

**Atf:** Alptekin, D. & Delibaş, E. (2021). Estetik Uzmanlarının Bedenin Yeniden İnşasına Dair Görüşlerinin Sosyolojik Bir Değerlendirmesi. *Sosyoloji Dergisi*, 41-42, 163-186.

Araştırma Makalesi / Research Article

## **ESTETİK UZMANLARININ BEDENİN YENİDEN İNŞASINA DAİR GÖRÜŞLERİNİN SOSYOLOJİK BİR DEĞERLENDİRMESİ**

**Duygu ALPTEKİN\***

**Eda DELİBAŞ\*\***

### **Öz**

Beden ile estetik ve plastik cerrahi arasındaki ilişki beden sosyolojisine dair tartışmalarda yer bulmaktadır. Bu tartışmalar ise tüketim toplumu, toplumsal cinsiyet, toplumsal sınıf ayrımı, kapitalizm, moda, popüler kültür gibi farklı olgularla genişlemektedir. Günümüzde bireyler, içinde yaşadığı toplumun güzellik öğretilerine ve toplumda kabul gören beden standartlarına uyum sağlayabilmek için estetik ve plastik cerrahi gibi çeşitli yollara başvurmaktadır. Bu araştırma kapsamında estetisyenlerin diğer bir ifadeyle beden üreticilerinin bakış açısından yola çıkarak, bireylerin estetik ve plastik cerrahiye başvurma nedenlerinin ve sonuçlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Konu kapsamında literatürde yer alan kuramsal yaklaşımlar ve görüşler, sağlık uzmanlarının görüşleriyle birlikte tartışılmak istenmiştir. Bu doğrultuda, İstanbul ilinde farklı semtlerde görev yapan estetik ve plastik cerrahi uzmanları, medikal estetik uzmanları ve estetisyenlik eğitimi almış kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, uzmanların çalışma ortamlarında, randevu alınarak önceden belirlenmiş bir zamanda, bire bir yapılmıştır. Ses kaydı alınarak toplanan veriler deşifre edilmiş, betimleyici ve yorumlayıcı analize tabi tutularak değerlendirilmiştir. Uzmanların gözlem ve görüşleri doğrultusunda son zamanlarda artış gösteren estetik operasyonların nedenlerinin neler olduğu tartışılmış, estetisyenlere başvuran bireyler toplumsal cinsiyet, gelir düzeyi, statü ve sosyal sınıf farklılıkları açısından değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Beden, Estetik, Estetik Uzmanı, Güzellik, Toplumsal Cinsiyet, Tüketim Kültürü.

---

\* Doç. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,  
[duygu.alptekin@cbu.edu.tr](mailto:duygu.alptekin@cbu.edu.tr); ORCID: 0000-0002-6356-794X

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Nişantaşı Üniversitesi Reklamcılık ve Marka İletişimi Tezli Yüksek Lisans Programı, [delibaseda35@gmail.com](mailto:delibaseda35@gmail.com); ORCID: 0000-0002-0699-8102

**Makale Gönderim Tarihi:** 04/10/2021, **Makale Kabul Tarihi:** 08/11/2021

## **A Sociological Assessment of Aesthetics Specialists' Views in terms of Rebuilding of the Body**

### **Abstract**

The relationship between body, aesthetics, and plastic surgery also takes place in the discussions of body sociology. These discussions are regarding such consumption society, gender, segregation of social class, capitalism, fashion, popular culture. Today people are adopting various ways such as plastic surgery and aesthetics with an eye to keep pace with the beauty doctrines and common body standards in society. Within the scope of this study, it has been aimed to examine the results and the reasons why people tend to adopt plastic surgery and aesthetics with respect to aestheticians or body producers. The theoretical approaches in the literature are intended to be discussed with the views of health specialists within the scope of this study. Interviews have been made with aesthetics and plastic surgery specialists' and medical specialists that have been working in Istanbul's several districts. The interviews have been carried out face to face in the specialist's offices by making appointments. The recorded data have been deciphered and analyzed descriptively and interpretively. The reasons for the recent increase in aesthetic operations have been discussed within the scope of the specialists' point of view. The people who consult the aestheticians have been evaluated concerning gender, income, social status, and social class differences.

**Keywords:** Body, Aesthetics, Aesthetics Specialist, Beauty, Gender, Consumer Culture.

### **Giriş**

Birey, yaşam içinde varoluşunu bedeninin gelişimi ve değişimiyle kanıtlamaktadır. Ancak beden yalnızca bireyin değil aynı zamanda bireyin içinde yaşadığı toplumun da temsilidir. Bireyler bedensel görünümüyle yaşadığı topluma dair birtakım anlamlar ve sosyal izler taşır. Bugüne kadar bu izleri takip etmek, sosyal varoluşa dair anlamları çözümlenebilmek ve bedeninin sosyal inşasını irdeleyebilmek amacıyla yapılan birçok sosyolojik çalışma vardır. Beden sosyolojisi kapsamında bedenin bir günah temsili olmasından eril ya da dişil olmasına ya da sağlıklı olup olmamasına değin birçok farklı bağlamda incelenen bir olgu olduğu görülür. Dolayısıyla bedenin kimi zaman tıp biliminin kimi zaman siyaset, din ve ekonomi gibi sosyal bilimlerin konusu olduğu söylenebilir.

Beden ile estetik ve plastik cerrahi arasındaki ilişki de yalnızca medikal estetik ya da cerrahinin konusu olmayıp beden sosyolojisine dair tartışmalarda

da yer bulmaktadır. Bu tartışmalar ise tüketim toplumu, toplumsal cinsiyet, toplumsal sınıf ayrımı, kapitalizm, moda, popüler kültür gibi farklı olgularla genişlemektedir (Gülkaya Timurturkan, 2009; Ilich, 2011; Kesim ve Kar, 2010; Sezgin, 2011; User, 2010). Sadece fiziksel yönüyle değil aynı zamanda zihinsel, ruhsal, ahlaki yanlarıyla da beden tarihsel bir perspektifle ele alınarak toplumsal değişim süreçleri çerçevesinde yorumlanmaya çalışılmıştır. Tarihsel süreçte toplumlarla beraber değişim gösteren bedene yüklenen anlamların, bedenin özelliklerinin, işlevlerinin ve kullanım amaçlarının neler olduğunun irdelendiği birçok çalışma mevcuttur. Söz konusu edilen çalışmalarda bedenin değişim sürecinde bazen dini inançların bazen de çağın güzellik öğretilerinin etkili olduğu görülür. Günümüzde ise bireyler içinde yaşadığı toplumun güzellik ikonlarına ve toplumda kabul gören beden standartlarına uyum sağlayabilmek için estetik ve plastik cerrahi gibi çeşitli yollara başvurmaktadır. Bu noktada denilebilir ki plastik ve estetik cerrahi iki işlevi yerine getirmeyi amaçlar. Bu işlevlerden ilki, doğuştan gelen ya da kaza gibi durumlar sonucunda işlevini kaybetmiş bir uzvun tekrar işlevini yerine getirmesini sağlamaktır. İkincisi ise estetikdir (Jones, 2008, s.8'den akt. Gürler, 2018, s. 145). Estetiğin, bireylerin daha güzel bir görünüme sahip olmak için, eksik ya da kusurlu gördüğü, şekil bozukluğu olduğunu düşündüğü beden kısımlarını düzeltmek için başvurduğu bir alan olduğu söylenebilir. Beden rasyonel bir nitelik kazanarak, yaşamımızı sürdürdüğümüz bu post-modern dönemde daha önceki dönemlerde olmadığı kadar ön plana çıkmıştır. Bireyler bedenlerini değiştirebilme imkanlarıyla daha da özgür oldukları hissine kapılırken, bedenlerini hangi nedenler ve hangi irade doğrultusuyla değiştirdikleri konusunda bir yanlısına içine düşebilmektedirler. Toplumdaki ideal güzellik anlayışına ve beklentisine göre bedenlere yapılan cerrahi müdahaleler kimin kontrolündedir ve kimi nasıl etkilemektedir gibi sorular düşündürücüdür.

Günümüzde bu tip cerrahi müdahalelere yönelik ilginin ve talebin arttığı söylenebilir. Toplumsal sınıfın, toplumsal cinsiyetin, tüketim kültürünün hatta sosyal medyanın da bir aracı ve göstereni olan beden, estetisyenlerin ve plastik cerrahların ellerinde üretim bantlarında sıralanan metalar gibidir. Bu araştırma kapsamında ise bireylerin bedenleri için estetik ve plastik cerrahiye yönelmelerinin nedenlerinin, estetisyenlerin diğer ifadeyle beden üreticilerinin bakış açısıyla incelenmesi amaçlanmıştır. Konuya ilişkin kuramsal yaklaşımlar ve görüşlerden yararlanılarak sağlık uzmanlarının görüşleri değerlendirilmek istenmiştir. Bu doğrultuda İstanbul ilinde farklı semtlerde görev yapan estetik ve plastik cerrahi uzmanı, medikal estetik uzmanı ve estetisyenlik eğitimi almış kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Uzmanların gözlem ve görüşleri doğrultusunda son zamanlarda artış gösteren estetik operasyonların nedenlerinin

neler olduğu açıklanarak, estetisyenlere başvuran bireyler toplumsal cinsiyet, gelir düzeyi, statü ve sosyal sınıf farklılıkları açısından değerlendirilmiştir.

### **1. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmanın konusu kapsamında yapılan literatür taramasına ek olarak beden algısının pratikteki yansımalarını değerlendirebilmek amacıyla uzmanlarla görüşülmüştür. İstanbul ilinde estetik ve plastik cerrahi alanında görev yapan dört katılımcı ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler aracılığıyla aşağıda yer alan araştırma problemleri doğrultusunda verilere ulaşılmıştır:

- Estetik uzmanlarına göre “estetik” kavramı ne ifade etmektedir?
- Estetik uzmanlarının, estetik yaptıran bireylerin cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek ve sosyo-ekonomik durumları hakkındaki düşünceleri nelerdir?
- Estetik uzmanlarına göre estetik yaptıran bireylerin en çok hissettiği duygular nelerdir?
- Estetik uzmanlarına göre estetik yaptırmak için gelen bireylerin beklentileri nelerdir?
- Bireylerin estetik uygulamalarından beklentileri benzerlik göstermekte midir? Herkes için geçerli kılınmış, model alınan standart bir beden güzelliğinden bahsetmek mümkün müdür?
- Estetik uzmanlarına göre bireyleri estetik yaptırmaya yönelten nedenler nelerdir?
- Estetik uzmanları mesleki deneyimlerine dayanarak estetik uygulamasından sonra bireylerin tepkilerini nasıl değerlendirmektedir?
- Estetik uzmanlarına göre son yıllarda estetik uygulamalarında bir artış var mıdır? Varsa onlara göre bu artışın nedenleri nelerdir?

Görüşme sürecinin başında katılımcılar araştırmanın konusu ve amacı hakkında bilgilendirilmiş, araştırmanın sonuçlarına dair bilgilendirilecekleri ifade edilmiştir. Kişisel verilerin güvenliği açısından isimlerinin saklı tutulacağı belirtilmiştir. Bu nedenle görüşme yapılan uzmanlar, araştırma metninin içerisinde gizlilik kuralına uygun biçimde K1, K2, K3 ve K4 şeklinde kodlanmıştır. Katılımcılardan izin alındığına dair gönüllü onam formları imzalatılmıştır. Görüşmeler, uzmanların çalışma ortamlarında, randevu alınarak önceden belirlenmiş bir zamanda, birebir yapılmıştır. Ses kaydı alınarak toplanan veriler

deşifre edilmiş, betimleyici ve yorumlayıcı analize tabi tutularak teorik görüşler çerçevesinde değerlendirilmiştir.

## **2. Estetik Uygulamalarının Nedenlerine Dair Bulguların Değerlendirilmesi**

Araştırmanın amacı doğrultusunda görüşme yapılan uzmanların ifadelerinden yola çıkarak, estetik uygulamalara yönelik son yıllarda artış gösteren başvuruların nedenleri ortaya konulmak istenmiştir. Buna göre 'yaşlanma korkusu', 'aidiyet kurma, beğenilme ve onaylanma ihtiyacı', 'tüketim kültürü', 'sosyal medya', 'sınıfsal ayırım, statü ve ekonomik sermayenin etkileri' ile son olarak 'toplumsal cinsiyet' başlıkları altında beden ve estetik ilişkisi tartışılmıştır.

### **2.1. Yaşlanma Korkusu**

Beden sunumu ve kullanımının kültürel yansımalarını, birey yaşamının her evresinde gözlemlenmek mümkündür. Bedenin inşası, bedenin yok oluşuna kadar devam eden sosyalleşme sürecinin de bir parçasıdır ve bireyler yaşamlarının sonlarına yaklaştıkça istedikleri beden formuna kavuşma ideallerinden vazgeçmemekte ve bedenlerini biçimlendirme çabalarını sürdürmektedirler. Bu doğrultuda yaşlılık döneminde bireylerin bedenlerine dair yükümlülüklerinin, yoğunlaşan sağlık sorunları ile sınırlı olmadığını ifade etmek mümkündür. Sağlıklı bir bedene sahip olma arzusunun yanında ilerleyen tıbbi teknolojiler ile "güzel" yaşlanma talebinin arttığı da söylenebilir. Güzel olan ile sağlıklı olan arasındaki anlam farkının giderek azalması ise ölüme dair doğal kabullenişin üstünü örterek ölüme direnme adına bir görev bilincinin gelişmesine neden olmaktadır.

Ölüm, bedeni iyileştirme kadar bedeni koruma ile de üstesinden gelinebilen bir durum gibi düşünülmektedir. Daha sağlıklı, daha genç, güzel ve estetik bir bedende kalmak isteyen bireyler, ölüme direnme adına, estetik cerrahi, kozmetik cerrahi, organ nakli vb. her türlü tıbbi-teknolojik uygulamalardan yararlanma gereği duymaktadırlar. Yaşlı bireyler için ölüme karşı güçlenmek adına tıbbın müşterisi olmak neredeyse kaçınılmazdır (Nazlı, 2013, s. 203). Estetik cerrahi bedenin yaşlanmasına meydan okurken, yenilenen bedenler sosyal vitrinlerde yeniden sergi değerine kavuşmakta ve sosyal hayata yeniden doğmaktadır. Estetik operasyonlar bireyler için sadece ölüme karşı güçlenme pratiği değil yaklaşan ölümden uzaklaşma ve hayata daha sıkı tutunma isteğinin eylemleşmesidir.

Estetik uzmanlarının yaşlılık sürecindeki bireyler ve bedenleri hakkındaki görüşleri incelendiğinde, beden ve ruh arasında bir gerilim olduğuna vurgu

yapıldığı görülmektedir. Bu gerilim ruha uyumsuz kalan bedenini değiştirilmesiyle sona erdirilebilecektir:

*“Yaşlanma işaretleri belirginleştiği zaman estetik talepleri artıyor. Bizim burada yapmaya çalıştığımız şey 70 yaşında bir insanı 30 yaşında gibi göstermeye çalışmak değil, güzel yaşlanmasını sağlamak, yaşının güzel olmasını sağlamak. Yoksa yüzünü gerseniz eli kırışık kalıyor, onu doldursan bu sefer vücudu gevşiyor, bunun bir sonu yok, yaşlanmayı kabul etmek gerekiyor. Amaç güzel, dengeli yaşlanmak. Bir de özellikle eskiden 50-60’lı yaşlarda yaşlı kabul edilen grup şimdi orta yaş sınıfına çekildi. Dünya Sağlık Örgütü de orta yaş sınıfını değiştirdi. Yaşam süreleri uzadı, bir de refah arttı. İnsanlar sonuçta 50-60’lı yaşlarda da çalışıyorlar, spor yapıyorlar, sosyal ilişkileri var. Eskisi gibi emekli oldum evime çekildim durumu yok. O yüzden iç enerjilerinin yüksek olduğu dönemler oluyor. Bu yüksek iç enerjiye uygun bir dış görüntü yaratmaya çalışıyoruz aslında. Ama iç enerjisi düşükse istediğin kadar dış görüntüyü değiştir o yine yaşlı gözükcektir. Yani daha çok amaç hissettiği yaşa getirmek.” K1*

Bireylerin hissettikleri yaşta olma fikri, yaşlanma olgusunun kronolojik yaşlanmanın çok daha ötesinde geniş bir anlama sahip olduğunu gösterir (Cirhinlioğlu, 2012, s. 91). Bununla beraber kronolojik yaşlanmanın bireylerde olumsuz duygulara yol açtığı da söylenebilir. Katılımcıların ifadelerine göre estetik işlemler yaptırılması ile yaşlanma korkusu birbiriyle ilişkilidir:

*“Yaşlanma korkusu ile birebir ilgili.” K2*

*“Yaşam süreleri çok arttığı için insanlar iyi gözükme istiyorlar. Ve evlilik yaşları çok ileriye alındı. Eskiden 20’li yaşlarda insanlar evlenirken artık 40’li yaşlarda evleniyorlar. Ve 45’li 50’li yaşlarda küçük bir çocuğun babası- annesi olduğu zaman genç gözükme istiyorlar. Aynı sınıfta 30 yaşında bir anne var, 50 yaşında bir anne var. Ve sürekli iyi gözükme istiyorlar. Ölüm korkusu mudur bu? O kısımdan tam emin değilim. Yani ölümden uzaklaşmak için yaptırmak değil de sürekli iyi gözükme için, kendi için de genç gözükme için. Tam ölüm korkusu diyemeyeceğim buna. Ama dediğim gibi yaşam süreleri çok uzadığı için insanlar genç gözükme istiyorlar. Çünkü içlerinde genç hissediyorlar.” K3*

Uzmanların ifadelerine göre bireyler hissettiği ve gördüğü yaş arasında uyumu yakalamak için estetik işlemlere yönelmektedir. Bununla beraber bedenini gençleştirilmesi sosyal hayata dahil olabilmenin bir kuralı gibidir. Günümüz toplumunda beden sembolik değer ve öz kimlikle yakından ilişkilidir. Bedene ilişkin kaygılar, dış görünümün sosyal yaşamdaki yeri ile ilgili kaygılarla birleşmektedir (Williams, 1995, s. 591’den aktaran: Sezgin, 2011, s. 51). Aslında bu durum, her ne kadar Dünya Sağlık Örgütü yaşlılık tanımlamalarını değiştirirse

de yaşlanmaya ilişkin olumsuz algıların sürdüğünü gösterir. Yaşlanma süreci, sosyal hayatın dışında kalmak, sosyal kimlik ve rolleri sürdürebilmek, toplumsal düzene katkı sunabilmek gibi konulardaki yetersizliklere işaret eden bir süreç olarak ele alınmaya devam etmektedir. Bu olumsuzlama estetik alanı ile kendini yeniden inşa etmektedir.

Yaşlanıyor olmak ve yaşlılık süreci tüketim kültürünün etkisiyle olumsuzlanmaktadır. Yaşlı birey, hasta ve işe yaramaz olarak görülür; kırışıklık, ciltte sarkma gibi yaşlanma belirtileri nefret edilmesi, dışlanması gereken durumlar olarak gösterilir. Bu durumda yaşlı birey toplumda dışlanmak istemiyorsa, hayata dahil olabilmek istiyorsa, kendine sunulan bedeni denetleme yollarına başvurmalıdır (Sezgin, 2011, s. 53). Yaşlanmaya dair olumsuz algı o kadar güçlüdür ki, bireyler estetik uygulamalarının her türlü bedeline ve acısına katlanmaya göz yumabilmektedir:

*“Ameliyattan uyandığında ağrı duyuyor ve ‘ne gerek vardı, boşuna mı oldum, niye kendime bunu yaptım’ korkularıyla hasta uyanıyor. Bu yüzden önceden ben hastalara hep söylüyorum ‘Bakın ilk 2-3 gün emin olun bu ameliyatı olduğunuza pişman olacaksınız, ondan sonra hem görüntünüze alacaksınız hem iyi giderse bundan mutlu olacaksınız ama ilk başta o ağrılı dönemde şişliklerin, morlukların, ağrının olduğu dönemde mutlaka bir pişmanlık duyacaksınız çünkü bu bir kanser ameliyatı değil, yani olmak zorunda olduğunuz bir ameliyat değil. Kendi isteğinle bu acıyı çekmiş oluyorsun.” K1*

*“Plastik cerrahinin en zor operasyonu şu an yüz gerdirmeye operasyonu ve yüz gerdirmeyi yaptıran kadınlar düşün ki 60 yaşındasın. Artık tansiyon, şeker başlamış belki sağlık sorunları var. Yaklaşık 7-8 saat süren bir operasyondan bahsediyorum. Bakın bu kadar uzun süreli bir narkoz ve iyileşme süreci gerçekten inanılmaz zor. Kafalarında bir maskeyle geziyorlar en az 2 hafta. Bu kadar çetrefilli göze alıyorsanız aklınızda yarın öleceğiniz veya yakın zamanda öleceğiniz yoktur. ‘Ben bunu en az kaç sene kullanırım?’ diye doktora soruyorlar.” K4*

Tüketim toplumunda bedenleri gençleşen bireylerin hissettikleri iyilik hali, her şeyde olduğu gibi gelip geçicidir. İyi bir ruh hali için bedenin daha çok nesneleştirilerek ruhtan daha çok koparılması gerekmektedir. Bu gereklilik öyle güçlü duyulmaktadır ki, bedenin çekeceği her türlü acıya da katlanılmaktadır. K4 kodlu estetik uzmanı, estetik işlemlerinin zorluklarının özellikle yaşlılık döneminde çok daha fazla yaşanabildiğini ifade etmiştir. Hatta bu kadar zor bir sürece katlanan yaşlı bireylerin ölüm korkusu duymadıklarını, ölümü düşünmediklerini sözlerine eklemiştir. Ancak hastalar en fazla bedenin yaşlanmasından korksalar da yaşlanma korkusunun dolaylı olarak ölüm korkusu ile de ilgili olup olmadığını

tartışmak gerekir. Nitekim görüntünün içerikten önemli olduğu günümüzde, korkular gibi tüm duygular yok olmamakta ama görünmez kılınmaktadır.

## **2.2. Aidiyet Kurma, Beğenilme ve Onaylanma İhtiyacı**

Toplumun genel kabul gören beden formunun ve özelliklerinin dışında kalan birey bedenlerini görmeye tahammülü yoktur. İdeal beden algısı ise, bedene müdahale edebilme sınırları çerçevesinde inşa edilir. Bauman'ın da bahsettiği gibi (1999, s. 156), boyu kısa olan birisine karşı acıma ve şefkat hissi ve doğanın ona karşı acımasız davrandığının düşünülmesi söz konusudur. Çünkü insanın boyuna müdahale etme şansı yoktur. Ancak kilolu/ şişman birisine karşı olumsuz duygular hissetmek ve onu eleştirmek olağandır. Bu iki duruma verilen tepkilerin birbirinden oldukça farklı olmasının sebebi ise bireylerin yapabileceklerine ilişkin bilgimizde ve bireylerin neleri yapmaları gerektiğine olan inancımızda yatar. Bireyler tarafından değiştirilebilir olan, diğer bir deyişle olduklarından daha farklı bir hale getirilebilir olan durumlara karşı, insan gücünü aşan öteki durumlardan farklı muamele edilmelidir. Buna kültürün etkisi demek de mümkündür. Diğer bir ifadeyle beden aldığı biçimle, kullanımıyla, yatkınlıklarıyla, özellikleriyle ve sunumuyla kültürel; insan etkileşimlerinin somutlaşmış bir halidir.

Görüşme gerçekleştirilen uzmanlar sosyal ve kültürel çevrenin birey bedenleri üzerindeki etkisine de işaret etmiştir:

*“Çoğunlukla kendi iradesiyle değil çevrenin baskısıyla estetik yaptırıyor insanlar. Çoğunlukla demeyelim, yarı yarıya. Bu nasıl? Ya sözlü ya da çevresindeki kendi içinde bulunduğu society'ye, topluma, gruba uyum sağlayabilmek için yaptırıyorlar. Bütün arkadaşlarının dudağı şişmişse birdenbire dudağı çok ince olan bir kız ya da erkek o dudağın büyümesi gerektiğini düşünüyor. Ya da diğerleri diyorlar ki sen neden yaptırmadın? Belki de estetiğin yaptığı en önemli şey kişilere özgüven sağlamak.” K2*

Estetik uzmanının yukarıda yer alan ifadeleri, bireyin bir gruba, kimliğe, düşünceye ya da sosyallik içeren herhangi bir oluşuma ait olma ihtiyacını akla getirmektedir. Ait olma, diğer bir deyişle aidiyet, bireyleri sistemin ya da çevrenin bir parçası olarak eklemelenmeye yönelten hislerdir (Levett-Jones vd., 2007, s. 211); bireylerin sosyal çevreye karışma deneyimlerinin önemli bir kaynağıdır. Farklılıklarına rağmen toplumda her bireyin diğerleriyle ilişki kurmaya, bağlanmaya ve onaylanmaya ihtiyacı vardır. Birey, içinde bulunduğu çevrenin bütüncül bir parçası olarak kendini algılamak isteyen sosyal bir varlıktır (Duru, 2007, s. 88). Bu güçlü sosyal bağlılık ihtiyacı, bireyleri “biz” duygusuna koşullayarak, biz olabilmelerin kriterlerini dayatır. Katılımcının



örneklendirmesinden yola çıkarsak, biz olabilmenin kriteri “şiş dudak” ise, birey “ince dudağını” değiştirmelidir. Ters durumda birey aidiyet yoksunluğu duyacak; onay görmemeyi, beğenilmemeyi, duygusal tatminsizlik yaşamayı kabullenmiş sayılacaktır. Nitekim estetik cerrahi geliştikçe ve bedene müdahale alanı genişledikçe, bireylerin istenilen beden biçimlerine sahip olamamaları durumu, kendi yetersizlikleri olarak algılanmaktadır.

*“İltifat ve fark edilmek... Hep kendini beğendirme isteği hep. Yani hep insanlar onu gördüğünde ‘ay ne kadar güzelsin’ desin. Daha fazla like alsın, daha çok beğenilsin.” K4*

*“Herkes beğenilmek, övülmek istiyor, herkes iltifat duymak istiyor. Bu arada bunu kadın erkek diye ayıramam. Yani gerçekten bireylerin tümü beğenilmek istiyor... Beğenilmek. Herkes tarafından. Okulda arkadaşları olsun, iş hayatı olsun, kendi annesi babası tarafından bile beğenilmek istiyor.” K4*

K4 kodlu uzmanın ifadelerine göre estetik işlemleri, başkalarının onayını ve beğenisini almak için bireyin kendi bedenine yaptırdığı işlemlerdir. Estetik operasyonlar, beğenilecek bir bedene kavuşabilmenin önemli ve kolaylaştırıcı bir yoludur. Diğerleri tarafından beğenilmek ve onaylanmak bireyleri mutlu ederken, yeni bedeni ile kendi bedenine ilişkin olumlu duygular da hissetmeye başlamaktadır:

*“Estetik hastası çok mutlu oluyor. Aslında hasta demek ne kadar doğru bilmiyorum. Doktor-hasta ilişkisi olunca. Sürekli hasta tabiri kullanıyoruz ama bizim hastalarımız sağlıklı insanlar. Sadece dış görünüşlerini daha da iyi hale getirmek istiyorlar. Genel olarak hepsi mutlu oluyor.” K3*

### **2.3. Tüketim kültürü**

Baudrillard (2017, s. 163), bedenin tüketilen diğer nesnelere göre daha eşsiz ve daha kıymetli olduğunu ifade ederek, bedenin tüketim kültürü bağlamındaki önemini vurgular. Ona göre sağlık, perhiz, tedavi kültürü, gençlik, zariflik, erillik/dişilik saplantısı, bedenle ilgili bakımlar, beslenme düzenleri hakkında bireyleri kuşatan söylemler, bedenin yeniden keşfine yol açmış, hiç olmadığı kadar bedeni işlevsel ve ideolojik kılmıştır. Tüketim kültüründe beden, tüketilen nesnelere arasında yerini almıştır.

Tüketim odaklı toplumlarda bireylere, bedenlerine karşı ödev ve sorumlulukları olduğu düşüncesi aktarılır. Kadınlar için makyaj, saç şekli, kilo kontrolü, belin ölçüsü, ince bacaklar, olabildiğince dar kıyafetlere sığabilme ‘becerisi’ gündemdeyken, erkekler için geniş omuzlar, iri ve kaslı vücut gibi ideal bir bedene sahip olabilmenin uzun ve zahmetli yollarına dair yapılması gerekenler listesi vardır (Tekin, 2016, s. 16). Bedenin şekillendirilmesi ve bedenin kontrol

altına alınması ise tekrarlanan çeşitli pratiklerle sağlanmaktadır. Spor faaliyetleri, güzellik endüstrisi içerisinde yer alan kozmetik, diyet, estetik ve plastik cerrahi ameliyatları, tıbbi ve cerrahi müdahaleler bu pratikler arasında sayılabilir. Günümüz tüketim toplumu koşullarında rasyonelleşmenin görünümüleri olan bu pratikler, sağlık ve estetikle ilişkilendirilerek yeniden üretilmektedir. Gündelik yaşam tümüyle tıbbileştirilmekte ve estetikleştirilmektedir (Kurt, 2016, s. 1302).

Kısacası tüketim toplumunda bedenın görünür olması ve bedenın biçimi oldukça önemlidir. Günümüzde değer üreticisi konumunda olan kitle iletişim araçları, reklamlar, popüler basın, televizyon dizileri ve sinema filmleri, yoğun bir şekilde biçimlendirilmiş beden imajları barındırmaktadır. Featherstone'un görüşleri de bu durumu destekler niteliktedir. Featherstone (1991, s. 171-172) "Bugünün popüler kahramanları artık kuvvetliler, imparatorluk kurucuları, kâşifler ve başarılı olanlar değildir. Ünlülerimiz sinema starları, şarkıcılar ve 'güzeller'dir, bunlar disiplin ve sıkı çalışmaktan ziyade zevk felsefesini itiraf eden boş zamanın insanlarıdır" diyerek tüketim toplumunda var olabilmek, statü elde etmek için beden güzelliğinin ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır (Tekin, 2016, s. 15).

Estetik cerrahinin bireylere bedenini değiştirerek daha mutlu olacağı vaadini sunması mutluluk ile medikal işlemleri sıkı sıkıya birbirine bağlamıştır. Yaşanan bu değişim güzellik kavramının da anlamında farklılıklar yaratarak doğal olanı reddeden bir "ideal güzellik" algısı yaratmıştır. Bu "ideal" kalıbının dışında olanlar ise kusurlu olarak değerlendirilmektedir (Kesim ve Kar, 2010, s. 171-194). İdeal güzellik anlayışının bireyler üzerinde kurduğu hakimiyetle birlikte bireyler bedenlerini ideal olana doğru değiştirmeye çalışmaktadır. Bu durumda ideal bedene kavuşmak için bireylerin kendilerine sunulan ürün ya da hizmetlerden yararlanması yeterlidir (Sezgin, 2011, s. 50). Beden, özneliğini yitirerek ölçüleri belli ve kusursuz olan estetik bir objeye doğru evrilmektedir.

Dolayısıyla mekanik yeniden üretim çağında beden, ünük olmaktan çıkarak değişim değerine sahip bir nesne olarak pazarda yerini almıştır. Zijderveld, 'güneşli bir günde, 'ufukta bir dağ zinciri' veya 'gölge yapan bir dal' görsek bunları ünük bir nesne olarak deneyimleriz' der. Diğer bir deyişle biz bunları ne yeniden üretebiliriz ne de bu deneyimi tekrar yaşayabiliriz (Zijderveld, 2010, s. 55). Denilebilir ki ünük olma özelliğini kaybeden beden tüketim odaklı günümüz toplumunda metalaşmıştır.

Günümüzde beden ticari bir meta olarak denetlenmektedir. Artık beden düzenli olarak bakılması, kontrol edilmesi ve verimli olması gereken bir iktidar alanıdır. Bedenin dışının kontrol edilmesi anlayışı hakim olmuştur. Bu dışavurumsal hayat tarzında formda, zayıf, güzel ve genç bedenlere sahip olmak

daha fazla önem kazanmıştır (Sezgin, 2011, s. 49). Önerilen ideal bedene sahip olamamak, bedenin kontrol dışında kaldığını gösteren istenmeyen kötü bir durum olarak görülmektedir.

‘İdeal’ olarak sunulan beden ölçüleri, toplumdaki bireyleri etkileyen ve yönlendiren araçlar (sosyal medya, geleneksel kitle iletişim araçları) ya da bireyler yoluyla (mankenler, sunucular, oyuncular) güzellik algısında değişimlere sebep olmuş ve bireyler bedenlerine müdahaleler yapılması gerekliliğine ikna edilmiştir. Bu durum ideal güzellik algısı olarak aksettirilen güzellik formunun dışında kalan bireylerin kendi bedenlerini ‘kusurlu’ olarak görmelerine neden olmaktadır. Bedenlerini kusurlu olarak görmek istemeyen bireyler ise toplumun yaygın güzellik anlayışına boyun eğerek tek tipleşmeyi kabul etmişlerdir. Bu bağlamda, günümüz toplumlarında kadınlar ince bel, ince ve uzun bacaklar, kemikli yüz yapısı, dolgun dudaklar, badem gözler ve kusursuz burunlarla tek tipleşmeyi tercih ederken; erkekler ise kadınlarda olduğu gibi kemikli yüz hatları ve kadınlardan farklı olarak kol kasları, six pack denilen bakkalları ile tek tipleşmektedirler. Bunun sonucunda ise bireyler cetvelle ölçüsü alınıp, seri üretim yapan makinalardan çıkmışçasına birbirine benzemekte, aurasını kaybetmekte ve aynılaşmaktadırlar. Görüşülen estetik uzmanının aşağıda yer alan ifadelerinde, seri üretim bedene dair atıflar bulunmaktadır:

*“Yüzdeki oranların gözü rahatsız etmeyen oranlarda olmasına estetik diyebiliriz, illaki altın orana uyması gerekmiyor ama birtakım kriterler var tabii. ‘Ben beğendim bu estetikdir’ tek başına yeterli değil, o kriterlere de en azından bir miktar uyması gerekiyor. Çünkü özellikle bire bir insan ilişkilerinde sempati faktörü de ortaya çıktığı için sempatik bulunduğunu güzel buluyorsun ama fotoğrafta iş değişiyor. Fotoğrafa baktığın zaman daha çıplak bir görüntü ortaya çıkıyor ve o zaman oranları belirlemek daha kolay oluyor. O yüzden hep fotoğraf çekiyoruz, fotoğraf bize çıplak gerçeği daha iyi veriyor. Fotoğrafın üzerinde analiz yapmak esas canlılığın üzerinde analiz yapmaktan daha doğru çünkü sempati faktörünü dışarda bırakmış oluyorsun. Yani göze hoş gelen, rahatsız etmeyen oranlara sahip olan kişiler, objeler için estetik diyebiliriz.” K1*

Katılımcının ifadesine göre, estetik ve beden ilişkisi çok eski çağlara dayandırılmış olup matematiksel işlemler üzerinden yorumlanmaktadır. Altın oran ideal beden için yeterli olmasa da gerekli bir değişken olarak görülmektedir. ‘Göze hoş gelen, gözü rahatsız etmeyen’ söylemlerinin estetik ile ilişkilendirilmesi ise kendi bedeni gözüne hoş gelmeyen kişiler için kendi bedenine tahammülsüzleşme durumuna ilişkin bir çağrışım yapmaktadır. Beden, kendi bedenine tahammülsüzleşen bireyin kurbanı olmaktadır. Fotoğraf ile değerlendirme durumu ise bize, bedenin karakter ile ilişkisinin koparıldığını

göstermektedir. Karakteristik özellikleriyle davranışlar, dış görünüşe/bedene yönelik yorumları etkilerken; fotoğrafların doğrudan dış görünüşü değerlendirmeyi kolaylaştırdığı ifade edilmektedir. Bu durumda fotoğraf bireyin, ruhu ile bedenini ayırıştırmanın bir aracıdır. Dolayısıyla fotoğraftaki çıplak gerçeklik, ruhun soyulduğu bedenleri betimleyerek nesneleştirilmektedir.

Katılımcının kullandığı sempati kavramına, tüketim kültürü tartışmalarında farklı düşünürler tarafından farklı kavramlarla değinilmiştir. Her şeyin tüketildiği ve değerini yitirdiği dünyada tüm nesnelere gibi bedenler de tüketim sisteminin bir aracı olmuştur. Nesnelere gibi bedenlerin de aurası, büyüklüğü halesi, özgünlüğü kaybolmuştur. Bununla birlikte ideal bedene kavuşmak neredeyse imkansızdır. İdeal beden ne olduğu, güzelliğin geçici tanımlarıyla ilişkili olarak değişkendir. Tüketim sisteminde metalaşan beden güzelliği ise sistemin devamlılığı adına her zaman sorgulanır bırakılacaktır:

*“İlk başvurularında ve hep şey derler; Doğal olsun, iyi olsun, hiç kimse anlamasın, belli olmasın gibi şeylerle gelirler. Biz de insanlara zaten işimizin bu olmadığını anlatmaya çalışıyoruz. Yani en doğal biçimde, doğala en yakın biçimde bir şeyler yapmaya çalıştığımızı anlatırız. Sonra hasta dudağını yaptırır, dudağını yaptırınca çenesi gözüne batar, burnu gözüne batar, yanağı gözüne batar. Bu sefer şey gibi olur: O kendi kafasında kusursuzlaşmaya doğru bir gidiş yolu izler.” K2*

## **2.4. Sosyal Medya**

Yaşanan teknolojik gelişmeler ve ilerlemeler, toplumun her alanında etkili olmaktadır. Özellikle kitle iletişim ve yeni medya araçlarında estetik algısının inşa sürecine tanıklık etmek mümkündür. Bu noktada internet tabanlı Instagram, Facebook, Twitter gibi sanal sosyalleşmenin aracı olan sosyal medya uygulamalarının etki boyutunun önemli olduğu söylenebilir. Bu uygulamaların içeriğini fotoğraflar, videolar, kişilerin kendi deneyimleri üzerine yazdıkları metinler oluşturur. Sosyal medya, zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın dünyanın iki ayrı ucunda yaşayan kişilerin bile istediği anda iletişim kurabildiği, paylaşımında bulunabildiği ve tartışmalar yürütebildiği insan tabanlı iletişim ve etkileşim şekli olarak tanımlanabilir (Vural ve Bat, 2010, s. 4). Kısacası sosyal medyalar, bireylerin bu sosyal ağları kullanan diğerleriyle paylaşımında bulunduğu, iletişim kurduğu ve kendi dışında kalan dünya ve bireyler hakkında bilgi edindiği bir araçtır. Ayrıca bu uygulamaların, bireylerin kişisel deneyimlerini içermenin ötesinde diğer insanlar tarafından tanınırlık ve bilinirliklerini sağlayıcı bir araç olarak daha spesifik bir amaç için de kullanılabilirliğini eklemek gerekir (Hepekiz ve Gökaliler, 2019, s. 8).

Özgener (2019, s. 55) içinde bulunduğumuz çağın, sosyal medya çağı olduğunu belirtir. Ona göre bu dönem için, sosyal medya aracılığı ile imajların ön plana çıktığına işaret eden “Cilalı İmaj Devri” tanımlaması da kullanılabilir. Bireyler imaj adı verilen dış görünüşlerine özel ilgi gösterdiği, sosyal medyada -mış gibi yaparak hazzı yoğun hissettiği bu dönemde, istenilen görünüme daha önce hiç olmadığı kadar kavuşabilme olanaklarına sahiptirler.

Gündelik yaşamda bireyler dış görünüşleriyle ilgili birden çok uyarının etkisine maruz kalırlar. Bu uyarı kanalları dergiler, sosyal medya uygulamaları, kişilerin karşılıklı olarak sürdürdüğü günlük konuşmalar ve artan estetik cerrahi operasyonlar şeklinde sıralanabilir. Bu kanallar aracılığıyla ideal bedenin nasıl olduğunu ve ideal bedene kavuşma yollarının neler olduğunu içeren bilgi dolaşımı birey üzerinde beden odaklı bir baskı kurar. Bu baskının sonucunda, bireylerin kendi bedenlerini algılama biçimi görünür hale gelirken, bireyler kendi bedenleri ile ilgili düşünmeye odaklanırlar (Sönmez ve Özgen, 2017, s. 3). Bu noktada beden imajı kavramına değinmek mümkündür.

Beden imajı kavramı, bireyin ayna karşısındaki bedenini zihinsel olarak görme ve algılama biçimiyle ilişkilidir. Kültürden kültüre de farklılık gösteren beden imajı ağırlıklı olarak diğer insanlarla kurulan ilişkiler sonucunda şekillenmektedir. İnsanlar zihinlerinde ideal olarak adlandırdıkları bir beden görünümü canlandırmakta ve bu ideal bedene ulaşmak için dövme, piercing, estetik ve plastik cerrahi, saç boyaları ve farklı saç kesimleri gibi seçenekleri denemektedirler (Şensoy, 2013, s. 37). Bu noktada sosyal medya, beden imajının oluşmasına ya da beden imajı ile ilgili algıların değişmesine olanak sağlayan önemli bir medya aracıdır. Sosyal medya, bireylerin beden imajına yönelik algısını belirleyen, değiştiren, oluşturan temel faktörlerdendir. Yapılan çalışmalarda kişilerin fotoğraf paylaşımlarına aldıkları beğeni ve yorum sayısı mutluluk ve özgüven oranları arasında ilişkiye rastlanmıştır (Sönmez ve Özgen, 2017, s. 6). Bununla beraber içinde bulunduğumuz dönemde bedene yönelik müdahaleler yalnızca estetik açıdan sorunlu ya da kusurlu bölgeleri örtmeye, düzeltmeye ya da daha iyi bir hale getirmeye yönelik değildir. Bunun da ötesine geçerek daha ciddi bir boyuta ulaşan vücudun yeniden tasarlanmasına yöneliktir (İnceoğlu ve Kar, 2016, s. 88).

Dolayısıyla günümüz yaşantısında sosyal medyanın, insan bedeninin temsiliyetini sağlamaya yarayan bir araç olması da bedenlerin sosyal medyada görünür olmasına yol açmaktadır. Bunun sonucunda ideal beden ve farklı beden imajlarında değişim meydana gelmiş ve bedenler, sosyal medyanın bir nesnesi haline gelerek dijital bir boyut kazanmıştır. Görüşülen estetik uzmanları sosyal

medyanın estetik ve güzellik alanına etkileri hakkında paralel görüşler ne sürmüşlerdir:

*“(sosyal medya) Patlattı. Çok artırdı, özellikle selfieler, bu Instagram. Önceden seni 3-5 arkadaşın görürdü çevren 15-20 kişi olsun akraba, arkadaşlar. İkincisi, kendini fotoğrafta görmek, aynada veya birkaç arkadaşının yorumuyla görmekten farklı oluyor. Çevrendeki insanlar seni zaten tanıdıkları için güzel buluyorlar veya sevimli buluyorlar, beğeniyorlar. Burada sempati faktörü giriyor işin içine. Ama fotoğrafta objektif bir şey çıkıyor. Yine bir sürü programla üzerinde oynuyorlar ama gerçek bir şey var. Aslında oynamalar genelde hastaya ne yapılması gerektiğini gösteriyor. Hastanın ne istediğini anlamada Instagram fotoğraflarına bakmak aslında faydalı oluyor çünkü zaten o programlarla kusurlarını düzeltmeye alışıyor. İyi görünmek her şeydir, gzelsen mutlusun tarzı söylemler hem reklamların hem sosyal medyanın temel şeylerinden bir tanesi. Bu, güzelliğin çok önemli olduğu inancını da artırdı.” K1*

Katılımcı sosyal medyanın, estetik işlemlerini çok yüksek düzeylere çıkardığını ifade etmektedir. Nitekim medyada sıklıkla yer alan kişilerin fiziksel özellikleri ve geçirdikleri operasyon veyahut uygulamalar, onları izleyenlerin de kendi bedenlerinde uygulama isteğini artırmaktadır (Sezgin, 2011, s. 74). Sosyal medya aracılığı ile bireyler daha önce görmedikleri işlemler ve insanlar görerek bu kişilerin güzellik algılarını benimsemekte ve onlara uyum sağlamak istemektedirler:

*“%100. Yani şöyle günlük ortalama benim 7-10 arası hastam olur. 7’yle 10 hastamın yarısı sosyal medya aracılığıyla gelir. Çok ciddi etkisi var. Çünkü onu da şöyle tanımlıyorum ben önce bir sosyal medyada insanlar kendini gösterme işte kebab yiyoruz, rakı içiyoruz, şimdi şurada eğleniyoruz, burada tatile gidiyoruz diye ıktılar. Kendilerinin daha ön planda olduğu ‘bak ben nasıl eğleniyorum, bak ben nasıl yiyip, içip, geziyorum’u söylemeye başladılar. Sonra da o kavram filtrelerle birlikte ‘bak ben ne kadar güzel görünüyorum’a dönüştü. Sonra bir süre sonra filtreler yetmemeye başladı. Filtreleri herkes çözdü ve filtreli fotoğraf anlaşılmaya başlayınca işin filtreden geçmediğini anladılar. Döndüler bizde filtrelenmeye başladılar... Çeşitli programlarla oynar gelirler. İşte burnum böyle olsun, enem böyle olsun diye de gelirler. Çok ciddi etkili, çok fazla etkili. Instagram’ın başına bir şey gelse çok üzülürüz biz, bizim mesleğimizi yapanlar.” K2*

*“Sosyal medya çok önemli. O olmazsa olmaz. Ben kendi adıma, referansla gelmeyen hastalarım, bana sosyal medya aracılığıyla ulaşıyorlar. Özellikle yeni jenerasyonlar (2000 sonrası) ne istediğini bilen, bilinçli olarak geliyorlar.” K3*

Yukarıdaki ifadelerde estetik işlemlerinin popülerleşmesinde sosyal medyanın etkisinin oldukça yüksek olduğu vurgulanmaktadır. Giderek genişleyen bir tüketim pazarında sosyal medyanın bireylerin estetik alanına daha çok ilgi duymalarına neden olduğu belirtilmektedir.

*“Estetiği günümüzde var edip buralara gelmesinin tek sebebi sosyal medya. Dünyanın bütün estetik cerrahları birleşip büyük ekranlara billboard yaptırıp reklam yaptırırsalar şu an aldıkları tepkiyi alamazlardı.” K4*

Katılımcı büyük maliyetli reklamların dahi sosyal medyanın yarattığı etkiyi yaratamayacağını söyleyerek estetik uygulamalarına yönelik artan talebin tek nedeninin sosyal medya olduğunu savunmaktadır. Buradan hareketle beden algısının değişen sağlık kültürü içinde farklılaştığı söylenebilir. Reklamcılık ve işletmecilik anlayışı ile tüketim ideolojisi hasta-doktor etkileşimini dönüştürmektedir. Müşterileşen hasta odaklı bir sağlık piyasasının varlığı gözlenmektedir (Adaş, 2013, s. 213). Bu piyasanın uzantılarının ise elbette ki sosyal medya uygulamalarını da içeren yeni medyalar olması kaçınılmazdır.

## **2.5. Sınıfsal Ayrım, Statü ve Ekonomik Sermayenin Etkileri**

Bedenin metalaşması konusu sınıf bağlamında incelendiğinde habitus kavramı aklı gelmektedir. Habitus, toplumdaki egemen konumda olan sınıfların kendi kültürel kodlarını alışkanlık ve beğeni yargılarına, sonrasında ise davranışlarına kazımlarıdır. Bourdieu'nun düşüncesi bedenin, habitusu şekillendirdiği yönündedir. Bu yönüyle habitus kavramı fiziksel ve simgesel bir sermaye olarak değer taşıyan bedenin çeşitli sosyal güçler ve eşitsizliklerle ilişkili olduğu gerçeğini yansıtır. Statü, kültürel/ekonomik tercihler, hobiler (spor, müzik, dans vb), beğeni yargıları ve değerler toplumsal sınıfın çizgilerini belirginleştirir. Bu bakımdan habitusların farklılığı, farklı güç ve iktidar ilişkileri üretir demek mümkündür. Özellikle bedensel değişimler sınıflar arası güç ilişkilerinde oldukça önemlidir. Çünkü beden, bireyin gücünü ve iktidarını göstermesinin en kısa yoludur. Fiziksel çekiciliğe sahip olan kişi, diğerleriyle arasında bir sosyal mesafe bırakarak fark yaratır. Böylelikle arzulan beden, benzer bir çekiciliğe sahip olmayan bedenler üzerinde iktidar kurmuş olur (Köse, 2016, s. 186). Nitekim estetik, simetri, güzellik ve mükemmellik, sınıfları disipline eden birer iktidardır (Demez, 2009, s. 20).

Bireyin bedeni, ait olduğu sınıfın ve bu sınıfın toplumsal ve kültürel mirasının görünür kılındığı yerdir (Demez, 2009, s. 17). Sınıfları birbirinden ayıran ekonomik, sosyal ve kültürel sermayenin bedene yönelik estetik müdahalelerde ne kadar etkili olduğu sorusu ise bu noktada merak uyandırıcıdır. Bedenin sınıfsal temsiliyetlerin mekanı olduğu düşünüldüğünde, bedenin yeniden

düzenlenmesine yönelik girişimlerin giderek artış göstermesi şaşırtmamaktadır. Estetik uzmanlarının sosyo-ekonomik düzey ve statü bağlamında müşterileşen hastalarını karşıladıkları ifadeleri bu bağlamda dikkate değerdir:

*“Öğrenciler var. Evden aldıkları sınırlı bütçeyle geçiniyorlar. Geliyor, para biriktiriyor. 2 ay yemiyor, o biriktirdiği para ile gelip yerine bir şey yaptırıyor, gidiyor. Sonra 2 ay sonra tekrar geliyor bir şey daha yaptırıp gidiyor. Karun gibi zengin adam var. Aşağıda limuzinle durup iniyor yaptırıyor gidiyor. 16-17 yaşında annesi ile babası ile gelen de var. Yani velisiyle. 87-88 yaşında da hastam var. Sadece nefes almaları tek ortak noktaları...” K2*

*“Eğer hasta estetik yapmayı kafasına koyduysa çok fazla buna şahit oldum. Hemen cep telefonundaki uygulamadan hızlıca kredi çekip benim hesabıma gönderen onlarca hasta gördüm. Eskiden estetik eşittir zengin uygulamasıydı. Şu anda böyle bişey yok. Gerekirse 2 ayakkabı az alıyorlar ama yüzüne yatırım yapıyorlar. Hiçbir ortak özellikleri yok. Benim hasta portföyüm çok; sosyetikten, süper orta gelir 3 bin lira maaşı olan, her ay 100 lira 200 lira arttırıp kenara koyarak botox parası biriktirip 6 ayda bir botoxunu yaptıran hastam da var, hiç maddi kaygısı olmayıp yaptıran hastam da var.” K3*

*“Gerçekten hiçbiri çok uygun uygulamalar değil. Bunu bizim fiyatlarımız için söylemiyorum. Yeri geliyor evde mutfak masraflarından kısıyor, günlere gidiyor. Oradan çeyrek altınları topluyor.” K4*

Görüşülen uzmanların ifadelerinden de anlaşılacağı gibi eskiden yalnızca zenginlerin ya da ekonomik refah düzeyi yüksek bireylerin başvurduğu işlemler olarak bilinen estetik uygulamaları günümüzde daha geniş ve çeşitli bir kitleye hitap edebilmektedir. Kredi imkanları estetik bedellerinin ödemesinde kolaylıklar sağlamakta, bireyler istedikleri beden ölçülerine ve görünümüne kavuşabilmek için borçlanmayı seçebilmektedir.

Ancak, her ne kadar estetik uygulamalarına farklı sosyal sınıflardaki bireyler başvurursa da güzellik sektörü alanının bu bireyler için anlamı ve işlevi değişebilmektedir. Güzellik sektörü sosyo-ekonomik düzeyi yüksek bireylerin ekonomik sermayelerinin gücünü gösterebildiği bir alan olarak kullanılabilirken, düşük gelirli bireyler için bedenlerini istenilen forma getirerek sembolik sermayelerini, dolayısıyla toplum içindeki itibarlarını yükseltme olanağı sağlayabilmektedir (Sezgin, 2011, s. 51). Tabii ki bireylerin estetik alanında sözü edilen bu kazanımları elde edebilmesinin ekonomik bedeli kaçınılmazdır.

## **2.6. Toplumsal Cinsiyet**

Toplumsal cinsiyet kavramı, bireylerin doğuştan sahip olduğu biyolojik cinsiyetlerinden bağımsız olarak sosyalleşme sürecinde edindikleri cinsiyete



vurgu yapmaktadır. Cinsiyet, biyolojik erkek-kadın ayrımına işaret ederken, toplumsal cinsiyet, kadınlar ile erkekler arasındaki farklılıkların toplumsal düzlemde kurulmuş yönlerine dikkat çekmektedir (Marshall, 1999, s. 98). Toplumsal cinsiyet, kadınla erkeğin sosyal ve kültürel açıdan tanımlanmasına işaret eden, toplumların bu iki cinse verdiği toplumsal rolleri anlatmak için kullanılan bir kavramdır. Kadınlar ile erkekler arasındaki güç ilişkilerini anlamaya, eşitsizlikleri sorgulamaya sevk etmesi açısından önemli bir kavramdır (Ecevit, 2011, s. 4). Kadın bedeni erkek bedenine göre toplumsal cinsiyet ayrımcılığına daha çok maruz kalmakta ve bir nesne olarak kusurları daha çok göze batmaktadır (Çabuklu, 2006, s. 55'ten aktaran: Gülkaya Timurturkan, 2009, s. 108). Estetik beden konusu ise toplumsal cinsiyet ayrımının etkisinin en çok hissedildiği alanlardan birisidir:

*“Estetik hastaları sonuçlardan çok mutlu olurlar. Sadece bizim kadın genel olarak tatmin olmayan bir varlık. Her zaman daha fazlasını istiyor. Bazen bu over fazla sonuçları da bundan dolayı görüyoruz.” K3*

*“Cinsiyet tabii ki kadınlarda daha ağırlıklı. Erkeklerde estetik biraz ikinci planda, kadında çekiciliği sağlayan şey görüntü olabilir, erkekte de görüntü önemli ama erkekte daha çok iktidar önemli, güç önemli. Para olur, konum olur, erkeklerin kaygıları genelde daha farklı oluyor.” K1*

*“O sahnede nasıl gözüktüğüne bakıyor. Öbürü fotoğrafta nasıl gözüktüğüne bakıyor, oyuncu filmde nasıl gözüktüğüne bakıyor, spotta nasıl çıktığına bakıyor o yüzden kişilere göre değişiyor. Tutup bir ağır ceza hakimi kadına Barbie burnu yapıp kocaman dudaklar yaparsan onun konumuna da uygun olmaz, pek kimse ciddiye almaz onu. Mesleğine göre, yaşına göre, cinsiyetine göre beklentilerin tutulması gerekiyor.” K1*

Görüşülen uzmanların ifadelerinden de anlaşılacağı gibi estetik kaygılar daha çok kadınlara ait görülürken, erkeklerin ve kadınların kaygıları farklılaştırılmıştır. Kadınların kaygıları kendi bedeni ile sınırlı kalırken, erkeklerin kaygıları daha farklı alanlarla ilişkilendirilmiştir. Bununla beraber uzmanlar tarafından beden üzerinde kontrolün sağlandığı estetik alanında karşılaşılan olumsuz örnek vakaların kadınların kendi kontrolsüzlüğüne bağlanması ise ilginçtir. Kadınlar tatmin olmadıkları ve daha fazlasını istedikleri için estetik işlemleri ile ilgili sorunların çıktığına işaret edilmektedir. Denilebilir ki ataerkil bakışın toplumun her alanındaki etkinliği estetik üzerine algılarda ve uygulamalarda da kendini göstermektedir. Örneğin görüşme yapılan uzmanlardan birisi, ağır ceza hakimi olan bir kadının küçük burun ve kocaman dudaklara sahip olmasının hoş karşılanmayacağını, estetik ile daha da

kadınısılaştırmaktan uzak durması gerektiğini düşünmektedir. Bu örneği mesleklerin cinsiyetlendirilmesi bağlamında tartışmak mümkündür.

Bourdieu (2014, s. 82-83) “bazı meslekler kadınlar için çok zor tanımlanıyorsa, bunun sebebi ... (o mesleklerin) erkekler için özel olarak yapılmış olmalarıdır” demektedir ve bu konumu tam olarak elde etmeyi başarmak için bir kadının o görev tanımında açıkça belirtilen nitelikleri taşımasının yetmeyeceğini, bunun yanı sıra o görevde bulunmuş olan erkeklerin çoğunlukla taşıdığı bir dizi özelliği de (bir fiziki yapı, bir ses tonu veya agresiflik, kendine güven, konuma mesafe alma, doğal otoriterlik vb.) bünyesinde barındırması gerektiğini sözlerine ekler. Diğer bir ifadeyle kadın bir ‘erkek işi’ yapıyorsa ve başarılı olmak istiyorsa ‘erkek gibi’ olmalıdır. Feminin özelliklerinden olabildiğince sıyrıldığında ancak işinde ciddiye alınacaktır. Bu bağlamda estetik, eril kodlar aracılığıyla kadınları kendi içlerinde birbirinden ayırmaktadır. Bununla birlikte araştırmaya katılan bir estetik uzmanının aşağıdaki ifadelerine bakıldığında, kadınların sadece meslek durumlarına göre ayrılmadığı söylenebilir:

*“Kadınlardan örnek verecek olursam, %80’i meslek sahibi, %20’si gibi bir kısmı eş ve medeni durumu vasıtasıyla bir şekilde ekonomik ihtiyaçlarını karşıladığı için estetik ihtiyaçlarını da karşı cinse karşılaştırıyorlar. Cinsiyet olarak erkek hastamız da fazla. Erkekler botox yaptırmaya başladı. %80’i manikür pediküre gidiyor artık. Lazer yaptııyorlar, kıllı olmaktan hoşlanmıyorlar.” K4*

Erkeklerin kadınları seyrettiği ve cinsel olarak nesneleştirilenin sadece kadınlar olduğu düşüncesinin hakim olduğu geleneksel kalıptan, erkeklerin de cinsel olarak nesneleştirildiği ve bakışlara sunulduğu yeni farklı bir kalıba geçilmiştir (Gill vd., 2005, s. 38-39’dan aktaran: Öztürk, 2012, s. 46). Medyada, kıyafet, tıraş köpüğü, otomobil, parfüm gibi ürünlerin reklamlarında ticarileşen ve metalaşan erkek bedeni ile tüketim alanında yeni bir eril model oluşturulmuştur. Eskiden sadece kadınlara yönelik olan ürünler erkek bedenine uygun da sunulmaya başlanmıştır (Öztürk, 2012, s. 47). Güzellik ve estetik anlayışı ile ideal beden kriterleri erkekleri de kapsayan nitelikte genişlemiştir. Ancak güzelliğin erkek bedeni ile ilişkilendirilmesi ataerkil düzende bir erkeklik krizi oluşturma riski taşıması nedeniyle sonraki süreçte erkek estetiğinin ve bakımının daha çok medikal söylemlerle dile getirilmeye başlandığı söylenebilir.

*“Kişilerin beklentileri farklı ama ortak beklenti daha güzel olmak, kusuru varsa o kusurun iyileşmesi, daha genç gözükmek, daha dışı gözükmek, erkekse daha erkeksi, daha güçlü gözükmek. Bu yüzden erkek estetiğiyle kadın estetiği de farklı. Tutup bir erkeğe kadın gibi burun yapmak, yani burun güzel olabilir ama adam bütün erkeksi özelliklerini kaybeder. İktidarını kaybeder, ciddi bir sorun.” K1*

*“Hastaların bir kısmı gelirler. Çok yaptığımız bir şey. Mesela erkeklerde daha ağırlıktadır. Gelir, gayet güzel, tertemiz, baby face birisi. Ama daha sert, daha büyük görünmek isterler. İşte geçen bir hasta geldi. Hani böyle attığı imzayla bir yeri kapatacak kadar sağlam. Fakat hem genç hem de yüzü baby face olduğu için daha genç görünüyor. Ve çok yumuşak görünüyor. Ve böyle görünmek istemiyor. Daha sert daha erkeksi görünmek istiyor. O yüzden geldi bir kısım böyle daha yaşlanmak için geliyor. Bir kısım daha erkeksi olmak için. Bir kısım daha kadınsı olmak için geliyor. Tabi bu her iki cins için de geçerli. Daha kadınsı olmak isteyen erkek de oluyor. Daha erkeksi olmak isteyen kadın da oluyor.” K2*

*“Kadınlar bana daha estetik geliyor. Daha kusursuz geliyor. Hastalarımızın çok büyük bir kısmı da kadınlardan oluşuyor. Erkek hastalarımızın dünyada yükselişi, Türkiye’de de öyle çok iyi kıvamlara geldi. Ama bu oran %85’e, %15 gibi. Daha çok kadınlarla çalışıyoruz. Akademik çalışmalara göre de bu böyle. Erkekler daha estetikten çekiniyor. Feminleşmeden, kadınsılaşmaktan çok büyük bir korku var. Türkiye’de estetik konu olduğu zaman metroseksüel erkek dediğin zaman eşittir kendine bakan erkek değil, eşcinsel erkek. Bizim ülkemize estetik kavramları bu şekilde geldi.” K3*

Hem kadın hem erkek bedeninin estetik uygulamalar kapsamında bir sermaye türü olarak ortaya çıkması, aynı cinsiyetteki bireyler arasında bir rekabet doğurmuştur. Diğerlerinden farklı olma isteği; diğer bir deyişle diğerlerinden daha kadınsı ya da daha erkeksi olma arzusu, bireylerin birbirleri arasında var olan hiyerarşik ayrışmalarını daha da keskinleştirmektedir. Estetik uygulamaların, bu istenilen bedene kavuşma mücadelesinin bir aracı olduğu ifade edilebilir.

Bununla beraber ataerkilliğin belirli normatif sınırlarının da hala geçerli olduğu bilinmektedir. Tüketim toplumunda erkek bedeninin yeniden inşa süreci, yeni bir krizi tetiklemiştir. Aktif olanın pasif, bakması gerekenin bakılan, arzulanması gerekenin aynı zamanda arzulanması, erkeklik kodlarını kadınsılaşma korkusu ile sarsmıştır (Hacısofuoğlu ve Elmas, 2015, s. 22). Erkek bedeniyle kadınlardan farklı olduğunu da bir şekilde kanıtlamalıdır. Estetik uzmanlarının yukarıdaki ifadeleri bu kanıtlanma girişimlerine işaret etmektedir. Ataerkilliğin estetik işlemleri aracılığı ile kadını narinleştirirken, erkekleri sert bir görünüm ile daha güçlü yapmaya çalışmaktadır.

## **Sonuç**

Bedenin yalnızca fiziksel yönüyle ele alınamayacak kadar karmaşık bir konu olduğunu, içinde birçok sosyal sistemi barındırmakla birlikte aynı zamanda bu sistemlerin kabullerini de yansıttığını söylemek mümkündür. Beden

görünümlerinin altında toplumsala dair çeşitli atıflar bulunmaktadır. Yüzyıllardır var olan beden algıları toplumun ve o toplumun içinde bulunduğu dönemin beklentilerine göre değişiklik göstermektedir. Bu çalışma kapsamında bedenin biçimlendirilmesinde bir kanaat önderi ve mesleki uzmanlık alanı olan bireylerle; diğer bir deyişle estetik uzmanlarıyla görüşmeler gerçekleştirilerek, onların görüşleri doğrultusunda günümüzde bedene yüklenen anlamlara erişilmeye çalışılmıştır. Estetik uzmanlarının estetik yaptıran bireylerin duygularının, beklentilerinin, motivasyon araçlarının, estetik yaptırma nedenlerinin ve estetik sonrası tepkilerinin neler olduğu hakkındaki görüşlerine ulaşmak amaçlanmıştır.

Estetik uygulamalarına başvuran bireylerin, başvurdukları uzman bireyler tarafından yorumlanmasını içeren bu çalışmada gerçekleştirilen görüşmeler çerçevesinde temel tartışma başlıkları oluşturularak literatürdeki ilgili açıklamalarla birlikte bir değerlendirme yapılmıştır. Buna göre 'yaşlanma korkusu', 'aidiyet kurma, beğenilme ve onaylanma ihtiyacı', 'tüketim kültürü', 'sosyal medya', 'sınıfsal ayırım, statü ve ekonomik sermayenin etkileri' ile son olarak 'toplumsal cinsiyet' belirlenen tartışma başlıkları olmuştur.

Görüşülen uzmanlara göre bireyler hissettikleri yaşı beden görünümüne de yansıtmak istemektedir. Yaşlanma sürecinin bedendeki yarattığı değişimler bireylerce kabullenilmesi zor bir durumdur. Bedenin yaşlanmasına ilişkin kaygılar, sosyal yaşama katılım ve katkı sağlama ile ilgili kaygılarla birleştiğinde ise bireylerin estetik cerrahiye yönelme eğilimleri artmaktadır. Uzmanlar yaşlı bireylerin estetik uygulamalarının her türlü bedeline ve acısına katlanmaya göz yumabildiklerini belirtmişlerdir. Görüldüğü üzere bireyin bedeniyle kurduğu ilişkide estetiğe atfedilen öneme her yaş döneminde rastlamak mümkündür. Yaşlanmaya dair olumsuz bakış açısı değişmedikçe, yaşlı nüfusun giderek arttığı dünya genelinde estetik beden uygulamaları gündemde kalmaya devam edecektir.

Estetik uzmanları bireylerin estetik uygulamalarından beklentilerinin neler olduğu hakkındaki görüşlerini ideal beden formu ile ilişkilendirerek aktarmışlardır. Uzmanlar sosyal ve kültürel çevrenin bireylerin bedenleri hakkındaki görüşlerini etkilediğini, bedenini bu şekilde betimleyen bireylerin bedenlerini yine çevrenin beklentileri ve onayı doğrultusunda biçimlendirmek istediklerini ifade etmişlerdir. Böylelikle bireylerin hem sosyal çevresiyle bağı güçlenebilecek hem de özgüvenleri artabilecektir. Estetisyenlere göre bedenini estetik işlemlerle biçimlendiren bireyler diğerleri tarafından beğenileceğini ve onaylanacağını düşünmekte ve bu düşünce bireyleri mutlu etmektedir.

Araştırma bulgularının sunulduğu diğer başlık tüketim kültürü olmuştur. Tüketim kültürü, dönemin kapitalist üretim ve tüketim anlayışını bireylerin

bedenlerinde uyumlaştırarak, bireylere mutlu olmanın bir yolu olarak bedenlerinde yaratacakları değişimi göstermiştir. Buna göre birey, bedeninde değişim yaratarak haz duygusu hissedebilir. Bu haz duygusu ise geçicidir ve bireylerin hiç bitmeyen ideal bedene kavuşma arzuları ile bedenlerine sürekli müdahaleleri söz konusudur. Uzmanların estetik işlemlerinin ve müşterilerinin sürekliliği hakkındaki görüşleri bu noktada dikkate değerdir. İstenilen beden formunu kavuşmak için birden fazla estetik operasyon geçiren birçok müşteri vardır. Ancak arzu edilen beden formuna kavuşmakla beden estetiği gerçekleşmiş sayılmamaktadır. Kavuşulan beden formları, aynı zamanda, sürekli yapılan gözlemler ve bakımla korunmalıdır. Bedenini iyi tanımak, eksiklerini ya da olumsuz özelliklerini belirleyebilmek, günümüzün medikal teknolojilerinin sunduğu imkanlardan yararlanarak istenilen forma getirmek ve bu beden formunu koruyabilmek bireylerin sorumluluğundadır. Günümüzün tüketime dayalı hayat anlayışında bu sorumlulukları yerine getirmek, sonu gelmez bir yolculuk gibidir. Bu yolculukta Baudrillard'ın simülasyon kuramında bahsettiği çerçevede bireyler bedenlerini “-miş” gibi düşünerek; diğer bir deyişle güzel gibi, zayıf gibi, beğenilen gibi, bakılan gibi, imrenilen gibi düşünerek araçsallaştırır. Beden artık haz alıyormuş, mutluymuş, her şey yolundaymış gibi yapmanın önemli bir aracıdır. Halbuki birey bedenini kendinden koparmış, parçalara ayırmış ve herhangi bir obje yerine koymuştur. Neredeyse, hayatın gerçekliği nesneleşen, üzerinde ölçüm ve hesap yapılabilen, biçimlendirilen bedenler üzerine inşa edilmektedir. Görüşülen bir uzmanın “(estetik oranlarını belirleyebilmek ve ölçümünü yapabilmek için bedenin çekildiği) ..fotoğraf bize çıplak gerçeği daha iyi veriyor” ifadeleri bu tartışmayı özeller niteliktedir.

Uzmanlara göre estetik uygulamalarının artışıdaki en önemli etkenlerden birisi de sosyal medyadır. Dijitalin gündelik hayatımızı, sosyal çevremize ve kendimize dair anlayışımızı belirlediği aşikardır. Hayatımızın çevrimiçi ve çevrimdışı yönleri birbirinden kopuk olmadığı gibi birbirini etkilemektedir. Sosyal medyanın bireylere sunduğu sanal gerçeklik özellikle genç bireyler tarafından takip edilmekte ve buna uygun bir yaşam sürdürülmeye çalışılmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının görsel içeriklere yönelik filtre özellikleri gerçekliğe yön verir haldedir. Filtreli bedenleri gerçek hayata dahil etme isteği, estetiğe duyulan ilgiyi artırmıştır. Görüşülen tüm uzmanlar sosyal medyanın estetik işlem sayılarını önemli düzeyde arttırdığını ifade etmişlerdir. Bununla beraber estetik uzmanlarına, hasta örneklerine ve estetiğe dair her türlü bilgiye ulaşmanın kolaylığı da bireyleri estetiğe yönlendirmektedir. Araştırmaya katılan estetik uzmanları sosyal medyanın günümüzün en etkili reklam aracı olduğunu, estetik merkezlerinin popülerleşmesine neden olduğunu ve estetik uygulamalarına yönelik talepleri arttırdığını dile getirmişlerdir.

Bununla beraber çalışma kapsamında estetik uzmanlarının kendilerine başvuran bireylerin sosyo-ekonomik düzeyleri ve statüleri bağlamında yaptıkları değerlendirmelere de yer verilmiştir. Uzmanlara göre eskiden yalnızca zenginlerin ya da ekonomik refah düzeyi yüksek bireylerin başvurduğu işlemler olarak bilinen estetik uygulamaları günümüzde daha geniş ve çeşitli bir kitleye hitap edebilmektedir. Kredi imkanları estetik bedellerinin ödemesinde kolaylıklar sağlamakta, bireyler istedikleri beden ölçülerine ve görünümüne kavuşabilmek için borçlanmayı seçebilmektedir.

Araştırma bulgularına ilişkin son başlık toplumsal cinsiyet olmuştur. Bireylerin beden formlarının oluşumunda geçmişten günümüze kadar öncelikli olarak toplumsal cinsiyet normlarının etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Toplumsal cinsiyet normlarının etkisiyle, birbirlerinden farklı biçimde oluşturulmuş ve süreklilik arz eden bir “kadın bedeni” ve “erkek bedeni” algısı vardır. Birey, bedenini cinsiyetine ne kadar uyumlu hale getirirse, kendini toplumda o denli rahat ya da özgür hissetmektedir. Aksi takdirde dışlanma ya da ayrımcılığa uğrama tehlikesi ile karşı karşıya kalacaktır. Görüşme yapılan uzmanlara göre her ne kadar erkek müşteri sayıları artış gösterse de kadınlar erkeklerden daha çok estetik kaygısına sahiptirler. Kadınların kaygıları kendi bedenleri ile sınırlı kalırken, erkeklerin kaygıları daha farklı alanlarla ilişkilendirilmiştir. Bununla beraber estetik alanında karşılaşılan olumsuz örnek vakaların uzmanlar tarafından kadınların kendi kontrolsüzlüğüne bağlanması ise ilginçtir. Uzmanlara göre kadınlar tatmin olmadıkları ve daha fazlasını istedikleri için estetik işlemleri ile ilgili sorunlar yaşamaktadır. Denilebilir ki ataerkil bakışın toplumun her alanına nüfuz eden etkisi estetik üzerine algılarda ve uygulamalarda da kendini göstermektedir.

Görüldüğü üzere estetik konusu birçok tartışmayı beraberinde getirebilmektedir. Hem farklı sosyal disiplinlerde hem de sosyolojinin beden, ekonomi, toplumsal cinsiyet, yeni medya vb. alt dallarında önemli bir inceleme konusudur. Bu çalışmada ise uzmanların gözlem ve görüşleri doğrultusunda son yıllarda giderek artan estetik uygulamalarına başvurma nedenleri tartışılmak istenmiştir. Estetisyenlere başvuran bireyler toplumsal cinsiyet, gelir düzeyi, statü ve sosyal sınıf farklılıkları gibi farklı toplumsal bağlamlarda irdelenmeye çalışılmıştır. Bununla beraber estetik konusunun, özellikle tıp teknolojilerinin ve sosyal dijitalleşmenin artan etkileriyle daha sonraki pek çok çalışmada farklı yönleriyle de tartışılmaya devam edeceğini belirtmek mümkündür.

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazarlar, çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Ek Beyan:** 1. yazar çalışmaya %55, 2. yazar çalışmaya %45 oranında katkı sağlamıştır.

### **Kaynakça**

- Adaş, E. B. (2013). *Piyasa ve Toplum Kısılcığında Hekimlik*. içinde O. Elbek (Yy. Hz.) Kapitalizm Sağlığa Zararlıdır. İstanbul: Hayykitap, s. 205-217.
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu Söylenceleri / Yapıları*. Çev. Nilgün Tural & Ferda Keskin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). *Sosyolojik Düşünmek*. Çev.: Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bourdieu, P. (2014). *Eril Tahakküm*. Çev.: Bediz Yılmaz, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Cirhinlioğlu, Z. (2012). *Sağlık Sosyolojisi*. Ankara: Nobel Akademik yayıncılık.
- Demez, G. (2009). Sınıfsal ve Bireysel Kimlik Oluşumunda Beden Sorunu: *Habitus. Toplum Bilim Beden Sosyolojisi Özel Sayısı*, Sayı: 24, İstanbul, s. 17-25.
- Duru, E. (2007). Sosyal Bağlılık Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 26, s. 85-94.
- Ecevit, Y. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisine Başlangıç*. içinde Y. Ecevit & N. Karkiner (Ed.) Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayın No: 2307, s.2-30.
- Featherstone, M. (1991). The Body in Consumer Culture. M. Featherstone, M. Hepworth & B.S. Turner (Ed.) *The Body: Social Process and Cultural Theory Theory*, London: Sage Publications, s.170-196
- Gülkaya Timurturkan, M. (2009). Güzellik İdeali Etrafında Biçimlenen ve Biçimlendirilen Bedenler. *Toplum Bilim Beden Sosyolojisi Özel Sayısı*, Sayı: 24, İstanbul, s. 105-109.
- Gürler, G. (2018). Estetik Cerrahi Müdahale Görmüş Bireyler Üzerine Bir Alan Araştırması. *Sosyoloji Dergisi*, Sayı: 38, s. 141-172.
- Hacısofıtaoğlu, İ. & Elmas, S. (2015). Kasların Efendisi: Men's Health Dergisinde Fitness Söylemi. *Fe Dergi*, 7, no. 2, s. 21-34.
- Hepekiz, İ. & Gökalişer, E. (2019). Sosyal Medya Aracılığıyla Yaratılan Kişisel Markalar ve Benlik Sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), s. 761-782.
- Illich, I. (2011). *Sağlığın Gaspi*, S. Sertabiboğlu (Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Jones, M. (2008). *Skintight: An Anatomy of Cosmetic Surgery*. Oxford: Berg Publications.
- Kesim, S. & Kar. A. (2010). *Plastik Cerrahi, 'Tanrım Beni Baştan Yarat!..' Metaforunu Mümkün Kılabilir mi?*. içinde Y. İnceoğlu & A. Kar (Ed.) Dişillik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 171-194.
- Köse, H. (2016). Bourdieu Düşüncesinde Tahakküm - İtaat İlişkisi ve Sosyo-Politik Beden. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 3(2), s. 173-199.

- Kurt, A. (2016). Tüketim Toplumunda Kusursuzlaş (tır) ma Ayinlerinin Kurbanı Olarak Beden / Body as the Victim of the Perfection (ing) Rituals in the Consumption Society. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), s. 1301-1319.
- Levett-Jones, T., Lathlean, J., Maguire, J. & Macmillan, M. (2007). Belongingness: A Critique of The Concept and Implications for Nursing Education. *Nurse Education Today*, Elsevier Ltd., Vol. 27, s. 210-218.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, O. Akınhay & D. Kömürcü (Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Nazlı, A. (2013). *Bedenin Ölümü ve Tıp*. İçinde O. Elbek (Yy. Hz.) Kapitalizm Sağlığa Zararlıdır. İstanbul: Hayykitap, s. 193-204.
- Özgener, A. (2019). *Sonra Konuşuruz*. İstanbul: Doğan Novus.
- Öztürk, A. (2012). Eril Bedenselleşme: Hegemonik Erkek Bedeninin İnşası. *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, Bahar, Sayı: 13, s. 39-53
- Sezgin, D. (2011). *Tıbbileştirilen Yaşam Bireyselleştirilen Sağlık*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sönmez, E. E. & Özgen, Ö. (2017). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), s. 78-95.
- Şensoy, B. (2013). *Medyada Beden İmajı: Bazı Televizyon Programlarından Örnekler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Tekin, F. (2016). Geleneksel Dönemden Post-Modern Döneme Beden Anlayışının Değişimi. *Electronic Turkish Studies*, 11(2), s. 1153-1172, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9351>.
- User, İ. (2010). Biyoteknolojiler ve Kadın Bedeni. İçinde Y. İnceoğlu & A. Kar (Ed.) *Dişillik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 131-169.
- Vural, Z. & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20), s. 169-184,
- Zijderveld, A. C. (2010). *Kişilerin Diktatörlüğü*. İstanbul: Açılım Kitap.