

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**KİŞİLERİN KAYGI DÜZEYİ VE ÖZBENLİK SAYGISININ; ESTETİK,
PLASTİK VE REKONSTRÜKTİF OPERASYON YAPTIRMA İSTEĞİNİN
ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Boryana DOGANOVA EKİM

Psikoloji Anabilim Dalı

Psikoloji Programı

Şubat, 2020

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



KİŞİLERİN KAYGI DÜZEYİ VE ÖZBENLİK SAYGISININ; ESTETİK,
PLASTİK VE REKONSTRÜKTİF OPERASYON YAPTIRMA İSTEĞİNİN
ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Boryana DOGANOVA EKİM

(Y1712.270025)

Psikoloji Anabilim Dalı

Psikoloji Programı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Kadriye Esin CANTEZ

Şubat, 2020

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ



YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Psikoloji Anabilim Dalı Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı Y1712.270025 numaralı öğrencisi BORİANA DOĞANOVA EKİM'in "KİŞİLERİN KAYGI DÜZEYİ VE ÖZBENLİK SAYGISININ; ESTEKİK, PLASTİK VE REKONSTRÜKTİF OPERASYON YAPTIRMA İSTEĞİNİN ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 31.01.2020 tarihli ve 2020/02 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Tezli Yüksek Lisans tezi 10.02.2020 tarihinde kabul edilmiştir.

	<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
ASIL ÜYELER				
Danışman	Prof.Dr.	Kadriye Esin CANTEZ	İstanbul Kent Üniversitesi	
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Hüseyin KAZAN	İstanbul Aydın Üniversitesi	
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Mehmet Zeki ILGAR	Biruni Üniversitesi	
YEDEK ÜYELER				
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Engin EKER	İstanbul Aydın Üniversitesi	
2. Üye	Doç. Dr.	Bayram BAŞ	Yıldız Teknik Üniversitesi	

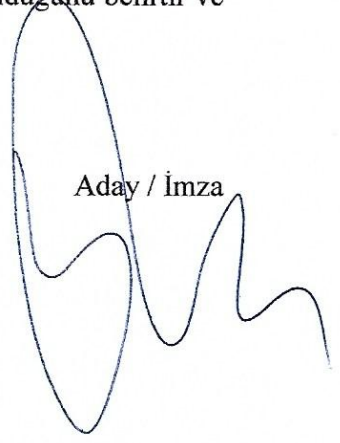
ONAY

Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Enstitü Müdürü

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Kişilerin Kaygı Düzeyinin ve Özbenlik Saygılarının; Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Operasyon Yaptırma İsteği Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (20/01/2020)

Aday / İmza



ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca kıymetli bilgi ve deneyimlerinden yararlandığım Hocam, Tez danışmanım Prof. Dr. Kadriye Esin Cantez'e, araştırma döneminde beni destekleyen ve katkıda bulunulan Mürüvet Civanbey'ye ve Yeliz Karaca'ya, yanımda olan fakülte arkadaşlarıma, yoğun çalışmalarımda bana anlayış ve sabır gösteren eşim Mustafa Ekim'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Şubat 2020

Boriana DOGANOVA EKİM

KİŞİLERİN KAYGI DÜZEYİ VE ÖZBENLİK SAYGISININ; ESTETİK, PLASTİK VE REKONSTRÜKTİF OPERASYON YAPTIRMA İSTEĞİNİN ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmak isteyen adaylar ve yaptıran vakalarda, kaygı düzeyiyle öz benlik saygısı arasındaki ilişkinin ana dinamiklerini ortaya koymaktır. Çalışmada, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğini ve Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeğini (State-Trait Anxiety Inventory) dolduran, 21-60 yaşları arasında, 180 Türk kadınından elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Yukarıda belirtilen ölçeklere, anket yapılan kişilerin, estetik cerrahi geçmişi ve bu tür bir operasyonu gelecekte geçirmeyi düşünme gibi oranları gösteren çeşitli değişkenler eklenmiştir. Bu değişkenler ile ortaya çıkan sonuçlar arasında önemli önemli korelasyon olup olmadığını netleştirmek adına, istatistik analizleri kullanılmıştır. Çalışmada, nitel yaklaşımın uygulandığı görsel metamorfoz geçiren durumlar ele alınacaktır. Genel çalışma daha spesifik olarak aşağıdaki araştırma sorularını yanıtlamayı amaçlıyor: Kişinin öz benlik saygısı, yaşam doyumu ile plastik cerrahi yoluyla ortaya çıkan radikal değişim arzusu arasında bir ilişki var mı? Öz benlik saygısı, kaygı düzeyi ile estetik rekonstrüktif cerrahi arasındaki etkileşimin özelliklerini ve çalışma katılımcıları tarafından algılanma biçimlerini açıklamaktır.

Çalışmada edilen sonuçlarına göre örnekleme benlik saygısı seviyesi ve durumluk-sürekli kaygı düzeyleri seviyesinin, estetik operasyon yaptırmaya isteği için koşullandırıcı özellikler olduğu görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: *Plastik Cerrahi, Öz Benlik Saygısı, Estetik, Kaygı, Kitle İletişim Araçları.*

**FUNDAMENTAL DYNAMICS MEDIATING THE RELATIONSHIP
BETWEEN LEVEL OF ANXIETY AND SELF-ESTEEM PRESENT IN
CANDIDATES FOR PLASTIC RECONSTRUCTIVE AND COSMETIC
SURGERY INTERVENTIONS**

ABSTRACT

The present aims to unfold the fundamental dynamics mediating the relationship between level of anxiety and self-esteem present in candidates for aesthetic and reconstructive surgeries. The study will be conducted on 180 women from Turkey aged between 21-60 years who intend to engage with reconstructive surgeries. The study will utilize Rosenberg Self-Esteem Scale and Spielberger Test Anxiety Inventory. These will be reappropriated to reveal the relation between research subjects' self-esteem, anxiety level and plastic surgery treatments. The presence of possible correlations will be evaluated using statistical analysis. The work includes post-surgery case and cases of drastic visual metamorphoses of individuals.

More specifically, the objective in the study aims to answer the following research questions: Is there a correlation between personal self-esteem, life satisfaction and desire for radical change in appearance through plastic surgery? What is the essence of the interaction between personal self-esteem, anxiety and aesthetic reconstructive surgery and the way such procedures are perceived by the study participants?

According to the results obtained in the study, self-esteem level and state-trait anxiety levels in the sample do not appear to be the conditioning properties for the desire of having an cosmetic surgery intervention.

Keywords: *Anxiety, Plastic Surgery, Self-Esteem, Aesthetic, Mass Media.*

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ONUR SÖZÜ	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR LİSTESİ	ix
ŞEKİL LİSTESİ	x
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xi
I. GİRİŞ VE AMAÇ	1
II. GENEL BİLGİLER.....	3
A. Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi	3
1. Estetik Cerrahi.....	3
2. Medikal Estetik Uygulamaları	4
B. "Mükemmel Güzellik" Kavramı ve Estetik Değerler.....	5
C. Benlik ve Benlik Kavramı	9
1. Benlik	9
2. Benlik Saygısı	10
D. Beden İmajı	12
E. Kaygı.....	13
III. BASINDA ESTETİK, YAPAY GÜZELLİK VE KITSCH KAVRAMI	15
IV. SOSYAL MEDYA VE GÜZELLİK KAYGISI	20
V. BEDEN DİSMORFİK BOZUKLUĞU	24
A. Beden Dismorfik Bozukluğun Klinik Özellikleri	24
B. Beden Dismorfik Bozukluğu ve Estetik	27
VI. YÖNTEM	28
A. Araştırma Grubu (ÖRNEKLEM).....	28
B. Veri Toplama Araçları.....	28

1. Bireysel Bilgi Formu.....	28
2. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği – Kısa Form.....	28
3. Spielberg Durum ve Sürekli Kaygı Ölçeği	29
C. Uygulama	29
D. İstatistiksel İşlemler.....	30
VII. BULGULAR.....	31
A. Genel Bulgular	31
B. Estetik Ameliyatı Olma Durumu ile İlgili Bulgular	32
C. Demografik Bilgilere Göre Durumluk Kaygı, Sürekli Kaygı ve Benlik Saygısı Puanlarına İlişkin Bulgular.....	33
VIII. SONUÇ VE ÖNERİLER	38
KAYNAKLAR.....	40
EKLER LİSTESİ	46
ÖZGEÇMİŞ.....	52

KISALTMALAR LİSTESİ

ABA	: Ana Bileşen Analizi
ASDS	: Amerikan Dermatolojik Cerrahi Derneği
BDB	: Beden Dismorfik Bozukluğu
bkz.	: bakınız
DSKÖ	: Spielberg Durum ve Sürekli Kaygı Ölçeği
DVM	: Destek Vektör Makineleri
OKB	: Obsesif Kompulsif Bozukluğu
RBSÖ	: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği
s.	: sayı
SMP	: Sosyal Medya Platformları
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve diğerleri
ve ark.	: ve arkadaşları

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1: Maslow'un İhtiyaç Hiyerarşisi.....	6
Şekil 2: Altın Oran Ölçüleri Fotoğrafi, İnsan Yüzünde Altın Oran Ölçüleri Göstermektedir.....	7
Şekil 3: James'in Önerdiği Özgün Benlik Saygısı Formülü	11
Şekil 4: Benlik Saygısı Seviyesine Göre Karar Ağacı	11
Şekil 5: Bella Hadid Önce ve Sonrası	21
Şekil 6: Kylie Jenner Önce ve Sonrası	22
Şekil 7: Sosyal Medya Ortamında Paylaşmadan Önce Uygulanan Resim Filtreleme İşlemi	23

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1:	Beden Dismorfik Bozukluğu için DSM-V Kriterleri (DSM-V, 2013)..	26
Çizelge 2:	Katılımcıların Yaş Dağılımları	31
Çizelge 3:	Katılımcıların Medeni Durumları	31
Çizelge 4:	Katılımcıların Eğitim Durumları	32
Çizelge 5:	Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırma Hakkındaki Düşünceleri ve Durumları	32
Çizelge 6:	Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Durumları	33
Çizelge 7:	Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırmayı Düşünüp Düşünmemeye Göre Durumluk Kaygı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	33
Çizelge 8:	Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırmayı Düşünüp Düşünmemeye Göre Sürekli Kaygı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	34
Çizelge 9:	Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırmayı Düşünüp Düşünmemeye Göre Benlik Saygısı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	35
Çizelge 10:	Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırıp Yaptırmama Durumuna Göre Durumluk Kaygı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	35
Çizelge 11:	Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırıp Yaptırmama Durumuna Göre Sürekli Kaygı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	36
Çizelge 12:	Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırıp Yaptırmama Durumuna Göre Benlik Saygısı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	36

I. GİRİŞ VE AMAÇ

Geçtiğimiz yüzyılda, plastik ve rekonstrüktif cerrahlar, ağır burun yaralanmalarını, yarık dudak gibi doğuştan malformasyonları, yara izlerini, skarları ve yeniden yapılandırmayı gerektiren kronik durumları olan milyonlarca hastanın yaşam koşullarını iyileştirmiştir. Bu çalışmada cerrahi yolu ile tedavi edilen söz konusu doğumsal yüz, vücut anomalisi veya kaza sonucu meydana gelen derin deformasyonları olan vaka incelenmeyecektir. Bu araştırmada, bahsi geçen kategorilere girmeyen, estetik veya gençleştirme amaçlı yapılan cerrahi müdahalelere ve prosedürlere başvuran bireylere odaklanılacaktır.

Estetik cerrahi için dış motive edici faktörler arasında; etnik önyargıdan kaçınma arzusu, yaş ayrımcılığı korkusu, eş, ebeveyn veya işveren tarafından doğrudan veya dolaylı zorlamalar olduğu varsayılmaktadır. İç faktörler arasında; depresyon, utanç, sosyal kaygı duygularını azaltma isteği, sevilmeyen bir özelliği değiştirme isteği, (genellikle kadınlarda) doğurganlığı işaret eden daha genç ve sağlıklı bir görünüm arzusu ve kariyer gelişimini teşvik edecek güçlü bir görünüm yaratma umudu yer almaktadır.

Bu araştırmada kişilerin yalnızca "estetik/kozmetik amaçlı" uygulanan operasyonlara olan isteğin nedenlerinin incelenmesi hedeflenmiştir. Kaza sonucu oluşan yara izi veya doğuştan yüz / vücut anomalisi olan kişiler özellikle çalışmanın dışında bırakılmıştır. Katılımcıların estetik rekonstrüktif cerrahisine karşı yatkınlıklarını ve isteklerini olumlu yönde etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak amacıyla aşağıdaki araştırma sorularını yanıtlamayı amaçlıyor:

- Katılımcıların durumluk kaygı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?
- Katılımcıların sürekli kaygı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

- Katılımcıların benlik saygısı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?
- Katılımcıların durumluk kaygı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?
- Katılımcıların sürekli kaygı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?
- Katılımcıların benlik saygısı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

II. GENEL BİLGİLER

A. Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi

1. Estetik Cerrahi

Cerrahi yöntemlerle bir vücut parçasının oluşturmasına, yeniden yapılmasına plastik ve rekonstrüktif denir (Budak, 2017:586). Alanında uzman hekim tarafından uygulanan rekonstrüktif cerrahi doğuştan var olan kusurlar, gelişimsel anomaliler, travma, enfeksiyon, kitleler veya çeşitli hastalıklardan kaynaklan derin deformasyonlar gibi tıbbi problemleri revize etmek için uygulanır ve hastanın dış görünümünü düzeltmek için yapılmaktadır. Estetik ve rekonstrüktif cerrahi arasındaki fark oldukça önemlidir. Estetik cerrahi plastik ve rekonstrüktif cerrahinin yan dalı olmakla birlikte; bir kişinin fiziksel görünümünü değiştiren, sağlık nedenleriyle değil, güzelliğini veya fiziksel çekiciliğini arttırmak için yapılan ameliyat veya müdahaledir. Estetik cerrahi, vücudun mevcut yapılarını yeniden şekillendirerek daha orantılı ve estetik hale getirerek hastanın görünümünü ve özgüvenini artırmak için uygulanan bir yöntem olduğu var sayılmaktadır. Estetik cerrahi olarak nitelendirilen uygulamalar arasında meme büyütme/küçültme, burun düzeltme, yüz/karın germe, çene büyütme/küçültme, bacak kontörü düzeltme, kaçla büyütme/toparlama, yanak inceltme gibi birçok işlem yer almaktadır. Estetik cerrahi, hastaların yaşam kalitesini önemli ölçüde artırma potansiyeline sahiptir, fakat yapılan müdahalelerin sonuçları hastanın beklentilerinden farklı olabilmektedir. Estetik amaçla yaptırılan bir müdahaleye karar vermeden önce, söz konusu müdahalenin yol açabileceği komplikasyonları, riskleri tam anlamıyla kavramak ve kabul etmek önemlidir.

Türk Dermatoloji Derneği 27. Ulusal Kongresinde açıklanan bilgilere göre Türkiye estetik konusunda dünyada ilk 10 ülkesi içine girmektedir. Ülkemizde güzellik, estetik ekonomisinin büyüklüğü, 2018 yılında yaklaşık 2 milyar dolara ulaşmakta ve yılda ortalama yüzde on büyümektedir (aa.com.tr, 2019). Günümüzde estetik müdahalelerin fiyat açısından daha ulaşılabilir hale gelmesiyle, estetik

işlemler için başvuran, onlara ilgi duyan hastaların demografik özellikleri genişlemeye devam etmektedir.

2. Medikal Estetik Uygulamaları

Yüzeysel veya diğer bir değişle ameliyatsız medikal estetik uygulamaları, cerrahi müdahale gerektirmeyen, fakat yine de alanında uzman hekim tarafından uygulanan nörotoksin ve dermal dolgu enjeksiyonları, mezoterapi, lazer tedavileri, asitli cilt soyma, mikrodermabrazyon vb. işlemleri kapsamaktadır. Günümüzde bu tip cerrahi dışı estetik işlemler toplumda giderek daha fazla kabul görmekte ve daha fazla kadın ve erkek tüketici tarafından tercih edilmektedir. Medikal estetik olarak adlandırılan uygulamalar beş ana gruba ayrılmaktadır;

1. Lazer, ışık ve enerji tabanlı cihazlar kullanılarak yapılan işlemler: Yüz kızarıklığı, epilasyon, olgunluk lekeleri, güneş hasarı kaynaklı hiperpigmentasyon, yara izleri ve doğum lekeleri dahil olmak üzere çeşitli cilt durumları için kullanılmaktadır.
2. Nöromodülatörler: Yüzdeki derin veya ince çizgileri düzgünleştirmek için enjekte edilen kırışıklık gevşetici, botoks gibi lokal etki gösteren uygulamalardır. Genellikle yüzün, alın ve kazayağı bölgeleri için tercih edilmektedir.
3. Dolgu işlemleri: Yüze dolgunluk kazandıran, derinleşmiş mimik izlerini pürüzsüzleştiren hyaluronik asit gibi yumuşak dokuya enjekte edilen dolgu maddeleri ile uygulanmaktadır. Yüzün dudak, nazolabial kanal, çene, yanak, gözaltı bölgelerini kapsayan işlem yelpazesini kapsamaktadır.
4. Kimyasal cilt soyma işlemleri: Cildi yenilemek ve pürüzsüzleştirmek amacı ile ölü hücrelerin dökülmesine ve cildin epidermal tabakasının farklı derecelerde soyulmasına neden olan asitli çözeltiler kullanılarak uygulanmaktadır.
5. Vücut şekillendirici bakımlar: Bölgesel yağların giderilmesine ve cildin sıkılaştırılmasına yardımcı olan “yağ kırıcı”, “yağ dondurucu” cihazlarla, enjekte edilen mezoterapi ürünlerle yapılan bütün prosedürleri kapsamaktadır.

Botoks ve dolgu enjeksiyon işlemler ağırlı olduğundan, genellikle işlem öncesinde uygulama yapılacak bölgelerde lokal anestezi kremler kullanılmaktadır. Ağrı düzeyi kişinin ağrı eşiğine göre değişmektedir.

Amerikan Dermatolojik Cerrahi Derneği (ASDS) tarafından yayımlanan istatistik bilgilere göre yapılan medikal estetik uygulamaların sayısı artmaya devam etmektedir (Corey, 2016:33). ASDS'nin açıkladığı verilere göre, 2017 yılında, Amerika Birleşik Devletleri'de toplamda 3,7 milyon botoks ve dolgu işlemi, 3,2 milyon lazer ve ışık tabanlı işlem, 485 bin kimyasal cilt soyma işlemi ve 434 bin vücut şekillendirici işlem yapılmıştır.

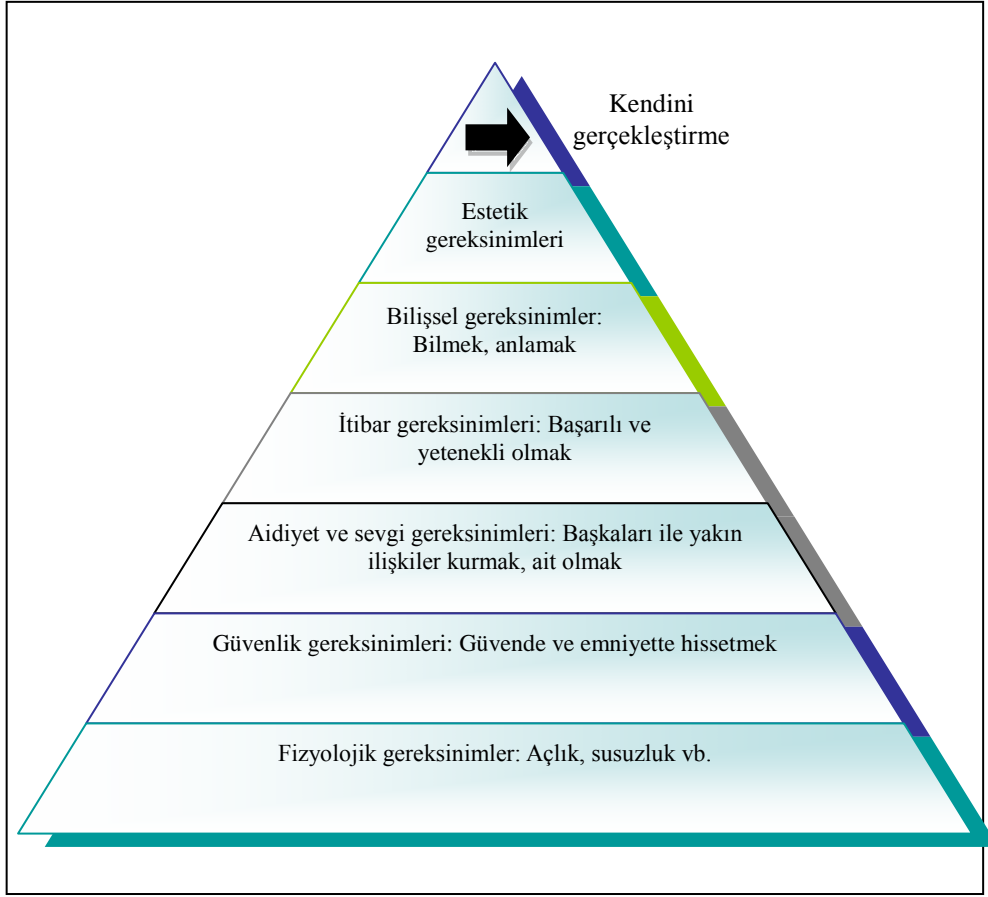
ASDS'nin 2017 yılında yapmış olduğu ankete göre, kozmetik işlemlerindeki sürekli artış ile halkın kendine daha çok güvenme, kendini daha çekici ve daha genç hissetme arzusunu yansıttığı sonucu çıkmaktadır.

Yaşlanma belirtilerine yönelik enjeksiyonla uygulanan işlemler, 2012'den beri yükselen nöromodülatörler (%7) ve yumuşak doku dolgu maddeleri (%21) ile büyümeyi sürdürmektedir. Son altı yılda, yüz kızarıklığı (%86), cerrahi yara izleri (%76) ve akne izleri (%72), hastaların enerji bazlı tedavi gördüğü ilk üç durumdur. Türkiye'de henüz böyle bir istatistik yapılmamıştır (www.asds.net).

Başka bir araştırmaya göre, neredeyse sadece kadınlara ait bir alan zannedilen medikal estetik uygulamaları, giderek erkekler tarafından daha fazla tercih edilmektedir (Corey, 2016:34). Erkekler hala cerrahi olmayan kozmetik işlem uygulayanların küçük bir azınlığını (yaklaşık %10-20) içermektedir. Bu işlemler içerisinde nörotoksin enjeksiyon uygulamaları için erkeklerin talepleri artmaktadır. Bu talep atışın altında yatan nedenler hususunda, erkek hastalara medikal estetik uygulayan uzmanların, bu demografiye özgü anatomik, fizyolojik, davranışsal ve psikolojik faktörlerin farkında olmaları gerekmektedir.

B. "Mükemmel Güzellik" Kavramı ve Estetik Değerler

Psikolojide, hümanist yaklaşımın savunucularından Abraham Maslow'a göre kişinin davranışlarına yön veren kendi gereksinimleridir. Gereksinimler, belli bir düzen ve sıra içerisindedir. Maslow, çalışmaları sonucu ortaya çıkardığı hiyerarşiye göre bir ihtiyaçlar piramidi oluşturmuştur (Şekil 1).



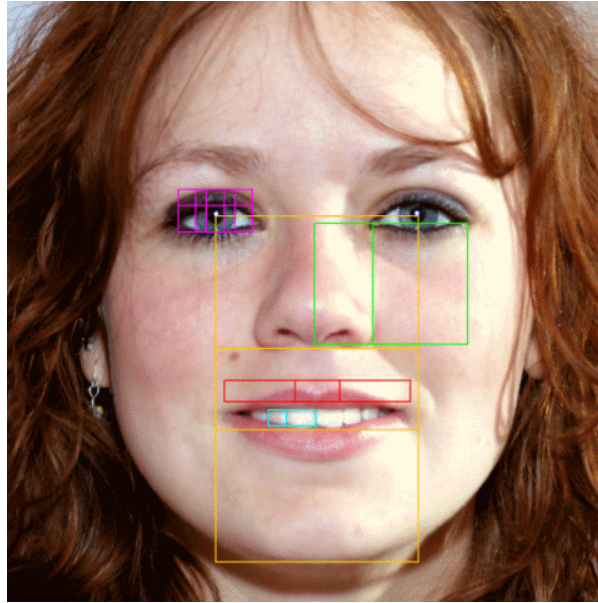
Şekil 1: Maslow'un İhtiyaç Hiyerarşisi

Başlangıçta teori, insanların fiziyojik, güvenlik, aidiyet ve saygınlık ihtiyaçlarının karşılanması kişinin kendini gerçekleştirme yol açması gerektiğini vurgulamıştır. Daha sonra Maslow, bu ihtiyaçlara ilave olarak, kendini gerçekleştirme giden yolda, hiyerarşiyeye, estetik gereksinimi ve bilişsel gereksinim isimli iki basamak daha eklemiştir. Maslow'a göre estetik gereksinimleri üst kategorilerde yer almaktadır (Smith, 2012:478). Estetik ihtiyaçlar, insanın güzelliğin tadını çıkarma ve teşvik etme arzusunun ifade eder. Örneğin, insanın kendini hoş bir şekilde ifade edebilmesi, kişilerarası ilişkilerde seviyeli davranması estetik ihtiyaçların arasındadır (Aruma, 2017:24). Giyimdeki en son stilleri takip etmek, belli bir tarzda giyinmek, makyaj yapmak insanın estetik anlayışını ifade etme biçimidir. Bireysel güzellik ihtiyaçlarını karşılayan estetik değerler anlaşıldığı üzere herkes için aynı değildir.

Güzellik, geniş anlamda estetik duyuları, özellikle de görüşü tatmin eden şekil, renk ya da form gibi niteliklerin soyut bir kombinasyonu olarak nitelendirilmektedir. Her birey, ırk, yaş, sosyal grup için farklı bir estetik algı biçimi vardır. Güzellik;

estetiğin, kültürün, sosyal psikolojinin, felsefenin ve sosyolojinin bir parçası olarak incelenmektedir.

"İdeal güzellik", mükemmel bir biçimde, belirli bir kültür içerisinde, güzelliğe atfedilen özelliklerin takdir edildiği veya sahip olduğu bir kavramdır. Yüz ve vücut tipleri için biçimlendirilen güzellik algısı, sadece kültüre göre farklılık göstermekle kalmayıp aynı zamanda tarih boyunca da önemli ölçüde değişikliğe uğramıştır. Bir insanın yüz ve vücut güzelliğinin, mutlak ve simetri koşulları ile uyumlu fiziksel faktörlere bağlı olduğunu ileri süren kavram "altın oran" dır. Gündelik hayatımızda matematiğin estetik güzelliğe olan etkileri ile her alanda altın oran konsepti ile rastlanır. Altın oran, matematiksel olarak bir oran-orantı kuralıdır ve değeri 1,618033... olarak devam eden bu ondalık sayı bir ile toplandığında kendi karesine eşittir (Türkmen vd.2013:3). İtalyan sanatçı Leonardo da Vinci'nin ünlü vücut diyagramı ve Mona Lisa tablosu gibi eserleri, matematiksel hesaplar ile ortaya çıkan örneklerdendir. Güzellik ölçüsü şeklinde kabul gören altın oran kuramı, "ideal güzellik" olarak adlandırılan kavramı ölçülerle ortaya koyar (Güzel, 2013:27).



Şekil 2: Altın Oran Ölçüleri Fotoğrafı, İnsan Yüzünde Altın Oran Ölçüleri Göstermektedir

Kaynak: www.goldennumber.net, 2019

Türkmen ve arkadaşlarının (2013), Türkiye’de altın oran kavramı çerçevesinde yürüttüğü çalışmanın sonuçları, altın oran teorisini desteklemektedir. Çalışmada, Destek Vektör Makineleri (DVM) tabanlı bir yüz güzelliği tanıma sistemi

tanımlanmıştır. DVM sınıflandırma konusunda kullanılan oldukça etkili yöntemlerden birisidir. Altın oranın yüz çekiciliğinde yarattığı albeniyi kanıtlamak için, yüzde bulunan on iki ölçü ortaya çıkarılmıştır. Oluşturulan sistemde, ilk olarak veri tabanındaki kadın yüz fotoğrafları, anket kullanılarak, güzel olan ve güzel olmayan şeklinde iki sınıf olarak bölünmüştür. Bir sonraki aşamada, Ana Bileşen Analizi (ABA) iki sınıfa uygulanarak, her bir sınıfın ayırt edici özellikleri tespit edilmiştir. Bu ayırt edici özelliklerde “altın oran” temel alınarak, sisteme girilen bir yüz fotoğrafının güzel olup olmadığına Destek Vektör Makineleri ile karar verilmiştir. Yapılan analizlerde, güzel olarak tanımlanan yüzlerin ortalamasından elde edilen estetik oranlarının, “altın oran” sayısına yakın değerlerde olduğu görülmüştür. Güzellik göreceli bir kavram olduğundan, sistemin doğru sonuç vermesi, tekrar anket yöntemi kullanarak, 50 katılımcının görüşüne başvurularak hesap edilmiştir. Yapılan çalışmada sistemin görsel kararları ve katılan kişilerin kararlarının %85’lik bir oran ile yüksek derecede örtüştüğü ortaya çıkmıştır. Çalışma ile güzellik kavramının nesnel oran ve parametrelerle ölçülebilmesinin mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmada elde edilen sonuç, bazı çağdaş estetik kuramlarında, estetik eğitimi için kabul gören güzellik değerlerinde etkili olsa da günümüzde gerek sosyal medya gerekse kitle iletişim araçları yolu ile yayılan imgeler sayesinde güzellik değerleri hızla değişebilmektedir. Orantılı yüz.

İnsan vücudunun belli bazı bölümlerini büyütme veya küçültme arzusunun altında yatan nedene dair teori henüz net bir temel bulamamıştır. Kültürlerin çoğunda güzellik olgusu bir soruna dönüşmüştür çünkü güzellik tutkusu kadınlara mal edilir ve bu şekilde kadın estetik kaygılara sürüklenir, yaşamdan ve değerlerinden alıkoyulur. Güzellik medyanın desteği ile televizyon, görsel basın ya da reklamlarda yalnızca görünüşü ile ön planda tutulan temsiller aracılığıyla dayatılır (Güzel, 2018). Tüm bunlara rağmen, kitle iletişim araçları, başarılı olma modelini, görsel mükemmelliğe sahip olmak şeklinde öne sürmeye devam etmektedir. Öne sürülen imgeler ise bireysel ve vücut farklılıklarını, kişilik bileşenleri, en aza indirerek izleyicinin güzellik ve estetik değerlerini etkilemektedir. Sosyal ve kültürel faktörler, insanların çekicilikleri ile ilgili karar verme süreçlerinde ciddi ölçüde rol oynamakta.

C. Benlik ve Benlik Kavramı

1. Benlik

‘‘İnsan, kendisini bir özne ve kişilik olarak, başkalarının dünyasında bulunduğu yerin farkındadır ve bu farkındalık, bilişsel süreçlerin en yüksek tezahürü olarak kabul edilmekte (Jaldeti 1992).’’

Benlik öznedir, kişiseldir, bizimdir. Bir kişi kendi benliğinin yapısını ve benzersizliğini başka bir kişiye aktaramaz. Benzersizliği bağlamında benlik, kişisel deneyimin zenginliğine, bireyin tipolojik özelliklerine, çıkarlarına ve ihtiyaç alanının gelişmesine bağlıdır. Benlik, psikoloji literatüründe olduğu kadar felsefede de sıkça karşılaşılan bir kavramdır, çeşitli kuramcılarca ele alınmış ve yerine kullanılabilecek çeşitli ifadeler önerilmiştir (Korkmaz, 1996:4). Benlik, iradi eylem yetisidir. En geniş anlamda kişinin kendine diğer herkesten ve her şeyden ayrı, benzersiz bir bütün olarak hissetmesi ve bu durumu bilincinde olması olarak tanımlanabilir (Budak, 2017:117). Benlik, birçok yapı taşlarından oluşan insan kişiliğinin temelini oluşturmaktadır. Benlik kavramı bireyin kendi nitelikleri ve yetenekleri hakkındaki fikirlerinden, diğer insanlar ve dünyayla etkileşime girebilme yetenekleri, kendi değerleri, kendi hedefleri, fikirleri hakkındaki farkındalıkları, kendi geçmişi, bugünü ve geleceği ile ilişkin düşüncelerini kapsamaktadır.

Benliğin içeriğini oluşturan; öz- düzenleme, insanın öz-imağı, öz-bilinç gibi alt sistemler yer almaktadır. Benlik, kişilik hiyerarşisinde en yüksek pozisyona sahiptir. Horney (1950), ‘‘gerçek benlik’’ ve ‘‘ideal benlik’’ kavramlarının altını çizerek, sağlıklı ve nevrotik kişilerin söz konusu benlik dinamiklerini tartışmıştır (Gençtan, 1998:238). Gerçek benlikleri ile uyum içinde yaşayan bireyleri sağlıklı, gerçek benliklerinden uzaklaşanları nevrotik olarak nitelendirmiştir. Horney’ye göre gerçek benlik ve arzu edilen benlik arasında bir çatışma söz konusudur, bu çatışma sonucu ortaya çıkan içsel strese maruz kaldığında kişi, gerçek benliğine yabancılaşabilmektedir. Kendine yabancılaşma (entfremdung alm.) kavramı ilk olarak Karl Marx tarafından (El Yazmaları, 1844) kullanılmıştır. Kendine yabancılaşan kişi kendi özünden, gerçek benliğinden uzaklaşır, başka bir deyişle öznellik kaybı yaşamaktadır. Bir kavram olarak benlik (self-concept) kişinin kendi benliğini algılama ve değerlendirme biçimini ifade eder. Çevreden alınan geri

bildirimlere dayanan ve toplumsal etkileşimlerle gelişim gösteren benlik seviyesinin belirlenebilmesi için benlik saygısı önemli faktör oynar. (Korkmaz, 1996:21).

2. Benlik Saygısı

İnsan kendi niteliklerine ve yeteneklerine karşı kayıtsız değildir. Her öz-imge bir değerlendirme ve ilişkili bir deneyimden oluşmaktadır. Benlik saygısı kişiliğin gelişimi ile aşamalı olarak oluşur ve çeşitli farkındalık düzeylerinde olabilmektedir. Benlik şemaları sayesinde kişi, kendi ile ilgili olan bilgileri kısa sürede ve etkili bir şekilde işler.

Türkçe karşılığı “benlik saygısı” olarak kullanılan *self-esteem*, kişinin kendisine, bireysel yönlerine, yaptığı iş ve davranışlara bir bütün olarak verdiği önemi ve değeri kapsar. Benlik saygısı, kişinin kendi öz-imagı ile özdeşleştirdiği ve bununla ilgili yaşadığı deneyimlerle birlikte edindiği kendine değer verme ve yeterlilik duygusudur (Dosev, 2010:477). Başka bir deyişle benlik saygısı, kendini kabul etme deneyimi dahil olmak üzere, bireyin kendi hakkında hissetme şeklidir. Benlik saygısının temeli, bireyin değerler sisteminden oluşur. Öz-değerlendirme, koruyucu işlevler gerçekleştirir ve davranışları etkiler. Kişilik gelişimini ve diğer insanlarla olan ilişkilerini düzenler. Kendinden memnuniyet veya hoşnutsuzluk derecesini yansıtan benlik saygısı, kişinin kendi başarısını veya başarısızlığını algılamasının temelini oluşturur.

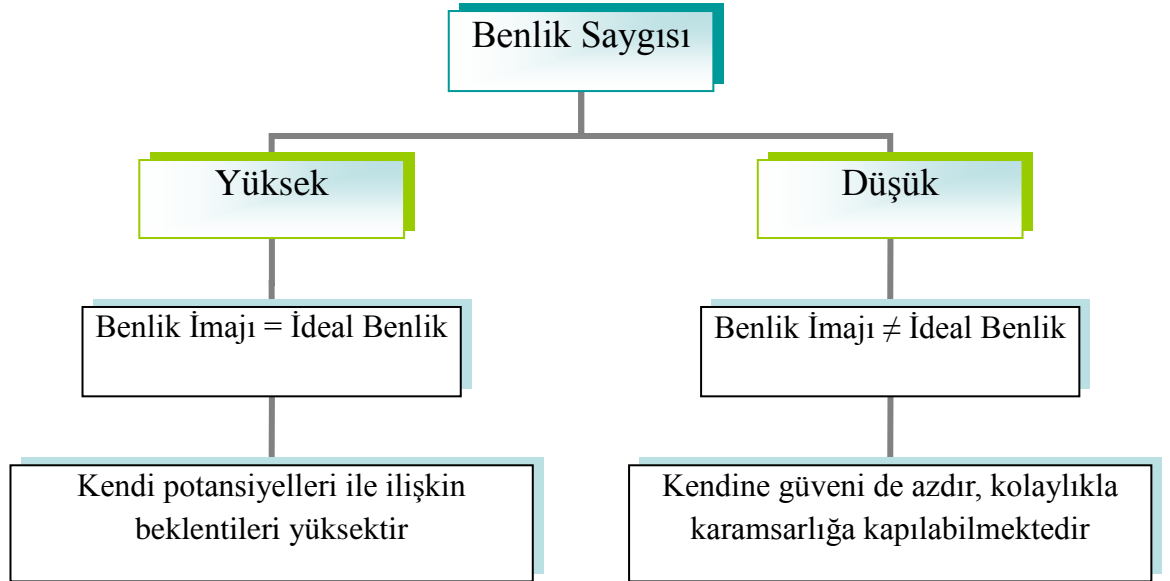
William James’e göre benlik saygısı, bireyin kendisini onaylaması veya onaylamaması, benliği tanımlayan içsel değerle bağlantılıdır. Benlik saygısı, kişinin mahkumiyetini kendi değerlerine göre belirlemektedir. Benlik imajı ayrıca sosyal roller, beden imajı ve kişilik özelliklerle tanımlanmaktadır (Stamatov, 2000:181). Benlik saygısı, ideal benlik ile benlik imajı arasındaki boşluğu ölçmektir. İdeal benlik, bir insanın tam olarak kendisinin ne olması gerektiği ve potansiyelini tam olarak nasıl gördüğüne ilişkin bir kavramdır. Bu ideal benlik bir kişinin benlik imajına yakın olabilir, bu da bu kişinin benlik saygısının yüksek olduğu anlamına gelmektedir. James, toplumca kabul gören başarı ve statü standartlarının bireyin kendi değeri ile ilgili anlayışını belirlediğini düşünür (Tukuş, 2010:18).

$$\text{Benlik Saygısı} = \frac{\text{Başarı}}{\text{Beklenti}}$$

Şekil 3: James'in Önerdiği Özgün Benlik Saygısı Formülü

Kaynak: 1890'den aktaran Stamatov, 1992:185

Benlik saygısı, bireyin önemli kişilik özelliklerinden biri olan kendisinden beklenti düzeyiyle doğrudan ilişkilidir. Bireyin benlik imajı ile ideal benlik arasındaki fark arttıkça, benlik saygısı da aynı oranda azalır. İnsanların benlik saygısı yüksekse kendi potansiyelleri ile ilişkin beklentileri yüksektir. Bu tutum, onları daha bağımsız ve yaratıcı olmaya teşvik eder (bkz. Şekil 3). Benlik saygısı düşük olanların kendine güveni de azdır, kolaylıkla karamsarlığa kapılabilmektedirler, değişik bir fikri ileri sürmekten genellikle endişe duymaktadırlar (Korkmaz, 1996:21).



Şekil 4: Benlik Saygısı Seviyesine Göre Karar Ağacı

Birey, benlik şemalarına sahiptir. Benlik kavramı için önemli olan bu şemalar sayesinde birey kendisini ve olguları tanımlar. Başkalarının niteliklerine verdiği tepkilerin öznel yorumu, bilinen sosyal standartlar ve içsel değerleri ile orantılı olarak kendini değerlendirebilmektedir. Bu şekilde; kişi karşılaştığı durumlara göre güvenli ve hızlı bir biçimde kendi davranışlarını belirler (Okan ve Şahin, 2010).

Benlik saygısı, insanın kendisine, bireysel yönlerine, yaptığı iş ve davranışlara bir bütün olarak verdiği önem ve değeri kapsar. Benlik saygısının temeli, bireyin

değerler sisteminden oluşur. Öz değerlendirme, koruyucu işlevler gerçekleştirir, davranışları etkiler. Kişilik gelişimi ve diğer insanlarla olan ilişkilerini düzenler. Kendinden memnuniyet veya hoşnutsuzluk derecesini yansıtan benlik saygısı, iddiaların seviyesi için kendi başarısını veya başarısızlığını algılama temelini oluşturur. Benlik saygısının beden hoşnutsuzluğunca etkilendiği araştırmalarda gözlenmektedir. Benlik saygısı çeşitli farkındalık düzeylerinde olabilmektedir.

D. Beden İmajı

Benlik içeriğini oluşturan bölümler, bireyin sosyal kimlik öğeleri ve bireyin tipik fiziksel özellikleridir. Vücut algısı (beden imajı), bedensel benlik olarak da adlandırılan bir kavramdır; bireyin var olan gerçek fiziksel özelliklerinden ziyade, kişinin kendi aklında fiziksel özelliklerine ilişkin gerçekleştirdiği değerlendirmeyi kapsar (Korkmaz, 1996:6). Beden imajı mutlaka gerçeği yansıtmak zorunda değildir. Örnek olarak; çok zayıf veya anoreksiya gibi yeme bozukluğu olan bir birey, kendisinin şişman olduğu inancına sahip olabilir. Bir kişinin vücut algısı, ebeveyn etkileri, arkadaşlar, medya vb. birçok faktör tarafından etkilenmektedir.

Beden imajı, öz kavramsallaştırmanın sadece bir yönünü temsil eder. Buna rağmen beden imajı, bireyin gelişimi ve yaşam kalitesi için önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Sandoz ve Wilson, 2006). Beden imajı benlik kavramının merkezindedir ve birçok zihinsel işlev alanında önemli etkileri vardır. Olumsuz beden imajı, kişilerde yeme bozuklukları, depresyon, sosyal kaygı, cinsel işlev bozuklukları ve düşük benlik saygısı gibi psiko-sosyal açıdan olumsuz sonuçlara yol açabilir ve kişinin yaşam kalitesini düşürebilir (Cash, vd. 2004).

Benlik saygısı ile beden imajından hoşnut olma düzeyi ilişkidir. Literatürde, medyanın yaygınlaştırdığı imgelerin beden imajını nasıl etkilendiği konusunu ele alan birçok çalışma yer alır. Yapılan çalışmalar, genellikle ergenlik döneminde olmak üzere, sosyokültürel faktörlerin beden imajı üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Okan ve Şahin'in (2010) Trabzon'da yürüttüğü çalışmada, medyanın öne çıkardığı modellerin ve mesajların özellikle kız ergenlere yönelik olduğu gözlemlenmiştir. Okan ve Şahin bu modelleri izleyen ve kendisiyle mukayese eden kız ergenlerin bedenine yoğunlaşmış bir kaygı yaşadıklarını tespit etmiştir. Yapılan çalışma ayrıca, basındaki bu ideal görüntü imgelerini gören kız ergenlerin, düşük benlik saygısı, düşük beden memnuniyeti ve depresyon belirtileri sergilediklerini saptamıştır. Okan

ve Şahin'in çalışması gibi birçok deneysel araştırmalardan elde edilen bulgular, medyanın öne sürdüğü ve mükemmelleştirilen imajların, genç kadınların vücut imgesini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Cash ve arkadaşları (2004), beden imajı oluşumunda sosyal faktörlerin etkisinin üzerinde durmuş ve beden imajının kişilerarası ilişkilerdeki etkisini incelemiştir. İlgili araştırmada; her cinsiyet için çok boyutlu beden imajının özel bileşenleri ile kişiler arası ilişkilerde endişe ve bağlanma süreçleri incelenmiştir. 103 erkek ve 125 kadından oluşan katılımcılar, beden imajının boyutlarını değerlendiren standart envanterler ile sosyal kaygı, bağlanma korkusu, arkadaşlık kurma yetkinliklerine ilişkin envanterleri tamamlamıştır. Ortaya çıkan sonuçlar, beden imajı algısının her iki cinsten sosyal kaygı ile yalnızca kadınlarda ise duygusal bağlanma korkusu ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur.

E. Kaygı

Kaygı; duygusal gerginlik, güvensizlik, oluşabilecek bir Şey için belirsiz bir korku hissi ile karakterize, duygusal bir durumdur. Diğer bir değişle kaygı, göreceli bir konu, muhtemel olumsuz olay için yoğun bir duygusal gerginlik içeren korku ve endişe halidir. Kaygı, kişinin geçici bir zihinsel hali, mizacın bir özelliği, bir kişilik oluşumu, istikrarlı özellik olabilir veya aynı anda her ikisi olarak tanımlanmaktadır (Budak, 2017:421).

Kişi, içinde bulunduğu durumun önemi ile doğru orantıda kaygı yoğunluğu yaşar. Anksiyete yaygın olabilir ya da nöbetler biçiminde belirebilir. İnsanın bilinci dışında da anksiyete yaşanabilir. Kaygı iki temel psikolojik açıdan düşünülebilir: psikanalitik/psikodinamik ve öğrenme/davranışsal.

Freud, psikoloji alanında "kaygı" sözcüğünü ilk kullanan olmuş, bir kavram olarak tanımlamış ve nedenlerini araştırmıştır. Freud, kaygının içgüdüsel dürtülerimizde duyduğumuz korkunun sonucu olduğunu ileri sürmüştür. Freud'a göre, yetişkin insanın yaşadığı kaygı, çocukluk döneminde yaşanan kaygının tekrarı ve yeniden yaşanmasıdır. Çözümlememiş oedipus kompleksi ve toplum tarafından onay görmeyeceği varsayılan cinsel dürtüler, kaygıya neden olan en önemli öğeleri arasındadır (Gençtan, 1998:50).

Ünlü psikiyatrist ve kuramcı Karen Horney, her bir kültürün, kendi bireyleri için kendine özgü korkular ürettiği varsayımında bulunur. İnsanın içinde yaşadığı kültürün değer yargıları, ne tür cinsel dürtülerin uygun olup olmadığını belirler. Toplumun uygun bulmadığı cinsel dürtüler, bu duygulara sahip kişide kaygı yaratabilmektedir. Horney'e göre, bu yüzden içinde yaşadığınız kültür çok önemli bir faktördür. Örneğin, ağır rekabetçi kültür, yüksek beklentiler ve kaybetme korkusuna neden olarak, kaygı ve nevrozların ortaya çıkması için gerekli zemini hazırlayabileceğini savunur (Nemeroff, 2014:1281). Rekabet oldukça önemli bir kavramdır. Rekabeti nevrozların temel nedeni olarak nitelendirir. Rekabetçi bir kültürde yaşamının, bireyin kendini değerli hissetmesini engellediğini düşünmektedir (Geçtan, 1998:245). Horney, kaygıyı doğuştan gelen bir duygu olarak değil; sosyal ve çevresel koşulların bir neticesi olarak tanımlar.

Irvin L. Kutash gerek anksiyete gerek stres araştırmalarında kullanmak üzere bir kaygı teorisi geliştirmiştir. Kutash'a göre düşük seviyelerde kaygı kişi için dengeleyici, değişime yol açan, uyarıcı bir görev üstlenirken, yüksek seviyelerde kaygı genellikle insan faaliyetlerinin verimliliğini azaltırken, düşük başarı ile kendini göstermektedir. Psikometri niteliklerinde kaygı, kural olarak "negatif" ve "dış kaynaklı" öğrenme motivasyonunun kategorisine girmektedir (Nemeroff, 2014:1282).

Charles Spielberger birbirinden farklı iki kaygı türü tanımlar. Bu kaygılardan ilki, sürekli kaygı (trait anxiety), ikincisi durumluk kaygıdır (state anxiety). Spielberger, tehlikeli koşulların yarattığı geçici kaygıyı, durumluk kaygıyı, duygusal bir tepki olarak tanımlar. Durumluk kaygının süresi ve şiddeti insanın tehlike yaratan unsuru algılanmasından, yorumlanmasından kaynaklanabilmektedir. Sürekli kaygı; durumluk kaygının aksine durağan, süreklidir. Birey, aslen etkisiz olan durumları, tehlike arz eden ve benliğine yönelik bir tehditmiş gibi algılar. Sürekli kaygısı yüksek seviyede olan kişiler, durumluk kaygıyı da daha sık ve şiddetli yaşar (Özusta, 1995:33). Sürekli ve durumluk kaygı faktörleri ilişkilidir, sürekli kaygı düzeyindeki bu değişiklikler, genellikle durumluk kaygı düzeyine de yansımaktadır.

III. BASINDA ESTETİK, YAPAY GÜZELLİK VE KİTSCH KAVRAMI

Bu bölümde kitle iletişim araçlarının yaygınlaştırdığı yapay estetik ile yeni gerçeklik modelleri arasındaki güçlü bağ ve bu bağın izleyiciler üzerinde oluşturduğu etki ve *kitsch-trendi* incelenmektedir.

Kitsch Almanca (Yiddiş) bir kelimedir ve doğrudan çevrildiğinde ‘çöp’ anlamını taşır. Var olan bir tarzın çökmüş versiyonu olarak kabul edilen eserler için kullanılmaktadır. Daha geniş anlamda zevksiz ve iddialı bir yapıtı işaret etmektedir. Bu terim ayrıca kitlesel olarak üretilen, banal, kaba, elit ve orijinal stillerini taklit eden ticari ürünlere gönderme yapmak için kullanılmaktadır. Kitsch, estetik ve felsefe araştırmalarının en gözde konularından biridir. Modern sanatta bir mizah anlayışını ifade etmek için sıkça tercih edilen bir kavramdır.

Kitle iletişim araçlarının vasat hale dönüşmesi birçok kişi tarafından problem olarak değerlendirilmemektedir. Bu toplumsal ihmal ile medya ürünlerinin gittikçe vasatlaştığı gerçeği ortadadır. Kitle iletişim araçlarının içine çeşitli yerel ve küresel *kitsch* kültürleri yerleşmiş bulunmaktadır. Söz konusu kültür parçalanması ilk etapta masum bir olay olarak ortaya çıkmıştır ve gün geçtikçe önemli ölçüde artış göstermektedir. Medya çeşitli ürün ve uygulamaları kendisi üreterek, kendi kategori sınırlarını aşmış ve onlardan ayrılmaz duruma gelmiştir. Vasatlaşma akımı ve medya ürünleri iç içe geçerek birbirini tamamlayan iki bileşen haline gelmiştir. Vasatlık, ustaca cilalanmış obje ve görsel yayarak yanılsama (illüzyon) yaratma özelliğine sahiptir. Medyada vasat olma akımının var olması birçok karmaşalara yol açmaktadır. Bu bağlamda pro-kitsch medyanın izleyiciye gerçekleri sunma özelliği birçok yazar tarafından sorgulanmaktadır. Medyanın gerçeklik algımızı modelleme özelliğine ne derecede sahip olduğu konusu tartışmalıdır. *Reality Show* programlarının yarattığı ideolojik çatışmalar bu argümanı destekleyen örneklerdendir. Kitsch kültürü daha geniş sosyal bağlam ile gösterilmektedir. Kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturma ve seyircinin düşünce ve davranış modelleri üzerindeki etkileri bilinmektedir. Medya kaynakları bir dizi öğeleri bir araya

getirerek örgütlü gerçeklik yaratma özelliğine sahiptir. Böylece kitsch, sadece sanatla sınırlı bir görüngenü (fenomen) olarak değil, kamusal bir gerçeklik olarak kavramsallaşmıştır. Bu bakış açısı, kitsch ve medya arasında oluşan yeni analitik prizma ve değerler dizisidir. Bu bölümün amacı çağdaş medyada var olan bu akıma kısa bir analiz yapmaktır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısında bazı trendlerde baş gösteren kitsch ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Bu döneme ait kitsch eserler, kültürel kalite üzerine değil, kamuoyunun algısı üzerine etki yaratmıştır. Kitsch kavramının oluşturulması, medya, halk ve kitle kültürünün arasındaki somut ilişkisiyle yakından ilintilidir. Sözlü ve sözsüz göstergeler sistemlerinin, anlamlandırma ve anlamın yeniden inşa asındaki rolünü inceleyen bilim dalı olan göstergebilim (semiology), iletişimi bir süreç gibi değil; anlamın ortaya çıkarılması olarak ortaya koyar. Medya programlarının sembolik – semantik yönelimi sıkça kitsch estetiğine dayalıdır. Bu olgu, kamuoyunun davranış kalıplarını, kitlesel bilincin kültürel ve felsefi boyutlarının oluşumunu etkiler.

Pazarın düşük kültürel ihtiyaçları, sanat ve medya alanlarındaki aşırı özgürlük, kitsch fenomenin yaygınlaşmasının temel nedenlerindedir. Bu olgu sadece sanat ve medyada değil, edebiyat, mimari, insan ilişkileri gibi daha geniş yaşam alanlarında da gözlemlenebilmektedir. Yazar Milan Kundera, kitschi “Anlaşılmaz yalanın yüzeyinde ve gerçeğin şeffaflığında gizlenmiş” bir şey olarak tanımlamaktadır (1999: 133). Kitsch kavramı, belli sınırlara sahiptir ve yeni toplumsal idealizme yol açmaktadır. Bu bağlamda, kitsch, sanatla ve kültürel yaşam alanlarıyla ilgili bir şey olduğu iddia edilen herhangi bir davranış, ifade vb. olarak da adlandırılabilmekte; ancak, yalnızca kalite içermeyen bir poz olup, otantik otoritenin işlevini taklit etmektedir. Kitsch, manipüle edilmiş gerçekliğin yayılmasını sağlayan varlığın, bir modelin, nihai referansıdır (Geertz, 1993). Herman Broch (1970) bu dinamiklerin özünü şu şekilde tanımlıyor:

“... etik kategorinin estetik kategorisiyle karıştırılması; "iyi" bir çalışma değil, "güzel" bir çalışma, amaçlar. Önemli olan güzelliğin etkisidir.”

Umberto Eco, kitschi, kitle iletişim araçları bağlamında ve sanat dışı bir fenomen olarak kavramlaştıran ilk yazarlardan biridir. Eco’ya göre kitsch, herhangi bir çaba harcamadan eğlenmek isteyen tembel izleyici için mükemmel bir besindir (Eco, 1990). Kitlesel izleyici, yalnızca gerçek dünyanın gerçek temsillerini tüketmesinden emin olmak istemektedir. Ancak ne yazık ki izleyicinin kavramsal

yetenekleri sınırlıdır ve sadece görüntülerin ikincil taklitlerini algılamaktadır. Bu ikincil taklit görüntüleri, kitsch'in nihai medya imgeleridir. "Herkesin arzuladığı alegoriyi ekleyebileceği, geri kalanının diskografi ve müzik olduğu sahte-felsefi bir müphemlikle doludur" (s. 145).

Eco, söz konusu medya imgelerinin seçereli olup, ortak bir dil için zemin oluşturan bir zincirleme reaksiyon ürettiğini iddia etmiştir. Eco'nun kitsch'in soylu kimliğiyle ilgili açıklaması, kısmen "daha yüksek" kültürün gerçek doğasını anlamaya çalışan modern vatandaşın psikolojisi ve algı biçimine dayanmıştır. Varoluşçu koşullar tarafından yaratılan sınırlamalar ona başka seçenek sunmamakta; buna karşılık, estetik ihtiyacını ve görüntülerin duygusal değerlerini azaltmaktadır. Şişirilmiş imajın tam teşekkülünü, küçük burjuvazinin ve maddi refahın ebedi ruhunu temsil eden toplumun bu kesiminde tam olarak bulabilmesinin nedeni de budur. Kitsch'in toplumsal etkisi, sadece görüntülerin estetik boyutu ve anlamlarıyla sınırlı kalmayıp, çok daha geniş bir işleyiş yelpazesine sahiptir. Yeni estetik ve duygusal algılar, kendine ait sosyokültürel alanla birlikte kitlelerin ortak dünya görüşü haline gelmektedir. Böylece şişirilmiş anlamlar, sosyal ilişkilerin, algılanması kolay ve güvenli olan yapay gerçekliğin, estetik ve duygusal boyutlarını temsil eden bir bileşen haline dönüşmektedir. Sonuç olarak, kitsch fenomeni esas sanatsal konseptin ötesine geçerek, bir sosyo-kültürel olgu statüsü kazanmaktadır. Hem Herman Broh hem de Umberto Eco, kitsch modelinin değerlerini yaymak için "iyi" (güzel) ve "kötü" (korkak, fesat) imajına ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. Buradaki temel öncül, kitsch'in yaydığı yeni değerlerin yanı sıra estetik ve duygusal ideallerin değişimi, toplumun asıl sorunlarını gizlediği yönündedir. Her geçen gün hayatımıza daha büyük oranda etki eden medya, beden imajının nasıl olması gerektiğine birçok mesaj yaymaktadır. Bu mesajlar, kendi bedenleri hakkında bir imaj arayışı içinde olan izleyiciler tarafından "başarılması gereken bir görev" gibi içselleştirilir.

Günümüzde güzellik ideali medya ile aktırılır, üretilir ve taşınır. Bunda medyanın kitleler arasında iletişim sağlayan yegâne olması rol oynar (Sezgin ve Şenol, 2010). Geçtiğimiz yıllarda Türkiye'nin ulusal kanallarında stil yarışması formatında çekilen fenomen TV şovları yayınlanmıştır. Böyle yarışmalarda, benzer özellikteki kadın yarışmacılar yaklaşık dört ay boyunca giyim, saç, makyaj vb. konularda jüri ve izleyici karşısında birbirleriyle yarışmaktadır. Her haftaya özel konsept hazırlayarak, seyircinin ilgisini çekmeye ve ortaya konulan ödülü elde

etmeye çalışmaktadırlar. Jüri üyeleri ise magazin ve moda dünyasında tanınan isimlerden oluşmaktadır. 'Stil/Tarz' programlarında katılan yarışmacılar kameraların sürekli gözetimi altında yaklaşık dört ay boyunca jürinin subjektif değerlendirmelerine maruz kalmışlardır. Yavan konuşma ve davranışlar içeren, stil yarışması olduğu iddia edilen yapımlar, her bir yarışmacıya alışveriş yapmak için haftalık bütçe verilmektedir. Süslenme ve sömürü becerileri, şovda yer alan temel temalar arasındadır. Bunların yanı sıra program, katılımcıların ve jüri üyelerinin histerik tartışmalarını, duygularını, eylemlerini ve tepkilerini içermektedir. Bu yarışmanın farklı versiyonları da çeşitli kanallarda yapılmıştır.

Seyirciler, her gün, katılımcıların makyaj, suni kirpikler, güzelliği ve kişiliğini "inşa" eden saçlarıyla nasıl geçit töreni yaptığını görme fırsatı bulmaktadır. Gösterinin şekli, katılımcıların rekabet dünyalarını da ortaya koymaktadır. Yarışmacıların davranışları, kitsch'in varlığının temelini oluşturan sistemde yanılısma yaratır. Bunun nedeni ünlüler tarafından gerçekleştirilen eylemlerin izleyiciler için her zaman daha kabul edilebilir olmasıdır. "Toplumun popülerlik ve çok para kazanma" içinde olma eğilimindeki sosyal dinamikleri ve sosyal kalıpları kolayca gözlemlenebilmektedir. "Stil/Tarz" programlarından ayrılan yarışmacılar genellikle sosyal medya (Instagram) fenomenine dönüşmüştür. Sosyal medya hesaplarından ürün satışı, estetik merkezlerinin reklamını yapma ya da butik açma girişimlerinde bulunmaktadırlar. Bu olgular genç insanlar tarafından başarılması gereken bir görevmiş gibi içselleştirilmektedir. Burada kitsch metafiziksel soyutlama sınırlarını geçerek toplumsal bir başarı idealine dönüşmektedir. İyi bir görünüm ile finansal refahı bir araya getiren başarılı olma fikri. Bu anlamda, sahte güzelliğin estetiği, izleyicilere ütöpik vaat ile "popülerlik, nakit ve duygusal histeri" biçimindeki bir somutlaştırmayı sunmaktadır. Bu vaat, kitsch'in medya ile yarattığı ve dayattığı gerçeklik modeli arasındaki en güçlü bağıdır. Bu şekilde kitlesel medya, toplumsal bilinci etkileyip, kitsch davranış modelini gerçeğe dönüştürmek adına büyük bir rol oynamaktadır.

Toplumsal bilinç ile kitle iletişim araçları arasında karşılıklı bir bağımlılık, sonsuz ve yanıltıcı bir illüzyon vardır. Bu tür televizyon programları birey tarafından genellikle eleştirel düşünceye gerek duyulmadan algılanmaktadır. Aktif-pasif durumdayken, izleyicinin bilinçaltı, birçok sosyal ideoloji, görüntü ve parçalanmış hikâye formlarıyla kolayca kirletilebilmektedir. Televizyondaki akışın ve bu tarz

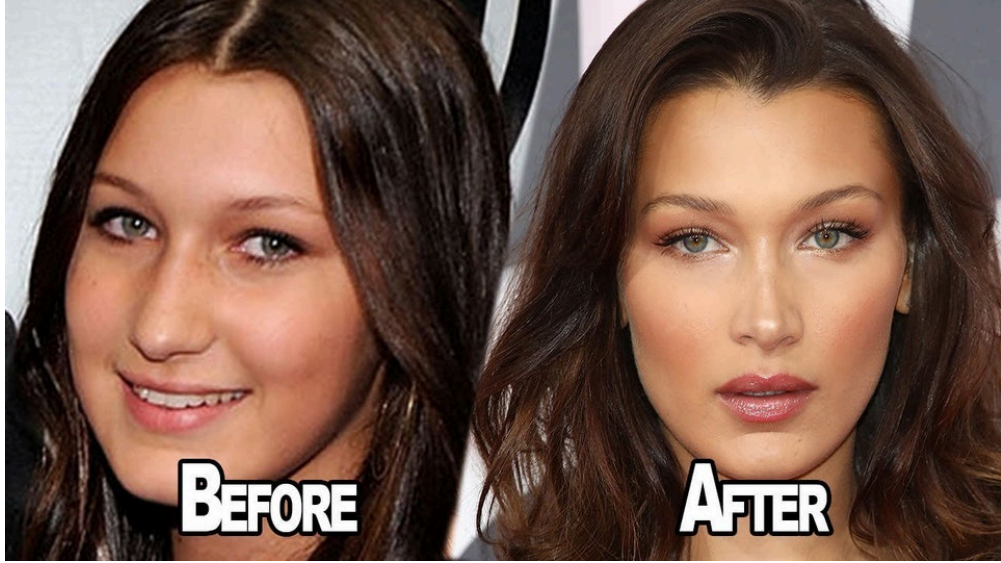
televizyon programlarının asıl amacı, "gerçeği" fabrikasyon gerçeğiyle değiştirmektir. Kitsch olmadan kitleleri manipüle etmek mümkün değildir. Vasatlık; üretici, birey, toplum ve sermaye arasındaki mesafeyi kısaltarak aralarında samimi bir bağ hissi yaratmaktadır. Buradaki sorun, gösterilen, anlatılan ve bildirilen şeylerin içinde gizli değildir çünkü bu içerikler bireyler tarafından kolaylıkla unutulabilmektedir. Gerçek sorun, sunulan bilginin ilkel tarzında yatmaktadır. Kitsch'in asıl amacı, acı gerçeği indirgemek ve trajiği toplum için daha kabul edilebilir bir hale getirmektir. Kitsch bir teselli, misali yalnızlığın, izolasyonun kamuflejä olarak görev görmektedir. İzolasyon, tüketici için zararlıdır çünkü içsel düşünceye ve kendi görüşünün oluşturulmasına yol açmaktadır. Öte yandan kitlesel kültür, kitschi, sonuçlarının yalnızca insan sorumluluğunda bırakıldığı rasyonel bir süreç içine yerleştirmektedir. Kitschi nötrleştirmek, eleştirel düşünmeyi ve gerçeği aramayı gerektirir. Ancak mevcudiyetinin acı gerçeğiyle yüzleşmek kolay değildir. Burada ilk bakışta önemli görünen şey, yüzeysel gözyaşları, yapay kirpikler ve altın takılarla ifade edilen kitlelerin masum zevk ve tercihleri değildir; kitschin önemi, değerlere, gözle görülür etik, sosyal, estetik ve duygusal sonuçlara karşı gerçeğleşen sabotajıyla ortaya çıkartmaktadır.

IV. SOSYAL MEDYA VE GÜZELLİK KAYGISI

Sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin, insanların zihinsel sağlık durumlarına ilişkin değerlendirmede bulunmak için değerli oldukları belirlenmiştir (Maniconda vd., 2017) Günümüz toplumlarında özellikle gençler tarafından yoğunlukla kullanılan sosyal medya platformları (SMP), fiziksel görünümün önemi konusunda inandırıcılık açısından her zamankinden daha ikna edicidir.

Instagram, kullanıcıların bir mobil uygulama aracılığıyla fotoğrafları ve videoları düzenlemelerini ve paylaşımlarını sağlayan ücretsiz bir sosyal ağ platformudur. Facebook ve Twitter gibi diğer SMP'lere kıyasla, Instagram, yazılı metinlerden ziyade görüntülerin ön planda olduğu bir mecradır. SMP'nin, özellikle Instagram'ın, görsel odaklı işleyişi; kullanıcıları, diğer kullanıcıların profillerinde paylaştıkları fotoğrafları görüntülemeye ve yorum yapmaya teşvik etmektedir (Pempek, vd. 2009). Bir kişinin paylaştığı resimler üzerinden yapılan ve kişinin fiziksel görünümüne ilişkin değerlendirmeler de içeren yorumlar, kişinin üzerinde etki edebilir.

Örnek olarak Ringrose (2011), İngiliz genç kızların, sosyal medya profillerinde fiziksel çekiciliklerine ilişkin sıklıkla yorum aldıklarını bildirdi. Bu nedenle, bireylerin SMP'i algılanma şekli, görünüşlülerinin algılanmasını etkileyebilir ve bazı durumlarda dış görünüşleri konusunda bir şeyler yapma ve yaptırma isteğine teşvik edebilir (De Vries vd., 2014). Örneğin, kişilerin saçlarını boyamak, giydikleri kıyafetleri değiştirmek veya makyajlarını uygulama şeklini değiştirmek gibi dramatik olmayan ve geri dönüşü olan görünüm değişiklikleriyle meşgul olabilirler. Daha çarpıcı değişiklik elde etmek için ağırlı ve riskli işlemler yaptırma durumunda, meydana gelen değişiklikler daha kalıcı ve çarpıcı olabilir. Bu gibi durumlarda, yapılan değişikliklerin psiko-fiziksel işleyişlerinde ciddi sonuçlar doğabilir, çünkü fiziksel değişikliklerin, olağanından daha iyi ya da daha kötü hale geleceği konusunda garanti verilmemektedir (Castle vd., 2002).



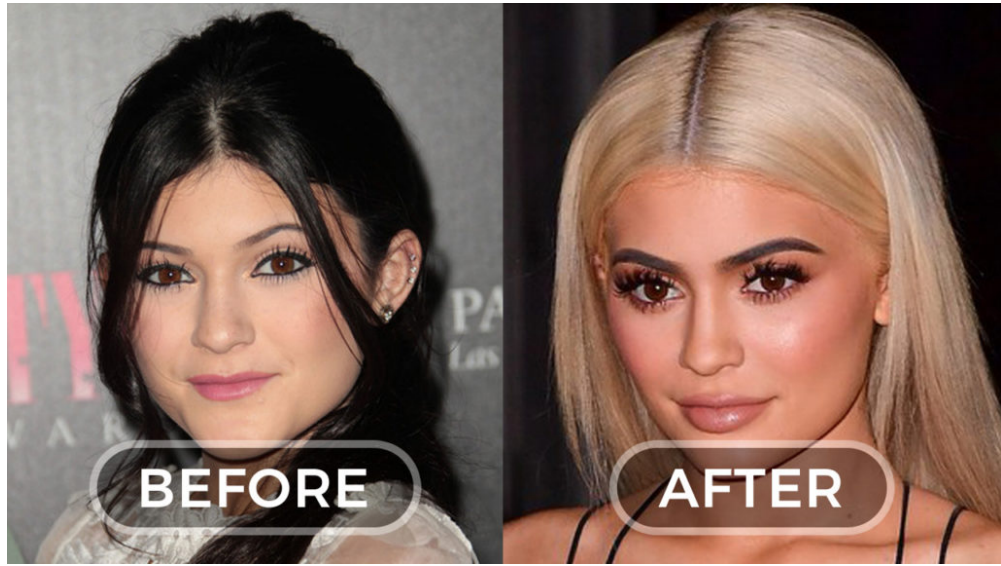
Şekil 5: Bella Hadid Önce ve Sonrası

Kaynak: www.reddit.com, 2019

Sosyal medya ağları, başarılı olmanın şartının, zengin ve görsel mükemmelliğe sahip olmak olduğunu öne sürmek için ideal bir ortam yaratmaktadır. “Güzel olan iyidir” ön kabulünün yanıltıcı olması gibi, cazibesi yüksek kişilerin toplum tarafından daima tercih edilen kişilik özelliklerine sahip olduklarına olan inanç da yanıltıcı olabilmektedir (Budak, 2017:338). Sosyal medyanın aşırı yaygınlaşması ile “dış görünüm ile rekabet etme” akımı yaygın ve kolayca gözlenebilen trendlerden biri haline geldi. Yapılan estetik işlemleri canlı olarak sosyal medyada paylaşılan ünlülerin sayısı gün geçtikçe artıyor. Amerikan Dermatolojik Cerrahi Derneği başkanı Dr. Donofrio, bu olgunun, estetik müdahalelerin daha geniş kitlelere yaygınlaşmasında ve güncel estetik uygulamaların keşfedilmesinde etkili olduğunu ifade etmiştir. Donofrio, sosyal medya platformlarında ünlüler tarafından kabul gören medikal estetik uygulamalarının takipçiler arasında farkındalığının arttığını ve konuya olan yaklaşımları üzerinde olumlu etkisinin olduğunu belirtmektedir (www.asds.net, 2019). Örneğin, ünlü manken ve sosyal medya fenomeni Bella Hadid yaptırdığı burun küçültme, göz kapağı kaldırma, yanak daraltma ve dudak, büyütme estetiği işlemlerini yaptırdıktan sonra, moda dünyasında popülaritesi arttığını söylenmektedir (bkz. Şekil 5).

Dış nesnelere veya varlıklarla ilgilenmek yerine kişinin kendi benliğine ve beden imajına gereğinden fazla sabitlenmesi artık ikili bir sorun olarak görülmemektedir. Birçok sosyal medya kullanıcısı hem hayatta daha başarılı olacağına hem de sosyal medyada yayınlayacağı fotoğraflarda daha iyi görüneceğine

inandığı için, yüzünde rinoplastiye (burnun şeklinin veya boyutunun düzeltilmesi), hiyalüronik asit enjekte ederek dudak büyütme işlemine başvurmuştur. Vücut için yapılan işlemler arasında silikon protez ile göğüs ve kalça büyütme; bel daraltma ve yağ aldırma gibi işlemler yer almaktadır. Örneğin, Kylie Jenner yüz metamorfozu geçirdikten sonra popülerliği artmıştır. Instagram'da 158M takipçisi olan ünlü televizyon fenomeni ve sosyal medya fenomeni olan Kylie Jenner yaptırdığı dudak büyütme gibi medikal estetik uygulamaları sosyal medya platformu aracılığı ile paylaşan ünlüler arasındadır. Genç yaşta elde ettiği servet ile gençler için rol modeli olmuş, kendi adına renkli kozmetik markası çıkarmıştır (bkz. Şekil 6).



Şekil 6: Kylie Jenner Önce ve Sonrası

Kaynak: www.boredyawn.com, 2019

Günümüzde, SMP'leri kullanan kişiler cilt bozuklukları, kırışıklıklar gibi kusurları gizlemek için makyaj dışında sosyal medya uygulamalarındaki filtreleri yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Daha önce sadece dergi yayınlarında ve reklam kampanyalarında ünlülerin görsellerinin dijital olarak değiştirilmesi mümkün iken; şimdi SMP'lerde ücretsiz olarak sunulan filtreleme uygulamaları ile şekli veya boyutu ne olursa olsun cilt pürüzleri, lekeleri, selülit, vücut ve yüz asimetrisi, mükemmel bir şekilde düzenlenerek takipçilere sunulabilmektedir. Bu dijital "güzelleştirme" hizmeti artık yalnızca ünlülerle sınırlı değildir. Sosyal medya filtreleri ile dijital olarak değiştirilmiş görüntüler, yine sosyal medya aracılığıyla her an paylaşılabilir olmuştur. Bunun sonucunda, mükemmelleştirilmiş imgeler giderek tanıdık hale gelmekte ve içselleştirilmektedir (bkz. Şekil 6).



Şekil 7: Sosyal Medya Ortamında Paylaşmadan Önce Uygulanan Resim Filtreleme İşlemi

Kaynak: www.metro.co.uk, 2019

Sosyal medya ortamında uygulanan resim filtrelemelerde genellikle dudak ve göz büyütme, burun küçültme, cilt pürüzsüzleştirme, yanak bölgesini daraltma, alın ve elmacık kemiği bölgesinde ışıklandırma işlemleri görülmektedir (bkz. Şekil 7). Bu görüntülerin tam anlamıyla gerçek olmadığının farkına varmayan bireyler, onlara eleştirel bir gözle bakamaz ve kendi görünümü ile ilgili gerçekçi olmayan beklentilere sahip olmaya başlar. Bu şekilde yayılan işlenmiş fotoğrafları gören insanlar, kendileri ile karşılaştırmakta ve bunun sonucunda, güzellikleri ile ilgili duydukları kaygılar artmaktadır. Ayrıca kişilerin kendi beden imajını oluşturma süreçlerinin olumsuz etkilenmesine, beden memnuniyetsizliğinin ortaya çıkmasına ve düzensiz yeme davranışlarının çoğalmasına neden olmaktadır (Okan ve Şahin, 2010).

V. BEDEN DİSMORFİK BOZUKLUĞU

Beden (Vücut) Dismorfik Bozukluğu (BDB), insanın, dış görünümünde var olduğuna zannedilen öznel bir kusur ile uğraşması veyahut var olan bir kusurunu olduğundan daha abartılı bir şekilde algılaması olarak tanımlanır. Daha yaygın Dismorfofobi; Dismorfik Sendrom veya BDB olarak bilinen bu bozukluk, semptomların kronik, inatçı ve şiddetli olması nedeniyle bireyde işlevselliğin bozulmasına neden olabilmektedir. BDB'nin nedenlerine yönelik çeşitli varsayımlar ortaya atılmışsa da henüz tam olarak etiyojisi bilinmemektedir. Yapılan bazı araştırmalar kalıtsal ve psikolojik nedenlerini işaret ederken, bazıları ise kültürel nedenlerini işaret etmektedir. Dünya çapındaki vaka öykülerine bakıldığında, BDB belirtilerinin ve hastalığın gidişatının farklı kültürlerde benzerlik gösterdiğini görülmektedir (Philips, 2005). Öte yandan, endişe duyulan beden bölgesi, kültürden kültüre farklılık gösterebilmektedir. Bu durum bireylerin güzellik ihtiyaçlarını etkileyen geleneksel estetik öğretilerinin içinde kabul gören güzellik değerlerinden kaynaklandığını düşünülmektedir. Örneğin, Amerikan kültürü rekabetçi bir kültür olarak bilinmektedir. Üniversite öğrencileri arasında beden görünümü ile ilgili endişelerin Avrupa ile karşılaştırıldığında, Amerika'da daha yaygın olduğu gözlenmektedir. Amerikan öğrencilerinin, cinsiyet fark etmeksizin, %73'ü beden algılarına dair en az bir endişe rapor ederken, %5'i BDB tanısı almıştır.

A. Beden Dismorfik Bozukluğun Klinik Özellikleri

Beden Dismorfik Bozukluğu, 2013'te yayınlanan Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatiksel El Kitabı'nın en son baskısında (DSM-V), psikiyatri alanında yaşanan gelişmeler doğrultusunda, "Somatoform bozukluklar" listesinden çıkartılıp; "Obsesif Kompulsif ve İlişkili Bozuklukları" kategorisinde sınıflandırılmaya başlanmıştır. Beden Dismorfik Bozukluk tanılı insanlar, vücutlarının görünümü veya belirli bir kısmı ile ilgili hayali bir kusur sonucu aşırı endişe duyar, var olan küçük bir kusuru aşırı abartılı olarak görür. Bu endişeler çoğunlukla burun, kulak, yüz, saç, vücut kokusu veya birincil ve ikincil cinsiyet özelliklerini içerir (örneğin, kadınlarda göğüsler ve erkeklerde kas ebatı, penis büyüklüğü vb.). OKB tanısı olanlar gibi BDB

tanısı olan insanlar da bu endişelerini durdurmakta oldukça zorlanır (Kring ve Johnson, 2015). Dismorfik Sendromu olan kişiler, ayna karşısında, hoşnut olmadığı bölgesini sıklıkla inceleme ihtiyacı duyabilir ve bu bölgede aslında bir kusurunun olmadığına ilişkin onaylanma beklentisi içerisinde olabilir. Bu kişiler, görünümündeki hoşnutsuzluklarından dolayı sosyal faaliyetlere katılım göstermekten kaçınabilir, sanrısız kusurunu abartılı makyaj yapma, giyim tarzını değiştirme gibi yöntemlerle saklama eğiliminde olur. BDB tanısı olan kişi, günde ortalama olarak 3 ile 8 saat arasında değişen süre boyunca görünüşü hakkında düşünmektedir (Philips, vd. 2010). En şiddetli BDB olan vakalar hastaneye yatış ile birlikte intihar düşünceleri veya teşebbüs ile ilişkili olabilmektedir.

BDB'nin seyri zaman içerisinde semptomların alevlenme ve solma dönemleriyle değişmektedir. Vücudun her kısmı hastanın odağı olabilir. Kusurlu olduğunu düşündüğü vücut bölgesi zaman içerisinde değişebilmektedir. Beden Dismorfik Bozukluğu olan kişiler, hastalığın psikiyatrik doğası hakkında değişken bir farkındalık derecesine sahiptir. Birçoğu, endişelerinin aşırı olduğunun farkında olduklarında bile "kusur" hakkındaki düşüncelerinden hala mustarıptır. Diğerleri hastalığın yanılması tamamen takıntılıdır ve sıra dışı davranışsal belirtileri hakkında hiçbir fikre sahip değildir. Dismorfik sendromu, yemek yeme bozukluğu olan kişilerde büyük ölçüde baskındır. BDB'nin varlığı tedaviyi etkilediği için, yemek yeme bozukluğu olan hastalar arasında dismorfofobi semptomların olup olmadığı gözlemlenmelidir. Dismorfofobi, sosyal, mesleki ya da işlevselliğin diğer alanlarında bozulmaya yol açabilmektedir. Bu nedenle tedavi edilmesi gereken bir klinik olgu olarak tanımlanmaktadır (Elbozan vd., 2003:238). BDB tanısı olan insanlar sıkça Obsesif Kompulsif Bozukluğu, Majör Depresif Bozukluğu, Sosyal Fobi gibi başka eşlik eden bozukluktan da mustarip olabilmektedir. Aile içi duygular durum bozukluğu, OKB öykülerinin fazla oluşu ve serotonin üzerinde etki eden ilaçlarla elde edilen olumlu sonuç veren tedavi süreçleri, BDB'nin bir tür serotonerjik bir bozukluk olabileceğini düşündürmektedir.

2013'te Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından yayınlanan beşinci DSM V baskısı psikiyatri alanında yaşanan gelişmeler doğrultusunda BDB kriterlerini aşağıdaki gibi yeniden değerlendirmiştir (Çizelge 1).

Çizelge 1: Beden Dismorfik Bozukluğu için DSM-V Kriterleri (DSM-V, 2013)

DSM – V

Görünüşte bir veya daha fazla sayıda algılanan kusurlarla ilgili takıntıların olması. Kişi görünümle ilgili endişelerine yönelik tekrarlayıcı nitelikte davranış veya zihinsel eyleminde bulunması (örneğin, ayna ile kontrol, güvence arama veya abartılı bakım. Kişinin takıntıları kilo veya vücudun yağı oranı ile ilgili endişelerle sınırlı olmamalıdır.

BDB, Obsesif Kompulsif Bozukluğuna benzer bir şekilde obsesyonlar ve kompulsiyonlarla karakterize edilen bir hastalıktır. Fakat söz konusu olan obsesyonlar ve kompulsiyonlar, OKB'ye nazaran daha spesifiktir. Dismorfofobi tanımlı insanların ısrarcı ve istem dışı düşünceleri genellikle dış görünümü ile alakalıdır. Takıntılı düşüncelerin yol açtığı kaygıyı azaltmak için ortaya çıkan kompulsiyonlar tekrarlayıcı özellikli ritüellerle bağdaştırılmaktadır. Detaylandırılmış olarak Beden Dismorfik Bozukluğun semptomları alttakileri içerebilir:

- Dış görünümündeki kusurlu bölge sıkça diğer insanlarınkileri ile kıyaslama,
- Kusurun ufak olduğu veya herhangi bir müdahalenin gerekli olmadığına ilişkin görüşlere ve hekim tavsiyesine rağmen, estetik ameliyat veya medikal estetik tedavi aramak,
- Fotoğraf çekilmesini reddetme ve sanrsal kusurun görünebileceği sosyal ortamlardan kaçınma,
- Gündelik hayatta yaşanan olumsuzlukların dış görünümünden kaynaklandığına inanma,
- Aynada defalarca kontrol etme, kusurlu olduğunu düşündüğü bölgeye dokunma veya gizlemek için gayri ihtiyarı elleri kullanma,
- Öz bakım ve makyaj için aşırı uzun zaman harcama,
- Odak noktası olan vücut bölgesi hakkında yoğun bir araştırma yapmaktır.

Beden Dismorfik Bozukluğu genellikle erken ergenlik döneminde ortaya çıkar, ancak yaşlanma süreciyle ilgili endişe duymaya başlayan olgun insanlarda da gözlemlenebilmektedir. İstatistiksel olarak, vücut dismorfik bozukluğu dünya nüfusunun %2,4'ünde görülür. Plastik cerrahi operasyon geçirmiş olanların ise %7-15'inde görülür (Philips, 2006). Erkekler ve kadınlar vücutlarının farklı sanrsal "kusur" türlerine odaklansalar bile, oran neredeyse aynıdır. Erkekler, özellikle de

vücut geliştirme veya fitnes ile uğraşanlar, kas dismorfia geliştirmeye daha yatkın olurken; kadınlar yeme bozuklukları geliştirmeye eğilimlidir. Ancak BDB'yi yeme bozuklukları ile karıştırmamak gerekir. BDB, erkeklere kıyasla kadınlarda biraz daha fazla gözlemlenmektedir. Kadınlar arasındaki yaygınlık oranı %2'den daha azdır. Ancak estetik cerrahi başvurusunda bulunan kadınlar için BDB tanı oranı %5-7 arasında değişkenlik göstermektedir (Philips, 2006).

BDB'nin nasıl ortaya çıktığına ilişkin birçok farklı görüş vardır. BDB'nin ortaya çıkış nedenlerine yönelik çeşitli varsayımlar ortaya atılmışsa da henüz tam olarak etiolojisi bilinmemektedir. Birçok durumda ise her ikisi- psikolojik ve kültürel faktörler- sorunun ortaya çıkmasında birlikte etki etmiştir. Bu nedenle Beden Dismorfik Bozukluğu, sadece fizyolojik yönden değil, aynı zamanda psikolojik ve kültürel perspektif ile de ele alınmaktadır.

B. Beden Dismorfik Bozukluğu ve Estetik

Beden Dismorfik Bozukluğunun en belirgin belirtisi görünüm kaygısı olduğundan, bu bozukluğu olan kişiler genellikle psikiyatrik yardım aramak yerine, hayali “kusurlarını” düzeltmek için çeşitli estetik müdahalelerin araştırmasına girer ve başvururlar. BDB'li bireyler, vücut görünümü ile ilgili endişelerini azaltmak adına yaptırılan estetik müdahale sonucunun, bu görünüm memnuniyetsizliklerine çözüm getireceğine inanırlar (Mulkens vd., 2012). Ne yazık ki estetik cerrahi, endişelerini gidermemekte ve ameliyattan sonra bile birçok insan hayal kırıklığına uğramaktadır. Bu tarz girişimler kusurun daha da kötüleşmesi, ciddi bir enfeksiyon, anestetik maddeye karşı alerji, ölüm gibi komplikasyon risklerini taşımaktadır. Beden Algı Bozukluğu (BDB) tanısı konulmuş kişiler, görünümündeki “kusurdan” kurtulmak için, riskli sayılabilecek medikal estetik işlemler veya estetik cerrahi işlemlerde sıklıkla bulanabilmektedir. Ancak, bu tedaviler genellikle görünüm endişelerini ortadan kaldırmaz. Öte yandan, hastaların stres ve kaygı seviyesi çoğunlukla değişmeden kalır ve bazı durumlarda görünüm endişeleri daha da artar (Phillips vd., 2001:505). Türkiye’de estetik müdahale için başvuran hastalarda; BDB veya başka bir bozukluğun olma ihtimali göz önünde bulundurularak psikolojik bir değerlendirme işleminin yapılması çok az kurum tarafından uygulanmaktadır.

VI. YÖNTEM

A. Araştırma Grubu (ÖRNEKLEM)

Estetik rekonstrüktif cerrahi istek ve eğilim düzeylerini kavramak için anket çalışması hazırlanmıştır. Anket çalışması, İstanbul'da yaşayan, yaş dağılımı 21 ile 60 arasında olan 180 kadın üzerine yürütülmüştür. Çalışmaya İstanbul - Beşiktaş ilçesinde bulunan bir güzellik ve bakım salonunun danışanları olan, öz bakımına özen gösteren kadınlar olarak belirlenmiştir.

B. Veri Toplama Araçları

Araştırmadan elde edilen veriler araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (Kısa Form) ve Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği ile elde edilmiştir.

1. Bireysel Bilgi Formu

Hazırlanan kişisel bilgi formunda kişilerin geçmişte uyguladıkları ve gelecekte uygulamayı planladıkları plastik cerrahi ve yüzeysel kozmetik işlemlerine ilişkin düşünceleri saptayan bölümlere yer verilmiştir. Bunun yanı sıra kadınların yaş, eğitim seviyesi, çalışma durumunu ve sosyal medya kullanım sıklığı gibi ek bilgilerin alındığı bölümler de eklenmiştir.

2. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği – Kısa Form

Katılımcıların kendilerine verdikleri değeri ölçmek için, psikoloji alanında yapılan birçok araştırmada kullanılmış olan Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (Kısa Form) uygulanmıştır. Ölçek Rosenberg (1965) tarafından geliştirilmiş, Türkçeye uyarlaması Çuhadaroğlu (1986) tarafından yapılmıştır. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğinin Türkiye'de yetişkinler için güvenilirlik ve geçerlik çalışması Korkmaz (1996) tarafından gerçekleştirilmiştir. Likert tipi olan bu ölçek, beş olumlu ifade ve beş olumsuz olmak üzere toplam on ifade içerir. Ölçek puanlamasında düşük puan, benlik saygısının yüksekliğini; yüksek puan, benlik saygısının düşüklüğünü gösterir.

Buna göre; 0-1 puan yüksek, 2-4 puan orta ve 5-6 puan düşük benlik saygısı düzeyi olarak saptanmıştır.

3. Spielberg Durum ve Sürekli Kaygı Ölçeği

Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği (DSKÖ), yaygın olarak kullanılan durumluk kaygı ölçeğidir. Klinik ortamlarda anksiyeteyi teşhis etmek, depresyon belirtilerini ayırt etmek için kullanılmaktadır. Ölçek, Spielberger ve arkadaşları (1983) tarafından İngilizce dilinde, Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan genç ve yetişkin bireylerde kullanmak üzere geliştirilmiştir. Envanterin Türkçe uyarlaması 1974-1977 yılların arasında Öner ve Le Compte tarafından yapılmıştır. En popüler versiyonu olan form Y, sürekli kaygı değerlendirmesi için 20 maddeye ve durumluk kaygı değerlendirmesi için 20 maddeye sahiptir. DSKÖ, en az altıncı sınıf okuma seviyesine sahip olanlar için uygundur.

Ölçeğin iç tutarlılık katsayıları .86 ile .95 arasında görülmektedir; test-tekrar test güvenilirlik katsayıları 2 aylık bir aralıkta 0,65 ile 0,75 arasında görülmektedir (Spielberger ve ark. 1983). Ölçeğin yapısını ve eşzamanlı geçerliliğini önemli ölçüde kanıtlamaktadır.

Güvenirlilik ve geçerlik çalışmalarında yine Öner ve Le Compte tarafından gerçekleştirilen envanterin ilk bölümünü oluşturan 20 maddelik Durumluk Kaygı Ölçeği (DKÖ), ani değişiklik gösteren ve geçici olan heyecansal tepkileri değerlendirmede duyarlı bir araçtır. Envanterin ikinci bölümünde yer alan yine 20 maddeden oluşan Sürekli Kaygı Ölçeğinde ise (SKÖ), kişinin genelde yaşama eğilimi gösterdiği kaygının sürekliliğinin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Ölçekten alınan en düşük puan 20, en yüksek puan ise 80'dir. Yüksek puan ile yüksek kaygı düzeyini gösterilmektedir (Öner ve Le Compte, 1983). Öner ve Le Compte (1998), korkuya durumluk kaygı; kaygıya da sürekli kaygı demiş ve aralarındaki benzerlik ve farklılıkları bir fiziksel örnekle açıklamışlardır. Oluşturulan kaygı puan ortalamalarına göre; “20–35 arası puan düşük kaygı düzeyine”, “36–42 orta kaygı düzeyine”, 42–80 yüksek kaygı düzeyine” sahip oldukları belirtilmiştir (Öner 1983).

C. Uygulama

Araştırmada kullanılan veri toplama araçları, örneklem grubuna 1 Haziran 2018 – 1 Aralık 2019 tarihleri arasında uygulanmıştır. Tüm katılımcılara çalışma

hakkında ön bilgi verilmiştir. Çalışmanın yürütülebilmesi için İstanbul ili Beşiktaş ilçesinde bulunan güzellik ve bakım salonundan yazılı olarak onay alınmıştır. Araştırmada kullanılacak DSKÖ ve RBSÖ'nün yazarlarından çalışmayı yapabilmek için e-posta yoluyla izin alınmıştır.

D. İstatistiksel İşlemler

Elde edilen veriler SPSS 25 programı ile analiz edilmiştir. İstatistiksel işlemlere başlamadan önce uç değerler incelenmiştir. Z puanı ile uç değerler incelenebilmektedir. Z puanı +3'ten büyük veya -3'ten küçük olan veriler uç değer olarak kabul edilmektedir (Çokluk, vd.2016). Öncelikle Durumluk Kaygı Ölçeği, Sürekli Kaygı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puanlara ilişkin z puanları oluşturulmuştur. Sürekli Kaygı Ölçeği toplam puanında +/-3 dışında z puanı olmadığı, Durumluk Kaygı Ölçeğinde 1, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğinde ise 1 kişiye ait toplam puanlarda uç değer olduğu görülmüştür. Toplamda 2 kişiye ait veri analiz dışında bırakılmıştır. Analizler 178 katılımcıya ait veri seti üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların tek değişkenli normal dağılım durumu incelendiğinde Durumluk Kaygı Ölçeği, Sürekli Kaygı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puanlarının basıklık ve çarpıklık katsayılarının +/-1 (Durumluk Kaygı Ölçeği: Basıklık = -.65, çarpıklık = .36; Sürekli Kaygı Ölçeği: Basıklık = -.65, çarpıklık = .20; Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği: Basıklık: -.96; çarpıklık = .39) dışında olmadığı görülmüştür. Basıklık ve çarpıklık katsayısı +/-1 dışında olan puanlar normal dağılım özelliği göstermemektedir (Büyüköztürk, 2014). Katılımcıların kişisel bilgi formlarından elde edilen bilgiler ile durumluk kaygı, sürekli kaygı ve benlik saygılarının karşılaştırılması için bağımsız örneklem t-testi analizi gerçekleştirilmiştir.

VII. BULGULAR

A. Genel Bulgular

Araştırmaya 21-60 yaş aralığı olan 178 kadın katılmıştır. Katılımcıların tamamının, yüzeysel kozmetik (makyaj, saç boyama, cilt bakımı, manikür vb.) uygulamalarına en az bir kez başvurduğu ve uygulamaları deneyimlediği anlaşılmıştır. Çizelge 2'e göre araştırmaya katılanların en fazla olduğu yaş grubu 35-44'tür (% 34.8).

Çizelge 2: Katılımcıların Yaş Dağılımları

Yaş Grubu	Kişi Sayısı	Yüzde
18-24	31	17.4
25-34	51	28.7
35-44	62	34.8
45-54	27	15.2
55-64	7	3.9

N = 178.

Katılımcılardan 128'i (% 71.9) kendini orta gelir grubunda görürken 39'u (%21.9) yüksek gelir grubunda görmektedir. Katılımcıların 11'i (%6.2) ise kendini düşük gelir grubunda görmektedir. Katılımcıların medeni durum bilgilerini gösteren bilgiler Çizelge 3'de verilmiştir.

Çizelge 3: Katılımcıların Medeni Durumları

Medeni Durum	Kişi Sayısı	Yüzde
Bekâr	72	40.4
Evli	79	44.4
Boşanmış	25	14
Dul	2	1.1

N = 178.

Araştırmaya katılanların eğitim durumları incelendiğinde katılımcıların 143'ünün (% 80.3) öğrenci ya da çalışan olduğu görülmektedir. Katılımcıların 35'i (%19.7) ise çalışmayan ya da ev hanımıdır. Son olarak, katılımcıların büyük çoğunluğunun üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir (Çizelge 4).

Çizelge 4: Katılımcıların Eğitim Durumları

Eğitim Düzeyi	Kişi Sayısı	Yüzde
İlkokul	8	4.5
Ortaokul	15	8.4
Lise	52	29.2
Üniversite ve üstü	103	57.9

N = 178.

B. Estetik Ameliyatı Olma Durumu ile İlgili Bulgular

Katılımcıların estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırma hakkındaki düşünceleri ve durumlarını gösteren betimsel analiz sonuçları Çizelge 5'te sunulmuştur.

Çizelge 5: Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırma Hakkındaki Düşünceleri ve Durumları

Düşünce ve Durumlar	Kişi Sayısı	Yüzde
Hiç estetik ameliyatı olmadım ve estetik ameliyat olmayı düşünmüyorum.	61	34.3
Hiç estetik ameliyatı olmadım fakat estetik ameliyatı olmayı düşünüyorum.	48	27
Estetik ameliyatı oldum fakat yeniden bir estetik ameliyatı olmayı düşünmüyorum.	12	6.7
Estetik ameliyatı oldum, ihtiyaç duyarsam yeniden estetik ameliyatı olmayı düşünürüm.	57	32

N = 178.

Çizelge 5 incelendiğinde katılımcıların yarısından fazlasının (%61.3) ameliyat olmadığı bununla birlikte katılımcıların yarısından fazlasının (%59) ise estetik

ameliyat olmayı düşündüğü görülmektedir. Katılımcıların sosyal medya kullanma durumlarına ilişkin betimsel analiz sonuçları da Çizelge 6’te verilmiştir.

Çizelge 6: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Durumları

Düşünce ve Durumlar	Kişi Sayısı	Yüzde
Hiç kullanmıyorum.	11	6.2
Ayda birkaç defa kullanıyorum.	2	1.1
Her hafta en az 1 kez kullanıyorum.	9	5.1
Her gün 1-2 defa kullanıyorum.	50	28.1
Her gün sıklıkla kullanıyorum.	106	59.6

N = 178.

Çizelge 6 incelendiğinde katılımcıların çok az bir kısmının (%6.2) sosyal medya kullanmadığı görülmektedir. Bu durumun aksine, katılımcıların büyük çoğunluğunun (%93.8) sosyal medya kullanıcısı olduğu söylenebilir. Ayrıca katılımcıların yarısından fazlasının (%59.6) sosyal medyayı her gün sık bir biçimde kullandığı görülmektedir.

C. Demografik Bilgilere Göre Durumluk Kaygı, Sürekli Kaygı ve Benlik Saygısı Puanlarına İlişkin Bulgular

Araştırma sorularından “Katılımcıların durumluk kaygı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla bağımsız örneklem t testi analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 7’de verilmiştir.

Çizelge 7: Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırmayı Düşünüp Düşünmemeye Göre Durumluk Kaygı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

Değişken	Düşünce	N	Ortalama	S.s.	t	p
Durumluk	Düşünüyorum	105	35.01	9.34	.19	846
Kaygı	Düşünmüyorum	73	34.74	8.77		

N = 178

Katılımcıların estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre durumluk kaygı puanlarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan bağımsız örneklemeler *t*-testi sonucunda ortalamalar arasında farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur ($t_{176} = .19, p > .05$). Buna göre durumluk kaygısının; estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeyi etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Araştırma sorularından “Katılımcıların sürekli kaygı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla bağımsız örneklemeler *t* testi analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 8’de verilmiştir.

Çizelge 8: Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırmayı Düşünüp Düşünmemeye Göre Sürekli Kaygı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklemeler *t*-Testi Sonuçları

Değişken	Düşünce	N	Ortalama	S.s.	<i>t</i>	<i>p</i>
Sürekli Kaygı Puanları	Düşünüyorum	105	41.03	8.86	.43	.666
	Düşünmüyorum	73	40.45	8.60		

N = 178

Katılımcıların estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre sürekli kaygı puanlarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan bağımsız örneklemeler *t*-testi sonucunda ortalamalar arasında farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur ($t_{176} = .43, p > .05$). Buna göre sürekli kaygının; estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeyi etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Araştırma sorularından “Katılımcıların benlik saygısı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla bağımsız örneklemeler *t* testi analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 9’da verilmiştir.

Çizelge 9: Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırmayı Düşünüp Düşünmemeye Göre Benlik Saygısı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklemeler t-Testi Sonuçları

Değişken	Düşünce	N	Ortalama	S.s.	t	p
Benlik	Düşünüyorum	105	1.33	1.47	.68	.500
Saygısı	Düşünmüyorum	73	1.19	1.22		

Puanları

$N = 178$

Katılımcıların estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeye göre benlik saygısı puanlarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan bağımsız örneklemeler t-testi sonucunda ortalamalar arasında farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur ($t_{176} = .68, p > .05$). Buna göre benlik saygısının; estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırmayı düşünüp düşünmemeyi etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Araştırma sorularından “Katılımcıların durumluk kaygı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla bağımsız örneklemeler t testi analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 10’da verilmiştir.

Çizelge 10: Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırıp Yaptırmama Durumuna Göre Durumluk Kaygı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklemeler t-Testi Sonuçları

Değişken	Durum	N	Ortalama	S.s.	t	p
Durumluk	Yaptırdım	69	33.75	9.52	-1.34	.182
Kaygı Puanları	Yaptırmadım	109	35.62	8.77		

$N = 178$

Katılımcıların estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre durumluk kaygı puanlarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan bağımsız örneklemeler t-testi sonucunda ortalamalar arasında farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur ($t_{176} = -1.34, p > .05$). Buna göre durumluk kaygısının; estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmamayı etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Araştırma sorularından “Katılımcıların sürekli kaygı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla bağımsız örneklem *t* testi analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 11’de verilmiştir.

Çizelge 11: Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırıp Yaptırmama Durumuna Göre Sürekli Kaygı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem *t*-Testi Sonuçları

Değişken	Durum	N	Ortalama	S.s.	<i>t</i>	<i>p</i>
Sürekli Kaygı Puanları	Yaptırdım	69	40.23	9.24	-.68	.497
	Yaptırmadım	109	41.15	8.42		

N = 178

Katılımcıların estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre sürekli kaygı puanlarının farklılaşp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem *t*-testi sonucunda ortalamalar arasında farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur ($t_{176} = -.68, p > .05$). Buna göre sürekli kaygının; estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmamayı etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Araştırma sorularından “Katılımcıların benlik saygısı puanları estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla bağımsız örneklem *t* testi analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 12’de verilmiştir.

Çizelge 12: Katılımcıların Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Operasyon Yaptırıp Yaptırmama Durumuna Göre Benlik Saygısı Puanlarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem *t*-Testi Sonuçları

Değişken	Durum	N	Ortalama	S.s.	<i>t</i>	<i>p</i>
Benlik Saygısı Puanları	Yaptırdım	69	1.29	1.49	.11	.911
	Yaptırmadım	109	1.27	1.30		

N = 178

Katılımcıların estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmama durumuna göre benlik saygısı puanlarının farklılaşp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem *t*-testi sonucunda ortalamalar

arasında farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur ($t_{176} = .11, p > .05$). Buna göre benlik saygısının; estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptırıp yaptırmamayı etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

VIII. SONUÇ VE ÖNERİLER

Estetik eğitimi, kültür ve kişilik hakkındaki temel fikirlerin toplandığı düğümdür. Estetik, insanın kendini geliştirmesine teşvik eden ve onu bütün bir kişi olarak inşa eden faktörlerin biridir. Literatürde estetik müdahale arzusunun altında yatan güdüler ile ilgili birçok araştırma mevcuttur. De Vries (2019), Meksika’da bulunan bir estetik kliniğinde estetik ameliyat olmayı düşünen 87 aday üzerinde yürüttüğü çalışmasında; estetik ameliyatı olma isteği ile kaygı düzeyi ve benlik saygısı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Katılımcıların %93.1’i ($n=81$) yüksek, %6.9’u ($n=6$) ise orta düzeyde öz benlik saygısına sahipken; kaygı düzeyi açısından katılımcıların %92’si ($n=80$) orta düzeyde ve %8’i ($n=7$) düşük düzeyde olmak üzere; genel olarak işlevselliklerini etkilemeyen kaygı düzeyine sahip oldukları bildirilmiştir (De Vries, vd. 2019:4). De Vries, araştırmasına katılan estetik cerrahi adaylarının %35’inin bekar, lise mezunu ve üstü, 29-31 yaşları arasında olmasını dikkate değer bulmuş; gelecekte yapılacak araştırmalarda katılımcıların demografik özellikleri açısından incelenmesinin gerekliliğinin altını çizmiştir.

Bazı araştırmalar estetik müdahalelerin, kişilerin benlik saygısı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu işaret etmektedir (Soest vd., 2009:1942). Soest (s. 1042) çalışmasında, katılımcıların estetik cerrahi müdahale sonrasında vücut imajı (0.17, $p < 0.01$) ve benlik saygı (0.19, $p < 0.01$) seviyelerinde iyileşme kaydettiğini bildirmiştir. Fakat istenmeyen netice ile sonuçlanan bir estetik müdahale tam aksi yönde bir etki yaratabilir.

Geçmişte yapılan bir takım benzer araştırmalar daha farklı sonuçlar ortaya koymuş olsa da bu çalışmanın ilk temel bulgusu, örneklemdaki kişilerin benlik saygısı ve kaygı düzeyleri ile estetik ameliyatı olma isteği arasında anlamlı bir ilişki olmadığıdır. Gelecekte bir estetik ameliyat yaptırmayı göz önünde bulunduranların ($n=105$) ortalama durumluk kaygı düzeyi (35.01 ± 9.34) ve ortalama sürekli kaygı düzeyi (41.03 ± 8.86) değişkenleri ile gelecekte estetik ameliyat yaptırmayı düşünmeyenlerin ($n=73$) durumluk kaygı düzeyi ve sürekli kaygı düzeyinin benzer olduğu anlaşılmıştır (34.47 ± 8.77) ve (40.45 ± 8.60). Öte yandan; gelecekte estetik

ameliyat yaptırmayı düşünenler (1.33 ±1.17) ile gelecekte estetik ameliyat yaptırmayı düşünmeyenlerin (1,19 ±1.22) benzer yükseklikte benlik saygı seviyesine sahip oldukları ortaya çıkarılmış, bu açıdan anlamlı derecede bir kırılma olmadığı tespit edilmiştir. Bu örneklemede benlik saygısı seviyesi ve durumluk-sürekli kaygı düzeyleri seviyesinin, estetik operasyon yaptıрма isteği için koşullandırıcı özellikler olduğu görülmemektedir.

Diğer önemli bir bulgu ise, deneklerin yüksek bir oranının %59 ($n=105$) estetik ameliyat yaptıрма düşüncesine olumlu yaklaşmasıdır. Bunun yanı sıra katılımcıların yarısından fazlasının (%59.6) sosyal medyayı her gün sıklıkla kullandığı görülmektedir. Walker, Krumhuber ve Dayan'ın (2019) yürüttüğü çalışmada, kişilerin sosyal medyada estetik amaçlı ameliyat geçirmiş kadın görüntüleri ile sıklıkla karşılaşmanın, estetik ameliyatı yaptıрма isteğini olumlu yönde etkilediğini gösterilmiştir.

Araştırma bulgularına göre, benlik saygısı, durum - sürekli kaygı düzeylerinin; estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi operasyon yaptıрма isteğini etkileyen faktörler olmadığı söylenebilir. Bulgular doğrultusunda olumlu beden imajı oluşturma ve estetik cerrahi süreci ile ilgili şu önerilerde bulunulabilir:

- Sosyal medyada paylaşılan filtreli görseller, estetik müdahale içeren videolar ve beden imajı ile ilgili yapılan eleştirel yorumların; kişilerin estetik yaptıрма isteği üzerindeki etkisinin daha geniş bir çerçevede araştırılması gerekmektedir.
- Bireylerin güzellik ihtiyaçlarını etkileyen estetik değerlerin ve geleneksel estetik öğretilerinin içinde kabul gören güzellik değerlerinin kültürel açıdan yeniden incelenmesi. Medyada yaygın olan temsillerin kişilerin beden imajını nasıl etkilediğini açıklığa kavuşturmak için, nitel ve niceliksel ölçütlerin kullanıldığı daha geniş bir araştırma yürütülmelidir.

KAYNAKLAR

KİTAPLAR

- BROCH, H. (1970). “Notes on The Problem of Kitsch”, Ed.G. Dorfler, **Kitsch: an anthology of bad taste**, London, Studio Vista Limited, ss. 49–78.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2014). **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı**, Ankara, Pegem Akademi, 20. Baskı.
- ÇOKLUK, Ö. ŞEKERCİOĞLU, G. ve BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2016). **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları**, Ankara, Anı Yayıncılık, 4. Baskı.
- ECO, U. (1990). **Travels İn Hyper Reality: Essays**, San Diego, Harcourt Brace Jovanovich.
- ECO, U. (2006). **Güzelliğin Tarihi**, Çev. A. Akkoyunlu, İstanbul, Doğan Yayıncılık.
- FREUD, S. (1996). **Yaşamım ve Psikanaliz**, Çev. K. Şipal, İstanbul, Say Yayınları.
- GEERTZ, C. (1993). “Religion As A Cultural System”, Ed. C. Geertz, **The İnterpretation Of Cultures: Selected Essays**, Fontana Press, ss. 87–125.
- GENÇTAN, E. (1998). **Psikanaliz ve Sonrası**, İstanbul, Remzi Kitapevi.
- HORNEY, K (2017). **Nevrozalar ve İnsan Gelişimi**, Çev. E. Erbatur, İstanbul, Sel.
- HORNEY, K. (2010). **İçsel Çatışmalarımız**, Çev. Z. Koçak, İstanbul, Sel Yayınları.
- KLEİNMAN, P. (2015). **Psiko101: Psikolojinin Gerçekleri**, Ed. H. Kaplan, İstanbul, Okyanus.
- MARX, K. (1993). **1844 Elyazmaları**, Çev. K. Sömer, Ankara, Sol Yayınları.
- MARX, K. (2000). **Yabancılaşma**, Çev. K. Sömer vd., Ankara, Sol Yayınları.
- ÖNER, N. ve LE COMPTE, A. (1983), **Durumluk ve Sürekli Kaygı Envanteri El Kitabı**, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- RİNGROSE, J. (2011). Are You Sexy, Flirty, Or A Slut? Exploring ‘Sexualization’ and How Teen Girls Perform/Negotiate Digital Sexual Identity on Social Networking Sites. Ed. R. Gill, C. Scharff, **New Femininities**. London, Palgrave

- ROSENBERG, M. (1965). **Society and the Adolescent Self-Image**, Princeton, Princeton University Press.
- SCHARFF, C. (2011). **Postfeminism, neoliberalism and subjectivity**, Ed. R. Gill, C. Scharff, **New femininities**, London, Palgrave Macmillan, ss. 99–116.
- SMİTH, E. NOLEN, S. FREDRİCKSON, B. LOFTUS, G. (2012). **Kişilik, Psikolojiye Giriş**, Çev. Ö. Öncül ve D. Ferhatoğlu, Ankara, Arkadaş Yayınevi, ss.452-49, 3. Baskı.
- SOMMERS-FLANAGAN, J. (2016). **Klinik Görüşme Psikolojik Değerlendirme Esasları**, Çev. G. Akbaş ve L. Korkmaz, İstanbul, İthaki, 3.Baskı.
- SPIELBERGER, C. D. GORSUCH, R. L. LUSHENE, R. VAGG, P. R. JACOBS, G. A. (1983). **Manual for the State-Trait Anxiety Inventory**. CA, Palo Alto, Consulting Psychologists Press.
- SPIELBERGER, C.D. (1966). **Theory and Research on Anxiety**, New York, Academic Press.
- ДЕСЕВ, Л. (1999). **Речник По Психология**, София, Из. Булгарика.
- КОЛЕВ, И. ПОЖАРЛИЕВ, Ч. (2001). **Философия**, София, Из. Анубис.
- ПОПОВ, Г. (2012). **Психопатология. Феноменология. Методология**, Варна, Из. Стено.
- СТАМАТОВ, Р. (1992), **Психология**, София, Из.Просвета.

MAKALELER

- ARUMA, E. HANACHOR, M. (2017). “Abraham Maslow’s Hierarchy Of Needs And Assessment Of Needs In Community Development”, **International Journal of Development and Economic Sustainability** cilt 5, sayı 7, ss.15-27.
- CASH, T. F. THÉRIAULT, J. ANNİS, N.M. (2004). Body Image in an Interpersonal Context: Adult Attachment, Fear of Intimacy and Social Anxiety, **Journal of Social and Clinical Psychology**, sayı 23, cilt 1, ss. 89-103.
- CASH, T.F. MELNYK, S.E. HRABOSKY, J.I.(2004).The Assessment Of Body Image Investment: An Extensive Revision Of Appearance Schemas Inventory, **International Journal of Eating Disorders**, sayı 35, ss.305–316.

- CASTLE, D. J. HONIGMAN, R. J. PHILLIPS, K. A. (2002). “Does cosmetic surgery improve psychosocial wellbeing? ”, **Medical Journal of Australia**, cilt 176 sayı 12, ss.601–603.
- COREY, S. ve ARISA, E. (2016). “Nonsurgical Cosmetic Procedures For Men: Trends And Technique Considerations”, **The Journal of clinical and Aesthetic Dermatology**, cilt 9, sayı 12, ss.33–43.
- CRERAND, C. E. MENARD, W. ve PHILLIPS, K. A. (2010). “Surgical And Minimally Invasive Cosmetic Procedures Among Persons With Body Dysmorphic Disorder”, **Annals of Plastic Surgery**, sayı 65, ss.11-16.
- DE VRIES, D. A. vd. (2014). “The Effect Of Social Network Site Use On Appearance Investment And Desire For Cosmetic Surgery Among Adolescent Boys And Girls”, **Sex Roles. Springer**, cilt 71, sayı 9–10, ss.283–295.
- DEL AGUÍLA, E. MARTÍNEZ. JR. PABLOS, JL. HUÁNUCO, M. ENCINA, VM, RHENALS, AL. (2019). Personality Traits, Anxiety, and Self-esteem in Patients Seeking Cosmetic Surgery in Mexico City. **Plastic Reconstruction Surgery Global Open**, cilt 7, sayı 10, ss.1-6.
- ELBOZAN, B. KARLIDAĞ, E. ÜNAL, S. (2003). Beden Dismorfik Bozukluğu: Risperidon Kullanılan Bir Olgu, **Anadolu Psikiyatri Dergisi**, sayı 4, ss.237-242.
- FARDOULY, J. ve VARTANIAN, L. R. (2016). “Social Media And Body Image Concerns: Current Research And Future Directions”, **Current Opinion in Psychology**, cilt.1, sayı. 9, ss.1-5.
- GÜZEL, E. (2018). “Güzellik Dayatması Altında Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın”, **Global Media Journal**, cilt 4, sayı 7, ss.81-96.
- MİLKİE, M. A. (1999). “Qualitative Contributions to Social Psychology”, **Social Psychology Quarterly**, cilt 62, sayı 2, ss.190-210.
- MONRO, F. ve HUON, G. (2005). “Media-portrayed Idealized Images, Body Shame and Appearance Anxiety”, **Eating Disorders**, cilt.38, sayı 1, ss.85–90.
- MULKENS, S. BOS, A. E. ULEMAN, R. vd. (2012), “Psychopathology Symptoms in a Sample of Female Cosmetic Surgery Patients”, **Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery**, cilt 65, sayı 3, ss.321-327.

- OKTAN, V. ve ŞAHİN, M. (2010). “Kız Ergenlerde Beden İmajı ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, cilt. 7, sayı 2, ss.544-556.
- ÖZUSTA, Ş. (1995). “Çocuklar İçin Durumluk-Süreklilik Kaygı Envanteri Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, **Türk Psikoloji Dergisi**, cilt.10, S.34, ss.32-44.
- PEMPEK, T. A. YERMOLAYEVA, Y. A. ve CALVERT, S. L. (2009). “College Students’ Social Networking Experiences on Facebook”, **Journal of Applied Developmental Psychology**, sayı 30, ss.227–238.
- PHİLLİPS, K. A. GRANT, J. SİNİSCALCHİ, J. vd. (2001), “Surgical and Nonpsychiatric Medical Treatment of Patients With Body Dysmorphic Disorder”, **Psychosomatics**, sayı 42, ss.504–510.
- PHİLLİPS, K. A. ve MENARD, W. (2006). “Suicidality in Body Dysmorphic Disorder: a Prospective Study”, **American Journal of Psychiatry**, sayı 163, ss.1280–1282.
- T. VON SOEST, I.L. KVALEM, H.E. ROALD, K.C. (2009). “The Effects Of Cosmetic Surgery On Body İmage, Self-Esteem, And Psychological Problem”, **Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery**, sayı 62, ss.1238-1244.
- TÜRKMEN, İ. KURT, Z. ve KARSLİGİL, E. (2013). “Destek Vektör Makinesi Yöntemi İle Yüz Güzelliği Kararı”, **Sinyal İşleme ve İletişim**, sayı 14, ss.1-6.
- WALKER, C.E., KRUMHUBER, E.G., DAYAN, S. ve ark. (2019). “Effects of Social Media Use on Desire for Cosmetic Surgery Among Young Women”, **Current Psychology**, Springer, s. 1-10.

ANSİKLOPEDİLER

- BUDAK, S. (2017). **Psikoloji Sözlüğü**, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 5. Baskı.
- CRAİGHED, E. vd. (2014). **Encyclopedia of Psychology and Behavioral Science**, София, Наука и Изкуство, 3. Baskı.
- DSM-V (2013), **Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders 5**, Washington, American Psychiatric Association, 5.Baskı s.493-538.
- KUTASH, I. (1994). Anxiety. Ed. R. J. Corsini, **Encyclopedia of Psychology**, New York, Wiley, ss.166–182.

YILDIRIM, M. (2003). "The Role of T.S. Eliot in English Poetry", (Yayımlanmamış doktora tezi), Department of Literature, Cambridge University.

TEZLER

ÇUHADAROĞLU, F. (1986). "Adolesanlarda Benlik Saygısı", Uzmanlık Tezi, Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı, Hacettepe Üniversitesi.

GÜZEL, E. (2013). "Kültürel Bağlamda Kadın ve Güzellik, Doktora Tezi, Antropoloji Anabilim Dalı, Yeditepe Üniversitesi.

KORKMAZ, M. (1996). "Yetişkin Örneklem İçin Bir Benlik Saygısı Ölçeğinin Güvenirlilik ve Gerçeklik Çalışması, Uzmanlık Tezi, Psikoloji Anabilim Dalı, Ege Üniversitesi.

TUKUŞ, L. (2010). "Benlik Saygısı Ölçeği – Kısa Formu Türkçe Güvenirlilik ve Gerçeklik Çalışması, Uzmanlık Tezi, Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı, Kocaeli Üniversitesi.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

KUNDERA, M. (1999), "The Unbearable Lightness Of Being". New York: Harper Perennial. toddlers & tiaras , <http://tlc.howstuffworks.com/tv/toddlers-tiaras> , (Erişim tarihi: 24.Haziran.2017).

URL-1 "Asds Members Performed Nearly 12 Million Treatments In 2017"
<https://www.asds.net/skin-experts/news-room/press-releases/asds-members-performed-nearly-12-million-treatments-in-2017>, (Erişim tarihi: 18.12.2019)

URL-2 Türkiye'de Estetik Ekonomisinin Büyüklüğü 2 Milyar, Anadolu Ajansı,
<https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turkiyede-estetik-ekonomisinin-buyuklugu-2-milyar-dolar/1296667>, (Erişim tarihi: 24.06.2019)

URL-3 "The Human Face and the Golden Ratio", <https://www.goldennumber.net/face/> , (Erişim tarihi: 26.12.2019)

URL-4 "Kylie Jenner Before Plastic Surgery & her Beauty Evolution", <https://boredyawn.com/kylie-jenner-before-plastic-surgery/>, (Erişim tarihi: 28.10.2019)

URL-5 "Rankin Project Shows What Happens When Teenagers Are Asked To Edit Their Selfies For Social Media", Metro News, <https://metro.co.uk/2019/02/05/rankin-project-shows-happens-teenagers-asked-edit-selfies-social-media-8441410/> , (Erişim tarihi: 06.05.2019)

URL-6 "Threading an Alternative to Canthoplasty" https://www.reddit.com/r/Vindicta/comments/ea6jxm/pdo_threading_an_alternative_to_canthoplasty_its/, (Erişim tarihi: 28.10.2019)

DİĞER KAYNAKLAR

MANİKONDA, L. DE CHOUDHURY, M. (2017). "Modeling and Understanding Visual Attributes of Mental Health Disclosures in Social Media", Paper presented at the 2017 Conference on Human Factors in Computing Systems, ss.170-181.

SANDOZ, E.K. WILSON, K.G. (2006). "Body Image Acceptance Questionnaire: Embracing 'Normative Discontent'", Paper presented at the Association for Contextual Behavioral Science ACT/RFT World Conference, London, England.

SEZGİN, S. & ŞENOL, S. (2010). "Medyadaki Kadın İmgesi: Anne. 21. Yüzyılın Eşiğinde Kadınlar: Değişim ve Güçlenme", Uluslararası Multidisipliner Kadın Kongresi, s. 459-463, İzmir.

SİNİSCALCO, RAFFAELE "Narcissism. The American Contribution", A Conversation with Otto Kernberg Journal of European Psychoanalysis, Number 12-13 - Winter-Fall (2001).

EKLER LİSTESİ

Ek.1: Bireysel Bilgi Formu

Ek.2: Spielberg Durum ve Sürekli Kaygı Ölçeği

Ek.3: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği – Kısa Form

Ek.4: Etik Kurul Kararı

Ek-1: Bireysel Bilgi Formu

1. Yaşınız?

2. Medeni durumunuzu işaretleyin.

- Bekar Evli
 Boşanmış Dul (Eşlerden biri vefat etmiş)

3.Eğitim düzeyiniz nedir?

- İlkokul mezunu
 Ortaokul mezunu
 Lise Mezunu
 Üniversite veya yüksekokul mezunu
 Diğer _____

4. Gelir düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?

- Düşük Orta Yüksek

5. Mesleğiniz nedir?

6. Yaptığınız işten ne kadar memnunsunuz?

- Çok Memnunum Memnunum Az memnunum Memnun değilim

7.Size uygun olan seçeneği işaretleyin.

- Hiç estetik ameliyatı olmadım ve estetik ameliyatı olmayı düşünmüyorum.
 Hiç estetik ameliyatı olmadım fakat estetik ameliyatı olmayı düşünüyorum.
 Estetik ameliyatı oldum fakat yeniden bir estetik ameliyatı olmayı düşünmüyorum.
 Estetik ameliyatı oldum, ihtiyacım olursa yeniden estetik ameliyatı olmayı düşünürüm.

8. Sosyal medyayı (Facebook, İnstagram vb.) hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?

- Hiç kullanmıyorum Ayda birkaç defa kullanıyorum
 Her hafta en az bir kez kullanıyorum Her gün bir-iki defa kullanıyorum
 Her gün sıklıkla kullanıyorum

Ek-2: Spielberg Durum ve Sürekli Kaygı Ölçeği (STAI – TX -1)

YÖNERGE: Aşağıda kişilerin kendilerine ait duygularını anlatmada kullandıkları birtakım ifadeler verilmiştir. Her ifadeyi okuyun, sonra da o anda nasıl hissettiğinizi ifadelerin sağ tarafındaki parantezlerden uygun olanını işaretlemek suretiyle belirtin. Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Herhangi bir ifadenin üzerinde fazla zaman sarf etmeksizin anında nasıl hissettiğinizi gösteren cevabı işaretleyin.

		HIÇ	BİRAZ	ÇOK	TAMAMIYLA
1.	Şu anda sakinim	(1)	(2)	(3)	(4)
2.	Kendimi emniyette hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
3.	Su anda sınırlarım gergin	(1)	(2)	(3)	(4)
4.	Pişmanlık duygusu içindeyim	(1)	(2)	(3)	(4)
5.	Şu anda huzur içindeyim	(1)	(2)	(3)	(4)
6.	Şu anda hiç keyfim yok	(1)	(2)	(3)	(4)
7.	Başıma geleceklerden endişe ediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
8.	Kendimi dinlenmiş hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
9.	Şu anda kaygılıyım	(1)	(2)	(3)	(4)
10.	Kendimi rahat hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
11.	Kendime güvenim var	(1)	(2)	(3)	(4)
12.	Şu anda asabım bozuk	(1)	(2)	(3)	(4)
13.	Çok sınırlıyım	(1)	(2)	(3)	(4)
14.	Sınırlarımın çok gergin olduğunu hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
15.	Kendimi rahatlamış hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
16.	Şu anda halimden memnunum	(1)	(2)	(3)	(4)
17.	Şu anda endişeliyim	(1)	(2)	(3)	(4)
18.	Heyecandan kendimi şaşkına dönmüş hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
19.	Şu anda sevinçliyim	(1)	(2)	(3)	(4)
20.	Şu anda keyfim yerinde	(1)	(2)	(3)	(4)

Kendini Değerlendirme Anketi (STAI – TX -2) - Devamı

		HEMEN HİÇ BİR ZAMAN	BAZEN	ÇOK ZAMAN	HEMEN HER ZAMAN
21.	Genellikle keyfim yerindedir	(1)	(2)	(3)	(4)
22.	Genellikle çabuk yorulurum	(1)	(2)	(3)	(4)
23.	Genellikle kolay ağlarım	(1)	(2)	(3)	(4)
24.	Başkaları kadar mutlu olmak isterim	(1)	(2)	(3)	(4)
25.	Çabuk karar veremediğim için fırsatları kaçıırım	(1)	(2)	(3)	(4)
26.	Kendimi dinlenmiş hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
27.	Genellikle sakin, kendine hakim ve soğukkanlıyım	(1)	(2)	(3)	(4)
28.	Güçlüklerin yenemeyeceğim kadar biriktiğini hissedirim	(1)	(2)	(3)	(4)
29.	Önemsiz şeyler hakkında endişelenirim	(1)	(2)	(3)	(4)
20.	Genellikle mutluyum	(1)	(2)	(3)	(4)
31.	Herşeyi ciddiye alır ve endişelenirim	(1)	(2)	(3)	(4)
32.	Genellikle kendime güvenim yoktur	(1)	(2)	(3)	(4)
33.	Genellikle kendimi emniyette hissedirim	(1)	(2)	(3)	(4)
34.	Sıkıntılı ve güç durumlarla karşılaşmaktan kaçınırım	(1)	(2)	(3)	(4)
35.	Genellikle kendimi hüzünlü hissedirim	(1)	(2)	(3)	(4)
36.	Genellikle hayatımdan memnunum	(1)	(2)	(3)	(4)
37.	Olur olmaz düşünceler beni rahatsız eder	(1)	(2)	(3)	(4)
38.	Hayal kırıklıklarını öylesine ciddiye alırım ki hiç unutamam	(1)	(2)	(3)	(4)
39.	Aklı başında ve kararlı bir insanım	(1)	(2)	(3)	(4)
40.	Son zamanlarda kafama takılan konular beni tedirgin ediyor	(1)	(2)	(3)	(4)

Ek – 3: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği – Kısa Form

		ÇOK DOĞRU	DOĞRU	YANLIŞ	ÇOK YANLIŞ
1.	Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)
2.	Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
3.	Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim	(1)	(2)	(3)	(4)
4.	Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim	(1)	(2)	(3)	(4)
5.	Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
6.	Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim	(1)	(2)	(3)	(4)
7.	Genel olarak kendimden memnunum	(1)	(2)	(3)	(4)
8.	Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim	(1)	(2)	(3)	(4)
9.	Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığımı düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)
10.	Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığımı düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)

Evrak Tarih ve Sayısı: 07/01/2019-154



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 88083623-044
Konu : BORİANA DOGANOVA Etik Onay Hk.

Sayın BORİANA DOGANOVA

Tez çalışmanızda kullanmak üzere yapmayı talep ettiğiniz "Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği", "Bireysel Bilgi Formu" ve "Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği" konulu anketiniz İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 03.01.2019 tarihli ve 2018/21 sayılı kararıyla uygun bulunmuştur.

Bilgilerinize rica ederim.

e-imzalıdır
Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Müdür

Evrakı Doğrulamak İçin : <https://evrakdogrula.aydin.edu.tr/en/Vision.Dogrula/BelgeDogrulama.aspx?V=BE6LJ8EB>

Adres:Beşyol Mah. İnönü Cad. No:38 Sefaköy , 34295 Küçükçekmece / İSTANBUL
Telefon:444 1 428
Elektronik Ağ:<http://www.aydin.edu.tr/>

Bilgi için: NESLİHAN KUBAL
Unvanı: Enstitü Sekreteri



ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad: Boriانا Doganova Ekim

Doğum Tarihi ve Yeri: 18.02.1981 – Varna/BULGARİSTAN

E-posta: bdoganova@gmail.com

ÖĞRENİM DURUMU:

Lisans: 2017, Varna Chernorizec Hrabar Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Psikoloji Bölümü

MESLEKİ DENEYİM:

Kurucu, Güzellik Uzmanlığı Branş Eğitmeni– T.C. M.E.B. Özel BEN Güzellik Uzmanlığı ve Meslek Edindirme Kursu, İstanbul, 08/2019 – devam etmekte

Genel Müdürü – European Beauty Concept, İstanbul, 12/2002 – devam etmekte

Kurucu Temsilcisi, Güzellik Uzmanlığı Branş Eğitmeni– T.C. M.E.B. Özel Reform Estetisyenlik Kursu, İstanbul, 05/2012 - 11/2015

TEZDEN TÜRETİLEN YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER:

DOGANOVA, E.B., Ş.I., CANTEZ, K. E., (2020). Kişilerin Kaygı Düzeyinin ve Özbenlik Saygılarının; Estetik, Plastik Ve Rekonstrüktif Operasyon Yaptırma İsteği Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi, **Asos Journal of Academic Sosial Science**, sayı 102.