



BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SAĞLIK BİLİMLERİ VE ARAŞTIRMALARI DERGİSİ BANU Journal of Health Science and Research

DOI: 10.46413/boneyusbad.1709601

Özgün Araştırma / Original Research

Güzelleşmek ve İyi Hayat Yaşamak: Estetik Tüketimi ve Materyalizm Üzerine Bibliometrik Bir Çalışma

Being Beautiful and Living Good Life: A Bibliometric Study on Aesthetic Consumption and Materialism

Nilüfer ALTUNDAL BİYAN¹ Çağatan TAŞKIN² 

¹ Doktora Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme AD, Doktora Programı, Bursa

² Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme AD Pazarlama Bilim Dalı, Bursa

**Sorumlu yazar /
Corresponding author**

Nilüfer ALTUNDAL BİYAN
n_altundal@hotmail.com

Geliş tarihi / Date of receipt:
30.05.2025

**Kabul tarihi / Date of
acceptance:** 09.02.2026

Atf / Citation: Altundal Biyan, N., Taşkın, Ç. (2026). Güzelleşmek ve iyi hayat yaşamak: estetik tüketimi ve materyalizm üzerine bibliometrik bir çalışma. BANU Sağlık Bilimleri ve Araştırmaları Dergisi, 8(1), 172-183. doi: 10.46413/boneyusbad.1709601

* Bu çalışma ICHE-S-IDU Uluslararası Sağlık Bilimleri Kongresinde (8-9 Kasım 2024) tarihinde bildiri olarak sunulmuştur.

ÖZET

Amaç: Bu çalışma bilimsel estetik uygulamalar, materyalizmin ve tüketim ilişkisinin üzerine estetik amaçlı yapılan yayınların sayısını, en çok atf alan yayıncıları ve yazarları, en çok yayın yapan ülke ve kurumları analiz etmek ve gelecekteki araştırmalar için rehberlik etmekte, materyalizm, estetik görünüm ve tüketim ilişkisi üzerine yapılan araştırmaların ilerlemesine katkıda bulunmaktadır.

Gereç ve Yöntem: Çalışma; tanımlayıcı, keşfedici ve bibliyometrik bir çalışmadır. Bibliyometriğin üç ana yasası kullanılarak gerçekleştirilmiş, 10 Ekim 2024'de bilimsel estetik uygulamalar, materyalizmin ve tüketim ilişkisi üzerine estetik amaçlı, 2002'den 2024'e kadar WoS-CC'de SSCI indeksli makalelere yönelik bir arama yapılmıştır.

Bulgular: Araştırmada İngilizce anahtar kelimelerden oluşan bir kombinasyon kullanılmıştır. Geliştirilen arama anahtarları kullanılarak 535 makale tespit edilmiş ve bunların 83 ü dahil edilme kriterlerine göre seçilmiştir. En çok atf alan 10 makale, en çok atf alan yazarlar ve yayınlanan makale sayısı ve ortak atflarda en çok bağlantıya sahip yazarlar sunulmuştur. Buna ek olarak ülkelerin, üretimlerin, kurumların araştırma alanlarının, dergilerin anahtar kelimelerin ve yayın yıllarının sıklığı analiz edilmiştir.

Sonuç: Analizimiz incelenen konuyla ilgili bilimsel üretimin 2015 yılından bu yana arttığını göstermektedir. Konuyla ilgili en büyük bilimsel üretimin 2019 yılında gerçekleştiği ve en fazla bilimsel üretime sahip ülke ABD olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Estetik cerrahi, Tüketim, Bibliyometri

ABSTRACT

Aim: This study aims to analyze the number of publications on aesthetics, the most cited publications and authors, and the countries and institutions with the most publications on scientific aesthetic practices, the relationship between materialism and consumption, and provides guidance for future research.

Material and Method: The study is a descriptive, exploratory and bibliometric study. October December10, 2024, a search for articles with SSCI index was conducted at WOS-CC from 2002 to 2024 for aesthetic purposes on scientific aesthetic practices, materialism and the relationship between consumption, which was carried out using the three main laws of bibliometrics.

Results: A combination of English keywords was used. A total of 535 articles were identified, of which 83 met the inclusion criteria. The 10 most cited articles, the most cited authors, publication counts, and authors with the strongest co-citation links were presented. In addition, the frequencies of countries, publications, institutions, research areas, journals, keywords, and publication years were analyzed.

Conclusion: Our analysis shows that scientific production on the subject under study has increased since 2015. It has been observed that the largest scientific production on the subject took place in 2019 and the country with the highest scientific production is the USA.

Keywords: Aesthetic surgery, Consumption, Bibliometrics



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

GİRİŞ

Estetik tüketim eğilimi, tüketme güdüsünün neden olduğu bir olgudur ve şu dönemde bireyin kendisini tanıtmaya için beden imajının estetize edilmesi gözlemlenmektedir. (Benevides, Severiano, Almeida, ve Ricarte, 2020). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin postmodern çağda bedeninin üretiminden ziyade tüketim işlevine yaptığı vurgu, bireyin kendi vücuduna yönelik tüketim eğilimlerini merkezileştirmiştir (Kalan, 2014:146). Bu eğilim; sağlıklı beslenme, bakım, gençlik arzusu, fit ve prezantabl görünme isteği gibi eylemlerin yanı sıra estetik müdahaleleri de kapsar.

Tüketim kültürünün bir parçası haline gelen bedenle birlikte, estetik, kozmetik ve sağlıkla ilgili tüm uygulamalar birer tüketim nesnesine dönüşmüştür. Gençliğin, güzelliğin ve bakımlı olmanın sürekli anlatıldığı bu toplumda, bireylerin temel amacı kusursuz beden idealine erişmektir. Bu uğraş, hem kadınlara hem de erkeklere hizmet veren kozmetik ve estetik cerrahi sektörlerini güçlendirmiş; bireyler artık yağ aldırma, yüz gerdirme gibi operasyonlarla vücutlarını arzu ettikleri şekilde yeniden biçimlendirme imkânı bulmuştur. Yoğun rekabet ortamında, imrenilen ve sıra dışı bedenlere sahip olma çabasıyla güdülen mükemmeliyet gayesi, bir meta olarak sunulan beden hareket alanı içinde, postmodern tüketim araçları tarafından her geçen gün daha da tetiklenmektedir (Watson'dan aktaran Özbolet, 2011:322).

Estetik cerrahiye rekonstrüktif operasyonlardan ayıran temel nitelik, estetik işlemlerin güzellik kavramıyla olan sıkı ilişkisidir. Estetik cerrahinin ana hedefi, bir hastanın algılanan kusurlarını gidermek olduğundan, bu müdahaleler isteğe bağlıdır ve tıbbi olarak zorunluluk taşımayan prosedürleri kapsar (Barone ve ark., 2016). Estetik ameliyatlarda amaç, vücudun herhangi bir bölümünü, birey veya toplum nezdinde "daha güzel" kabul edilen ideal bedene uyumlu hale getirmektir (Sarwer ve ark., 2004). Estetik cerrahi, bireylerin görünüş kaygılarını gidermek, olumsuz beden algılarını düzeltmek, toplumsal hayatta daha görünür olmak ve profesyonel yaşamda başarıyı yakalamak amacıyla bedenlerine uyguladıkları çeşitli cerrahi girişimleri içermektedir. Estetik cerrahi, plastik ve rekonstrüktif cerrahiden farklı olup bireylerin fiziksel görünümünü kendi istekleri doğrultusunda değiştirme veya iyileştirme amacıyla gerçekleştirilen cerrahi müdahalelerdir. Son

yıllarda küresel ölçekte estetik operasyonlarının oranlarında ciddi artışlar görülmektedir. Estetik alanındaki cerrahi ve cerrahi olmayan (medikal) işlemlerin tüketimi ve tercih edilme durumları farklı kültürel ve sosyoekonomik anlamlar içerir. (Odabaş, 2005: 162). Cerrahi ameliyatlara / invaziv işlemler kalıcı değişim yaratan estetik işlemler olup, yüksek maliyet gerektiren uygulamalardır. Medikal (kozmetik) estetik işlemler / non-invaziv ise belli aralıklarla tekrarlanması gereken düzenlilik isteyen bir davranış olarak yaşam tarzına dönüşebilir. Bedenle ilgili lüks tüketim kategorisinde yer alan bu alan, beden stiline ilişkin tercihlerin tümü ayrımsal işlev gördüğü için toplumsal farklılıkları ve bedensel imajı ifade etmeyi sağlayan elverişli bir evren sunar (Bourdieu, 2017: 333).

Kozmetik girişimlere, bilhassa küresel ölçekte tezahür eden alaka (ilgi), eksponansiyel bir artış eğilimi sergilemektedir. Bu artışın ardındaki temel dinamikler; estetik/kozmetik cerrahi prosedürlerinin, ileri teknoloji entegrasyonu sayesinde hızlı ve pratik bir biçimde icra edilebilir hale gelmesi, estetik ve plastik cerrahi disiplinlerindeki inovatif tedavi modalitelerinin geliştirilmesi ve bireyleri mali açıdan külfet altına sokmayacak alternatif uygulamaların çeşitlenmesidir. Ek olarak, bireylerin görünüm kalitesini iyileştirme hususundaki bilinç düzeyinin yükselmesi de bu sektördeki talebi maksimize eden bir faktör olmuştur. Estetik operasyonlarda sutureless (dikişsiz) tekniklerin kullanımı, klinik yatış süresinin minimize edilmesi, postoperatif dönemdeki ağrı ve komplikasyon insidansının düşürülmesiyle birlikte, hastaların estetik girişimlere yönelik motivasyonları ve cesaretleri yükselmiştir (asimile olmuştur). Bu fenomen, zaman dizini içerisinde estetik ve plastik cerrahi uygulamalarına yönelik pazar talebini artırarak, potansiyel olarak adiksiye yönelim gösteren (bağımlılık halini alan) majör bir ticari ekosisteme (pazara) transforme olduğu gözlemlenmektedir (İnam ve Şahin, 2019). Sigorta şirketleri tarafından karşılanmayan estetik uygulamalar, medikal turizme olan talebi arttırmaktadır. Bu durum, estetik operasyonlara yönelmede etkili olan psikolojik unsurların daha fazla gündeme gelmesine neden olmuştur. Araştırmalar estetik operasyonlara yönelimin en güçlü psikolojik belirleyicisinin bedeninden memnun olmama duygusu olduğunu göstermektedir (Swami, Chamorro, Bridges ve Furnham, 2009). Özellikle kadınlarda bedene yabancılaşma, Son dönemde giderek artan dikkat çekme, güzel olma, genç

kalma mottoları ise sosyal görünüş kaygısı (Kurutçu, 2020), olumsuz beden algısı ve yüz memnuniyetsizliği gibi psikolojik sorunlara yol açarken kadınların estetik operasyonlara yönelimini artırmaktadır (Huang ve ark., 2024). Nitekim çeşitli araştırmalar, beden algısındaki memnuniyetsizliğin estetik cerrahi motivasyonunu artırdığını ortaya koymaktadır (Örnek: Callaghan, Lopez, Wong, Northcross, Anderson, 2011; Swami, 2009). Toplumda fiziksel görünüşe verilen önemin artması ve medyada idealize edilen güzellik algıları da bu tür uygulamaların yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır, son dönemlerde insanların en çok etkileşimde bulunduğu alanlardan biri haline gelen sosyal medya platformları kullanıcılarının duygu, düşünce ve anlayışlarını belirleyebilmektedir. Kişiler kendilerine sunulan tercih, beğeni ve paylaşım olanaklarına sahip olurken davranışlarında çabuk etkilenen bireylere dönüşürler (Aslan, 2014: 595-597). Herkesin imajlarıyla var olduğu, kusursuz beden algısı oluşturan (Türk ve Bayrakçı, 2020: 156) Instagram hesapları kullanıcılarında, estetik işlemlere ulaşılabilirliğin kolay olduğu algısı oluşturmuştur. Instagram, kullanıcılarının zihninde estetik işlemleri herkesin yaptırabileceği yönünde algısal bir değişim gerçekleştirmiştir (Erdoğan ve Akin, 2021: 129). Aynı zamanda sosyal medya araçlarında yapılan paylaşımların ve özçekim düzenleme davranışlarının da kendini nesneleştirmeye zemin oluştururken estetik cerrahi olma düşüncesini de beslediği belirlenmiştir (Sun, 2021). Bu algının yerleşmesinde plastik cerrahların ve uzman hekimlerin Instagram hesapları üzerinden işlem öncesi ve sonrasına dair tanıtım videolarını sıkça paylaşıyor olmaları önemli bir paya sahiptir. Sosyal medyanın bu yönün aktif bir şekilde kullanılması, sağlık hizmetlerindeki talebi de arttırmaktadır. Son yıllarda yapılan estetik işlem sayılarındaki artışta bu durumu destekler niteliktedir (Sezgin, 2016, s. 169; Araslı, 2017, s. 62; Akman-Dömbekci, 2021, s. 1).

American Society for Aesthetic Plastic Surgery (ASAPS) tarafından yayınlanan raporlar, ideal bedeni estetik cerrahi yoluyla yeniden şekillendirme ve dönüştürme eğiliminin sürekli değiştiğini doğrulamaktadır. Yalnızca 2022 yılında estetik cerrahi işlemlere toplamda \$11,8 milyar dolar harcanmış olup, bunun \$8,5 milyar dolarlık kısmı cerrahi işlemlere ve \$3,3 milyar dolarlık kısmı ise ameliyatsız müdahalelere ayrılmıştır. En sık uygulanan cerrahi işlemler

arasında; karın germe, kalça büyütme ve liposuction (yağ aldırma) gibi vücut operasyonları ile yüz germe, kaş/çene büyütme, yüze yağ enjeksiyonu, dudak büyütme ve boyun germe gibi yüz ve boyun bölgesine yapılan müdahaleler öne çıkmaktadır. Bunlara ek olarak, vücut şekillendirme, saç ekimi, dövme sildirme ve damar sorunlarının tedavisi gibi uygulamalar da yapılmaktadır. International Society of Aesthetic Plastic Surgery'ın (ISAPS) 2023 raporu, ASAPS verilerine kıyasla daha geniş bir kapsam sunmasına rağmen, benzer istatistik sonuçlar içermektedir. Bu rapora göre, 2023 yılında en çok tercih edilen üç cerrahi işlem sırasıyla; 2.237.966 işlemle yağ aldırma, 1.892.777 işlemle meme büyütme ve 1.746.946 işlemle göz kapağı ameliyatıdır. 2023'te gerçekleştirilen toplam cerrahi müdahale sayısı ise 15.813.353 olarak kaydedilmiştir. Yıllık eğilimlere bakıldığında, 2019'da en popüler işlemler meme büyütme, yağ aldırma ve göz kapağı ameliyatı iken, 2022'de bu sıralama yağ aldırma, göz kapağı ameliyatı ve karın germe şeklinde değişmiştir. Estetik cerrahi işlemlerinin en yoğun yapıldığı ilk üç ülke sırasıyla ABD, Brezilya ve Meksika'dır. Otuz ülkenin yer aldığı bu küresel raporda Türkiye, altıncı sıraya yerleşmiştir. Türkiye'de en çok uygulanan estetik cerrahi operasyonları ise burun estetiği (rinoplasti), yağ aldırma, göz kapağı ameliyatı, meme büyütme ve karın germe olarak listelenmiştir.

Modern dönem ile birlikte bireylerin dış görünüşlerine yönelik tercihlerine daha önem vermeleri geleneksel döneme göre daha az müdahale görmesiyle birlikte, bireyselleşme de bedensel görünüş önem kazanmıştır (Giddens, 2010). Bireyin tercihler yoluyla bedeni üzerindeki özgürlük alanı genişlemiştir (Varga, 2015). Bununla birlikte, benlik ve beden arasında yeni bir ilişki biçimi doğmuştur. Bedensel görünüşün sadece doğuştan değil benliğin inşasında sonradan etkili yer aldığı kanıtlanmıştır (Shilling, 2005).

Kişinin bedeninde cerrahi değişiklikler yaptırmasının, özellikle kimlik algısının bulanıklaştığı önemli yaşam geçiş dönemlerinde, bireyin benlik anlayışını yeniden yapılandırmasına yardımcı olabilecek anlamlı ve güçlü bir sembolik eylem olduğu öne sürülmektedir. Bazı bireyler estetik müdahaleleri benliklerini yeniden inşa etme aracı olarak kullanırken, bazıları ise bu operasyonları kişisel gelişimlerini desteklemek amacıyla tercih etmektedir. Ayrıca, bazı durumlarda estetik operasyonların ardından bireyde artan öz-

yeterlilik ve özgüvenin, onları hayatlarında yeni deneyimlere, tüketim alışkanlıklarına ve dönüşümlere yönelttiği de ifade edilmektedir.

Postmodern toplumda güzellik ve tüketim birbirine sıkı sıkıya bağlı, ayrılmaz iki unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim alışkanlıkları sürekli evrilmekte; bireylerin istek ve arzularının tam anlamıyla doyuma ulaşması hedeflenmediği için tüketim süreci geçici, anlık ve sürekli yenilenen bir döngü içinde gerçekleşmektedir. Tüketimin sürdürülebilirliği için sürekli yeni memnuniyetsizlikler yaratılmakta, bu da bireyleri yeniden tüketmeye teşvik etmektedir (Bauman, 1999). Medya, reklamcılık, moda sektörü ve çeşitli terapi temelli meslek gruplarında faaliyet gösteren yeni kültürel aracı aktörler (Featherstone, 2013), tüketimi besleyen söylemler üretmekte ve yaşam tarzına dair öneriler sunmaktadır. Estetik cerrahlar ile güzellik uzmanları da bu yeni kültürel araçlar arasında yer almakta; güzellik yönelttiği tüketim biçimleri hem teşvik edilmekte hem de bu sayede yeni ürün ve hizmet alanları doğmaktadır.

Estetik ve kozmetik cerrahi, bireyin benliğinde dönüşümler yaratarak, gelişmiş materyalist tüketim pratiklerinin tetikleyicisi ve aracı haline gelmektedir. Örneğin, estetik operasyon geçirmiş bir birey, yeni fiziksel görünümü ile daha önceki kişisel eşyaları veya yaşam tarzı arasında bir uyumsuzluk hissedebilir. Bu algılanan dengesizlik, bireyin yeni benliğine uygun ürünler ve deneyimler aracılığıyla bu uyumu yeniden kurma arzusunu doğurur ve böylece bir satın alma süreci başlatır. Bu tüketim süreci yalnızca kozmetik ve bakım ürünleriyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda kişisel konfor, refah ve boş zaman etkinliklerine yönelik deneyimleri de içerir (Song, Gonzalez-Jimenez ve Belk, 2021). Sosyal ilişkiler bağlamında ise dış görünüşün çekicilik üzerindeki etkisi, çekici görünüme sahip bireyler daha olumlu kişiliklere sahip, daha güvenilir ve üstün olarak algılanmakta ve daha fazla mesleki ve sosyal başarıya sahip olma eğiliminde olmaktadır (Tran Cao, 2020). İyi görünüm, sosyal liderlik rolleriyle ilişkilendirilmektedir. (Di Francesco, Zavalloni, Risemberg, Shitsuka, ve Pedron, 2022).

Tüm bunlar göz önünde tutularak, çalışmanın amacı estetik cerrahi ve medikal (kozmetik) amaçlı uygulanan işlemlerin tüketimle ilişkili olarak materyalizm ve fiziksel çekiciliğin bibliyometrik bir incelemesini sunmaktır.

Çalışmanın Metodolojik Aşamaları

1	2	3	4	5
Veri tabanı	Arama algoritmalarının tanımı	Filtre uygulaması ile arama yapma Endnote kullanımı ve makale seçimi	Bibliyometrik göstergeler ve veri analizi	Tablo ve Grafikler ile Sonuç ulaşıma

Şekil 1. Uygulama Aşamaları

GEREÇ VE YÖNTEM

Araştırmanın Türü (Tasarımı)

Gerçekleştirilen bu çalışma, betimleyici (tanımlayıcı) ve keşifsel (keşfedici) nitelikli bir araştırma olup, bibliyometri tekniklerinden yararlanılmıştır. Bibliyometrinin üç ana prensibi benimsenmiş, bu prensiplerden Lotka yasası özellikle yazarın üretkenlik düzeyini ölçmek amacıyla kullanılmıştır (Qiu ve ark., 2017). Bu yasa, bir yazarın belirli bir akademik sahaya kaç yayına katkıda bulunduğunu göstererek, yazarın alan içindeki etkisinin kapsamını ortaya koyar. Sonuç olarak, bu analiz metodu, araştırmacılara ilgili disiplinlerdeki en belirgin yazarları ve onların ne ölçüde üretken olduklarını değerlendirme fırsatı sunar. Lotka yasası, kaynakların ve yazarların bilimsel alandaki tesirini belirlemek için önemli bir bibliyometrik ölçüm yöntemi olarak işlev görür (Ongun ve Işık Albayrak, 2024). Zipf yasası (anahtar kelime sıklığı ölçer) ve Bradford yasası (dergi verimliliğini ölçer) (Broadus, 1987). Bibliyometri, belirli bir konuyla ilgili yapılan makalelerin matematiksel yollarla nicel olarak analiz edebilen istatistiksel bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Yu ve ark., 2020, Donthu ve ark., 2021: 285). Aynı zamanda bibliyometrik analizler, literatürün izlenmesi, akademik ağların haritalanması ve disiplinler arasındaki bağlantıların analiz edilmesi için oldukça faydalıdır (Ellegaard ve Wallin, 2015).

Araştırma Evreni ve Örneklemi

İkinci adım, çalışmanın amacına odaklanan arama algoritmalarının tanımlamaktır. Estetik ve kozmetik cerrahi, estetik tüketim, materyalizm, pazarlama, benlik ve kendini gerçekleştirme ve tüketim terimleri tanımlandı. Kullanılacak terimler üzerinde detaylı bir çalışma yapıldıktan sonra 3 arama anahtarı belirlenmiştir (Tablo 1). Üçüncü olarak asıl arama gerçekleştirilmiştir. Dördüncü olarak hakemli dergilerdeki SSCI indeksli makaleleri, 2002-2024 yılları arasındaki yayınları ve mevcut yayınları içeren arama filtreleri

uygulandı. Veriler 10 Ekim 2024 tarihinde çıkarıldı.

Tablo 1. Arama Anahtarları

Sıralama	Sonuçlar	Arama: Web Of Science
1	229	TS= ("Aesthetic surgery") OR ("cosmetic surgery" OR "cosmetic consumption") AND (self realization OR materialism OR marketing))
2	219	TS= ("Aesthetic surgery") OR ("cosmetic surgery" OR "cosmetic consumption") AND (self realization OR marketing))
3	87	TS= ("Aesthetic consumption") OR ("cosmetic surgery" OR "cosmetic consumption") AND (self conception OR materialism OR marketing))

Verilerin Toplanması

İlk olarak Web of Science (WOS), bibliyometrik analiz yapılabilmesi için istenilen formatta dosya indirilmesini sağlayan ve en önemli araştırma makalelerini içeren çevrimiçi veri tabanı olması daha kaliteli, sağlam, geçerli ve işlevsel veriler sağladığı ve daha güvenilir olduğu için seçilmiştir. Diğer yandan, Google Akademik gibi veritabanlarından elde edilen verilerin düşük kalitesi, bibliyometrik analizin uygunluğu konusunda şüphelere yol açmaktadır (Cobelli ve Blasioli, 2023: 302). WOS veritabanı, son yıllarda çeşitli bilimsel alanlarda bibliyometrik araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda, veritabanının özellikleri, itibarı ve araştırmaya uygunluğu göz önünde bulundurularak bu araştırmada WOS veritabanı kullanılmıştır (Sanchez ve ark., 2017; Cobelli ve Blasioli, 2023; Farooq, 2023). Çalışmanın kısıtlılığı olarak Scopus, Google Scholar, PubMed, ProQues, CrossRef, ERIC, ArXiv, CiteSeerX ve Dimensions gibi veri tabanları dışarıda bırakılmıştır. Bir sınırlama olarak bu çalışma kaynak ve veri olarak sadece Web of Science veri tabanına dayanmaktadır, bu nedenle bu konu ile ilgili bazı yayınlar gözden kaçmış olabilir. WOS'un kullanılmasının sebebi, konu ile ilgili en önemli dergileri içeren bir veri tabanı olmasıdır.

Araştırmanın Etik Yönü

Bibliyometrik bir çalışma olmasından dolayı etik kurul onayı alınmamıştır.

Verilerin Değerlendirilmesi

Beşinci adımda, EndNote yazılımı kullanılarak çalışmanın amacına uygun olarak makaleler çalışmanın başlığına, özetine ve Tablo 1 de yer alan arama anahtarına ve yukarıda belirlenen (2002-2024) yıllara göre seçilmiştir. Altıncı adımda seçilen makaleler Excel tablosunda düzenlenmiştir. Yedinci adımda her bir makale için bibliyometrik göstergeler hesaplanmıştır. Makalelerin ve yazarların atıf sayısı, yayın yılı,

ülke, dil ve dergi adı gibi diğer değişkenler de açıklayıcı amaçlarla dahil edilmiştir. Sekizinci adımda bibliyometrik veriler analiz edilmiş ve sonuçlar tablo grafikler halinde sunulmuştur. Yanlılığı önlemek için ilk sekiz adım aynı gün gerçekleştirilmiştir. Son adımda bibliyometrik verilerin ampirik analizi gerçekleştirilmiş, teoriler algoritmalarla ve aralarındaki ilişkilerle ilişkilendirilmiştir.

Grafiksel bibliyometrik ağların oluşturulmasında Vosviewer yazılımı kullanılmıştır. Web of Science (WOS) veri tabanından elde edilen arama sonuçları, bu yazılıma aktarılabilmektedir. Vosviewer'da gerçekleştirilen analizler sonucunda ortaya çıkan grafiklerdeki düğüm (node) boyutları, ilgili kelime veya terimin kullanım sıklığını temsil etmektedir. Düğümler arasındaki eğrisel çizgiler, bu terimlerin aynı yayında birlikte kullanıldığını göstermektedir. Ayrıca, iki düğüm arasındaki mesafenin kısalığı, söz konusu anahtar kelimelerin birlikte geçme sıklığının yüksek olduğuna işaret etmektedir (Eck ve Waltman, 2022). Çalışmada yer alan grafikler, Vosviewer programına aktarılan .txt formatındaki verilerden elde edilerek, Excel yazılımı kullanılarak görselleştirilmiştir.

BULGULAR

Yukarı da Tablo 1 de yer alan üç 'arama anahtarları' uygulandıktan sonra WOS da toplam 535 Makale tespit edilmiştir. WOS veri tabanından gerçekleştirilen taramalar sonucunda elde edilen çalışmalar EndNote yazılımında birleştirilerek, aynı çalışmaların (duplike) elemesi yapılmıştır. Çalışmalardan işletme, davranış bilimleri ve sosyal bilimler araştırma alanları seçilmiş ve daha sonra, bildiriler, kitap bölümleri, erken erişim ve konu açısından alakasız makaleler analizlerden çıkarılmıştır. Çünkü literatürde genellikle bildiriler ve kitap bölümleri hariç tutulmuş ve yalnızca dergi makaleleri analiz edilmiştir. Bunun nedeni, dergi makalelerinin literatüre en çok katkıda bulunmasıdır (Paul ve ark., 2021; Sharma ve ark., 2023). Ayrıca, elde

edilen çalışmaların özetleri ve girişleri tek tek okunmuştur. Makalelerin uygunluk kriterlerine göre tek tek analiz edilmesinden sonra, estetik ve kozmetik tüketim, materyalizm pazarlama ve benlik algısı ile ilgili 83 makale sonuç olarak,

bibliyometrik analiz için kullanılmıştır. Bilimsel üretimin çoğu araştırma makaleleriydi (%90.3), bunu derlemeler (%9.7) takip ediyordu. En çok atıf alan 10 makale Tablo 2 de listelenmiştir.

Tablo 2. En Çok Atıf Alan 10 Makale

Başlık	Yazarlar	Makale Konusu	Yayıncı	Yayın Yılı	Toplam Atıf
Medical tourism: Sea, sun, sand and . . . surgery	Connell, John	Medikal turizmin yükselişini,sağlık hizmetlerinin özelleştirilmesini, sağlık kaynaklarına erişimi hem sağlık hizmetlerinin hem de turizmin hızla küreselleşmesini vurgulamaktadır.	Tourism Management	2006	527
The mass marketing of disordered eating and Eating Disorders: The social psychology of women, thinness and culture	Hesse-Biber, Sharlene; Leavy, Patricia; Quinn, Courtney E.; Zoino, Julia	Kadınların kitle iletişim araçları aracılığıyla güzellik ideallerinin kitlesel pazarlanmasına nasıl maruz kaldıklarını ve bundan nasıl etkilendiklerini tam olarak anlamak için, soruna sosyal psikolojik bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır.	Womens Studies International Forum	2006	171
Female Genital Cosmetic Surgery: A Critical Review of Current Knowledge and Contemporary Debates	Braun, Virginia	Kadın genital estetik prosedürleri hakkındaki mevcut bilgi durumunu ve bilgimizdeki sınırlılıkları belirlemekte ve tıp literatüründe genellikle ele alınmayan sosyolojik ve psikolojik endişeleri gündeme getiren eleştirel bir akademik çalışmayı inceleyerek, daha geniş sorunları ve tartışmaları özetlemektedir.	Journal Of Womens Health	2010	123
'The poor have the right to be beautiful': cosmetic surgery in neoliberal Brazil	Edmonds, Alexander	Brezilya'da son yirmi yılda estetik ve kozmetik cerrahi oranlarındaki hızlı artışın nedenlerini incelemekte ve çeşitli sosyal sorunların, estetik kusurlardan kaynaklı olduğunu savunmaktadır. Estetik cerrahinin aynı zamanda piyasa ekonomisinin kısıyındaki insanların tüketici arzularını da harekete geçirdiğini aynı zaman da güzellik uygulamalarının modernite ile harmanlanarak ekonomide rekabet etmek için bir araç sunduğunu söylüyor.	Journal Of The Royal Anthropological Institute	2007	113
The body consumed: Reflexivity and cosmetic surgery	Askegaard, S; Gertsen, MC; Langer, R	Kişilerin operasyon kararlarını neyin motive ettiğini; operasyon öncesinde, sırasında ve sonrasındaki bazı düşünce ve duygularını ve operasyonun sonrasında yaşamlarını, öz benliklerini nasıl etkilediğini incelemektedir. Son olarak, öz benlik ile pazarlama kurumu arasındaki bazı ilişkileri tartışmaktadır.	Psychology & Marketing	2002	77
Medical Tourism And The Global Marketplace In Health Services: Us Patients, International Hospitals, And The Search For Affordable Health Care	Turner, Leigh	Medikal turizmin ortaya çıkışı, sağlık sigortası, sağlık hizmetlerinin sunumu, hasta-hekim ilişkileri, kamu tarafından finanse edilen sağlık hizmetleri ve estetik tüketiminin yayılması üzerinde durulmaktadır.	International Journal Of Health Services	2010	76

Tablo 2. En Çok Atıf Alan 10 Makale (Devamı)

Başlık	Yazarlar	Makale Konusu	Yayıncı	Yayın Yılı	Toplam Atıf
Materialism, Sociocultural Appearance Messages, And Paternal Attitudes Predict College Women's Attitudes About Cosmetic Surgery	Henderson-King, Donna; Brooks, Kelly D.	Kozmetik cerrahi geçirenlerin büyük çoğunluğunun kadın olmasını, özellikle, kozmetik cerrahiyi kabul etme ve kozmetik cerrahi prosedürlerine girme isteklerini incelemektedir. Sosyokültürel görünüm mesajlarının farkındalığı ve içselleştirilmesi ve materyalizmi ele almaktadır.	Psychology Of Women Quarterly	2009	76
Female Genital Cosmetic Surgery: Freakish or Inevitable? Analysis from Medical Marketing, Bioethics, and Feminist Theory	Tiefer, Leonore	Kadın genital estetik cerrahisini feminist teori ve estetik pazarlama perspektifinden incelemekte, değişim kültürünü incelemektedir.	Feminism & Psychology	2008	72
An exploratory study of age related vicarious nostalgia and aesthetic consumption	Goulding, C	Bu makalenin temelini, özellikle estetik tüketim ve deneyimlere yönelik tercihlere vurgu yapan vekil nostalji kavramı oluşturmaktadır. Çalışma, estetik tüketimin eski dönem ve şimdi ki zaman da nasıl değiştiğini vurguluyor.	Advances In Consumer Research, Volume Xx1x	2002	70
Accounting for cosmetic surgery in the USA and Great Britain: A cross-cultural analysis of women's narratives	Gimlin, Debra	Çalışma Amerika ve İngilterede kadınların estetik ameliyat olma motivasyonlarını açıklıyor. Kadınların işlem öncesi ve sonrası görünümüne dair kendi algıları; başkalarının etkisi ve tepkileri (sosyal kaygı), ödeme kaynakları ve ek işlem planları gibi konular da ele alınmıştır.	Body & Society	2007	62

Seçilen 83 makaleye toplam 2146 atıf yapılmıştır. Kendi kendine yapılan atıflar çıkarıldıktan sonra 2101 atıf kalmıştır. Toplam atıf sayısı 0 ile 518 arasında değişmektedir. (Ortalama 29.86). H indeksi 27 dir. Yani 27 makaleye en az 27 kez atıf yapılmıştır. Bunlardan ikisi (Connell ve John, 2006; Hesse-Biber ve ark., 2006) 170'den fazla atıf almıştır.

Tablo 3. Ana Yazarlar Listesi

Yazarlar	Yayın	%
Lang, Andras	2	2.4
Tiefer, L	2	2.4
Meskó, Norbert	2	2.4
TAYLOR, JS	2	2.4
Au, Anson Cheuk-Ho	2	2.4
Turner, Leigh	2	2.4
Connell, John	2	2.4
Edmonds, Alexander	2	2.4
Diğerleri	67	80.8

Yukarı da giriş bölümün de anlatılan literatür ışığında; en çok atıf alan 10 makale içinde bulunduğumuz postmodern dönem de estetik tüketimini, materyalizmi, medikal turizmi, estetik operasyonla birlikte değişen özbenliği, sosyal

kaygıyı ve özellikle kadınların estetik cerrahi kabulünde motivasyonlarını görmekteyiz.

Tablo 4. En Çok Atıf Alan Yazarlar Listesi

Yazarlar	Atıflar	Yayınlar
Connell, J	527	2
Hesse-Biber, S; Leavy, P; Quinn, CE; Zoino, J	171	1
Braun, V	123	1
Edmonds, A	113	2
Askegaard, S; Gertsen, MC; Langer, R	77	1
Turner, L	76	2
Henderson-King, D; Brooks, KD	76	1
Tiefer, L	72	2
Goulding, C	70	1
Gimlin, D	62	1

Yayınlanan makale sayısına en çok katkıda bulunan yazarlar Tablo 3'te listelenmiştir. Sekiz yazar 2 şer çalışma yayınlamıştır. Connell, Edmonds, Turner ve Tiefer aynı zamanda en çok atıf alan 10 yazar arasında yer almaktadır. (Tablo 4). Toplam 2146 atıfın 1367 tanesi en çok atıf alan 10 yazara aittir (%64). Connell, J. 2006 da yayınladığı makalesine 527 atıf almıştır. Diğer

dokuz yazarın her birine 62 ile 171 arasında atıf yapılmıştır.

Yazar başına en az 10 ortak atıf dikkate alınarak ortak atıflar için bir grafik oluşturmak üzere Vosviewer programı kullanılmıştır. Şekil 2, 3 farklı yazarı bir araya getiren en çok atıf alan yazarlar etrafında daha büyük bir yazar yoğunluğunu göstermektedir. Ortak Çalışmalarda Swami, dört farklı kümeden yazarlarla ilişkilendirilmiştir.

Toplam 21 yayın ABD'den yapılmıştır. En çok atıf alan ikinci ülke 15 atıfla İngiltere olurken, onu 11 atıfla Çin takip etmiştir. Avustralya'nın katkısı 8 olmuştur. İlgili alanlardan psikoloji (20 makale), işletme ekonomisi (16 makale), sosyoloji (15 makale), sosyal bilimlerde diğer başlıklar (8 makale), kadın çalışmaları (8 makale), halk sağlığı (7 makale), cerrahi (7 makale) dir. Buna ek olarak antropoloji, sağlık yönetimi, diş ve ağız cerrahisi, çevre ekolojisi de multidisipliner bilimlerde yer almıştır.

Tablo 5. En Fazla Yayına Sahip Olan Kurumlar

Kurumlar	Yayımlar	%
The Hong Kong Polytechnic University	2	2.4
The Hong Kong Polytechnic University	2	2.4
The University Of Sydney	2	2.4
The University Of Sydney	2	2.4
University Of Minnesota	2	2.4
University Of Minnesota	2	2.4
University Of Stirling	2	2.4
Diğerleri	69	83.2

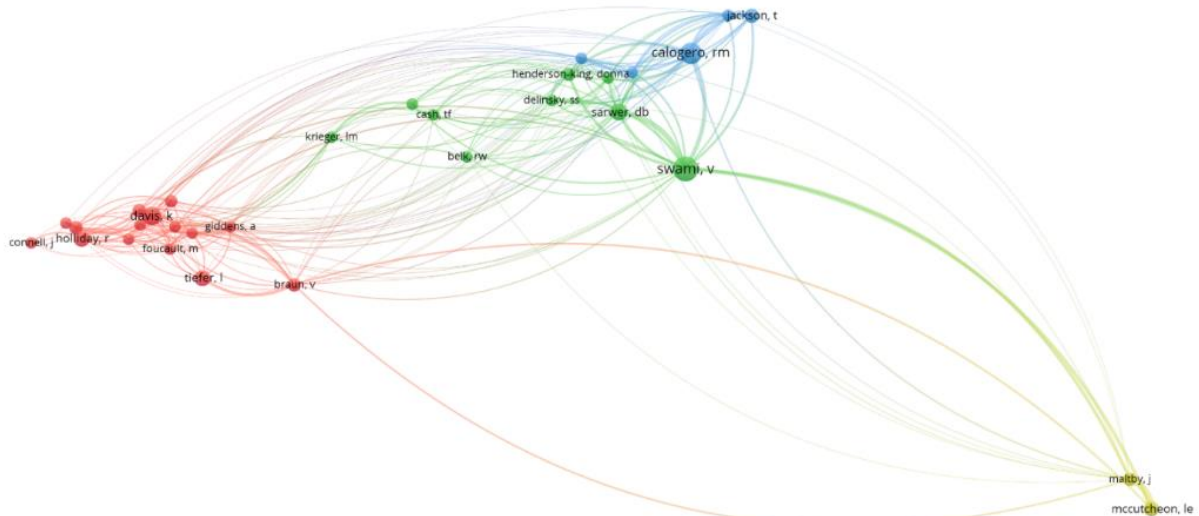
Seçilen makaleler 7 ana kurumdan gelmiştir. Çalışmalar benzer sayıda olduğundan dolayı, 2 yayımla katkıda bulunan tüm kurumlar seçilmiştir. Her birinin 2'ser (%2.4) yayını bulunmaktadır.

Tablo 6 da en çok atıf alan dergiler yer almaktadır. 4 yayımla (%4.8) Current Psychology, 3 yayımla (%3.6) Psychology Marketing ve Womens Studies International Forum; yayımlar psikoloji, pazarlama ve estetik cerrahi alanındadır.

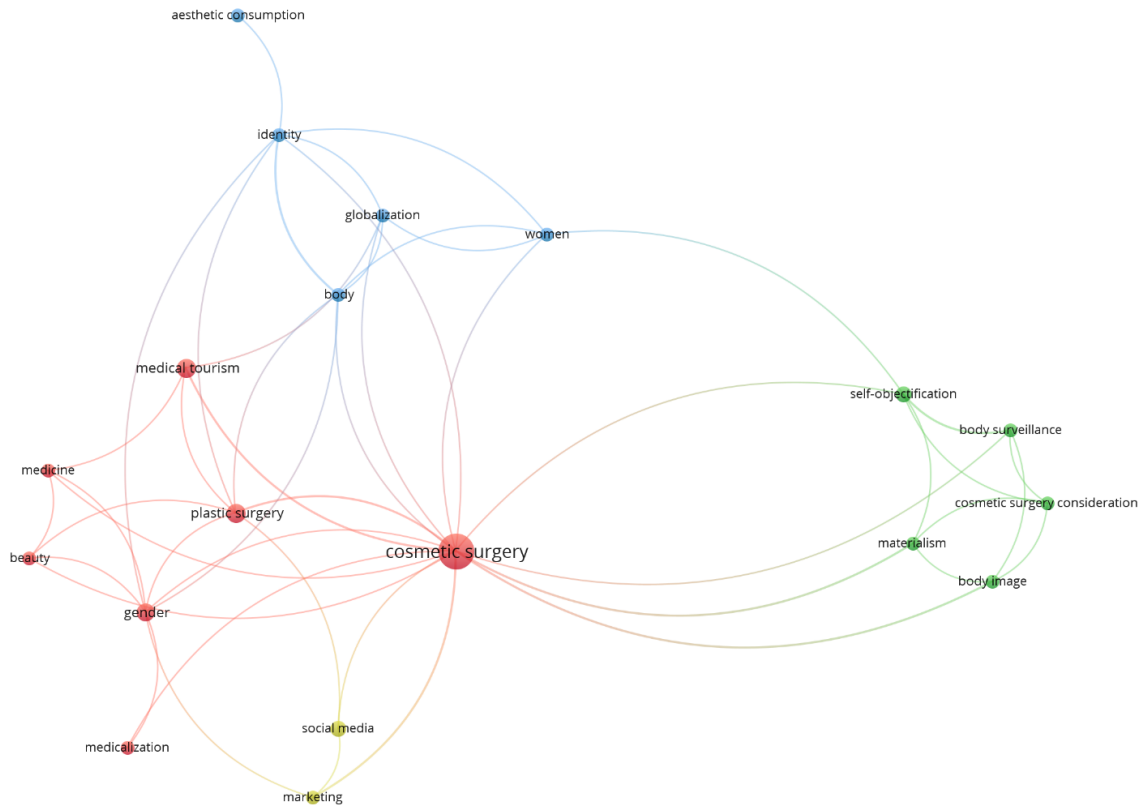
Tablo 6. En Çok Atıf Alan Dergiler

Sürekli Yayınlar	Yayımlar	%
Current Psychology	4	4.8
Psychology Marketing	3	3.6
Womens Studies International Forum	3	3.6
Aesthetic Plastic Surgery	2	2.4
Aesthetic Surgery Journal	2	2.4
Consumption Markets Culture	2	2.4
Frontiers In Psychology	2	2.4
International Journal Of Retail Distribution Management	2	2.4
Journal Of Services Marketing	2	2.4
Reproductive Health Matters	2	2.4
Television New Media	2	2.4
Diğerleri	57	68.8

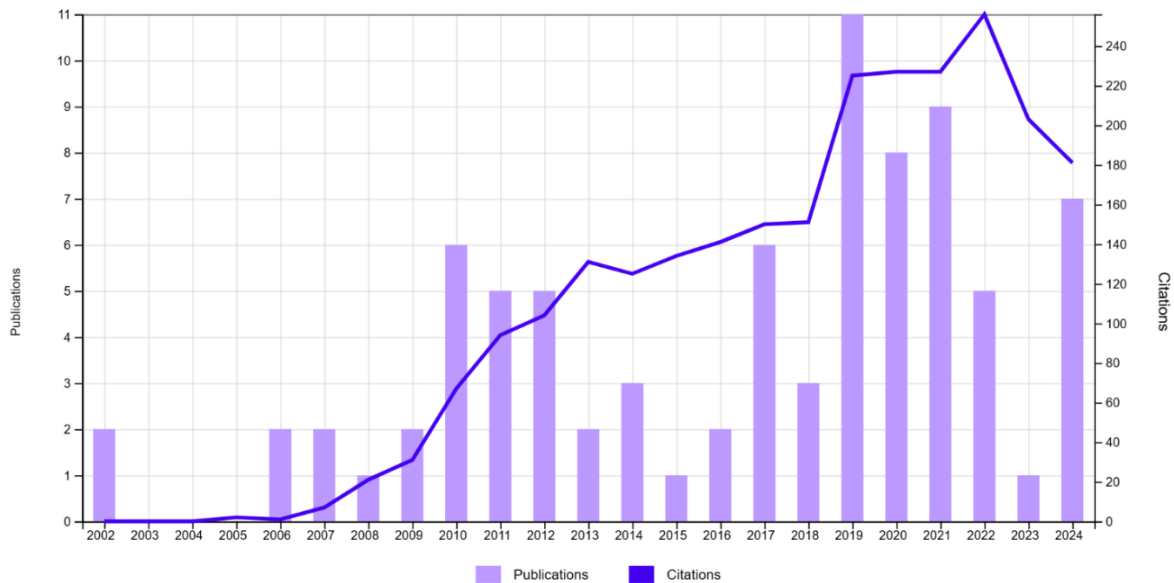
Anahtar kelime eş-oluşumu analizi 4 farklı kümeye dağılmış 19 anahtar kelime ortaya çıkarmıştır: "kozmetik cerrahi" 20 kere, "plastik cerrahi" 6 kere, "benlik algısı" 4 kere, "metaryalizm" 3 kere, "pazarlama" 3 kere, "estetik tüketim" 3 kere (Şekil 3).



Şekil 2. En Az 10 Ortak Atıfı Olan Yazarların Diyagramı



Şekil 3. Anahtar Kelimelerin Sıklığı



Şekil 4. Yıllık Bilimsel Üretim

Kozmetik ve estetik cerrahi, estetik tüketim, pazarlama ve materyalizm en fazla bilimsel üretimin yapıldığı yıl 2019 (11 makale), onu 2021 yılı (9 makale) ile takip etmiş, 2020 yılı 8 makale ile %9.6'lık bir paya sahiptir. Atıflarda ise yine 2019-20-21 yıllarında artış olmuş, 2022 yılında en yüksek noktaya ulaşmış fakat 23 ve 24 yıllarında düşmüştür. Estetik tüketime ilişkin araştırmalarda 2019 yılı öne çıkmıştır. (Şekil 4).

TARTIŞMA

Bireylerin fiziksel özelliklerinde değişiklik yapmayı amaçlayan tıp dalları olan estetik/kozmetik ve plastik, rekonstrüktif cerrahinin geçmişi Antik Çağlara dayanır. Ancak bu kavramlar (estetik, kozmetik, plastik ve rekonstrüktif) sıkça birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılsa da her birinin kendine özgü anlamı bulunmaktadır. Rekonstrüktif cerrahi,

genellikle fonksiyonel nedenlere veya doku/uzuv kaybına bağlı olarak fiziksel yapıların yeniden inşa edilmesini ifade eder. Estetik kavramı ise, bu branşın ilk doğuşunda, işlevsel iyileştirmeyi amaçlayan fiziksel değişikliklerin en doğal ve en az kusurlu görünecek şekilde yapılmasına gönderme yapmıştır. Ancak zamanla, "estetik cerrahi" tanımı dönüşmüş ve kişilerin bireysel güzellik algılarını doğrultusunda, keyfi istek ve arzularına bağlı olarak görünümünde talep ettikleri operasyonlar anlamına gelmiştir. Türkçede kullanılan bu "estetik cerrahi" ifadesi, İngilizcede genellikle "kozmetik cerrahi" olarak karşılık bulur. Bunun nedeni, görünüm değişikliği yaratmayı hedefleyen bu işlemlerin, sağlıkla ilgili nedenlerden ziyade, kozmetik kaygılarla talep edilmesidir. Son dönemde Türkçede de bazı cerrah ve klinikler tarafından kozmetik cerrahi adlandırmasının benimsenmeye başladığı gözlemlenmektedir. Özetle, estetik/kozmetik cerrahi hizmetler, rekonstrüktif cerrahinin aksine fizyolojik bir hastalık, deformasyon veya bozukluk sonucu değil, dış görünüme dair kişisel tercihlerin gerçekleştirilmesi amacıyla uygulanan işlemlerdir. Estetik cerrahi uygulamalarının bir alt dalı olan medikal estetik, daha çok kozmetik amaçlı non-invaziv (ameliyatsız) işlemleri içerir. Medikal estetiğin işlem kolaylığı ve hızlı iyileşme süresi sayesinde günümüzde giderek popülerleştiği düşünülmektedir. Bu çalışma, hem invaziv (cerrahi) estetik işlemleri hem de non-invaziv (medikal) estetik prosedürleri kapsamaktadır.

Günümüzde dünyada estetik / kozmetik cerrahi uygulamalara ciddi bir talep olmaktadır. Bu talep her geçen yıl artarak devam etmektedir. Çalışmanın sonuçları, estetik cerrahi sonucunda oluşan tüketimle ilgili bilimsel üretimin tüketici davranışını takip ettiğini göstermektedir. Özellikle eş oluşum analizinde kırmızı küme, konuya ilişkin çalışmanın ana teması, yoğun olduğu estetik/kozmetik cerrahi çerçevesinde medikal turizm, güzellik, cinsiyet ve psikolojik anlamda tıbbileştirme kavramlarıyla ilişkilendirilmiştir. Mavi küme de estetik/kozmetik tüketim, kimlik inşası, beden, kadın ve küreselleşmeye ilişkin temaları içermektedir. Yeşil küme de estetik tüketimi beden memnuniyeti, beden nesnelleştirilmesi, beden imajı, materyalizim ve estetik/kozmetik cerrahinin önemi ele alınmıştır. Sarı küme de pazarlama ve sosyal medya temalarının değerlendirildiği görülmektedir. Bu makale estetik/kozmetik cerrahi ve tüketimi, materyalizm üzerine yapılan çalışmalar için bir temel

oluşturabilir, bu konuda araştırmacıların gelişimini anlamalarına yardımcı olabilir. Gelecekteki çalışmalar, estetik tüketimi ile materyalizm arasındaki ilişkiye ilave edilecek değişkenlerle ve materyalizmin etkilerini analiz etmelidir.

SONUÇ

Estetik ve kozmetik cerrahiye yönelik artan talebin önemi nedeniyle, bu çalışma WOS veri tabanı kullanılarak 2002'den 2024'e kadar bu konudaki SSCI indeksli bilimsel üretimi analiz etmeyi amaçlamıştır. Araştırmada İngilizce anahtar kelimelerden oluşan bir kombinasyon kullanılmıştır. Geliştirilen arama anahtarları kullanılarak 535 makale tespit edilmiş çalışmalardan işletme, davranış bilimleri ve sosyal bilimler araştırma alanları seçilmiş (mühendislik, tıp ve fen-doğa bilimleri dışlanmış) ve daha sonra, bildiriler, kitap bölümleri, erken erişim ve konu açısından alakasız makaleler analizlerden çıkarılarak bunların 83 ü dahil edilmiştir. En çok atıf alan 10 makale, en çok atıf alan yazarlar ve yayımlanan makale sayısı ve ortak atıflarda en çok bağlantıya sahip yazarlar sunulmuştur. Buna ek olarak ülkelerin, üretimlerin, kurumların araştırma alanlarının, dergilerin anahtar kelimelerin ve yayın yıllarının sıklığı analiz edilmiştir. Lotka Yasası ile ilgili olarak, hem en çok yayını hem de en çok atıf alan yazarlar; Collnel J., Turner, Edmonds ve Trif . Zipf Yasası ile ilgili 4 küme bulunmuştur; 'kozmetik cerrahi', 'metaryalizm', 'pazarlama', 'estetik tüketim'. Bradford yasası ile en verimli dergiler; Current Psychology, Psychology marketing, Womens Studies International Forum.

Bu çalışmanın bulgularında yer alan makale ve yazarlar; fiziksel görünüşü değiştirme ve iyileştirme isteği hakkında sahip olduğumuz bilgilere pek çok önemli katkı sağlamışlardır. Aynı zaman da makaleler de estetik /kozmetik cerrahi hastalarının psikolojik taramalarının önemine dikkat çekmektedir. Yazarlar özellikle benlik saygıları düşük bireylerin bedenlerinden duydukları memnuniyetsizlikleri ve sosyal kaygılarının motivasyon sebebi olması estetik ve kozmetik cerrahiye başvurmaya ele almışlardır. Estetik operasyon geçirmek için gerçekleşen seyahatler de sağlık turizminin küreselleşmesi, medikal turizm ürünlerinin gelişimini bu bağlamda, ülkeler medikal turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için etkili pazarlama faaliyetleri sürdürmek ve kaliteli hizmet sunarak

daha fazla medikal turiste ulaşmak, bu bağlam da hasta-hekim ilişkilerine önemli katkılar sağlamışlardır.

Analizimiz incelenen konuyla ilgili bilimsel üretimin 2015 yılından bu yana arttığını göstermektedir. Konunun bilimsel arenada önem kazanan yeni bir konu olduğu gerçeğini desteklemektedir.

Yazar Katkısı / Author Contributions

Fikir/Kavram: N.A.B.; Tasarım:N.A.B.; Denetleme/Danışmanlık: Ç.T.; Analiz ve/veya Yorum: N.A.B, Ç.T.; Kaynak Taraması: N.A.B.; Makalenin Yazımı: N.A.B, Ç.T.; Eleştirel İnceleme: N.A.B, Ç.T.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review

Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması / Conflict of Interest

Yazarlar araştırmanın yürütülmesinde herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmişlerdir.

Finansal Destek / Financial Disclosure

Yazarlar araştırmanın yürütülmesi sürecinde bir finansal destek almadıklarını beyan etmiştir.

KAYNAKLAR

- Akman-Dömbekci, H. (2021). *Estetik operasyonların sosyal etmenleri ve tıbbileştirme ile ilişkisi: Rinoplasti üzerine nitel bir araştırma* (Doktora tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Araslı, O. (2017). Medyadan “estetik-güzellik” uygulamalarına “merdiven üstü” bir bakış: “Adana’daki sahte estetik iddiaları” hakkında haberlerin değerlendirilmesi. *Atatürk İletişim Dergisi*, (14), 61–80.
- Aslan, H. (2014). Bireyin popüler multimedya bağlantılarında estetik tüketim ve estetik kültürlenme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 594–607.
- Barone, M., Cogliandro, A., Persichetti, P., & Di Stefano, N. (2016). Ethical considerations on case reports and analysis of quality of life in patients with cosmetic rhinoplasty. *Persona y Bioética*, 20(1), 77–85.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, tüketim ve yeni yoksullar* (Ü. Öktem, Çev.). Sarmal Yayınları.
- Benevides, P. S., Severiano, D. F., Almeida, M., & Ricarte, F. (2020). Autorretratos da cultura de consumo contemporânea. *Ecos: Estudos Contemporâneos da Subjetividade*, 10(2), 232–244.
- Bourdieu, P. (2017). *Ayırım* (D. Fırat & G. Bozkurt, Çev.). Heretik Yayınları.
- Broadus, R. N. (1987). Toward a definition of bibliometrics. *Scientometrics*, 12(5), 373–379.

- Callaghan, G. M., Lopez, A., Wong, L., Northcross, J., & Anderson, K. R. (2011). Predicting consideration of cosmetic surgery in a college population: A continuum of body image disturbance and the importance of coping strategies. *Body Image*, 8(3), 267–274. doi.10.1016/j.bodyim.2011.03.002
- Erdoğan, G., & Akın, A. (2021). Toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında kadın bedenine yapılan tıbbi müdahaleler. *Sağlık ve Toplum*, 31(2), 14–20.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve tüketim kültürü* (M. Küçük, Çev., 3. bs.). Ayrıntı Yayınları.
- Di Francesco, G., Zavalloni, E., Risemberg, E., Shitsuka, R., & Pedron, I. (2022). Visagism, attractiveness and harmonization complementing orthodontics: Case report. *SVOA Dentistry*, 3(2), 63–67.
- Giddens, A. (2020). *Modernite ve bireysel kimlik: Geç modern çağda benlik ve toplum* (Ü. Tatlıcan, Çev.). Say Yayınları.
- Hesse-Biber, S., Leavy, P., Quinn, E. C., & Zoino, J. (2006). The mass marketing of disordered eating and eating disorders: The social psychology of women, thinness and culture. *Women’s Studies International Forum*, 29(2), 208–224.
- Huang, X., Lin, R., & Yan, Y. (2024). Self-objectification and cosmetic surgery consideration among Chinese young women: The mediating roles of alienation and body image inflexibility. *Journal of Health Psychology*, 29(9), 1006–1017.
- İnam, Ö., & Hotun Şahin, N. (2019). Estetik/kozmetik jinekoloji. İçinde *Güncel jinekoloji hemşireliği* (ss. 267–282). Akademisyen Yayınevi.
- Kalan, Ö. (2014). Foucault’un biyopolitika kavramı bağlamında moda ve beden: Vogue dergisi üzerinden bir söylem analizi. *Selçuk İletişim*, 8(3), 140–162.
- Kurutçu, Ş. (2020). *Estetik ve cerrahi sağlık hizmeti alan bireylerde sosyal görünüş kaygısının özgüven ve utangaçlık üzerine etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Odabaş, S. (2005). Modern beden kültüründe güzellik salonlarının yeri: Ankara örneği. *Toplum ve Bilim*, (104), 153–181.
- Özbolet, A. (2011). Postmodern dönemde bedenin tüketim temelinde yeniden inşası. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(38), 317–334.
- Sarwer, D. B., Zanzville, H. A., LaRossa, D., Bartlett, S. P., Chang, B., Low, D. W., & Whitaker, L. A. (2004). Mental health histories and psychiatric medication usage among persons who sought cosmetic surgery. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 114(7), 1927–1933.

- Sezgin, D. (2016). Sağlıkta dönüşüm: Sağlık paradigması ve medya. *Toplum ve Hekim*, 31(2), 101–109.
- Shilling, C. (2004). *The body in culture, technology & society*. Sage Publications.
- Song, S., Gonzalez-Jimenez, H., & Belk, R. W. (2021). Extending Diderot unities: How cosmetic surgery changes consumption. *Psychology & Marketing*, 38(5), 745–758.
- Sun, Q. (2021). Selfie editing and consideration of cosmetic surgery among young Chinese women: The role of self-objectification and facial dissatisfaction. *Sex Roles*, 84(11–12), 670–679.
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., & Furnham, A. (2009). Acceptance of cosmetic surgery: Personality and individual difference predictors. *Body Image*, 6(1), 7–13.
- Tran Cao, P. (2020). The use of botulinum toxin and dermal fillers to enhance patients' perceived attractiveness: Implications for the future of aesthetic dentistry. *Dental Clinics of North America*, 64(4), 659–668. doi.10.1016/j.cden.2020.06.003
- Türk, G. D., & Bayrakçı, S. (2019). Sosyal medya ve toplumda değişen estetik operasyon algısı. *AJIT-e: Akademik İletişim ve Teknoloji Dergisi*, 10(39), 118–130.
- Yu, Y., Li, Y., Zhang, Z., Gu, Z., Zhong, H., Zha, Q., Yang, L., Zhu, C., & Chen, E. (2020). A bibliometric analysis using VOSviewer of publications on COVID-19. *Annals of Translational Medicine*, 8(13), 816. doi.10.21037/atm-20-4235
- Varga, I. (2005). The body – The new sacred? The body in hypermodernity. *Current Sociology*, 53(2), 209–235.