4, K7, K9, K6, K3, K5, K12, K14, K16, K17, K19, K20 ve K21 birbirlerine yakın cevaplar vermişlerdir. Estetik müdahale sonrası bu katılımcıların özgüvenlerinin arttığını ve kendilerini daha mutlu hissettiklerini açıkça görebiliriz. Estetik müdahale öncesi bedenlerinde beğenmedikleri bölgelerin kendilerini özgüvensiz ve mutsuz bir birey yaptığını ancak ameliyat sonrası bunun değiştiğini vurgulamışlardır. Önceki bölümlerde kendilerini mutsuz ve özgüvensiz hisseden birçok bireyin estetik müdahale ile kendilerinde değişim yaratma yoluna gittiklerinden bahsetmiştik. Bu on dört katılımcının cevabıyla birlikte buna net bir örnekte göstermiş olmaktadır.

“Estetik müdahale öncesinde yine kendimle barıştım estetik müdahale sonrası bir şey değişmedi.” (K8)

“Estetikten önce neysem sonrasında da o oldum. Değişen bir şey olmadı.” (K1)

K8 ve K1 birbirleri ile aynı cevabı vermişlerdir. Her iki katılımcı da estetik müdahale sonrasında herhangi bir değişimin olmadığından bahsetmişlerdir. Estetik müdahale yaptırmaları da herhangi bir fark olmayacağı yorumunda bulunabiliriz.

“Görüntüde az bir değişim olduğunu düşünüyorum. Ama nefes almada inanılmaz bir değişim ve rahatlama oldu.” (K2)

“Görsel olarak değişiklik çok olmadı ancak nefes almada yaşam kalitemi çok arttırdı.” (K10)

K2 ve K10 birbirlerine benzer cevaplar vererek, estetik müdahale sonrası değişimi sadece sağlıksal olarak yaşadıklarını vurgulamışlardır. Estetik müdahale sonrası sağlık sorunlarının geçtiğini belirtmişlerdir. Sadece sağlık amaçlı estetik müdahale yaptıran bireylerdeki değişimlerin sonuçlarının daha olumlu olduğu görülmektedir.

“Estetik öncesi kiloluydum ve sağlık sorunlarım vardı. Estetik sonrası kilomun gidişıyla mutlu oldum ama sağlığımla ilgili hala sorunlarım var.” (K13)

K13 olumlu bir cevap vermemiştir. Estetik sonrasında hala sağlık sorunlarının devam ettiğini belirtmiştir. Dış görünüş olarak estetik müdahale bireyi mutlu etmiştir ancak sağlık sorunlarının devam ediyor oluşu bireyi bu anlamda olumsuz etkilemektedir.

“Ameliyat öncesi ve sonrası için çok stresli bir dönemdi.” (K15)

K15 diğer katılımcılardan farklı bir yanıt vermiştir. Diğer katılımcılar daha çok ameliyatla oluşan değişimlerinden ya da sağlık sorunlarının düzelip düzelmemesinden bahsetmiştir. K15 ise ameliyat öncesindeki ve ameliyat sonrasındaki sürecin kendisi için çok stresli geçtiğinden bahsetmiştir.

“Sadece ameliyattan sonra yasaklanan bazı şeylere uyulması gerektiğini söylemek isterim. Estetik müdahaleden ötürü belli bir süre gözlük takılmaması gerekiyor, denize girilmemesi gerekiyor ve güneşten korunulması gerekiyor. Ben bunlara uymadığım için sıkıntı yaşadım.” (K18)

K18 estetik müdahale sonrasındaki pişmanlıklarından bahsederek cevap vermiştir. Kendisinde meydana gelen değişime çok fazla değinmeyerek uyulması gereken kurallara estetik müdahale yaptırmayı düşünenlerin birebir uyması gerektiğini vurgulamıştır. Kurallara uyulmaması halinde bile bireylerde olumsuz düşüncelerin oluşabileceğini yorumlayabiliriz.

Cooley’in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; estetik müdahale öncesi kendini çirkin, bakımsız, özgüvensiz ve toplum tarafından dışlanmış olarak kabul eden bireyler estetik müdahale sonrasında kendilerini daha mutlu, özgüvenli ve toplum tarafından kabul edilmiş olarak görmeye başlamıştır. Bireylerin kendileriyle ve dış görünüşleriyle barıştıkları görülmektedir. Ayna benlik kuramının alt yapısında kişinin başkaları tarafından nasıl algılandığının önemli olduğunu kuramsal çerçeve kısmında belirtmiştik. Burada kişilerin estetik müdahale sonrası aldıkları yorumlar doğrultusunda kendilerini daha iyi hissetmeleri ise buna en güzel örneklerden biri olmuştur.

3.2.5. Sosyal Medya ve Sosyal Çevrenin Estetik Müdahaleye Karşı Bakışları

3.2.5.1. Estetik Müdahale Sonrası Çevreden Gelen Tepkiler

Estetik müdahalede bulunmada sosyal çevrenin yaptığı yorumlar çok etkili olmaktadır. Dışardan aldıkları yorumları çok dikkate alan bireyler değişimi kaçınılmaz olarak görmektedir. Daha iyi ve güzel yorumlar alabilmek, daha mutlu hissedebilmek için estetik müdahale kararı

alabilmektedirler. Estetik müdahale sonrasında dahi hep güzel yorum almak istemektedirler çünkü yapılacak en ufak olumsuz yorum onları yine kötü etkileyecektir.

“İyi yorumlar aldım. Burnumun estetik değil doğal gibi olduğunu ve yüzüme yakıştığını söylediler.” (K1)

“Hep olumlu yorumlar aldım. Olumsuz yorumları günlük hayatımda çok umursamam zaten.” (K2)

“Çok güzel yorumlar aldım, yapılan estetik müdahalem herkes tarafından beğenildi. Bu yorumlar beni olumlu etkiledi.” (K3)

“Çok iyi yorumlar aldım. Moralim daha iyi oldu.” (K5)

“Aldığım yorumların hepsi olumluydu. Beni üzecek veya canımı sıkkan bir yorumla karşılaşmadım. Herkesin beğenip güzel yorumlar yapması ekstra modumu yükseltti tabi ki de.” (K6)

“Olumlu yorumlar aldım ancak beni etkilemedi.” (K8)

“Her bir arkadaşımın ve ailemin olumlu yorumlarını aldım. Fazlasıyla mutlu oldum.” (K9)

“Herhangi bir olumsuz yorum almadım, çoğunlukla “estetik olduğu belli değil çok doğal olduğunu” belirttiler.” (K10)

“Genelde olumlu yorumlar aldım. Ben kendimi seviyorum olumsuz yorumlarda beni çok etkilemezdi.” (K11)

“Çok sağlıklı bir ameliyat olduğu için olumsuz yorum pek almadım. Hep olumlu destekleyici yorumlar aldım.” (K12)

“Sosyal çevremden olumsuz bir yorum almadım aksine olumlu dönüşler ve estetik olmak isteyen ancak kararsız olan arkadaşlarıma ilham oldum diyebilirim.” (K14)

“Gayet güzel olumlu yorumlar aldım.” (K15)

“Ailem pek sıcak bakmadı ancak çok abartı bir şey yaptırmadığım için olumsuz yorum almadım. Genel geri dönüşler çok iyiydi elbette ben de memnun oldum.” (K17)

“Olumsuz yorum hiç almadım herkes olumlu şeyler söylediği için beni hep güzel etkiledi.” (K18)

“Bu müdahale sonrası çevremden çok fazla iltifat almaya başladım. Şu zamana kadar olumsuz bir yorumla karşılaşmadım. İnsanlar çok güzel olduğumu veya burnumun çok güzel olduğunu söylediler. Bu da beni mutlu etti.” (K20)

“Gelen tepkiler olumluydu, arkadaş çevrem bana hep destek oldu.” (K21)

K1, K2, K3, K5, K6, K8, K9, K10, K11, K12, K14, K15, K17, K18, K20 ve K21 aynı cevabı vererek, estetik müdahale sonrası herhangi bir olumsuz yorum almadıklarını aksine etrafındaki insanlardan hep olumlu yorumlar aldıklarını belirtmişlerdir. K14 ek olarak estetik müdahale kararıyla birlikte yakınındaki başka arkadaşlarına da ilham olduğuna değinmiştir. Yaptırmış olduğu estetik müdahale dışındaki bireyler tarafından çok beğenildiği için onların da estetik müdahale yaptırmak istediklerinden bahsetmiştir.

“İlk ödemli olduğu zamanlar tam oturmadığı için aldığım kötü yorumlar beni tabi ki kötü etkiledi ama üzerinden biraz zaman geçince onlarda yüzüme yakıştığını söylediler.” (K4)

“Çoğu kişi olumlu karşıladı. İyi ki yaptırmışsın dediler. Ama bazıları var ki hep doğallıktan yana olan insanlar. Onlara laf anlatmak çok zor. Herkese kendimi beğendiremem, zaten böyle bir şeye niyetim de yok. Ben beğendiysem tamamdır.” (K7)

“Çevremdeki insanlar güzellik ve görünüş amacıyla ameliyat olduğumu zannettiler ve eleştirdiler. Olumlu eleştiri yapanlarda vardı. Beni çok fazla etkilemedi.” (K13)

“Ameliyat sonrası ilk haftalar vücudumun verdiği reaksiyonları gören yakınlarım bana çok söylendi. Aile bireylerim bana bakarken hepsinin gözleri yaşıyordu. Halime üzüldüklerini ve keşke hiç izin vermeseydik dediklerini duydum. Kendimi kötü bir duruma soktuğum ve boş yere acı çektiğim konusunda eleştirilere maruz kaldım. Farklı bir eleştiri konusu ise vücudumda yaptığım değişikliğin dini boyuttaki durumuydu. Bunlar daha çok akrabalar tarafından söylenip kulağıma gelen bilgiler. Fakat daha sonra en büyük ve en acımasız eleştiri yapanlar doktorumdan sıra alanların başında geliyordu. Morlukların ve şişliklerin geçtiği aylarda ise yorumlar çok olumluya döndü. Sen güzeldin neden kendinle oynadın cümleleri yine vardı ama yakıştırıp beğeni cümleleri kullananlar daha fazlaydı. Beni etkileme durumu ise şöyle; ben bu sürecin günümüz aile yapısındaki ilişkilere göre çok zorlu geçeceğini biliyordum. Yoruma açık bir süreç yaşıyordum. Sürecini sosyal medyada tüm şeffaflığı ile anlatıp gösteren biriydim. Bunları göze almıştım ama çoğu umurumda bile olmadı açıkçası. O masaya yatmak benim için en zoruydu onu da kendi korkularımı yendiğimi düşündüğümünden başardım olarak görebiliyorum.” (K16)

“Ameliyat olmak istediğimi ilk söylediğimde 18 yaşındaydım, ailem dahil herkes karşı çıktı, tek abim arkamdaydı. Çoğu kişi neden olacaksın, ne gerek var, az ye zayıflarsın gibi şeyler söylediler. Herkes beni vazgeçirmek için elinden geleni yaptı vazgeçemedim. 18 yaşına girdiğim ilk gün doğum günümde gittim doktorun yanına tek başıma kimsenin haberi olmadan başlattım işlemleri. 1 sene işlemlerle uğraştım kaç kere hastaneye gittim geldim bilmiyorum çoğunda tektim. Ailem çevrem hariç hastanede bana onay vermek istemeyen kaç tane doktor vardı o kadar zorladılar ki beni ameliyat olmamam için ama sonunda olduğumda ve birkaç ay geçtiğinde herkes iyi ki oldun dedi tebrik etti, bendeki değişimi görenler sanki önceden hiç o kelimeleri bana söylememiş gibi benim adıma mutlu oldular. Yine ne gerek vardı kendini çürüğe çıkardın diyen, kendine yazık ettin diyen insanlar da çok vardı.” (K19)

K4, K7, K13, K16 ve K19 estetik müdahale sonrasında olumsuz bazı yorumlar aldıklarını belirtmişlerdir. Bu yorumların kendilerini olumsuz etkilemediklerini söylemişlerdir. K7 etrafındaki herkese kendini beğendiremeyeceğini ve böyle bir niyetinin de olmadığını eklemiştir. K16 bu sürecini öyle güzel ve detaylı anlattı ki, eleştirilerin dinsel açıdan dahi yapıldığını belirterek önceki bölümlerde verdiğimiz “Estetik ve Din İlişkisi” başlığına da güzel bir örnek olmuştur.

İzmir’deki ENTO Kulak Burun Boğaz Hastalıkları Cerrahi Tıp Merkezi doktorlarından Op. Dr. Denizhan Özkaya, “Bir insan estetik ameliyat olduğunda çevresindeki insanlar tarafından daha

çok sevilmez ya da daha çok takdir edilmez. Estetiğin amacı insanların kendilerinde hissettikleri, gördükleri rahatsızlıkları gidermektir. Tabi estetik ameliyatla yüzünde ya da vücudunun herhangi bir bölgesinde gördüğü kusurları düzelen kişinin, operasyondan sonra kendine güveni de artar. Estetik olan kişi, kendine duyduğu güvenle, gittiği ortamlarda özgüveni yüksek davranışlar sergiler. Estetik ameliyatlar, insanın hayatını değiştirmez. Kendine güveni ve toplum içerisindeki davranışlarında rahatlık kazandırır” ifadelerini kullandı (URL 5, 2022).

İnsanlar kendilerini daha iyi ve daha güzel hissedebilmek için estetik müdahaleye başvurmaktadırlar. Ameliyat sonrasında kendilerindeki değişimin herkes tarafından beğenilmesini umut ederken aldıkları olumsuz yorumlar onların psikolojilerini de etkileyebilmektedir. “Keşke yaptırmasaydım, bu riski almasaydım, daha da çirkin oldum.” gibi birçok düşüncelere girebilmektedirler.

Cooley’in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; estetik müdahale sonrası bütün katılımcılar çevrelerinden olumlu/olumsuz birçok yorum almıştır. Bu yorumların olumlu olanları estetik müdahale yaptıran kişileri daha da mutlu ederken, olumsuz yorum alanlar ise kendilerini yeterince mutlu hissetmemiştir. Daha önce de bahsettiğimiz gibi bizler dışarıdan nasıl görünüyoruz, neyiz, ne giydik, güzel miyiz, çirkin miyiz? Tüm bu soruların cevapları aslında çevremizdeki insanlarda gizli. Özgüveni yüksek kendini güzel bulan bir kadın çevresinden olumsuz bir yorum aldığı anda bile kendini güzel bulma noktasındaki özgüveni kırılmaktadır. Çünkü bireyler olarak onaylanmaya ihtiyaç duymaktayız. Güzel olduğunun farkında olan bir bireyin bunu dışarıdaki başka insanlardan da duymaya ihtiyacı vardır.

3.2.5.2. Toplumun Güzellik Algısı

Toplumun güzellik algısı dediğimiz şey o dönem şartları içerisinde moda olarak görülen her şeyi içerisinde barındırmaktadır. Toplum tarafından herkesin güzel olarak gördüğü ve kabul ettiği formlar için bireyler kendilerini değiştirmeye ve o olguya açık hale getirmektedir. Dönemin modasında balık etlilik varsa herkes balık etli olmak ister, dönemin modasında kalkık burunlar varsa herkes burnunu kalkık yaptırmak ister gibi bir çok örnekte verilebilir. Kısaca kişinin kendi dış görünüşü toplumun algısı ile güzel ya da çirkin olarak yorumlanabilmektedir.

“Hayır düşünmüyorum. Herkesin güzellik algısı farklıdır.” (K11)

“Hayır.” (K5)

“Düşünüyorum, ama herkesin güzellik algısı farklıdır.” (K4)

“Evet. Ama toplumda çok fazla ve farklı güzellik algıları var. Herkese kendimizi beğendirmek imkansız bir şey. Kendi bedenimizi kendi güzellik algılarımıza göre beğensek yeterli.” (K7)

“Evet var, kesinlikle var ama kendi düşüncemize göre bu değişir. Çoğu kişi belki de toplumda belirlenen o güzellik algısının içinde bulunabilmek için uğraşır, ama bazı kişiler kendisini sevmek için bu tür ameliyatlar olur.” (K19)

K11 ve K5 hayır diyerek, toplumun dayattığı bir güzellik algısının olmadığını belirtmişlerdir. K4, K7 ve K19 ise evet cevabını vererek, toplumun dayattığı bir güzellik algısının olduğunu belirtmiştir. Ancak herkesin bu güzellik algısına yüklediği anlam farklıdır. Her birey kendisini nasıl daha iyi hissediyorsa öyle görünmelidir. Sırf toplumdaki güzellik algısına uyacak diye kendisine yakışmayan onu mutsuz eden bir işleme başvurmamalıdır.

“Evet düşünüyorum zaten birçok insanında bu durumdan ötürü estetik yaptırdığı kanısındayım.” (K6)

“Dayatılan bir güzellik algısı var. Bundan rahatsızım çünkü insanların tek tip olmasını ve kendilerini kendi gibi yapan özelliklerini, görünüşlerini değiştirmelerini saçma buluyorum.” (K2)

“Evet. Özellikle sosyal medya güzelliği kalın duvarlı kalıplara koymuş ve toplumda bunları benimseyip çevreye dayatıyor.” (K1)

“Evet, düşünüyorum.” (K8)

“Kesinlikle düşünüyorum.” (K3)

“Kesinlikle var. Her ne kadar bu algılar kırılmaya çalışılsa da pek mümkün değil gibi.” (K12)

“Evet. Çünkü sosyal medya platformlarında çok yaygın şekilde bu güzellik algısı konuşuluyor. Kişinin güzelliği kendine özgüdür.” (K13)

“Evet günümüzde güzellik algısı, insan için sağlık ne kadar önemli bir noktada ise güzellik ve dış görüntü de o düzeyde önemli bir rol aldı.” (K14)

“Evet düşünüyorum.” (K15)

“Yani yok demenin imkansız gibi olduğu bir dönemdeyiz. Estetiğe karşı değilim ama artık yolda 10 kişiyi çevirsen 10’da 5’i estetiklidir belki daha fazlası. Bu durum tabi ki toplumu ve güzellik algılarını etkiliyor. İlk başta yuhalayıp eleştiren herkes bir gün estetik olsam nasıl görünürüm diye düşünüyordur. Ya en basiti birini gördüğünde kilolusun, zayıfsın, yüzün böyle, burnun şöyle, burun şöyle olsa daha iyi olur vs. gibisinden fütursuzca eleştiren toplumda yaşıyoruz. Bu eleştiriler sonucunda artık insanlar aynada gördüğü kişiyi beğenmeyip toplumdan onay alabileceğini düşündüğü taraflara ve yollara eğiliyor. Yani kesinlikle toplumun empoze ettiği bir güzellik algısı var.” (K16)

“Maalesef bu algı bir gerçek. Özellikle bazı sosyal medya platformlarının öne çıkmasıyla birlikte oluşan, insanların kendini yarışmadaymış gibi çirkin bir şekilde asla tatmin olmadan, fiziksel olarak rekabete girmesi bu algıyı güçlendiriyor.” (K17)

“Kesinlikle evet. Markete gidip alışveriş yaparken bile güzel paketlenmiş eşyalara bakıyoruz. İnsanların en başında dış güzelliği önemli bir faktör.” (K18)

“Evet düşünüyorum. İnsanlar güzellik algısını genç kızlara dayatmakta. İnce bel, büyük popo ve göğüs, dudakları kocaman burnu minicik gibi algılar bulunmakta. Sanki bunların olmadığı insan güzeli bırakın mağaradan yeni çıkmış gibi bir algı bulunmakta.” (K20)

“Evet.” (K21)

K6, K2, K1, K8, K3, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K20 ve K21 benzer cevaplar vermiştir. Toplumun dayatmış olduğu bir güzellik algısı olduğunu belirtmişlerdir. K2 toplumun dayatmış olduğu bir güzellik algısının olduğunu ve dayatılan güzellik algısının olmasından rahatsızlık duyduğunu da eklemiştir. Kişiler hiçbir dayatma olmadan kendilerini mutlu hissettikleri kalıplarda olmalıdır. Toplum ne der, beni beğenir mi kaygısıyla bireylerin yaşaması çok doğru değildir. Ancak yaşadığımız çağ içerisinde bu durum fazlasıyla yaşanmaktadır.

“Toplumun dayatmaları değil özellikle biz kadınların kendileri için, kendi hisleri için güzellik dürtülerinin aktif olması gerektiğini düşünüyorum.” (K9)

K9 toplumun dayatmış olduğu bir güzellik algısından ziyade kadınların kendilerini daha mutlu hissetmeleri, daha güzel kalabilmeleri, bakımlı olabilmeleri için bunun gerekli olduğunu vurgulamıştır. Kadın için bu bir zorunluluktur düşüncesi de toplumda birçok bireyde var olmaktadır. Kadın güzel olmalıdır, kadın bakımlı olmalıdır gibi birçok algı var olmakta ve bu sebeple kadınların omzuna yüklenmiş bir yük haline gelmektedir.

“Evet tabi ki. Toplumun kişiler üzerine, özellikle kadınlara baskıları çok yüksek. Kadının kilolu, zayıf, mavi gözlü ya da sarı saçlı olması vb. gibi kalıpların içerisine alınmasının yanlış olduğunu ancak bu durumun sosyal medyanın etkisi ile daha da zorbalık boyutuna ulaştığını düşünüyorum.” (K10)

K10 ise vermiş olduğu cevapla birlikte dayatılan bir güzellik algısının olduğunu ve hatta bu algının giderek zorbalık derecesine geldiğinden bahsetmiştir. K10 diğer katılımcılardan biraz daha farklı olarak dayatılan güzellik algısına örnekleri yalnızca kadınlar üzerinden vermiştir. Güzellik algısının erkekler üzerinde herhangi bir baskılayıcı ya da zorlayıcı bir niteliği olduğu görülmemektedir. Bu da önceki bölümlerde güzelliğin kadın ve kadın bedenine atfedildiğini söylediğimiz bölüme güzel bir örnek olmuştur.

Cooley’in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; bireyler toplum tarafından dayatılmakta olan, sınırları çizilmekte olan güzellik algısına uyabilmek adına estetik müdahale yaptırmaktadır. İşte bu durum tam olarak kişilerin sizleri dışardan nasıl gördüğüyle alakalıdır. Her bireyin kendine göre güzel olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Ancak bu kuram doğrultusunda insanlar kendilerinin nasıl olduğuna

odaklanmaktansa dışardan nasıl göründüklerine, nasıl yorumlandıklarına odaklanmaktadır. Bu durumda da estetik sektörü her geçen gün popülerleşmeye devam etmektedir.

3.2.5.3. Reklam Sektörü/Sosyal Medyanın Estetik Müdahaleye Etkisi

Televizyonlarda boy boy gösterilen mankenler, kusursuz ciltler, ideal kilolar adı altında güzellik standartları sunulmaktadır. Bireyler bu standartlara uyabilmek için her şeyi yapar hale gelmektedir. İstemeyerek dahi olsa bu reklamlardan etkilenmektedirler.

“Hayır olmadı.” (K11)

“Hayır.” (K5)

“Hayır olmadı.” (K8)

“Hayır.” (K3)

“Hayır düşündüğüm bir operasyon oldu, herhangi bir algı yaptırımı olmadı.” (K14)

“Hayır olmadı.” (K15)

“Hayır, eğer öyle olsaydı burnumdan başlardım estetik müdahaleye.” (K17)

“Hayır, pek sosyal medya kullanan birisi değilim. Ameliyat olmadan önce de sonra da bu böyleydi. Ben millet beni görsün sevsin güzel bulsun diye ameliyat olmadım kendim için kendimi sevmek için ameliyat oldum.” (K19)

“Hayır. Benim zamanımda zaten böyle bir yaygınlık yoktu. Şahsen de sosyal medyanın bir abartı olduğunu bildiğim için bu durum beni etkilemezdi. Şu an mesele etkilemek yerine insanların kendilerine yazık ettiklerini düşünüyorum. Benim yaptığım estetik sağlığımın ön planda olduğu bir estetikti. Sosyal medyayla yapılan bir şey değildi.” (K20)

“Hayır, önceliğim sağlığımdı.” (K10)

“Olmadı. Yaptırma sebebimin çoğu sağlık problemiydi. Estetik müdahale sadece törpülemeydi.” (K2)

“Hayır. Yaşadığım sağlık problemleri beni ameliyata zorluyordu. Ben de en sonunda ameliyat oldum.” (K1)

“Pek olmadı, benim işlemim daha çok sağlık temelli bir işlemdi.” (K12)

“Hayır olmadı. Tamamen sağlığım için yaptırım.” (K13)

K11, K5, K8, K3, K14, K15, K17, K19 ve K20 aynı yanıtı vererek, reklam sektörünün ya da sosyal medyanın estetik müdahale yaptırmalarında etkisi olmadığını belirtmişlerdir. Tamamen kendi iradeleriyle bu kararı vermişlerdir. K10, K2, K1, K12 ve K13 ise benzer cevaplar vermişlerdir. Bu beş katılımcı da estetik müdahale yaptırma kararlarında sosyal medyanın etkisinin olmadığını belirtmiştir. Estetik müdahale yaptırma sebeplerinin yalnızca sağlık problemleri olduğunu belirtmişlerdir.

“Evet oldu.” (K4)

“Evet. Suratımın simetrisini kafama takmama neden oldu diyebilirim.” (K7)

“Aslında sosyal medyada çıkanlar bir nebze etkili oldu. Çünkü çok güzel değişimler var, aralarında onlardan biri siz neden olmayasınız?” (K18)

“Evet. Sosyal medyanın çok etkisi oldu. Dış görünüşünden memnun olmayanların doğal bir şekilde estetik olduğunu kabul etmesi “Ben neden olmuyorum?” duygusu oluşturdu. Burnumun kemerli yapısından dolayı estetik yaptırma isteğim olduğu için sosyal medyadan estetik yaptıran insanlarla konuştum. Bu konuşmaların bana etkisi oldu.” (K21)

K4, K7, K18 ve K21 evet diyerek, estetik müdahale yaptırmalarında reklam sektörünün ve sosyal medyanın etkili olduğunu belirtmişlerdir. Medya araçları ve sosyal medya platformları insanların en çok etkileşimde bulunduğu ve tüketim ilişkileriyle bağlantılı olan alanlardır. Tüketicilerinin duygu, düşünce ve anlayışlarını etkileyen bu platformlar ortak beğeni ve estetik tercihlerde kitlesel sonuçlar elde etmektedir. Tüketicilerinin üzerinde çeşitli anlamlar inşa edebilen bu platformlar tercih, beğeni, alışkanlıklar ve paylaşım olanakları sunarken kişilerin duygularını görüntü boyutunda yoğunlaştırmasını sağlarlar (Yüksel, 2023: 116).

“Hayır hiç olmadı, insanların güzellik algıları ya da dayatmaları üzerimde etkili olmamıştır. Aynaya baktığımda kendimi mutsuz hissettiren bir durum varsa müdahaleyi buna göre yaptırım. Toplumsal güzellik algısını benimsemiyorum.” (K9)

“Hayır olmadı. Tamamen kendim yıllar öncesinde estetik bu kadar yaygın değilken karar verdim ve tekrar söylüyorum iyi ki vermişim bu kararı.” (K6)

K9 ve K6 birbirlerine çok yakın cevaplar vermişlerdir. İki katılımcı içinde reklam sektörü ya da sosyal medya estetik müdahale kararını almada etkili olmamıştır. Katılımcılar estetik müdahale olmayı canı gönülden kendileri istemiştir. Vücutlarında memnun olmadıkları yerleri değiştirmek onlar için birilerinin dayatması ile olacak kararlar değil, kendilerini mutlu edebilmek için verilmesi gereken kararlardır. Toplumun dayattığı güzellik algısından ziyade kendilerini aynaya baktıklarında nasıl daha güzel ve mutlu hissettikleriyle ilgilenmişlerdir. Bu sebeple de sosyal medyadan bu kararlarını alırken etkilenmemişlerdir.

“Açıkçası ben yaptırdığım dönemde estetik konusu sosyal medyada çok gözüme çarpmıyordu. En azından sosyal medyada çok fazla kişide gördüğüm bir konu değildi. Kendi araştırmalarım sonucu araştırıp ulaştığım bir konu oldu. Özellikle şu kişide gördüm ya da şu kişi böyle söyledi bende böyle yapayım diye gitmedim. Bana kimse burnun çok çirkin keşke yaptırsan demedi. Tamamen kendi içsel hesaplaşmam ve kendi kararlarımla estetik sürecine dahil oldum. Ama şu anda sosyal medyada güzellik algısının ve reklamların (doktorların hasta değişimi paylaşımları, ünlülerin değişimleri vs.) bu alana ittiğini düşünüyorum. Belki de seneler önce yaptırmayıp şu ana bıraksaydım bende onların içinde yer alabilirdim. Sosyal medyanın etkisi maalesef artık yabana atılacak bir seviyede değil.” (K16)

K16 reklam sektöründen ya da sosyal medyadan etkilenecek estetik müdahale yaptırmadığını belirtmiştir. Ancak sosyal medyanın günümüzde bu süreçte çok etkili olduğunu birçok insanın bundan etkilenecek estetik yaptırabileceğine değinmiştir. Katılımcı şu dönemde estetik kararı almış olsaydı bunun kesinlikle sosyal medya kaynaklı olacağını da eklemiştir.

Toplumsal baskı toplumların ortaya çıktığı dönemden beri hayatlarımızda söz sahibi olmaya devam ediyor. Üstelik üzerimizde kurduğu bu baskı öyle yerlere geldi ki artık insanlık olarak “tek tip” olduğumuz su götürmez bir gerçek. Toplumlarda açıkça diretilen ve kadına doğumundan itibaren yüklenen “iyi bir eş olmak”, “iyi bir anne olmak” algısı yeterince zor değilmiş gibi güzellik algısı da her zaman kadınlar üzerinde daha baskın olmuştur. “Kadın dediğin nasıl olmalı?”, “Kadın dediğin ne giymeli?”, “Nasıl gülmeli?” hatta “Dudakları, poposu nasıl olursa ben onu daha çok beğenirim?” düşünceleri, kadınları tarih boyunca farklı kalıplara sokmuştur (URL 1, 2020). Kadınlar sırf bu kalıplara uyabilmek, herkes tarafından beğenilmek ve onaylanmak için ellerinden geleni yapmıştır yapmaya da devam etmektedir. Toplum tarafından dayatılmakta olan bu algıya uyamadıklarında kendilerini kötü, çirkin ve dışlanmış kabul etmektedirler.

Cooley’in ayna benlik kuramı doğrultusunda katılımcıların vermiş oldukları cevapları yorumlayacak olursak; katılımcıların bir kısmı sosyal medyadan etkilendiğinden bahsederken bir kısmı etkileneceğinden bahsetmiştir. Sosyal medya aracılığıyla insanlar başkalarıyla yüz yüze gelmeden de kendilerini istedikleri gibi gösterebilmektedir. Bu şekilde sosyal medyadan olumlu yorumlar alarak kendini tatmin etmektedir. Birçok birey ihtiyacı olmadığı halde estetik müdahale yaptırmaya gereği duymaktadır ve bunun en önemli sebeplerinden biri de sosyal medya tarafından gösterilmekte olan güzellik kalıplarıdır. Ben neyim, insanlar beni nasıl görüyor? soruları karşısında kişiler kendilerinde değişiklik yapmaya devam etmektedirler. Onlar tarafından nasıl algılandıklarını, nasıl göründüklerini ve kendilerine yapılan yorumları ciddiye almaya devam ettikleri sürece bu değişiklik yapma isteği ve estetik müdahale de bulunma isteği her geçen gün artış göstermeye de devam edecektir. İnsanlar çevrelerinden olumlu yorumlar almaya, kendilerinin güzel olduğunun söylenmesine ihtiyaç duyar hale gelmektedirler. Onlar için özellikle de bedenleri hakkında yapılacak en ufak bir olumsuz yorum yaşamlarını ciddi anlamda etkileyecek boyutlara gelmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde sosyoloji biliminin incelemiş olduğu birçok farklı alan bulunmaktadır. Birçok farklı alanın var oluşu da sosyolojinin kendi içerisinde aile sosyolojisi, eğitim sosyolojisi, sağlık sosyolojisi, din sosyolojisi vb. dallara ayrılmasına olanak tanımaktadır. Tez konusu kapsamında bakıldığında ise sosyolojinin ilgilenmiş olduğu alanlardan biri olan sağlık sosyolojisinin konusu olduğu görülmektedir. Burada ana konu kişinin bedenine müdahalede bulunarak kendinde beğenmediği yerleri değiştirmesi olarak görülmektedir.

Birçok ülkede her geçen gün insanların bedenlerine uyguladıkları estetik müdahaleler gözle görülür şekilde artış göstermektedir. Türkiye’de de aynı durum söz konusu olmakta, insanların bedenlerine uyguladıkları estetik müdahaleler artmaktadır. Estetik müdahale yaptırmak isteyenler, bedenlerinde değişim yaratmak isteyenler, kendilerini toplumda bu şekilde daha ön planda ve mutlu hissedeceklerini düşünen insanların varlığı giderek artmıştır ve artmaya da devam etmektedir. Toplumsal açıdan bakıldığında ise sosyolojinin incelemekte olduğu bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yapılan araştırma sonucunda estetiğe bakış açısının farklılıklar gösterdiğini görmekteyiz. Genel hatları ile estetiğe bakış açısı üç gruba ayrılmaktadır. Estetiğe kişinin kendinde rahatsızlık duyduğu memnun olmadığı bir yerini değiştirmesi olarak bakanlar, insanların zaman geçtikçe ve yaşlandıkça ihtiyaç halini alması olarak bakanlar ve son olarak sağlık için gerekli bir operasyon ise kesinlikle herkesin yaptırabileceği bir müdahale olarak bakanlar bu üç grubu temsil etmektedir. Araştırma kapsamında ise en çok birinci gruba giren katılımcıların olduğu görülmektedir. Dünya çapında ve ülkemizde de yapılmakta olan araştırmalar sonucu estetik müdahalede bulunan kadınların sayısının erkeklerin sayısından fazla olduğu gözlenmektedir. Tez araştırması içerisinde de kadın katılımcı bulmak erkek katılımcı bulmaktan çok daha kolay olmuştur bu da araştırmaları destekleyici niteliktedir. Dünya genelinde en çok tercih edilen estetik müdahale burun ameliyatı olarak görülmektedir. Sonrasında göğüs ameliyatı ve dudak dolgusu gelmektedir.

Yapılan araştırma boyunca katılımcıların hepsine güzellik kavramını nasıl tanımladıkları sorulmakta ve her bireyin bu soruya cevabı farklılık göstermektedir. Cevapların farklılık göstermesinin altında yatan sebep ise güzellik kavramının kişiden kişiye, toplumdan topluma değişkenlik göstermesidir. Bazı toplumlarda kilolu olmak güzelliğin bir sembolü iken bazı toplumlarda zayıf olmak güzelliğin sembolü olmaktadır. İnsanlar içinde bulundukları kültürden, toplumdan etkilenmekte ve güzelliğe yükledikleri anlamı da buna göre şekillendirmektedir.

Dönemsel olarak dahi değişmekte olan güzellik algısına uyum sağlayabilmek için gayret göstermektedirler. Katılımcıların vermiş olduğu farklı cevaplar da bu durumu destekler niteliktedir.

Güzellik her birey için farklı yorumlanabilecek ve algılanabilecek bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimisi güzelliği tanımlarken tamamen fiziksel özelliklerden bahsederken kimileri bireylerin davranışlarından, hal ve hareketlerinden bahsederek farklı bir bakış açısı ortaya koymaktadır. Ancak sonuca bağlamak gerekirse her birey kendisini özel ve güzel hissetmek için estetik operasyonlara olumlu ve yapılması gereken bir işlem olarak bakmaktadır. Geçmişteki gibi estetiği yalnızca ünlüler, zenginler, oyuncular yaptırabilir algısı kırılmaktadır. Günümüzde herkesin istediği vakit ulaşabileceği bir operasyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ve estetik doktorlarının sayısının artması ise ulaşılabilirliği her geçen gün arttırmaktadır. Estetik müdahalelere maddi açıdan bakıldığında estetik doktorlarının fazla oluşu ona biçilen fiyatlarında farklı ve fazla oluşu anlamına gelmektedir. Ve bu sayede de ekonomik durumu ne olursa olsun insanlar kendi bütçelerine uygun doktorları veya hastaneleri tercih ederek estetik müdahalelerini rahatlıkla yaptırabilmektedir.

Yapılan araştırma sonucunda birçok kadın ve erkeğin estetiğe, güzelliğe bakış açılarının farklı olduğu görülmektedir. Kadınların birçoğu vermiş oldukları cevaplarla birlikte estetik olma sebeplerinin altında güzel görünmek, başkaları tarafından beğenilmek ve toplumda daha özgüvenli birey olarak var olabilmek olduğu yatmaktadır. Ancak erkeklerde bu durum değişmektedir. Erkekler estetik müdahale de bulunurken güzel olmak kaygısını çok fazla taşımamaktadırlar. Onlar için estetik müdahale yaptırma sebebi daha çok sağlıksal açıdan ele alınmaktadır. Sırf güzel görünmek için, başkaları tarafından beğenilmek güzel yorum alabilmek için estetik yaptıran erkek sayısı kadınların sayısından oldukça azdır.

Sosyal medya platformlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin estetik müdahale yaptırma istekleri de artış göstermektedir. Medya aracılığı ile dayatılan ve bireyleri değişime açık hale getiren bu platformlar sayesinde kendinde eksiklik olduğunu hisseden her birey estetik müdahale yaptırabilir konuma gelmektedir. Yapılan araştırma sonucunda verilen cevaplar ışığında sosyal medya platformlarının etkisinin geçmiş zamanlar çok fazla olmadığı ancak son bir ya da iki yıl içerisinde bu etkinin giderek artış göstermekte olduğu yönündedir. Bireyler kendi istek ve ihtiyaçları doğrultusunda estetik müdahale yaptırırken son zamanlar da bu durum dayatılan güzellik algısına uyabilmek için estetik müdahale yaptırma konumuna gelmektedir.

Gelişen teknolojiyle birlikte reklamlarda, filmlerde ve birçok yerde kusursuz güzellik adı altında söylemler bulunmaktadır. İnsanlar reklamlarda gösterilen kusursuz bedene kavuşabilmek için belki de sayısız operasyon yaptırmaktadır. Oysaki reklamlarda gösterilenlerin, kusursuz sayılan mankenlerin tamamen gerçek olmadığı bilincinde olmak gerekmektedir. Yapılan araştırma

sonucunda birçok kişinin sosyal medya platformlarında dayatılmakta olan güzellik algısının etkisi altında kaldığı gözlenmektedir. İnsanlar kusursuzu aramak ve kendilerini o kalıba sokmak için çok fazla çaba harcamaktadır. Günümüzde özellikle ergenlik çağındaki gençlerde sosyal medyadan etkilenerек kendi bedenlerinde değişiklik yapma isteğı artmaktadır. Bu durum yalnızca ergenlik çağındaki gençler için geçerli olmamakla birlikte, her yaş grubundan bireyi de etkisi altına almaktadır ve hızla artmaktadır.

Estetik müdahale yaptırdıktan sonra insanlarda birçok değişim olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Değişimden pişmanlık duyan bireylerin sayısı ise oldukça azdır. Bu değişimlerin en başında ise insanların kendilerini daha özgüvenli ve daha mutlu hissettikleri gelmektedir. Toplu bir ortama çıkıp kendilerini göstermekten, insanlarla iletişim kurmaktan ve ön planda olmaktan çekinen birçok birey estetik müdahaleden sonra bu durumlarının değiştiğini belirtmektedir. Girdikleri ortamlarda daha rahat hareket edebilmekte ve diğer insanlarla kolaylıkla iletişim kurabilmektedirler. Birçok bireyin estetik müdahale yaptırma sebebi sağlıktan önce dış görünüşlerini değiştirmek olarak görülmektedir. İnsanların estetik müdahale yaptırmadan önce kendilerini, vücutlarını tam anlamıyla beğenmedikleri ve eksik buldukları genel bir yargı olarak karşımıza çıkmaktadır. Her geçen gün fiziksel güzellik insanlar için çok daha önemli hale gelmektedir. İnsanların değişme isteklerinin bu kadar artmasının sebebi ise bu güzellik algısının her geçen gün artması olarak görülmektedir.

Araştırmamız sonucunda estetik müdahale yaptırma kararı daha çok kişinin kendi tercihi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tercihin kendi bedeninde beğenmediğı yeri değiştirmek ya da sağlıksal sebeplerden ötürü yaptırmak olarak iki gruba ayrıldığı görülmektedir. Başkalarını memnun etmek için estetik müdahale yaptırma kararı almak çok normalleştirilmemektedir. Sosyal medya aracılığıyla dayatılmakta olan güzelliğın tamamen doğal ve gerçek olmadığı algısı insanlar tarafından tam olarak algılanmamaktadır. Ekranda gördüklerinin gerçek olduğunu düşünerek hareket etmekte olan birçok insan bulunmaktadır. Ancak ne kadar estetik müdahale yaptırma fikri kişinin kendi kararı olarak görölse de yaşadıkları sosyal çevrenin de bu durum üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Kişilerin rahatsız oldukları, bedenlerinde beğenmedikleri ve değiştirmek istedikleri yerleri başkaları tarafından onlara söylendiğinde bireyler bu değişimi kesinlikle yaptırma kararı almaya yönlendirilmektedir. Örneğın bir bireye burnunun çirkin olduğu söylendiğinde kişi bu durumdan rahatsızlık duyarak estetik müdahale yaptırma kararı alabilmektedir.

Kusursuz beden adı altında ekranlarda gösterilen reklamlar insanların kendilerini çirkin ve kusurlu görmelerini kolaylaştırmaktadır. Oysaki beden kusurlu veya kusursuz olarak nitelendirilmemeli ve bu algı toplumda kırılmalıdır. Herkesin vücudunda iz, leke, sivilce çıkabilir ve bu durum normal kabul edilmelidir. Kimsenin kusursuz olmadığı bir toplum algısı yaratılmalıdır. İnsanların eğitim düzeyi ne olursa olsun estetiğе ve güzellik algısına bakış açılarının aynı olduğu gözlenmektedir. Kişi üniversite mezunu olsun ya da lise mezunu olsun fark

etmemektedir. Estetik kaygıları, kendilerini başkalarına beğendirme kaygıları herkeste aynı olarak görülmektedir. Güzelsem toplumda yerim var çirkinsem toplum tarafından dışlanacağım algısı özellikle ergenlik döneminde olan gençlerde çok daha yaygın haldedir.

Yapılan araştırma ile insanların yaşları, eğitim durumları, ekonomik durumları, cinsiyetleri ne olursa olsun estetiğe bakış açılarının olumlu yönde olduğu ve estetik müdahale yaptırmaktan çekinmedikleri gözlenmektedir. Estetik müdahale eskiden olduğu gibi ulaşılamaz görülmemektedir. Estetik cerrahların sayısının her geçen gün artması da ulaşılmasını oldukça kolaylaştırmaktadır. Kişiler kendilerini daha mutlu ve güzel hissedeceklerine, toplumda bir yer edineceklerine inandıklarından estetik müdahale yaptırmaktan çekinmemektedir. Kapitalist bir toplum içerisinde yaşadığımız gerçeği ortadayken her şey insanlar tarafından tüketilmektedir. Sağlık sektörü de tüketimin içerisinde olan alanlardan bir tanesidir. Bireyler ulaşmak istediği bedenlere, görünümlere erişebilmek adına bu tüketime ekonomik durumlarına bakmaksızın ayak uydurmaktadırlar. Yapılan araştırmada yirmi bir katılımcının ekonomik durumlarına verdikleri cevaplar orta ve iyi olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılardan bazıları çalışmamakta, bazıları ise öğrenci ve ekonomik olarak herhangi bir özgürlükleri bulunmamaktadır. Buna rağmen estetik müdahalede bulunmalarını etkileyecek herhangi bir durum belirmemiştir. Estetik sektörü, en çok tüketilen alanlardan biri haline gelmiştir ve bu durum hızla artış göstermeye devam edecektir.

Güzellik kavramının kadın ve kadın bedeni üzerinden atfedildiği bir toplumda bunu en güzel anlatabilecek hareketlerden biri olarak feminizm karşımıza çıkmaktadır. Feminizm kadını ve kadın hareketlerini savunan, onları her alanda destekleyen bir hareket olmuştur. Kadın ve kadın bedeni üzerine atılan güzellik kavramı bir yük olarak görülmektedir. Birinci ve ikinci dalga feminizm güzellik ideolojisine karşı mesafeli ve eleştirel yaklaşmıştır bu durumu araştırmadaki katılımcıların çoğunun kadın olması ve birçoğunun dış görünüşünü değiştirmek, daha güzel görünebilmek için estetik müdahale yaptırmış olması da örneklemektedir. Üçüncü dalga feminizm ise güzellik kavramını güçlendirici bir unsur olarak görmektedir. Özellikle kadınların estetik müdahale yaptırdıktan sonra kendilerini daha güzel, özgüvenli ve toplumda kabul edilebilir görmeleri de bu durumu örnekler niteliktedir. Güzellik kavramı kadın bedeni üzerinden yorumlanmaya devam ettiği müddetçe feminizm hareketinin bir konusu olmaya da devam edecektir.

Estetik müdahalelere dini açıdan bakarak yaptırmaktan kaçınan, Allah'ın verdiğini değiştirmenin yanlış ve günah olduğunu düşünen bir kitle de bulunmaktadır. Onlar için güzel olan Allah'ın doğuştan yaratmış olduğudur ve onu değiştirmek için herhangi bir estetik müdahalede bulunmak yanlış olacaktır. Dini açıdan estetik müdahale yaptırmak hoş karşılanmamaktadır. Son olarak günümüzde insanlar kusursuzu aramaya devam etmektedir ve toplumda dayatılan güzellik algısı olduğu sürece bu durum böyle devam edecektir. Dini açıdan bakıp bunun günah olduğunu düşünen bireyler ise estetik müdahale yaptırmaktan kaçınacaktır.

Yapılan araştırmayla birlikte estetik müdahale yaptırmak isteyenlerin iki gruba ayrıldığı görülmektedir. Bir grup tamamen dış görünüş odaklı iken ikinci grup ise tamamen sağlık odaklı estetik yaptırmaktadır. Geçmişte estetik müdahale bir lüks olarak karşımıza çıkarken günümüzde bu durum çok daha yaygın hale gelmektedir. Teknolojinin gelişmesi ve bununla birlikte sosyal medya platformlarının kullanımı yaygınlaştıkça estetik müdahaleye duyulan ihtiyaçta doğru orantılı bir şekilde artacaktır. Sosyal medya platformları üzerinden kusursuz bedenler adı altında sunulanlara insanlar aldanmaya devam edecektir. Bedende değişim yaratma algısı her geçen yıl kuvvetli bir şekilde kendini gösterecektir.

Cooley'in ayna benlik kuramı doğrultusunda bütün araştırmayı yorumlayacak olursak; kişilerin estetik müdahale yaptıрма sebeplerinin en önemlilerinden birisi olarak görülen kişilerin başkaları tarafından nasıl değerlendirildiklerine verdikleri tepkilerdir. Kendisini güzel bulmayan bir kadına çok güzel olduğu yönünde bir söylemde bulunulduğunda o kişi kendini güzel görmeye başlar. Ancak bunun tam tersi durumda söz konusu olabilmektedir. Kendisini zaten çirkin bulan bir kadına aynı doğrultuda olumsuz bir yorum yapıldığında o kişi kendini içine kapatır ve öz güvenini yitirir. Bu sebeple de bedeninde ve vücudunda değişimler yapma yoluna girer. Bu değişimlerin başında da estetik müdahaleler gelmektedir. Estetik yaptıran birçok birey sonrasında kendini öncesine göre çok daha farklı bir konumda görmektedir. Daha mutlu, daha öz güvenli ve toplum tarafından daha kabul edilebilir.

Son olarak akademik anlamda kendilerini geliştirmek isteyen araştırmacılara önerilerde bulunmak isterim. Araştırma konularını belirledikten sonraki süreçte o konuya ilişkin yapılmış olan çalışmaları tarama, analiz etme en önemli basamaklardan birisi olacaktır. Kusursuz ve güzel bir çalışma ortaya koyabilmek için bu basamağın çok sağlam şekilde yerine getirilmesi gerekmektedir. Çalışma sürecinde alabileceğiniz maddi ve manevi her türlü destek sizi daha rahat ettirecektir. Yeni şeyler öğrenmekten korkmayın ve tüm değişimlere açık olun. Siz başarmak istedikten sonra önünüzde hiçbir engel duramayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahlatcıoğlu, Bilal Ferhat (2018), **Hz. Peygamber'in Estetik ve Güzellik Anlayışı**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alevok İzci, Naciye ve Akkuş, Baran (2017), “Modernizm, Postmodernizm ve Türkiye’de Kamu Yönetiminde Uygulamaları”, **Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (6), 309-324.
- Alptekin, M. Yavuz (2015), “Kapitalizmin Ortaya Çıkışı: Jeo-Kültürel Yaklaşım”, **Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi**, 5(10), 231-241.
- Alptekin, Duygu ve Delibaş, Eda (2021), “Estetik Uzmanlarının Bedenin Yeniden İnşasına Dair Görüşlerinin Sosyolojik Bir Değerlendirilmesi”, **Sosyoloji Dergisi**, 41-42, 163-186.
- Aslan Yılmaz, Hanzade (2016), “Bir Derleme: Benlik Kavramına İlişkin Bazı Yaklaşımlar ve Tanımlamalar”, **Sosyal Bilimler Dergisi**, (48), 79-89.
- Atiyeh, Bishara ve Hayek, Salma (2008), “Numeric Expression Of Aesthetics And Beauty”, **Aesthetic Plastic Surgery**, 32(2), 209-216.
- Ayparçası, Fatma (2015), **Modernizmin Beden Tüketimine Etkisi: Estetik Cerrahi Operasyonlar Örneği**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baldil, Okan (2014), **Postmodern Estetik Anlayışların Türk İnsanının Beden İmajı Üzerindeki Etkilerinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baltacı, Ali (2019), “Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?”, **Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 5(2), 368-388.
- Bozkurt, Recep ve Koyuncu, Ahmet Ayhan (2023), “Beden ve Benlik İlişkisi: Teorik Bir Değerlendirme”, **Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 25, 271-281.
- Bulut, Serkan (2020), “Güzellik ve Sağlığın Endüstrileşmesi ve Ticarileştirici Söylemlerin Sosyal Medya İnşası: Instagram Örneği”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 8(2), 1031-1056.
- Carter, Michael J. ve Fuller, Celene (2015), “Symbolic Interactionism”, **Sociopedia.isa**, 1-17.

- Çarboğa, Hatice (2022), **Beden Tüketimi Bağlamında Estetik Cerrahi Operasyonların Sosyolojik Analizi: Ankara İli Örneği**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çokluk, Ömay vd. (2011), “Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi”, **Kurumsal Eğitimbilim Dergisi**, 4(1), 95-107.
- Deniz, Derya (2018), “Güzellik Kaygısı”, **Aydın Toplum ve İnsan Dergisi**, 4(2), 1-16.
- Doğan, Büşra ve Oral, Serel (2020), “Toplumsal Gerçekliğin İnşasında Etnometodoloji ve Sembolik Etkileşimcilik Kuramlarının Etkisini Kavramak”, **Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, 2(1), 39-50.
- Fett, Birch (2006), “An In-Depth Investigation Of The Divine Ratio”, **TMME The Montana Mathematics Enthusiast**, 3(2), 157-175.
- Frederick, David vd. (2015), “Beauty Standards”, **The International Encyclopedia of Human Sexuality, First Edition**, 1-6.
- Genç, Merve (2020), **“Güzelliğin Politikası YouTube Güzellik Topluluğu”**, 1.Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Gökulu, Gökhan (2019), “Sembolik Etkileşimci Teorinin Gündelik Yaşam Sosyolojisine Katkıları”, **Ekev Akademi Dergisi**, (80), 173-190.
- Güngör, Özcan (2013), “Sosyolojik Bir Teori Olarak Sembolik Etkileşimciliğin Ontolojik Temeli ve Din Olgusu”, **AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 13(1), 57-91.
- Gürlü, Gamze (2018), “Estetik Cerrahi Müdahale Görmüş Bireyler Üzerine Bir Alan Araştırması”, **Sosyoloji Dergisi**, 38, 141-172.
- Güzel, Ebru (2013), **Kültürel Bağlamda Kadın ve Güzellik “Türkiye’de Bir İktidar Alanı Olarak Elitler Üzerinden Güzellik Anlayışına ve Bir Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın Sorununa Bakış”**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- _____ (2013), “Güzellik Dayatması Altında Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın”, **Global Media Journal: Turkish Edition**, 4(7), 81-96.
- Güzel, Ebru ve Cizmeci Ümit, Esra (2018), “Filtreli Güzellik: Güzellik Hegemonyasının Gözde Mekanı Instagram, Güzellik Kraliçeleri ve Süper Modeller”, **Postiga Yayınları**, 8(15-16), 81-102.
- İmre, Erdi (2022), **Altın Oranın Güzellik Algısına Etkisi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi – Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

- Karabacak, Özlem (2022), **Estetik Cerrahi Geçiren Kadınların Beden Beğenisi ve Estetik Cerrahiye Kabulü: Kültürlerarası Karşılaştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi – Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Karagöz, Can Güneş (2019), **Tüketim Toplumunda Biyoiktidarın inşa Ettiği Güzellik Normları Aracılığı ile Bedenin Denetimi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karakuş, Özlem (2019), “Sosyal Medya’da “Güzellik Algısı’nın” Temsili”, **Academia.edu**, 1-12.
- Keskin, Bağlan (2018), **Estetik Operasyon Geçirmiş Bireylerde Beden Algısı ve Sosyal Kaygı Arasındaki İlişki**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç Altay, Yonca (2018), **Reklamlarda Kullanılan Güzellik Kavramının Yeniden Tanımlanması: Güzellik Temsilleri Üzerine Göstergebilimsel Analiz**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yaşar Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kızılçelik, Sezgin (2003), “Küreselleşme, Beden ve Şizofreni”, **Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi**, 25(4), 89-94.
- Kurtdaş, Emine Meliha (2021), “Kadınların Omuzlarındaki Ağır Yük: “Güzellik””, **Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 39, 220-259.
- Levi, Eser (2014), **Tüketim Kültürü Bağlamında Dayatılmış Güzellik: Reklamda Kusursuz Kadın Model Kullanımının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Rolü**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Onay, Atılım (2017), “Türkiye’de Değişen Erkekler ve Dergi Reklamlarındaki Erkek İmajı”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 53, 165-188.
- Özaydınlık, Kevser (2014), “Toplumsal Cinsiyet Temelinde Türkiye’de Kadın ve Eğitim”, **Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi**, 14(33), 93-112.
- Özbolat, Abdullah (2011), “Postmodern Dönemde Bedenin Tüketim Temelinde Yeniden İnşası”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 10(38), 317-334.
- Polat, Uğur (2023), **Güzellik Algısının Nörobiyolojisi ve Kültürün Etkileri**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi – Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Sarup, Madan (1997), **Pos-Yapısalcılık ve Postmodernizm**, (Çev. Abdülbaki Güçlü), 1.baskı, Bilim ve Sanat, Ankara.
- Sevim, Ayşe (2005), **Feminizm**, 1.baskı, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Siljanovska, Liljana ve Stojcevska, Stefani (2018), “A Critical Analysis Of Interpersonal Communication In Modern Times Of The Concept “Looking Glass Self (1902)” By Charles Horton Cooley”, **SEEU Review**, 13(1), 62-74.

- Taş, Gün (2016), “Feminizm Üzerine Genel Bir Değerlendirme: Kavramsal Analizi, Tarihsel Süreçleri ve Dönüşümleri”, **Akademik Hassasiyetler**, 3(5), 0-0.
- Turan, Yaşar (2019), **Türkiye’deki Erkek Dergi Reklamlarında Sunulan Erkeklik Olgusu: GQ, Men’s Health ve Esquire Dergilerindeki Kıyafet Reklamlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uysal, Emine (2019), **İslam Hukuku Açısından Kadın Bedenine Yapılan Tıbbi Estetik Müdahaleler**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uzak, Meryem (2010), **Kuran ve Sünnete Göre İnsan Bedenine Yönelik Estetik Amaçlı Müdahaleler**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ültay, Eser vd. (2021), “Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi”, **IBAD Sosyal Bilimler Dergisi**, (10), 188-201.
- Yenilmez, Gülnur (2009), **Halkla İlişkiler Bağlamında Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Medyada Güzellik Anlayışına Genel Bir Bakış**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yikebali, Mutalipu (2018), **Sembolik Etkileşimcilik ve Çağdaş Sosyal Teori: Topluma Yeni Bakışlar**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüksel, Reyhan (2022), “Beden ve Estetik Üzerine; Muhafazakar Kadının Dönüşümü”, **Akademik Hassasiyetler**, 9(18), 155-175.
- Yüksel, Reyhan (2023), **Bedene Estetik Müdahale Olgusu Üzerine Nitel Bir Çalışma: Pierre Bourdieu Perspektifiyle Değerlendirmeler**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zengin Demirebilek, Ezgi (2021), “Erving Goffman’ın Benlik Kuramı Çerçevesinde İzlenim Yönetimi ve Kişilerarası İletişime Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme”, **Anasay Dergisi**, (16), 65-80.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

- URL 1: <https://yazhocam.com/kultur-sanat/dayatilan-guzellik-algisinin-tarihsel-sureci> (2020)
- URL 2: <https://sosyolojik.wordpress.com/2009/12/30/estetik> (2009)
- URL 3: <https://sosyolojik.wordpress.com/2009/12/17/postmodernizm-ve-tuketim-toplumu> (2009)
- URL 4: <https://temelaksoy.com/guzeli-tarif-edebilir-misiniz> (2021)

URL 5: <https://entokbb.com/> (2022)

URL 6: <https://www.milliyet.com.tr/pembenar/galeri/dunden-bugune-yakisikli-erkek-standartlari> (2021)

URL 7: <https://decombo.com/postmodernizm-nedir-ozellikleri-nelerdir/> (2024)

URL 8: <https://cosmed-clinic.com/turkiye-burun-estetiginde-dunya-birincisi.htm> (2015)

URL 9: <https://medipol.com.tr/kurumsal/haberler/medyada-medipol/merdiven-alti-estetik-gozunuzu-kaydirabilir> (2019)





EKLER

Ek 1: Görüşme Formu

Bu çalışma, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi ***** tarafından **“Postmodern Çağda Bedenin Yeniden İnşası ve Güzellik Salonları: Trabzon İli Örneği”** başlıklı yüksek lisans tezi kapsamında yürütülmektedir. Çalışma, bireylerin güzellik ve estetik algısına bakış açılarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu görüşme formu, estetik müdahale yaptıran bireylerin görüşlerini almak için oluşturulmuştur. Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayalıdır. Araştırmaya katılmaya karar verdikten sonra dilediğiniz zaman görüşmeden ayrılabilirsiniz. Görüşmeyi durdurmak istediğinizde araştırmacıya çalışmadan ayrılmak istediğinizi söylemeniz yeterlidir. Aşağıda yer alan görüşme sorularına vereceğiniz yanıtlar, çalışmanın ölçmeyi amaçladığı konu açısından büyük bir önem arz etmektedir. Formda yer alan veriler ilgili yüksek lisans tez çalışması dışında başka hiçbir amaçla kullanılmayacaktır. Çalışma hakkında daha fazla bilgi almak için ilgili e-posta adresi (E-posta: *****) üzerinden bana ulaşabilirsiniz. Araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz için çok teşekkür ederim. Görüşme boyunca aklınıza takılan sorularınızı yanıtlamak ve varsa önerilerinizi dinlemekten büyük bir memnuniyet duyarım.

Görüşme sırasında ses kaydının alınmasına izin veriyorum: 1.Evet 2.Hayır

SOSYO-DEMOGRAFİK BİLGİLER

1. Cinsiyeti:	1. Kadın	2. Erkek
2. Yaşı		
3. Medeni durum	1) Bekâr 4) Eşini Kaybetmiş	2) Evli 5) Diğer ... 3) Boşanmış
4. Mesleği		
5. Ekonomik durum		
6. Estetik müdahale		

MÜLAKAT SORULARI

7. Sizce güzellik nedir? Güzelliği tanımlar mısınız?
8. Estetik sizin için ne anlam ifade ediyor, tanımlar mısınız?
9. Kendi dış grnşnş yorumlamanızı istesem, neler söylersiniz?
10. Estetik mdahaleniz nedir?
11. Estetik müdahale olma nedeniniz nedir? Herhangi bir sağlık sorunuz var mıydı?
12. Estetik müdahale sonrası kendinizi daha mı mutlu hissettiniz?
13. Yaptırdığınız estetik müdahaleden pişmanlık duydunuz mu?
14. Yeniden bir estetik müdahale yaptırmayı düşünür msnz?
15. Estetik müdahale öncesi ve sonrası olarak kendinizle ilgili neler söylersiniz?
16. Estetik müdahale sonrası sosyal vrenizden nasıl yorumlar aldınız? Bu yorumlar olumlu/olumsuz sizi etkiledi mi?
17. Eğer estetik müdahalede bulunmasaydınız bu durum yaşantınızı etkiler miydi?
18. Toplumun dayattığı bir güzellik algısı olduğunu düşünüyor musunuz?
19. Reklam sektörü/sosyal medyadaki güzellik algısının sizin estetik müdahale yaptırmanıza bir etkisi oldu mu?

ÖZGEÇMİŞ

2019 yılında Karabük Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü'nden mezun oldu. 2019 yılında özel sektörde rehber öğretmen olarak çalışmaya başladı ve halen devam etmekte. 2020 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda yüksek lisansa başladı.

BAYRAM, bekar olup, İngilizce bilmektedir.

