



KADINLARIN OMUZLARINDAKİ AĞIR YÜK: “GÜZELLİK”*


EMİNE MELİHA KURTDAŞ*

Öz

Beden, kültür tarafından üretilen, kullanılan ve denetlenen sosyal bir olgudur. Benliğin ve kimliğin bir parçası olduğu kadar, bireyin toplumsal konumunun da temel belirleyicilerinden biridir. Kadın ve erkeğin toplumsal konumunu ve rollerini belirlemede de önemli bir faktördür. Ancak bedene yüklenen anlamda erkek ve kadın arasında bir ayırım söz konusudur. Bu ayrımların başında “güzellik” olgusu gelir. “Güzellik”, hemen her kültürde kadını tanımlamada kullanılan temel ölçütlerden biri olmuştur. Ancak kadını tanımlamada kullanılan güzellik olgusunun anlamı ve önemi zamana ve topluma bağlı olarak da değişmektedir. Örneğin Batı’da modernizmle birlikte fiziksel güzelliğe verilen önemin artması ve güzelliğe ilişkin bir standart yaratılması, kadınlar için güzelliği ulaşılması gereken bir hedef ve aynı zamanda bir problem haline getirmiştir. Güzelliğin kadınlar için mutlak bir buyruk olduğu ve kadın üzerinde baskı yarattığı savından yola çıkan bu çalışma, çalışan kadınların güzellik algısını ve güzel olmanın üzerlerinde yarattığı baskıyı ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma nitel desenli bir alan araştırması olup, veri toplama aracı olarak görüşme tekniğini kullanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Beden, Güzellik, İdeal Beden, Modernizm

* Bu çalışma İnönü Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma Etik Kurulu’nun 17/06/2021 tarih ve 2021/12-9 sayılı kararıyla uygun görülmüş olup araştırma ve yayın etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.

*  Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, emine.kurtdas@inonu.edu.tr

HEAVY DUTY ON WOMEN'S SHOULDERS: "BEAUTY"*

Abstract

The body is a social phenomenon produced, used and controlled by culture. The body is part of the self and identity. It is also one of the main determinants of the social position of the individual. The body is also an important factor in determining the social position and roles of men and women. However, there is a distinction between men and women in the sense attributed to the body. In this context, "beauty" for women is one of the main determinants in defining women. Beauty comes first among the basic criteria used to determine the "ideal woman" in every culture. However, the meaning and importance of the phenomenon of beauty used to define women also changes depending on time and society. For example, the increase in the importance given to physical beauty with modernism in the West and the creation of a standard for beauty have made beauty a goal to be achieved and also a problem for women. This study claims that beauty is an absolute commandment for women and creates pressure on women. The study aims to reveal the perception of beauty of working women and the pressure that being beautiful creates on them. The study is a qualitative patterned field study and used the interview technique as a data collection tool.

Keywords: Women, Body, Beauty, Ideal Body, Modernism

1. GİRİŞ

Bedenin çoğu zaman biyolojik niteliği ön planda olmuş ve beden daha çok bu bağlamda ele alınmıştır. Oysa beden biyolojik olduğu kadar sosyal bir olgudur. Çünkü her toplum bedeni, kendi kültürü bağlamında üretir ve denetler. Bu nedenle bedenin anlamı kültürden kültüre ve zamana bağlı olarak değişmekte ve farklılaşmaktadır. Geleneksel toplumlarda doğanın bir parçası olan beden, modern dönemde ve özellikle günümüzde inşa edilen, değiştirilebilen, kontrol edilen, çeşitli anlamlarla yüklü bir göstergeler bütünü ve toplumsal üretim alanı

* This study was approved by the decision of İnönü University Social and Human Sciences Scientific Research Ethics Committee dated 17/06/2021 and numbered 2021/12-9 and was prepared in accordance with research and publication ethics.

olarak tanımlanabilir. Bedenin biyolojik bir varlıktan sosyal bir varlığa dönüşümü aynı zamanda bedeni hem kadın hem erkek için sosyal bir sermayeye dönüştürmüştür. Günümüzde beden, bireyin benliğinin ve kimliğinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Bireyin toplumdaki konumunu belirlemede etkili ve önemli bir bileşendir. Ancak bedenin sosyal sermaye haline gelmesinin özellikle kadın için daha belirgin bir durum olduğu gözlemlenmektedir. Bu noktada ortaya çıkan anahtar kavram ise güzelliiktir.

Güzellik, kavram olarak hoşça giden, beğenilen şeyleri tarif etmekte kullanılır. Mesela bir manzaraya, bir resme, bir nesneye veya müzik eserine güzel nitelendirmesi yapılabilir. Ancak güzellik sadece bir nesneye ait objektif bir değerlendirme değildir, güzellik aynı zamanda sosyolojik bir olgudur. Çünkü güzellik en baştan beri sosyo – kültürel anlamlarla yüklü bir kavram olmuştur. Güzelliğin aynı zamanda bir cinsiyeti de vardır. Güzellik kadına ait bir özelliktir ve kadını tarif etmekte kullanılan bir kavram olagelmıştır. Güzelliğin kadına özgü olmasının temelinde ise sadece kadının biyolojik özellikleri yer almaz. Kadının güzelliğini aynı zamanda sosyal, ekonomik, politik ve kültürel faktörler belirler. Örneğin toplumsal cinsiyet rolleri gereği erkek güçlü, aktif, yaratıcı gibi özelliklere sahipken kadın ise zayıf, narin, pasif ve kırılgandır. Erkek koruyan, kadın ise korunmaya muhtaç olarak konumlandırılmıştır. Erkek seçen, kadın ise seçilendir. Erkek bakan, kadın ise bakılındır. Kadın; arzu edilen ve hoşça giden cinstir. Bu nedenle güzel olmak zorundadır.

Güzelliğin tarihine ilişkin sosyolojik bir okuma yapıldığında bu sürecin dönüm noktasının modernizm olduğu söylenebilir. Modernizm ile birlikte fiziksel güzellik ön plana çıkmış ve modernizmin doğası gereği pek çok şeyde olduğu gibi güzellikte de bir standartlaşma yaratılmıştır. Modernizmin fiziksel güzelliği ön plana çıkararak yaklaşımından ve güzellikte yarattığı standartlaşmadan kadın da nasibini almıştır. Kadın için güzellik artık onu nitelendiren ve onu görünür kılan

en önemli özelliği haline gelmiştir. Güzelliği sayesinde “ikinci cins”, “güzel cins” olmuştur. Toplumda görünürlüğü artmış, statü kazanmıştır. Dolayısıyla kadın için güzellik bir sıfat olmanın ötesinde sosyal bir gerçeklik ve hatta bir gereklilik olmuştur. Ekonomik, sosyal, kültürel ve politik bir artalanı vardır. Modernizmle başlayan ve günümüzde tüketim toplumunda adeta doruk noktasına ulaşan güzel olmak ya da güzel görünmek zorunluluğu aynı zamanda kadın bedeninin denetimi ve kontrolünü de beraberinde getirir. Tüketim toplumunda güzellik olgusu kadın için adeta bir buyruğa dönüşmüştür. Beden, kadının benliğinin ve kişiliğinin bir yansıması haline gelmiş, standartlara uygun hale getirilmek zorunda kalınan bir tüketim nesnesine dönüşmüş durumdadır. Bu durum aynı zamanda kadına ağır bir yük getirmektedir. Bu yük güzel olmak ya da güzel görünmek zorunluluğudur.

Ekonomik, politik ve sosyo – kültürel belirleyiciler tarafından şekillendirilen güzellik olgusunun, kadınlar için mutlak bir buyruk olduğu ve kadın üzerinde bir baskı yarattığı savından yola çıkan bu çalışmanın amacı; Batı’da ortaya çıkan standartlaşmış güzellik algısının günümüzde özellikle çalışan kadınlar üzerinde nasıl bir etki yarattığını ortaya koymaktır. Çalışan kadınların güzellik algısını ve güzel olmanın üzerlerinde yarattığı baskıyı göstermeyi amaçlayan çalışmada öncelikle güzelliğin tarihinin Batı modernizmi üzerinden bir okuması yapıldıktan sonra günümüzde çalışan kadınların güzellik algısı ve güzelliğin onlar üzerinde yarattığı etkilerin sosyolojik bir çözümlemesi yapılmıştır.

2. BEDENİN İNŞASI VE GÜZELLİK OLGUSU

Bedenin her ne kadar biyolojik yönü ön planda olsa da her zaman kültür tarafından biçimlendirilen ve kültürel anlamlara sahip bir yönü de olmuştur. Örneğin antropolojik açıdan beden insanın ilk ve doğal bir “alet”i olarak görülmüştür. Bedeni kullanmaya yönelik bilgiler üreten kültür aynı zamanda bedeni biçimlendirmekte ve beden teknikleri vasıtası ile üyelerine bir kimlik

kazandırmaktaydı (Nazlı, 2009: 61-62). Ancak ilkel toplumlarda bireysel kişilik veya bireyselleşmiş bir beden algısı söz konusu değildir. Bu toplumlarda beden, üzerindeki izler, yaralar, kesikler vb. ile dünyanın ve içinde yaşanılan topluluğun bir parçası olmuştur. Bu yaklaşım ise modernizmle beraber değişmiştir. Modern dönemde beden artık eskisi gibi topluluğun, kaynaşmış sosyal bedeninin ayrılmaz bir parçası değildir. Disiplin altına alınmaya çalışılan beden, kimliğin bir parçası haline gelmiştir (Çabuklu, 2004: 96-98). Modernizmle beraber beden, artık üzerinde değişiklikler yapılabilecek, düzenlenebilecek, inşa edilebilecek bir olgu olmuştur. Modernizmin akıl ve bilim yolu ile doğayı kontrol etme, şekillendirme ve değiştirme arzusu bedene de yönelince beden ruhtan ayrılmış, bir meta haline gelmiştir.

Bedenin biyolojik niteliğinin arka plana itilmesi ve sosyo – kültürel boyutunun ön plana çıkmasında sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmelerin rolü büyük olmuştur. Geleneksel toplumlarda daha çok dinin etkisi ile anlamlandırılan ve şekillendirilen beden, sekülerleşme ile birlikte dinin etkisinden kurtularak yeni otoritelerin etkisi altına girmiştir (Turner, 2008). Böylece bedeninin toplumsal yönü, biyolojik yönünden daha ön plana çıkmıştır. Beden artık toplumun değerleri ve ideolojisi tarafından şekillendirilen, sağlık, hastalık, gençlik, yaşlılık, güzellik gibi kavramların somutlaştığı alandır (Demez, 2012: 513). Artık bireyler bedeni ile daha çok ilgilenmekte, bedeni kişisel kimliklerini yansıtan bir simge olarak görmektedir (Shilling, 1993: 1). Buna bağlı olarak da beden gittikçe daha fazla kontrol edilen, baskı altında tutulan ve şekillendirilmeye çalışılan bir metaya dönüşmüştür.

Beden üzerinde uygulanan kontrol ve baskının dikkat çekici önemli bir yanı kadın bedeninin ön planda olması ve bedene yönelik söylemlerin ve denetimin kadın bedenine yönelik olmasıdır (Özbudun, 2006: 22). Özellikle Batı kültüründe modernizmle birlikte kadın bedeni, özel bir ilgi nesnesi ve yeni bir tür saplantı

olmuştur. Bu yeni saplantı kadınları bedenleri ile ilgili bir dizi meşguliyetin taşıyıcısı yapmıştır (Coward, 1989: 20-21). Kadın bedeninin ön plana çıkmasında ise bedenin dışı olduğu görüşünün etkisi vardır. Bedenin estetik/erotik değişim değerine indirgenmesi sürecinde estetik/erotik söylem kadın üzerinden hareketle düzenlenir. Çünkü cinsellik kadındır (Baudrillard, 2004: 174-177). Toplumsal cinsiyet rolleri gereği toplumda erkekler daha çok başarı ve güçleri ile kadınlar ise güzellik ve çekicilikleri ile anılmaktadır. Bu nedenle güzel ve çekici olmak kadın için bir zorunluluktur. Kadınların bedenlerine ilişkin algılarının ve müdahalelerinin temelinde ise bu düşünce yatmaktadır. Çünkü kadın arzu edilendir, güzel ve çekici olmak zorundadır. Kadınların bedenine yönelik müdahalelerin ve söylemlerin temelinde de bu yüzden “güzellik” olgusu vardır.

Sözlüklerde “göze ve kulağa hoş gelen, hayranlık uyandıran, çirkin karşıtı” (TDK) olarak tanımlanan güzel, en genel anlamıyla beğenilen ve hoş giden şeyleri nitelemek için kullanılan bir kavramdır. Güzel ya da güzellik uzun bir süre sadece somut varlıkları nitelemek için değil bunun yanında soyut (ahlak, erdem, iyilik, doğruluk vb.) kavramlar için de kullanılmıştır. Ancak modernizm ile birlikte güzellik somut varlıklar ve özellikle bedeni nitelendirmek için kullanılan bir kavram olmuştur.

Neyin güzel olduğu kişiden kişiye, dönemden döneme ve kültürden kültüre değişir. Bu nedenle güzel göreceli bir kavramdır. “Çoğu zaman, bir şeyi güzel ya da çirkin bulma, estetik ölçütlerden değil, siyasal ve toplumsal ölçütlerden kaynaklanır” (Eco, 2015: 12). Bu nedenle güzel ya da güzellik sosyolojik bir olgudur. Güzelliğin sosyolojik boyutunun önemli bir kısmı ise beden ve özellikle kadın bedeni ve güzelliği ile ilgilidir. Çünkü güzellik kadına has bir durum olarak görülmektedir ve kadının toplumsal yaşamdaki yerini belirleyen en önemli faktörlerden biridir.

Kadınların sosyal kimliği genel olarak kültürün bedenleri ile ilgili kavrayışları tarafından belirlenmektedir. Kadın ister “eksik etek”, ister “yürüyen rahim”, ister ilahi güzelliğin dünyevi yansıması, ister İblis’in hizmetinde şehvet düşkünü sayılsınlar, kadınların yaşamlarına kendi toplumlarının daha özgül cinsiyet tanımlamaları kadar, bedene yönelik tutumları da egemen olmuştur (Grieco, 2005: 53). Kültür hem erkek hem kadın cinsini, erkek ve kadın cinsel kimliklerini belirler. “Hakiki kadın” hem dişil hem de güzel olan kadındır. Tıpkı Weber’in ortaya koyduğu gibi ideal tiptir. Çirkinlik ile dişilik bağdaşmamaktadır. Çirkin kadın daha nötr, daha az cinsel kimlikli bir kategoriye aittir ve bu yüzden kültürün ürettiği anlatılarda ve imgelerde yer alma olasılığı daha azdır. Kültür kadınlık ile görünüş, kadınlık ile fiziksel güzellik, kadınlık ile cinsellik arasında çok yakın bir bağlantı kurar (Nahoum-Grappe, 2005: 92). Çirkin kadın ise kültürel anlatının hep olumsuz tarafında konumlandırılır. Çünkü kültür güzel kadını görünür kılar, çirkinini ise yok sayar. Bu yüzden masallarda, efsanelerde, hikâyelerde ana karakter genç ve güzel kadındır. Çirkin kadın ise yaşlıdır ve kötülükle ilişkilendirilir. Örneğin kötü kalpli cadı pamuk prenses kendisinden güzel olduğu için onu öldürmeye çalışmıştır, külkedisi güzelliği yüzünden acı çeker, Batı’da olduğu gibi Doğu masallarında da bu durum değişmez. Ancak genç ve güzel kadın her ne kadar acı çekse de sonuçta her zaman masal onun için mutlu son biter. Çünkü güzel olmak mutluluk getirir.

Güzellik kadının hiçbir zaman kaçamayacağı bir durumdur. Çünkü kadın olarak doğmak, erkeklerin mülkiyetinde olan özel, çerçevelenmiş bir alanda doğmak demektir. Bu nedenle kadınların toplumsal kişilikleri sınırlı ve koşullandırılmış bir yerde şekillenir. Kadın, olduğu ve yaptığı her şeyi gözlemek zorundadır. Erkekler nasıl görüldüğü, hayatında başarı sayılan şey açısından son derece önemlidir. Kendi varlığını algılayışı, bir başkası tarafından beğenilme duygusuyla tamamlanır (Berger, 2011: 46). Bu nedenle kadının toplumsal tarihinin büyük bölümü giysilerin, kozmetiğin ve maddi kültürün içine gömülüdür (Dyhouse,

2015: 21). Kadın için güzel olmak adeta bir zorunluluk, kaçamayacağı bir sondur. Bu durumun ortaya çıkmasında ise özellikle Batı'da ortaya çıkan sosyal, ekonomik ve kültürel değişimlerin önemli bir etkisi vardır. Bu nedenle kadınların güzellik hikâyesini Batı kültürü üzerinden okumak gerekmektedir.

3. BATI'DA KADININ GÜZELLİĞİNİN TARİHİNE KISA BİR BAKIŞ

Güzellik kavramı başlangıçta, Tanrı'nın emirlerine karşı gelen ve kutsal kitaplarda adı "Azazel" ya da "Azazel" olarak geçen meleğin, insanoğluna silah ve süslenme sanatını öğreterek yeryüzüne kötülüğü yaymasıyla ilişkilendirilir. Çünkü güzellik sanatı, teni çekici kılmaktadır. Bu ise Tanrı'nın buyruğuna karşı gelmek anlamındadır. Dolayısıyla güzelleşmek olumsuz bir anlama sahiptir. Ancak her kültürde güzellik olumsuz anlamlarla yüklü değildir. Örneğin Eski Mısır'da güzelleşmek olumsuz bir çaba değildi. Hatta vücut bakımının, sıradan halk ile ayrıcalıklı sınıfı birbirinden ayıran bir niteliği bulunmaktaydı. Eski Yunan ise düşünsel geleneği ışığında güzelliği parçaların uyumu, oranı ve dengesi şeklinde ele almış ve doğal güzelliğe vurgu yapmıştır (Paquet, 2007: 13-27). Güzelliğin ne olduğu konusunda Yunan filozofları oran, denge ve uyum kavramlarına vurgu yapmış ve Eski Yunan'da güzellik, daha çok estetik kavramı altında anlamlandırılmıştır. Güzellik daha çok sanat ile ilişkilendirilmiştir. Örneğin gerçek güzellik geometrik şekillerin güzelliğidir, yani uyum ve oranda saklı olan güzellik (Eco, 2012: 48-50). Dolayısıyla Antik Yunan dünyası güzelliği oranlarla idealleştirmiştir. Bunun en somut örneği ise heykeller üzerinden verilebilir. Örneğin bu dönemde yapılan heykellerin beden oranları güzelliği idealleştirirken, bu oranlara uymayan bütün varlıklar çirkin olarak kabul edilmiştir (Eco, 2015: 23). Böylece Antik Yunanın düşünsel dünyası güzelliğe felsefi bir anlam biçmiştir.

Orta Çağ, dinin toplumsal yaşamın tümü üzerinde etkili olduğu bir dönemdir ve dönemin ruhuna uygun olarak güzelleşmeyi şehvet ve ahlaksızlık ile

ilişkilendirmiştir. Doğal olan bedene müdahale edilmemesi gerekir. Bunu yapanlar Tanrıya karşı günah işlemektedir. Doğal olan Tanrının yaratısıdır, yapay olan ise şeytanın. Güzellik ürünlerinin kullanımı Tanrı yaratısının biçimini bozmak demektir (Paquet, 2007: 29-34). Güzellikle ilgili ilgilenen Orta Çağ düşünürlerinin hepsi din adamı olduğu için, Orta Çağ ahlakının tensel hazlara kuşkuyla bakması kadın güzelliği ile ilgilenmemelerine yol açmıştır. Bu dönem metinlerinde kadın görüntüsü, el değmemiş ve arındırılmış, arzulan ve erişilemez olarak resmedilmiştir (Eco, 2012: 154-161).

Rönesans dönemi çıplaklığın yeniden keşfedildiği ve fiziksel güzelliğin yeniden itibar kazandığı bir dönemdir (Grieco, 2005: 53). Rönesans ile birlikte özellikle tablolar da beden, detaylarıyla ve canlı bir şekilde resmedilmeye başlanmış, figüratif düşüncedeki bu değişimle beraber güzellik modernizmin içine girmiştir. 15. ve 16.yy’larda mükemmel güzelliğe sahip kadın portrelerinin oldukça ilgi çekmesi “ideal güzelliğe” olan hayranlığın arttığının bir göstergesidir (Vigarello, 2013: 19-20). Çıplak kadın vücudunun sık sık resmedildiği bu dönemde kadın bedeni zarafet, gizem ve çekicilik söylemi etrafında şekillendirilirken, erkek bedeni ise güç ve saygı halesi ile çerçevelenmiş ve bundan kaynaklı bir kendini beğenmişlikle resmedilmiştir (Eco, 2012: 193-205). Erken modern dönemde ruhani kültür kadının çekiciliğinden korkarken, Rönesans Yeni – Platonculuğu, güzelliğin iç ve görünmez bir iyiliğin dış ve görünür bir göstergesi olduğunu ilan ederek güzelliğe itibarını iade etmiştir. Güzellik artık tehlikeli bir kıymet olmaktan çıkmış, aksine ahlaki karakterin ve sosyal konumun zorunlu bir yüklemi olmuştur. Güzel olmak bir zorunluluk haline gelmiş, çirkinlik ise sadece sosyal bayağılıkla değil, kötülükle de bütünleştirilmiştir (Grieco, 2005: 63). Böylece Rönesans ile birlikte gelişmeye başlayan yeni düşünsel dünya, eski dünyanın kadın güzelliğine ilişkin algılarını tümüyle değiştirerek olumsuz algılanan ve kaçınılan güzelliği bir değer haline getirmiştir.

Rönesans, Eski Yunan düşüncesinin yeniden doğduğu bir dönemdir. Güzellik ve beden konusunda da uyum ve Platoncu güzel, doğru ve gerçek ideali yasalarından esinlenen bir anlayış ortaya çıkmıştır. Örneğin Rönesans ile vücudun mimari bir parçaya dönüşmesi ve özellikle Leonardo Da Vinci'nin mükemmelliğin altın oranda gizli olduğu düşüncesi güzelliği de beden parçalarının geometri uyumuna indirgemıştır. Her ne kadar saraylarda ve kent soylular arasında güzel görünmek ve bunun için çabalamak, çeşitli tepkilere yol açsada hızla yaygınlaşmıştır. Süslü kıyafetler, allık sürmek, peruklar, çeşitli karışımlar ve makyaj yapmak bu dönemde soylular arasında oldukça popüler olmuştur (Paquet, 2007: 43-56). Ancak özellikle ressamlar tarafından benimsenen altın oran ya da sayıların, güzelliğin toplum içinde algılanması üzerinde hiçbir etkisi olmamıştır (Vigarello, 2013: 44-48). Güzellik sadece soylu tabakada ya da sarayda görünür hale gelmiştir.

Güzelliğin bir standardının olduğu ya da olması gerektiği düşüncesi Rönesans döneminin bir ürünüdür. Rönesans, kadınsı güzelliğin aşk şiirleri, görgü kitapları ve kozmetik tarifleri ve sırlarının yer aldığı kitaplar tarafından kodlandığı bir dönemdir. Artık güzelliğin bir formülü vardır ve kadınlar standartlara ulaşmak için epey sıkıntıya ve masrafa katlanmak zorunda kalmışlardır. Temel estetik anlayışı hemen tüm Avrupa'da aynıydı: Beyaz ten, sarı saç, kırmızı dudaklar ve yanaklar, siyah kaşlar. Boyun ve eller uzun ve ince, ayaklar küçük, bel esnek olmalıydı. Bu güzellik anlayışı üç yüzyıl boyunca özünde aynı kalmıştır. İşin ilginç yanı güzellik ile ilgili yazılan kitaplar çoğunlukla erkekler tarafından yazılmış ve dolayısıyla güzellik ölçütleri kadın okuyucuya örtük bir biçimde erkekler tarafından dayatılmıştır (Grieco, 2005: 63-65). Böylece güzellik, modernizm ile birlikte kadınlarda somutlaşmaya başlamış ve erkekleri olabildiğine memnun etmeye yönelmiş bir olgu olmuştur. Bu durum kadının statüsünden de bir değişime yol açmıştır. Güzellik en azından seçkin tabakada kadının değerini artırmış, kadının statüsünü yükseltmiştir. Kadının statüsündeki bu yükselme

erkek karşısındaki konumunu değiştirmese de erkeğe güç, kadına güzellik uygun görülmüş, “ikinci cins”, “güzel cins” haline gelmiştir. Böylece kadın ilk defa onu şeytanileştiren bir geleneği kısmen aşmış, mükemmelliğe yaklaşmıştır (Vigarello, 2013: 31-33). Kadını mükemmelliğe yaklaştıran şey ise makyaj olmuştur. Her ne kadar boyanan kadınlar “Tanrının yüzünü değiştirmekle” (çünkü insanlık Tanrının suretiyle yaratılmıştı) suçlansalar da kadınlar pudraların, kremlerin ve boya ların yardımıyla görünüşlerini iyileştirme kararlılığına devam etmişlerdir (Grieco, 2005: 66). Rönesans kadını kozmetik ürünler kullanan, saçına özel bir önem veren ve sarıya boyayan, vücut hatlarını belirginleştirmek için mücevherler kullanan bir kadını artık (Eco, 2012: 196).

Rönesans döneminde güzellik, kadın için basit bir görünüşten çok daha öte bir şey olmuştur. Güzellik, kadınların az çok bilinçli bir biçimde ve ustaca takmayı tercih ettikleri taktik bir maskeydi. Makyaj yapmak genellikle öyle yorumlanmasına rağmen basitçe cinsel çekicilik değildi. Özellikle kadınların yasal, kültürel, ekonomik, siyasal araçları kullanmaları engellendiğinden, güzellik kadın için etkili bir sosyal eylem aracı olmuştur. Güzellik toplumda yetişkin erkeğin iktidarının simgesel eşdeğeri olarak olumlanmıştır (Nahoum-Grappe, 2005: 95-97). Güzellik sadece üreme edimine yararlı bir teşvik değil, zayıf cinsin asli ve meşru bir silahı olmuştur. Zayıf cins bu silahla güçlüyü ehlileştirmeyi ummuştur (Knibiehler, 2005: 308). Böylece güzellik kadınlara sosyal yaşamında güç kazandıran, onları görünür kılan bir olgu olmuş, kadının gücü haline gelmiştir.

Batı toplumunun geçirmiş olduğu ekonomik ve sosyal değişim her alanda olduğu gibi güzellik anlayışında da bir değişim yaratmıştır. Bu konudaki en önemli değişimlerden biri 17.yy’da estetik ve görünümün saray kültürünün dışına çıkarak şehirli burjuva kadınlar arasında da yaygın hale gelmeye başlamasıdır. 17.yy, güzellik ve kusurları kapatmak için süslenmeye hakkı olan kadınların

uygarlığın gelişmesi ile ortaya çıkan ve gelişen estetik üreten araçları kullanarak gittikçe yapay bir güzellik anlayışının ortaya çıktığı bir dönemdir. Bu dönemde artık güzelleşmek için kozmetik ürünler sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır (Vigarello, 2013: 65-94). Kadınların güzel görünmek için hissettikleri sosyal ve ahlaki zorunlulukta kozmetik ürünlerin oynadığı rolün ötesinde, örneğin makyaj, sosyal düzenin zorunlu bir göstereni haline gelmiştir. Boya, vücudun görünen kısımlarının giysisiydi. Makyaj malzemeleri, güzel elbiselik kumaşlar ve pahalı süsler sahibinin zenginliğini ve statüsünü göstermekteydi (Grieco, 2005: 68). Böylece kadınlar kozmetik ürünler ve onların sayesinde elde ettikleri çekicilikleri ile “güzel cins” olarak sosyal yaşamda daha fazla yer almaya başlamış ve kendilerine bir yer edinmişlerdir.

18.yy. kadının toplumsal hayata daha fazla katıldığı ve güzellik anlayışının da değiştiği bir dönemdi. Barok döneminin kısıtlayıcı ve zorlayıcı güzellik anlayışı yerini daha az şehvetli ve daha özgür bir güzellik anlayışına bırakmıştır (Eco, 2012: 259). 18.yy’da Aydınlanma düşüncesinin etkisi ile güzellik anlayışının her türlü Tanrısal vizyondan koptuğu, elle tutulamayan ve Tanrısal kökenli güzellik anlayışının reddedildiği bir dönem olmuştur. Sınırlandırıcı ve belli kalıplara indirgenen güzellik anlayışı yerini bireyselleşen ve birey odaklı bir güzellik anlayışına bırakmıştır (Vigarello, 2013: 103-121). Kilisenin, ahlakçıların ve hekimlerin üç yüzyıllık aralıksız eleştirilerinden sonra, erken modern dönemin ağır makyajı yerini doğal görünüşün yükselişine bıraktı. Geç Orta Çağdan beri ilk kez “doğal görünüm” tekrar moda oldu. Su ve sabun temizliği 18.yy kadın güzelliğinin göstergesi sayıldı (Grieco, 2005: 68). Bu dönemde berrak ten, güzelliğin tartışmasız bir ölçütü olarak kabul ediliyordu. Sedef gibi inci beyazı bir ten rengini korumaya çalışan kadınlar aynı zamanda dışarı fazla çıkmıyor, kapalı mekânlarda kalmaya özen gösteriyorlardı (Knibiehler, 2005: 309). Böylece 18.yy’ın ortalarında doğal güzelliğe dönüş yaşanmıştır. 19.yy’ın başlarında ise yerini yeni bir kozmetik anlayış yaratan romantik akıma bıraktığında güzelliğin

anlamı da değişmiştir. 19.yy’da ilk kozmetik sanayinin ortaya çıkması güzelliğe ilişkin yeni standartlar yaratmıştır (Paquet, 2007: 58-75).

19.yy’ın sonları güzelliğin temel amaç haline geldiği bir pazarın ortaya çıktığına şahit olmuştur. “Güzellik ürünleri ve “güzellik bakımları” gibi yeni ifadeler ortaya çıkmış, güzellik ile ilgili tavsiyeler reklamlarla daha baskıcı hale gelmiştir. Güzellik nesnelere olan ilginin artması geniş bir güzellik pazarı ortaya çıkarmış, güzellik pazarı da büyük mağazalar sayesinde organize edilmiştir. 19.yy sonlarında başka bir değişim ise bedenin gösterimi konusunda ortaya çıkmıştır. Bu dönemde çıplaklık afişlerde, gazetelerde sergilenmeye başlamıştır. Artık bedenler bir gösteri haline gelmiştir. Örneğin 1890’lı yıllardan itibaren “vücut hatları yarışmaları” ortaya çıkmıştır. En güzel bacak, en güzel göğüsler, en güzel ense yarışmaları gibi (Vigarello, 2013: 181-197) yarışmalar sayesinde beden seyirlik bir nesneye dönüşmeye başlamıştır.

20.yy kimya, biyoloji ve tıp bilgisindeki gelişmeler ile yeni kozmetik ve ilaçların ortaya çıktığı bir dönemdir. Bunun yanında bedene olan bakış açısı da değişmiş, kadınların özgürlüklerine kavuşmalarına başlamaları ile birlikte bedenleri üzerindeki kontrolleri artmıştır. Fazla kilolu ve korseli kentsoylu kadın yerini; dayatılmış güzellik anlayışını reddeden, kaslı, kısa saçlı, küçük göğüslü ve düz karınlı çağdaş kadına bırakmıştır. Çalışmaya başlayan kadınların artık güzellik harcamalarına ayırabilecek paraları da vardır. Estetik cerrahi ve güzellik enstitüleri gibi iki onarıcı tekniğin ortaya çıkması ise kadınları iş ve sosyal yaşamda daha etkili hale getirmiştir. Birincil görevi ev işleri olan “hoş, sevimli bayan” yerini etken, değer üreticisi, mesleki alanda erkeklerle rekabet eden kadına bırakmıştır. Güzellik siyasi, iktisadi ve toplumsal bir olgudur artık. Kadın hem işini yapabilmekte hem de güzel olabilmektedir (Paquet, 2007: 78-88). Bu durum aynı zamanda kadına bir yandan güzel olmak için bir zorunluluk bir yandan da buna dair fırsatlar yaratmıştır. Örneğin 20.yy’ın başlarında

güzelleşme konusunda tek biçimli bakış açısını doğrulayan daha önceden eşî görülmemiş bir kurum ortaya çıkar; “güzellik bakımı enstitüsü”. Henüz gelişiminin ilk aşamasında olan bu kurum aynı zamanda iki önemli vurgu yapar, bir mesleğe ve bir ticarete. İlk olarak Paris’te açılan bu enstitülerin ilk müşterileri seçkin kimselerdir. Bir tedavi ve çeşitli işlemler uygulayan bu enstitüler güzelliğin artışıını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu dönemde kozmetik ürünler birleşerek “güzellik ürünleri” haline gelmiştir. Böylece ilk kez güzellik ticaret ve bakım nesnesi haline gelmiş ve bütünsel bir “proje” olmuştur. Öte yandan fiziksel estetik konusunda önce “estetisyen” mesleği sonra bunu cerrahi takip eder. Bu arada cerrahi hedef kitesini genişletmek amacıyla kendisinin toplumsal isteğinin son noktası olduğunu iddia eder. Çünkü ona göre halk eskiden çok fazla kaygılanmadığı beden estetiğine yönelik isteklerini ortaya koymaya başlamıştı (Vigarello, 2013: 201-203). Çünkü bu dönemde kadınlar çalışma yaşamında ve kamusal alanda daha fazla boy göstermeye başlamıştır. Bu ortamda güzellik toplumsal kabulün, iş ve günlük yaşamın önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Güzelliğın inşa edilmesinde ise bilim ve dolayısıyla cerrahi önemli bir araç haline gelmiştir.

20.yy’da kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ve gelişmesi ile birlikte güzellik daha görünür hale gelmiş ve aynı zamanda bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Örneğın 20.yy’ın ilk çeyreğinde güzellik yarışmaları ortaya çıkmıştır. Sinema ile beraber yıldız sistemi güzelliğe yeni bir anlam katmış, onu yüceltmış ve demokratikleştirmiştir (Vigarello, 2013: 224-236). Böylece kadınların yeni bir dişil ideal güzellik tanımına uygun olarak fiziksel görünümüne özellikle özen göstermesi istenmiştir. Bu istek, gelişen medya ile birlikte fırsat eşitliğı ve demokratikleşme vurgusu yapılarak kitleleştirilmeye çalışılmıştır. Buna göre bütün kadınlar eğer yeterli enerjiyi ayırırlarsa güzelliğe ulaşabilirlerdi. Böylece bir “güzellik kültürü” yaratıldı ve bu kültür dergiler, reklamlar ve filmler aracılığı ile kitlesel iletişime yaslanarak büyük kitlelere

ulaştırıldı (Passerini, 2005: 300-301). Ancak bu durum aynı zamanda kadınlar üzerinde bir baskı da yaratmıştır. Kadınlar inanılmaz ince film yıldızlarının, modellerin ve güzellik kraliçelerinin simgelediği yeni güzellik idealine ulaşamamaktan endişe etmeye başlamışlardır (Thèbaud, 2005: 15). Yaratılan güzellik ideali ve ikonları sayesinde kadınlara “güzel kadın”ın nasıl olması gerektiği söylenmiş ve aynı zamanda buna ulaşabilmek için de gereken araçlar hazırlanmış bu kadınlar üzerinde bir baskı yaratmıştır.

Kadın bedeninin ve güzelliğinin ön plana çıkmasında kadınların özellikle II. Dünya savaşıdan sonra iş ve toplumsal yaşama daha fazla katılmalarının rolü büyük olmuştur. Ayrıca bu dönemde ortaya çıkmaya başlayan tüketim toplumu, aynı zamanda bedenin yavaş yavaş bir tüketim nesnesi haline gelmesine neden olmuştur. Postmodern dönem ya da tüketim toplumu olarak da adlandırılan dönemde beden, toplumsal ve kültürel değişimlerin etkisi ile anlam değiştirmiştir. Aydınlanma ile birlikte ruhtan ayrılan beden, modernizmle bulunduğu tek ve bütüncül kalıptan, postmodern dönemde parçalara ayrılan bedene doğru evrilmiş, kültürün temel göstergelerini üzerinde taşıyan bir meta haline gelmiştir. Modern dönemde “üretici” konumundaki beden, postmodern dönemde “tüketici” konumuna evrilmiştir. Beden artık tartışmasız olarak bir özel mülktür ve bunun bakımı da sahibine aittir (Bauman, 2001: 156-159). Kapitalist ekonomik düzenin ürünü olan tüketim toplumunun merkezinde yer alan beden (Bury, 1997: 185), tüketilen şeyler arasında diğer nesnelere daha güzel, daha kıymetli, daha eşsiz ve daha fazla yan anlamlar yüküdür. Bedenin yeniden keşfi, bedenle ilgili bakımlar, rejimler, fedakârca uygulamalar bedenin bir kurtuluş nesnesi haline dönüştüğünün kanıtıdır. Beden ahlaki ve ideolojik olarak ruhun yerini almıştır (Baudrillard, 2004: 163). Beden, üzerinde seçeneklerin ve seçimlerin arttığı bir olgu haline gelmiştir. Bu süreçte pek çok insan kendi bedenini kontrol edebildiği gibi, kendi bedeni başkaları tarafından da kontrol edilmektedir (Shilling, 1993: 3). “Beden kontrolü” teriminin

popüleriği ise bedeninin bir makine gibi görüldüğünü göstermektedir. Tıpkı arabalar ve diğeri tüketim eşyaları gibi beden de düzenli bakıma ve dikkate ihtiyaç duymaktadır (Featherstone, 1999: 182). Böylece beden üzerinde seçimlerin ve seçeneklerin yapılabildiği, denetlenen ve kontrol edilebilen bir proje haline gelmiştir. Ancak bedene ilişkin bu yaklaşımın temel nesnesi doğal olarak kadın bedeni olmuştur.

4. YÖNTEM

Batı’da modernizm ile birlikte ortaya çıkan standartlaşmış güzellik algısının, günümüzde özellikle çalışan kadınlar üzerinde nasıl bir etki yarattığını ve güzel olmak ya da güzel görünmek zorunluluğunun kadınlar üzerinde yarattığı baskıyı göstermeyi amaçlayan bu çalışma, nitel araştırma yöntemine uygun olarak tasarlanmıştır ve fenomenolojik yaklaşıma sahiptir. Amaca yönelik örnekleme yöntemi kullanılarak 2021 yılında, Malatya ilinde çeşitli yaş ve meslek grubundan seçilen 23 çalışan kadınla yapılan çalışmada veri toplama aracı olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Kadınların iç dünyalarına girerek, bakış açılarını, deneyimlerini, duygularını ve algılarını ortaya koymak için en etkili veri toplama tekniği olduğu düşünülen görüşmeler sonucu elde edilen veriler, “güzel ve bakımlı olmanın anlamı”, “sosyal ve iş hayatında güzel olmanın önemi” ve “bedene ilişkin algı ve güzellik ideali” kategorileri içinde betimsel analiz yaklaşımı temel alınarak çözümlenmiştir.

Tablo

	Meslek	Yaş	Eğitim	Medeni Durum
1.Katılımcı	Akademisyen	40	Lisan Üstü	Evli
2.Katılımcı	Akademisyen	35	Lisan Üstü	Bekâr
3.Katılımcı	Akademisyen	30	Lisan Üstü	Evli
4.Katılımcı	Öğretmen	25	Lisans	Bekâr
5.Katılımcı	Muhasebeci	28	Lisans	Bekâr
6.Katılımcı	Halkla İlişkiler	28	Lisans	Evli
7.Katılımcı	Muhasebeci	32	Lisans	Evli
8.Katılımcı	Öğretmen	41	Lisans	Bekâr

9.Katılımcı	Kamuda Memur	42	Lisans	Evli
10.Katılımcı	Psikolog	40	Lisans	Evli
11.Katılımcı	Öğretmen	26	Lisans	Bekâr
12.Katılımcı	Hemşire	28	Lisans	Bekâr
13.Katılımcı	Öğretmen	27	Lisans	Bekâr
14.Katılımcı	Eczacı Kalfası	23	Lisans	Bekâr
15.Katılımcı	Kasiyer	20	Lise	Bekâr
16.Katılımcı	Öğretmen	31	Lisans	Evli
17.Katılımcı	Kamuda Yönetici	45	Lisans	Evli
18.Katılımcı	Bankacı	27	Lisans	Bekâr
19.Katılımcı	Halkla İliş. Ön. Bür.	30	Lise	Evli
20.Katılımcı	Eczacı	35	Lisans	Bekâr
21.Katılımcı	Mağaza Satış Elemanı	27	Lise	Bekâr
22.Katılımcı	Hemşire	25	Lisans	Bekâr
23.Katılımcı	Kamuda Memur	52	Lise	Evli

Bu çalışma İnönü Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma Etik Kurulu’nun 17/06/2021 tarih ve 2021/12-9 sayılı kararıyla uygun görülmüş olup araştırma ve yayın etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.

5. BULGULAR VE YORUMLAR

5.1. Güzel ve Bakımlı Olmanın Anlamı

Geçmişten günümüze her toplumda, toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde kadın ve erkeğe farklı roller biçilmiş, kadın ve erkek toplumlarda farklı konumlandırmıştır. Kamusal alana ait olarak görülen erkek daha çok gücü, başarısı, zenginliği ölçüsünde tanımlanıp, değer görürken; ev ve çevresi ile ilişkilendirilen kadın ise uzun süre doğurganlık özelliği ile tanımlanmış ve bu bağlamda değer görmüştür. Bu nedenle her zaman erkeğin gerisinde kalan kadın için kamusal alanın kapıları uzun bir süre kapalı kalmıştır. Ancak bu durum zamanla değişmiş, özellikle Batıda kadını tanımlayan başka bir özelliği yani güzelliği keşfedilince, kadın da kendisine bu sayede kamusal alanda yer bulabilmiştir. Böylece güzellik olgusu, kadını görünür kılan ve kamusal alanda yer edinmesini sağlayan önemli bir özelliği haline gelmiştir. Özellikle modernizm

ile başlayan bu süreç günümüzde de devam etmektedir. Günümüzde kadınlar için güzellik önemli bir olgudur. Kadınlar güzel olmaya ve güzel görünmeye önem vermektedir. Çünkü güzellik kadını tanımlayan temel kavramlardan biri haline gelmiştir. Araştırmaya katılanlar kadınlar için de güzellik genel olarak; kendine değer vermek, mutluluk, öz güven, saygı, başarı, özel hissetmek, sağlıklı olmak, kadın olmanın gereği gibi anlamlara gelmektedir ve oldukça önemlidir. Örneğin bazı katılımcılar güzelliği kadının değerini anlatan bir kavram olarak görmektedir;

“...güzellik kişinin kendisiyle sağlıklı bağ kurduğu ve değer verdiği anlamına gelmektedir. Güzel olmak bence bir kadını iyi hissettirdiği için önemlidir” (Yaş 40, Psikolog).

“Kendini seven kendisine zaman ayırabilen kişilerin genel rutindir bence, güzellik kadının kendisine verdiği değerdir. Kendime ve çevremdekilere saygımdan, kendimi iyi hissediyor olmamdan, beğenilmek ve övülmekten ve sağlığımı dikkat ediyor olmamdan dolayı benim için önemlidir.” (Yaş 28, Hemşire).

Bazı katılımcılar ise güzelliği mutluluk, özgüven ve kendine duyulan saygı ile ilişkilendirmiştir;

“...güzellik bence mutluluk ve öz güven anlamına gelmektedir. Güzellik bence kadının öz güveninin artması kendini daha iyi hissetmesi ve güzelliğinin farkına varıp ona göre davranması her açıdan onu mutlu edecek mutlu bir kadın, mutlu bir aile, mutlu bir eş, mutlu bir çevre demektir” (Yaş 26, Öğretmen).

“Güzel ve bakımlı olmak bir kadın için kendisini mutlu etmektir. Çünkü güzel ve bakımlı olan bir kadın kendisini rahat hisseder, özgüveni olur. Çevresine de güzel bir ışık yayar. O yüzden güzel ve bakımlı olmak bir kadın için önemlidir. Kadın olmasının bir gereğidir” (Yaş 30, Halkla İlişkiler Ön Büro Çalışanı).

“Bir kadın için güzel ve bakımlı olmak kendisine saygılı olmak anlamına gelir, güzel ve bakımlı kadın kendisine ve çevresine saygı duyan, özen gösteren bir kadındır” (Yaş 27, Bankacı)

Görüldüğü gibi güzellik olgusu, kadın için mutluluğun, özgüvenin, kendisine olan saygının ve değerinin önemli bir bileşenidir. Kadının kendisine olan saygısı, özgüveni, değeri ve mutluluğunun güzelliği ile bağlantılı olması toplumsal cinsiyet rollerinin bir sonucudur. Toplumda erkeğin değerini, saygısını ve

özgüvenini belirleyen faktörler; başarısı, gücü, zenginliği gibi bedensel özellikleri ile doğrudan ilişkili olmayan şeylerdir. Oysa kadının değerini çoğu zaman eğitimi, mesleği ve başarısından önce güzelliği ve bedensel özellikleri belirlemektedir. Erkek bakan, kadın ise bakılan olduğu için kadın güzel olmayı arzulamaktadır. Bu durum toplumsal cinsiyet rollerinin çoğu kadın tarafından da benimsendiğini, kadının değerinin bedenine indirgenmesinin normal karşılandığını göstermektedir. Böylece güzellik kadın için ulaşması gereken bir hedef haline gelmiştir. Güzel olmak, arzu edilir olmak kadın için her daim önemlidir ve mutluluğun anahtarıdır.

Güzelliğin bir değer olması aynı zamanda kadın için güzel olmayı bir zorunluluk haline de getirmektedir. Araştırmaya katılan kadınlar da benzer görüşlere sahiptir:

“Zorunluluk değildir. Ama öncelikle kendisini iyi hissetmesini sağlar. Kadın deyince güzellik, estetik beraberinde gelir. Bu yüzden de kadından güzel ve bakımlı olması beklenir” (Yaş 40, Akademisyen).

“Güzel olmak zorunluluk değil hatta böylesi bir inanış kişinin kendini kabullenmesini ve onunla barışık olmasını engelleyebilir. Ama günümüzde popüler kültürün çeşitli dayatmaları maalesef böyle algılar yaratabiliyor. Fakat toplumsal yaşamın bir gereği olarak bakımlı görünmek çoğu zaman zorunlu olarak düşünülebilir” (Yaş 30, Akademisyen).

“Benim için kesinlikle değildir fakat çağımız kadınları güzel ve bakımlı görünmeye itiyor. Örneğin beklenenden farklı bir giysi bile hemen bir eleştiri ve ötekileştirme havuzuna atılmaya sebep oluyor. Aynada kendini nasıl görmek istediği önemli değil de başkalarının gözünde nasıl görüldüğü daha önemli hale geliyor. Bugün işe saçlarımı dağınık bırakarak gitmek istiyorum düşüncesiyle başlayan bir saniyelik an, şimdi bu halin ne diye karşılaşacağı tepkinin akla gelmesiyle son buluyor” (Yaş 32, Muhasebeci).

“Benim için artık bir zorunluluk halini almış durumda günlük bakımımı yapmadığım takdirde kendimde bir şeylerin eksik olduğunu ve bu eksikliğin beni huzursuz ettiğini hissediyorum. Bundan kaynaklı genel olarak zorunluluk olduğunu düşünüyorum” (Yaş 28, Hemşire).

“Bence zorunluluktur, çünkü kadın için güzel ve bakımlı olmak bir gerekliliktir, şimdi pek çok kadına sorsan çoğu bir zorunluluk değil der, ben çok fazla dikkat etmem diye cevap verir. Ama gerçekte böyle

söyleyenler bile kendilerine dikkat ederler, bakımlarına özen gösterirler. Böyle söyleyenlerin çok samimi olduğunu düşünmüyorum. Acaba evden dışarı çıkarken, kendilerine hiç özen göstermiyorlar mı, sormak lazım” (Yaş 35, Eczacı).

Araştırmaya katılan kadınların çoğu güzel olmayı aslında bir zorunluluk olarak görmese de toplumun ve günümüz gerçeklerinin kadını güzel ve bakımlı olmaya ittiğini ve zorunlu bıraktığını düşünmektedir. Kadınların bu konuda bilinçli olduğu görülmektedir. Ancak ne kadar bilinçli olsalar da bu durumdan kaçamadıklarının da farkındadırlar. Çünkü toplumun beklentileri kadının güzel ve bakımlı olması yönündedir. Güzel olmak kendine saygı, özgüven ve değer ile ilişkilendirildiği için güzellik olgusundan kaçış çoğu kadın için söz konusu değildir. Bu zorunluluğun diğer boyutu ise güzel görünmenin hiç de kolay bir iş olmamasıdır. Güzel ve bakımlı olmak kadına bir yük getirmektedir. Araştırmaya katılan kadınlar da güzel ve bakımlı olmanın kendilerine bir yük getirdiği konusunda hemfikirdirler.

“Zaman ayırmak konusunda yük olabilir. Özellikle bakım için zaman ayırmak gerekli. Kadının evli ve bir işte çalışıyor olması onun zamanı verimli kullanmasını gerektiriyor. Bakımı evde tek başına yapamıyorsanız mecburen daha fazla zaman ve para ayırmanız gerekiyor” (Yaş 40, Akademisyen).

“Tabi ki yük getirir. Hem zaman hem de maddi yönden fedakârlığa ihtiyaç duyar güzellik kavramı” (Yaş 28, Halkla İlişkiler).

“Elbette günümüzde güzel ve bakımlı görünmenin ayrı bir yükü var çünkü kalıplaşmış güzellik algısına herkes doğuştan sahip değil, bir heykeltıraş misali kendini yontarak genel algıya uyana kadar maddi manevi kendinden vermek lazım. Ekonomik bütçeyi hesap ederken mutfak masrafları, faturalar, market alışverişi ve tabi ki listeye eklenen bakım ürünleri ve güzellik salonu harcamalarını unutmamak lazım. Bu, günümüzde çok başarılı şekilde pazarlanan başka bir alan diyebilirim” (Yaş 32, Muhasebeci).

“Tabi ki güzel ve bakımlı olmanın bir maliyeti var. Bir kere bazen saatleriniz ayna karşısında geçebiliyor. Bunun yanında bakım malzemeleri, kıyafet, kuaför gibi maliyetli işler söz konusu. Kolay bir iş değil, çok zamanınızı alabiliyor. Ama bazen çok yorucu ve bıktırıcı da olabiliyor. Sürekli bakımlı olmak zorunluluğu çok yorucu bir iştir” (Yaş 27, Bankacı).

“Tabi ki her güzel şeyin bir bedeli vardır. Bir kere bakımlı olmak hem zaman hem de para isteyen bir şey, erkekler kadınların uzun süre hazırlanmasından rahatsız ama güzel görünmek için bir uğraş lazım, bu da zaman gerektiriyor. Bir de işin maddi boyutu var ki ben işin içinde olduğum için biliyorum bu büyük bir endüstri, kadınlar güzellik için çok para harcayabiliyorlar ve inanın bu çok da gözlerine gelmiyor” (Yaş 35, Eczacı).

Toplumun kadın üzerinde yarattığı güzel olma baskısı kadınların bu yönde bir çaba harcamasını mecbur kılmaktadır. Katılımcıların hepsi güzel ve bakımlı görünmek için çaba harcadıklarını belirtmişlerdir. Öncelikli olarak kişisel temizlik ve sağlık konusunun kadınlar için oldukça önemli olduğu görülmektedir. Günümüzde özellikle kadınlar için çekici ve güzel olmanın yolu büyük oranda sağlıklı yaşamdan geçmektedir. Katılımcıların bazıları sağlıklı yaşamaya özen gösterdiğini ifade ederek; sağlıklı beslenmeye dikkat ettiğini ve spor yaptığını belirtmiştir. Bunun yanında bitkisel ürünler, ek gıda takviyeleri ve vitamin içeren ürünler kullanmaktadır. Bu yaklaşım, günümüzde sağlıklı olmak ile güzel görünmek arasında kurulan ilişkiyi desteklemektedir. Sağlığın artık sosyo – kültürel boyutunun ön plana çıktığı ve sağlığın bir yaşam biçimi haline geldiği günümüzde özellikle kadınların sağlıkları konusunda daha hassas oldukları bilinen bir gerçektir. Bir diğer gerçekte güzel ve bakımlı olmak ile sağlıklı olmak arasında kurulan ilişkidir. Bu nedenle pek çok kadın için sağlık aynı zamanda güzelliğin de bir anahtarı haline gelmiştir. Sağlıkla güzellik arasında kurulan bu ilişkinin çok olumlu olduğu söylenebilir. Ancak işin diğer boyutu da gözden kaçırılmamalıdır. Sağlığın da artık bir endüstri haline dönüştüğü düşünüldüğünde kadınlar, sağlık ve güzellik endüstrilerinin en önemli müşterileri konumundadır. Bu durum beraberinde sağlık – güzellik ilişkisini de istismara açık hale getirmiştir.

Kadınların güzel ve bakımlı görünmek için en çok başvurdukları yöntem ise kozmetik ürünlerdir. Kozmetik ürünlerin keşfi güzelliğin tarihinde bir dönüm noktası olmuştur. Böylece güzellik konusunda belli standartlar ortaya

çıkabilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre de katılımcılar güzel ve bakımlı görünmek için en çok kozmetik ürünleri kullanmaktadır.

“Kişisel bakımlar elbette ki vazgeçilmezimdir. Bunların dışında makyaj yapmak, saç bakımı, saç boyama, oje sürmek, el ayak ve vücut bakımı en önemlisidir” (Yaş 26, Öğretmen).

“Aylık cilt bakımı, saç bakımı lazer epilasyon, manikür pedikür, makyaj bunlar benim rutin bakımlarımdır” (Yaş 28, Hemşire).

“Şu an için kolajen ve vitamin kullanıyorum, saçıma yaptığım maskeler var ve hormonal saç kaybım nedeniyle saç çıkarma tarağı kullanıyorum. Nemlendirici yerine serum kullanıyorum ve ara sıra sivilce ya da ekstra kuruluk olduğunda maske yapıyorum. Güneş kremi kullanıyorum düzenli olarak. Bunun yanında tabii makyaj ve cilt bakımları da var” (Yaş 27, Öğretmen).

Güzel ve bakımlı olmak veya görünmek için kozmetik ürünlerin kullanımı ve özellikle makyaj yapmak kadınlar için gündelik yaşamda olmazsa olmaz bir gereklilik haline gelmiştir. Bunun temel nedeni kadının sürekli güzel ve bakımlı olması gerektiği düşüncesidir. Erkeklerin davrandıkları gibi, kadınlarınca göründükleri gibi olduğu söylenir. Erkekler kadınları izler, kadınlar ise seyredilişlerini seyrederek. Böylece kadın kendisini seyirlik bir nesneye dönüştürmüş olur (Berger, 2011: 47). Sürekli izlendiklerinin farkında olan kadınlar da makyaj yapmadıklarında ya da kötü giyindiklerinde kendilerini çıplak ya da güçsüz hissetmektedir (Tseelon, 2002: 99). Bu düşünce ve duygu kadınlar üzerinde bir baskı yaratmakta, kendilerini güzel olmak ya da güzel görünmek zorunda hissetmektedirler. Araştırmaya katılan kadınların bir kısmı makyaj yapmadan ya da güzel giyinmeden dışarı çıktıklarını ama makyaj yaptıklarında ya da güzel giyindiklerinde daha iyi hissettiklerini belirtmiştir:

“Makyajsız çıkıyorum. Beni kötü hissettirmiyor ama makyajlı ve güzel giyinince daha iyi ve daha sorumlu hissediyorum” (Yaş 40, Akademisyen).

“Genel anlamda çok makyaj yapan biri olmasam da insanların yüzüne baktığımda cildimi soluk hissedebiliyorum. Üzerini giyinmeden çıkmış gibi sanki yüzüm, öyle değil mi yüzümüzün de artık bir giysisi var. Güzel giyinmek ise belli markalardan giyinmenin belirlediği bir ölçüt haline gelmiş, kıyafetin şeklinin ya da üzerine tam olmuş mu bazen bunların bile

bir önemi yok eğer pahalı bir giysiyse bu. Genel yargı bu şekilde de olsa ben kendime yakışanı belli bir kalitede olmasına özen göstererek alıyorum” (Yaş 32, Muhasebeci).

“Yani çok kötü hissetmesem de makyajla çıkmış gibi öz güvenli ve mutlu hissetmiyorum açıkçası. Çünkü kendimi ben güzel görmüyorsam bu durumu karşımdaki kişi de böyle görüyor gibi düşünecek diye huzursuzluk olabiliyor” (Yaş 26, Öğretmen).

Araştırmaya katılan kadınların çoğunluğu ise makyaj yapmadan ya da güzel giyinmeden dışarı çıkmayacaklarını, bu durumun kendilerini çok kötü hissetmelerine ve özgüven kaybına neden olduğunu belirtmiştir. Örneğin;

“Makyaj yapmadan çıkmam ama eğer öyle bir şey olursa çok kötü hissederim, hasta olmuşum gibi” (Yaş 25, Hemşire).

“Çok kötü hissederim, mutsuz olurum, herkes bana bakıyor ve çirkin olduğumu düşünüyor gibi bir hisse kapılıyorum” (Yaş 27, Satış Elemanı).

“Böyle bir şey olamaz, herhalde çok kötü hissederim, hiç denemedim” (Yaş 35, Eczacı).

“Kendimi çok kötü hissederim, herkes bana bakıyormuş gibi oluyorum. Makyaj yapmamak çıplak dışarı çıkmak gibi bir şey benim için” (Yaş 27, Bankacı).

“Özgüvenim düşüyor” (Yaş 31, Öğretmen).

“Huzursuz hissediyorum, işim gereği çalışırken kasada müşteriler ile sürekli yüz yüze oluyoruz, eğer o gün makyaj yapmadıysam kendimi huzursuz hissediyorum, kendime güvenim azalıyor, ama makyaj yaptıysam daha öz güvenli oluyorum” (Yaş 20, Kasiyer).

“Özgüvensiz hissediyorum. Çünkü günümüzde bakımsız görünen bir insana saygı duyulacağını düşünmüyorum” (Yaş 23, Eczacı Kalfası).

“Kötü hissediyorum. Bende bir eksiklik varmış gibi, insanlar bakışlarını kaçırıyor gibi, güzel göründüğümü düşünmediğim için kötü hissediyorum” (Yaş 28, Hemşire).

Katılımcıların bir kısmı ise makyaj yapmanın ya da güzel giyinmenin gidilen yere göre anlamının değiştiğini, sosyal hayatta ve özellikle iş hayatında makyaj yapmamanın ya da güzel giyinmemenin kendilerini çok rahatsız ettiğini belirtmiştir.

“Bazen çok rahat bazen çok rahatsız hissediyorum. Gidilen yere göre bir durum değişir. Çok daha samimi olduğum ve rahat hissettiğim bir

toplumda bu beni rahatsız etmez. Ancak daha resmi bir toplumda bu beni rahatsız eder” (Yaş 25, Öğretmen).

“Günlük yaşantımda zaten yoğun bir makyaj yapmadığım için makyaj yapmadan çıkmak beni olumsuz yönde etkilemiyor. Yalnız dışarı çıktığımda özellikle bir yere davetliysen eğer özensiz giyinmişsem bu beni rahatsız eder önce kendime sonra ise topluma değer vermediğimi düşünürüm” (Yaş 41, Öğretmen).

“Gittiğim yere göre değişir. Eğer önemli bir toplantıya katılacaksam bu durum beni olumsuz etkiler, enerjimi düşürür. Onun dışında çok etkilemez” (Yaş 42, Kamuda Memur).

Günümüzde güzel kavramı bedene, özellikle kadın bedenine indirgenmiştir. Güzel görünme zorunluluğu kadın üzerinde bir baskı unsuru yaratmakta, bu durum kadınların neden daima genç ve güzel görünmedikleri konusunda suçluluk duygusu yaşamalarına neden olmaktadır. Bu suçluluk duygusu kadının bireysel ve toplumsal ilişkilerinde, benliği ile fiziksel görünüşü arasında çatışmalara yol açmaktadır (Kesim ve Kar, 2010: 173). Araştırmaya katılan kadınlar da güzel görünme zorunluluğu ile benlikleri arasında yaşadıkları gerilimi dile getirmiştir. Güzel görünme zorunluluğunun yarattığı baskı ile makyaj yapmakta ve güzel giyinmeye çalışmaktadırlar. Böylece kendilerini daha iyi ve daha özgüvenli hissettiklerini ifade etmişlerdir. Özellikle sosyal yaşamda ve iş yaşamında bunun daha da gerekli ve önemli bir durum olduğu görülmektedir.

5.2. Sosyal Hayatta ve İş Hayatında Güzel Olmanın Önemi

Sosyal yaşamda bireylerin kendileri hakkındaki algıları, kimlik tanımlamaları ve söylemleri diğer bireylerle kurdukları ilişkiler tarafından belirlenir. Daha güzel olma ya da daha iyi bir bedene sahip olma çabaları da sosyal ilişkiler ağında ve öteki bireylere göre belirlenmektedir (İnceoğlu ve Kar, 2010: 68). Bu nedenle kadınlar öteki ile olan ilişkilerinde seyredildiklerinin farkında oldukları için daha güzel olma yönünde çaba harcamaktadır. Özellikle özel alandan kamusal alana geçtiğinde kadın için güzelliği bir avantaj haline gelebilmektedir. Yapılan bazı araştırmalara göre iş yaşamında görünüş önemlidir ve bir fark yaratmaktadır. İyi

görünürlü olanlar işe alımlarda, iş yaşamında, alınan ücrette daha avantajlı iken, iyi görünürlü olmayanlar bu konularda ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Örneğin bir estetik cerrah hatırı sayılır bir hasta grubunun; “iş ortamında daha çok beğenilmek, patronuna iyi gözükmek, kendi eşitleri arasında yerini sağlamlaştırmak ve/veya terfi ve daha iyi ücret alabilmek amacıyla estetik operasyon yaptırıyor” (Torunoğlu, 2010: 202-201) demiştir. Böylece kadın için güzel olmak iş ve sosyal yaşamda daha da önemli bir hale gelmektedir. Araştırma sonuçları da bu durumu destekler niteliktedir. “Sosyal hayatta veya iş hayatında güzel ve bakımlı olmak önemli midir? Ne gibi avantaj ve dezavantajları vardır?” sorusuna katılımcılar sosyal yaşamda ve iş hayatında güzel ve bakımlı olmanın önemli olduğu yönünde cevaplar vermişlerdir.

“Güzel ve bakımlı olmak kendini iyi hissetmeni sağlar. Karşındaki insanı etkiler ... size daha fazla değer verir diye düşünüyorum. İnsanların bakımlı olan, güzel giyinen kadınlarla konuşma şekillerinin farklı olduğunu gördüm... Avantaj olarak iletişimi değiştiriyor... sınıfta derse bakımlı gittiğimde öğrencilerin enerjisinin derse ilgisinin derse katılımın fazla olduğunu gözlemlerdim. Bakımlı ve güzel görünmek, işinize hâkim olduğunuzun bir göstergesi olarak da görülüyor... Dezavantajı olduğunu düşünmüyorum” (Yaş 40, Akademisyen).

“Güzel ve bakımlı olmak iş yaşamında prezantabl bir görüntü, başarılı ve işini iyi yapan bir insan imajı yaratmakta ve dikkat çekmektedir. Avantajları, işinde de sosyal hayatında da başarılı bir birey izlenimi yaratır, çekici ve zarif gösterir. Dezavantajları ise maalesef taciz olaylarına mahal verebilmektedir” (Yaş 28, Halkla İlişkiler).

“Gerek iş hayatında gerek toplumsal hayat içinde dış görünüş karşı taraf açısından sizi daha fazla dikkate alınır bir konuma getirebiliyor... Dezavantajları ise bir kadın olarak görünüşünüzü kimin belirlediğini henüz bulamadığımız standartlarda olması sürekli bir göz önünde olma, takip edilme, rahatsız edilme ve ne yazık ki taciz ve daha fazlasıyla karşı karşıya kalabileceğimiz durumları yaratabiliyor” (Yaş 32, Muhasebeci).

“Özellikle iş yaşamında güzel ve bakımlı insanlar daha çok ön planda ve göz önünde tutmaya çalışılır... bakımlı ve güzel kişiler seçilerek estetik ilgiyi çekilmeye çalışılır. Dezavantajı ise bakımlı ve güzel kadınlara karşı olan ve onları kıskanan kişiler açısından hep terslenir ve zor duruma düşürülmeye çalışılır. Özellikle kadınların hemcinslerine karşı tutumları ve kıskanma durumları karşıdaki kişiyi etkilemekte ve onları huzursuz etmektedir. Bunların dışında ise erkeklerin güzel ve bakımlı kadınlara karşı

tutum ve davranışları rahatsız edici boyuta geçmesi durumu dezavantaj olarak görülür” (Yaş 26, Öğretmen).

“Gerçekten önemli olduğunu düşünüyorum, örneğin öğrencilerim üstümdeki bir kazağı beğendiklerinde dahi bakışları enerjileri değişiyor, insanlar kendine bakan insanın daha değerli olduğunu düşünme eğiliminde... Avantajları kesinlikle daha fazla diye düşünüyorum ama çevreye göre dezavantajları da olabilir. Kurumda iş arkadaşlarına göre "fazla" olan bakımlı olma durumu (makyajı kastetmiyorum) göze bataabilir. Birden öteki olabilirsiniz, insanlar özellikle özgüvensiz insanlar kıskanabilir” (Yaş 27, Öğretmen).

“Bence çok önemli çünkü güzel bir kadın her zaman ve her yerde ilgiyi üzerinde toplar bu durum size çok fayda sağlar mesela iş aradığınızda eğer güzel ve bakımlıysanız işi alma ihtimaliniz çok yüksektir. Avantajları; işe alımda çok avantajı var, hem iş hayatından hem de sosyal hayatta daha dikkat çekici oluyorsunuz, önem görüyorsunuz, ama özellikle iş hayatında sıkıntıları da var tabi ki size bakış ve beklentiler farklı olabiliyor” (Yaş 27, Satış Elemanı).

Kadınlar, güzel ve bakımlı olmanın; karşısındakini etkilemede, iletişimde, başarılı ve önemli biri olduğu imajını vermede, dikkat ve ilgi çekmede çok önemli olduğunu düşünmektedir. Böylece güzel ve bakımlı olmak hem sosyal hayatta hem de iş hayatında kadına çok fazla avantaj sağlamaktadır. Bu durumun yarattığı dezavantajlar ise iki nokta üzerinde yoğunlaşmaktadır. Birincisi; kadınların kendi hemcinslerinden almış oldukları olumsuz tepki ve davranışlar ki bunlar çoğu zaman kıskançlık, öteleme vb. şekilde ortaya çıkmaktadır. İkincisi ise karşı cinsten gördükleri rahatsız edici davranış ve imalardır. Özellikle iş hayatında sıklıkla karşılaşılan sözlü ve fiili tacizler kadınların en önemli problemlerinden biridir. Tabi bu durumun temelinde kadına verilen değerle kadının fiziksel özelliklerinin ön plana çıkması yatmaktadır. Böylece güzel ve bakımlı olmak kadına bir yandan iş yaşamında bazen avantaj sağlarken, bir yandan da bu durumun yaratacağı olumsuzluklarla baş başa bırakmaktadır. Yaşanan bu tür olumsuzluklar ise bireysel değerlendirme ve davranışlardan öte yapısal sorunlardan kaynaklanmaktadır. Kadınların özellikle iş hayatında birikimi, tecrübesi, bilgisi gibi nitelikleri ile değil de cinsiyet özellikleri ile tanımlanıp, değerlendirilmesi, kadının “güzel cins” olarak etiketlenmesi ve

toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin bir sonucudur. Böylece “güzelliği” ile ön plana çıkan kadın, toplumsal yaşamın diğer alanlarında olduğu gibi iş hayatında da cinsel bir obje ve seyirlik bir meta haline gelmektedir. Bu durumun en çarpıcı yanı ise kadınların bu olguyu benimsemiş ve içselleştirmiş olmalarıdır. Güzolmanın kadının benliğinin, kişiliğinin ve kimliğinin önemli bir parçası olduğu, kadınların birçoğu tarafından özümsemiştir. Bu düşünceyi yaratan şey ise sosyalleşme sürecinde toplumsal cinsiyet rolleri gereği kız çocuklarına küçük yaştan itibaren aktarılan kadına yönelik toplumsal beklentilerdir. Örneğin kız çocukları “güzol kızım” diye sevilirken, erkek çocukları “aslan oğlum” diye sevilmektedir. Böylece kız çocukları en baştan itibaren güzel olmaları gerektiği düşüncesi ve inancı ile büyürler.

5.3. Bedene İlişkin Algı ve Güzellik İdeali

İnsan sadece fiziksel yaşamını bedeni aracılığı ile sürdürmez, zihinsel ve duygusal yaşamı da bedeni ve bedeninin fizyolojik olanakları çerçevesinde var olur. Beden, bireyin benlik algısının, kişiliğinin ve kimliğinin çok önemli bir parçasıdır. Dış görünüş ve başkaları üzerinde yaratılan etki, bedenle ve onun kullanılış biçimiyle bağlantılıdır. Birey başkalarının kendisini çoğunlukla bedensel özelliklerine göre tanımladığını bilir. Bireyin kendi zihninde de bir beden imgesi vardır. Bu imge kendine verdiği değer üzerinde oldukça etkilidir (User, 2010: 134). Yapılan araştırmalar, kadınların kendi bedenleri ile ilgili görüşlerinin erkeklerinkinden daha olumsuz olduğunu göstermektedir. Kadınlar güzelliğ ve çekicilik konusunda eleştirilere maruz kalmakta ve sürekli seyrediliyor olmak huzursuzluk duygusunu da beraberinde getirmektedir. Örneğin dünyada kadın nüfusunun 7/10’u görünüşünü beğenmediği için sosyal yaşamda çok aktif olmadığını belirtmiştir (İnceoğlu ve Kar, 2010: 73- 74). Araştırmaya katılan kadınların çoğu da kendilerini güzel bulduklarını ama bedenlerinde memnun

olmadıkları kısımlar olduğunu ve bunu düzelttiklerini ya da düzeltmek istediklerini belirterek bu konuda var olan çıkarımları desteklemişlerdir.

“... kendimi güzel bulurum ancak güzel bulmadığım zaman farklı araçlar devreye sokarak güzel olmak için çabalarım. Evet, bedenimde değiştirmek istediğim şeyler var. Bunun temelde iki nedeni var. Birisi sağlık açısından oldukça zorlanmam diğeri ise psikolojik olarak bundan ciddi anlamda etkileniyor olmam. Estetik yaptırmadım. Ancak yaptırmayı düşünüyorum. İnsan kendisini rahatsız eden ve aynaya baktığında mutsuz olduğu her şeyi ortadan kaldırabilir ya da yerine getirebilir. Bazen bu mutsuzluk psikolojik bunalımlara kadar neden olabilir. Bu nedenle kişi kendisini nasıl iyi hissediyorsa o şekilde bedenini ve yüzünü değiştirme özgürlüğüne sahiptir” (Yaş 25, Öğretmen).

“Güzel buluyorum ama bedenimden memnun değilim. Burnumda küçük oynamalar yaptırmak ve çatlak tedavisi görmek istiyorum” (Yaş 28, Halkla İlişkiler).

“Güzel buluyorum açıkçası bedenimden de memnunum. Ama burnuma estetik yaptırdım ... estetik açıdan daha güzel durması için değiştirmek istedim” (Yaş 26, Öğretmen).

“Evet, güzel buluyorum. Bedenimde memnun olmadığım yerler var ama özellikle boyumun biraz daha uzun olmasını isterdim. Bunun dışında gözlerimi ve yanaklarımı yaptırmak isterdim. Bunlar yapıldığı takdirde daha güzel olacağını düşünüyorum. Estetik yaptırdım. Burun dolgusu var burnumda sarkma olduğundan dolgu yaptırdım. Bunun dışında da estetiği güzel görünmek için yaptırmayı düşünüyorum.” (Yaş 28, Hemşire).

“Evet, buluyorum, ama güzel olmadığı düşündüğüm burnumu yaptırdım. Burnum kemerliydi ve bu beni çok rahatsız ediyordu, aynaya her baktığımda gözüm çarpıyordu, ameliyattan sonra çok rahatladım, kendimi daha güzel hissettim.” (Yaş 30, Halkla İlişkiler Ön Büro Elemanı)

“Genel olarak güzel buluyorum ama boyum biraz daha uzun olsa daha mutlu olurum. Estetik yaptırmadım ama yaptırmayı istiyorum, çünkü estetik vücudunda beğenmediğiniz bir noktayı düzeltebilir, bu da beni daha iyi hissettirir, kendimi daha güzel hissederim” (Yaş 27, Satış Elemanı).

“Genel olarak memnunum ama memnun olmadığım yerleri de sıra ile düzeltiyorum. Diş teli taktırdım, yeni çıktı yaklaşık 2 sene takılı kaldı, şimdi de burnumu yapacağım, daha güzel görünmek için yaptırıyorum, kendimi daha iyi hissediyorum” (Yaş 25, Hemşire).

Kadınlar genel anlamda kendilerini güzel bulsalar da çoğu bedenlerinde eksik ya da kusur görmekte, gördükleri eksik ya da kusurları da düzeltme eğilimine girmektedir. Kadınların bedenlerinde eksik ya da kusur görme eğilimleri

günümüzde güzelliğin artan biçimde farklı, çeşitli, heterojen bir görünüm arz etmesi ve güzel olmanın neredeyse imkânsız hale gelmesinden kaynaklanmaktadır. Bedenin görünümü ne olursa olsun sonunda yetersiz kalmaya mahkûm olmakta ve birey bedenini yeniden değiştirme ihtiyacı duymaktadır. Bu süreçte estetik cerrahi, estetik standartlar doğrultusunda kadınlar için bir kimlik inşa etmektedir. Bu sistem kadınları disiplin altına alarak güçsüzleştirmekte, beden çirkin, kusurlu ve sürekli düzeltilmeye muhtaç bedenler kurulmaktadır (Çabuklu, 2007: 138-140). Estetik cerrahinin ideolojik ön koşulu; aydınlanma düşüncesinin beden ve ruhu ayırması, bireyin bedeninden sorumlu olduğu ve bedenini kontrol edebileceği fikridir (İnceoğlu- Kar, 2010: 77-78). Bu fikir aynı zamanda “kusursuz” bedene ulaşabilmenin tıbbi olanaklarla mümkün olduğu inancını da destekleyerek, “kusursuz” bedene ulaşabilmenin mümkün olabileceği düşüncesi her yaş ve toplumsal kesimdeki kadınlar üzerinde bir baskı unsuru yaratmıştır. Böylece günümüzde estetik operasyonların sayısını her geçen gün artırmaktadır (User, 2010: 144). Günümüzde estetik cerrahi her ne kadar bedeni kontrol etmede bedene yapılan doğrudan bir müdahale olması nedeniyle oldukça eleştirilse de estetik cerrahinin kadınların hayatlarına olumlu katkılar yaptığı yönünde görüşler de mevcuttur. Bu görüşler estetik cerrahinin kadınlara zorla dayatılmadığı, özellikle ekonomik baskıların kadınları bu yöne ittiğini, yaşlı göründükleri gerekçesi ile iş başvuruları reddedilen kadınları bu yola başvurduklarını söylemektedir (Çabuklu, 2007: 140). Böylece estetik cerrahi gençlik ve çalışabilme süresini uzatan, yararlı bir olgu haline gelmektedir (Paquet, 2007: 81). Araştırmaya katılan kadınların bazıları bedenlerinde kusurlu gördükleri noktaları düzelttiklerinde kendilerini psikolojik açıdan daha iyi hissettiklerini söylemeleri de bu bakımdan estetik cerrahinin olumlu yanlarına vurgu yapmaktadır.

Estetik cerrahinin bedeni şekillendirmedeki en önemli rolü, “ideal beden”e ulaşmada sağladığı önemli katkıdır. Günümüzde beden seyirlik bir nesne,

üzerinde çeşitli simgeler taşıyan bir meta olmuştur. Ancak özellikle kadın bedeni standartlaşmış, ulaşılması gereken bir hedef olarak sunulmuştur. İdeal beden ise; genç, esnek, sıkı tenli, hijyenik, formda bir bedendir. Deri düz, parlak olmalı, kırışıklıklar ve lekeler taşımamalıdır (Çabuklu, 2004: 102). Kuralları katı ve sınırları çizilmiş olan bu ideal kadın bedeni aynı zamanda, 168 cm ile 177 cm arasında, uzun bacaklı, bronz tenli ve dinç bir görünüme sahiptir. İdeal bedenin en önemli özelliği ise bir dirhem fazla eti bulunmamasıdır ve ideal beden tam bir genç kız vücuduna da uygun değildir. Daha çok gençlik biçimini koruyan daha yaşlı bir kadın vücududur (Coward, 1989: 38-40). 90-60-90 vücut ölçüleri, 36-38 beden ve 55 kilo da normalleştirilen bedenin diğer ölçüleridir (Sezgin, 2011: 73).

İdeal beden ölçüleri kadınlar için mükemmellik arzusu yaratırken bir yandan da endişe ve yetersizlik duygusu yaratmaktadır. Yapılan araştırmalara göre küresel anlamda kadınların 9/10'u bedeninde bir şeyi değiştirmek istemektedir. Görünüşü ile tatmin olma ve özsaygı ne kadar düşükse, fiziksel görünüşü değiştirme isteği o oranda artmaktadır. Kadınların bedenleri ile ilgili endişe duymaya başladıkları yaş ortalama 13'tür. Kadınların %94'ü ise zayıf oldukları takdirde kendilerini daha iyi hissedeceklerini belirtmişlerdir (İnceoğlu ve Kar, 2010: 72). Dedeoğlu ve Savaşçı'nın (2005: 82) yaptıkları araştırmaya göre de katılımcılarının arzuladıkları beden, kendi bedenlerinden daha ince bir bedendir. Kiloları ne olursa olsun katılımcılar zayıf bir bedene sahip olmak istemektedir. Katılımcıların istedikleri "öteki beden", kendilerinin olmayan bedendir. Bu beden katılımcıların ifadesiyle "incecik bir bel, normal bir göğüs ölçüsü, normal bir kalça ölçüsü", "kemikli yüz", "güzel bacak" ve "uzun boy"a sahiptir. İdealize eden bu beden medyanın öne çıkardığı Batı toplumlarının beden özellikleridir ve sarı saç, renkli göz, uzun boy, ince vücut yapısı ve zayıflık bu bedenin özellikleridir

Araştırmaya katılan kadınlar güzelliğın belli bir standardı olmadığı söylemekte ancak özellikle boy ve kilonun güzelliğı belirleyen temel standart olduğu noktasında uzlaşmaktadırlar.

“Bence kumral kahve saç, en az 1.70 boy, kilosu 50 civarları, fit ve doğa, güzel bir kadının standartlarıdır” (Yaş 28, Muhasebeci).

“Kumral ve hafif dalgalı saçları olan, mavi gözlü, 1.70 boyu 55-60 kilo arası, beyaz tenli, yüzü kemikli kadınlar benim için güzeldir” (Yaş 26, Öğretmen).

“Sarı uzun saçları olan, uzun boylu, beyaz tenli, yeşil gözlü, yanakları belirgin, dudakları hafif dolgun, çenesi keskin, beden ölçüsü olarak göğüsleri orta büyüklükte, beli ince, kalçası hafif çıkık bacak boyu uzun ve ince kadınlar güzel olurlar” (Yaş 28, Hemşire).

“Parıltılı saçlar, koyu kahverengi gözler, 1.70 boy ve 50-55 arası kilo bence güzel bir kadını tanımlayan ölçütler olabilir” (Yaş 20, Kasiyer).

“Bence güzel bir kadın; saç rengi kumral, göz rengi ela, boyu 1.78, kilosu 50, ince belli, ince ve uzun bacaklı olmalı” (Yaş 45, Kamuda Yönetici).

“Güzel bir kadının belli ölçütleri yoktur ama bence boy ve kilo en önemli ölçütler olabilir. Boy en az 170 cm, kilo da 60 üzeri olmamalı” (Yaş 27, Bankacı).

“Aslında güzelliğın belli standartları var, çünkü bakım yaptıranlar, estetik yaptıranlar vb. hepsi belli bazı özelliklere ulaşmak için bunu yapıyor. Örneğın daha parlak bir cilt, daha hacimli saçlar, makyaj da belli trendler, sonuçta herkes belli özellikler istiyor. Ama özellikle uzun boy ve boya uygun bir kilo önemli bence” (Yaş 35, Eczacı).

“Tam olarak yok ama belli başlı şeyler önemli oluyor. Mesela zayıf olmak, biraz uzun boylu olmak tercih ediliyor sanki” (Yaş 52, Kamuda Memur).

Görüldüğü gibi güzelliğın standardı konusunda boy ve kilo ön plana çıkmaktadır. Ancak özellikle zayıflık, ideal bedeni belirleyen temel ölçüt olarak görülmektedir. İdeal bedenın başlıca standardı olarak görülen zayıflık kültünün başlangıç noktası ise 1968 yılındaki gençlik hareketlerine dayandırılabilir. İngiliz model Twiggy bu akımın ikonunu olmuş, kürdan gibi olmayan kadınlar için hayat bir kâbusa dönmüştür (İnceoğlu-Kar, 2010: 76). Pek çok kadın için 1967’de 17 yaşında narin görünüşü ile bir gecede sansasyon yaratan Twiggy’in vücuduna benzer bir vücuda sahip olmak modern bir dişil amaç haline geldi ve her dişil başarının başlangıcı olarak yüceltilen ince bir vücut imajı bütün Batı dünyası

kadınlarına musallat oldu (Higonnet, 2005: 347). Bu dönemden sonra zayıflık, ideal bedenin en vazgeçilmez belirleyici olarak kadınlar üzerinde bir baskı unsuru olmuştur.

İdeal bir bedene ve güzelliğe ulaşmak için kadınların harcadığı tüm çabaların aslında sonuçsuz kalacağı ya da kalmaya mahkûm olduğu gerçeği görmezden gelinmektedir. Ne kadar çaba harcanırsa harcanсын ideal bedene ulaşmak mümkün değildir. Güzelliğin ve ideal bedenin gitgide artan bir biçimde farklı, çeşitli ve heterojen bir görünüm arz ettiği sistemde güzel olmak imkânsız hale gelmektedir. Kişinin fiziksel görünümü ne olursa olsun sonunda yetersiz kalmaya mahkûmdur ve birey bedenini yeniden değiştirme ihtiyacı duymaktadır (Çabuklu, 2007: 138-139). Böylece sürekli değişen bir beden ve güzellik algısı çıkmazında kadın bedeni bir tüketim nesnesi haline gelmiştir.

6. SONUÇ

Toplumsal yaşamda, kadın ve erkeğin sahip olduğu niteliklere göre statüleri ve buna bağlı olarak çeşitli rolleri vardır. Kadın ve erkeğin toplumdaki değerini, konumunu, rollerini belirleyen bu nitelikler geçmişten günümüze bütün toplumlarda büyük oranda kadın ve erkeğin fizyolojik özellikleri ile bağlantılı olmuştur. Toplumsal cinsiyet kavramı etrafında tartışılan bu olgu, erkeği güçlü, aktif, başarılı, yaratıcı gibi kavramlarla, kadın ise zayıf, narin, itaatkâr, pasif gibi kavramlarla nitelendirilmiştir. Bu bağlamda doğa – kültür dikotomisinin erkek kültür, kadın ise doğa tarafında konumlandırılmıştır. Erkek kamusal alana, kadın ise özel alana ait görülmüştür. Kadın – erkek ilişkilerinde de güçlü ve başarılı erkek seçen, bağımlı ve zayıf kadın ise daima seçilen olmuştur. Bu süreçte kadının gerek karşı cins gerekse kendi cinsi içinde ayırt edici en önemli niteliklerinden biri de “güzelliği” olmuştur. Bu bakımdan kadının “güzel cins” olmasının temelinde, sahip olduğu fizyolojik özellikler ve buna bağlı olarak kadının toplumdaki konumlandırılması yatmaktadır.

Kadın her daim “güzel cins” olarak nitelendirilmiştir. Ancak kadının güzelliğinin daha görünür hale gelmesi ve kadının özel alan dışında kamusal alanda da yer bulabilmesinde güzelliğinin önemli bir etkisi olmuştur. Özellikle Batı Avrupa’da ortaya çıkan bu durumun başlangıç noktasının modernizm olduğu ifade edilebilir. Modernizm ile birlikte fiziksel güzelliğe verilen önemin artmasına bağlı olarak kadınların da güzelliği sayesinde kamusal alanda görünürlüğü artmıştır. Modernizmin yarattığı diğer önemli bir etki de güzelliğe ilişkin ortaya çıkan standartlardır. Bu standartların sağlanmasında bilimin etkisi oldukça fazladır. Gerek kozmetik ürünlerin ortaya çıkışında gerekse de cerrahi yöntemlerin kullanılarak bir güzellik standardının oluşmasında bilim öncü rol oynamıştır. Böylece modernizmle başlayan süreçte güzelliğin, dönem dönem farklı olsa da, belli bir standardı olmuştur. Kadınlar da bu standarda ulaşmak ya da ona yaklaşmak için her zaman meşakkatli yollardan geçmiştir/geçmektedir. Çünkü standart güzelliğe ulaşmak ya da yaklaşmak tüketmeden, acı çekmeden, çaba harcamadan mümkün değildir.

Her birey birbirinden farklı bedensel özelliklere sahiptir. Ancak özellikle kadınlar için var olan standart güzellik anlayışları, kadınları belli bir kalıba sokma eğilimindedir. Bu nedenle “güzellik” olgusu kadınlar üzerinde bir baskı yaratmaktadır. Güzel olmak ve güzel görünmek kadınlar için olmazsa olmaz bir gereklilik hatta kadın olmanın mecburi bir sonucu olarak görülmektedir. Kadınların toplumsal yaşamın her alanında daha çok boy göstermeleri de güzelliği sadece estetik bir olgu olmaktan çıkarmış, güzelliğin siyasi, iktisadi, kültürel ve toplumsal bir olgu olmasına neden olmuştur. Özellikle sosyal yaşamda ve iş hayatında güzel ve bakımlı olmak kadın için mutlak bir buyruk haline gelmiştir. Araştırma sonuçları da bu düşünceyi destekler niteliktedir. Araştırmaya katılanlar kadın için güzellik; kendine değer vermek, mutluluk, öz güven, saygı, başarı, özel hissetmek, sağlıklı olmak, kadın olmanın gereği gibi anlamlara gelmektedir. Güzellik; mutluluğun, özgüvenin, kendisine olan saygının

ve değerinin önemli bir bileşenidir. Erkeğin değerini başarısı, gücü, zenginliği gibi bedensel özellikleri ile doğrudan ilişkili olmayan faktörler belirlerken, kadının değerini çoğu zaman eğitimi, mesleği ve başarısından önce güzelliği ve bedensel özellikleri belirlemektedir. Araştırmaya katılan kadınların çoğu güzel olmayı aslında bir zorunluluk olarak görmese de toplumun kadını güzel ve bakımlı olmaya ittiğini düşünmektedir. Ancak bu konuda ne kadar bilinçli olsalar da bu durumdan kaçamadıklarının da farkındadırlar. Araştırmaya katılan kadınlar güzel ve bakımlı olmak için en çok kozmetik ürünler kullanmaktadır. Özellikle makyaj yapmak kadınlar için gündelik yaşamda olmazsa olmaz bir gereklilik haline gelmiştir. Kadınların çoğu için makyaj yapmak ya da güzel giyinmek kendilerini daha iyi hissetmelerine ve özgüvenlerinin artmasına yol açmaktadır. Aksi durumda ise kendilerini kötü hissetmekte, özgüven kaybı yaşamaktadırlar.

Kadınlar için güzel ve bakımlı olmak iş ve sosyal hayatta oldukça önemlidir. Güzel ve bakımlı olmanın; karşısındakini etkilemede, iletişimde, başarılı ve önemli biri olduğu imajını vermede, dikkat ve ilgi çekmede çok önemli olduğu düşünülmektedir. Böylece güzel ve bakımlı olmak hem sosyal hayatta hem de iş hayatında bir gereklilik haline gelmiştir. Bu durumun yarattığı avantajlar olsa da bazı dezavantajları da mevcuttur. Bu konuda ki en önemli olumsuzluk, kadının seyirlik bir nesne, cinsel bir obje olarak görülmesidir. Özellikle iş hayatında sıklıkla karşılaşılan sözlü ve fiili tacizler kadınların yaşadığı en önemli problemlerinden biridir.

Araştırmaya katılan kadınlar genel anlamda kendilerini güzel bulsalar da çoğu bedenlerinde eksik ya da kusur olduğunu ifade etmiştir. Bir kısmı eksik ya da kusurlarını estetik cerrahi ile düzeltilmiş, bir kısmı da düzeltme isteğinde olduklarını belirtmiştir. Estetik cerrahinin günümüzde çok sık kullanılması ve giderek estetik yaptırma yaşının düşmesinin temelinde “ideal beden”e ulaşma çabası yatmaktadır. Özellikle medya aracılığı ile sürekli olarak pompalanan

Modern Batının güzelliğe dair oluşturduğu “ideal ölçüler” ve “ideal beden” imajı tüm dünya için geçerli bir ölçüt haline gelmiştir. Böylece günümüzde güzel kadın denince akla Batı Avrupa’nın idealize edilen kadın bedeni gelmektedir. Bu idealleştirmede de özellikle kilo ve boy ön plana çıkmaktadır. Kadınlar güzelliğin ölçütü olarak daha çok zayıflığı önemsemektedir.

Sonuç olarak “güzellik” kadının sırtında taşıdığı bir yükür. Çünkü kadın için güzel olmak en başta kendisi için bir zorunluluk olarak görölmektedir. Kadının kendine olan saygısı, özgüveni, değeri ve hatta mutluluğunun güzellik ile ilişkilendirilmesi onu büyük bir baskı altına almaktadır. Güzel olmanın ölçütünün belli standartlara bağlanması ve yaratılan “ideal beden” algısı da kadının daima ulaşması gereken bir hedef olarak karşısında durmaktadır. Ama işin gerçeği bu hedef asla ulaşılamayacak bir hedeftir. Çünkü yaratılan “ideal beden” ve “güzellik” algısı günümüz postmodern dünyada sürekli değişmekte, standartlar yeniden yazılmaktadır. Böylece beden, üzerinde daha çok oynanan bir tüketim nesnesi haline gelerek asla ulaşamayacağı bir hedefe sürekli yönlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Baudrillard, J. (2004). *Tüketim Toplumu*. Çev., H. Deliceçaylı - F. Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2001). *Parçalanmış Hayat Postmodern Ahlâk Denemeleri*. Çev., İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Berger, J. (2011). *Görme Biçimleri*. Çev., Yurdanur Salman. İstanbul: Metis Yayınları.

Bury, M. (1997). *Health and İllness in a Changing Society*, London: Routledge.

- Coward, R. (1989). *Kadınlık Arzuları "Günümüzde Kadın Cinselliği"*. Çev., Alev Türker. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çabuklu, Y. (2004). *Toplumsalın Sınırında Beden*. İstanbul: Kanat Kitap-Pusulâ Yayınları.
- Çabuklu, Y. (2007). *Toplumsal Kurgular ve Cinsiyetçilik*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Dedeoğlu, A. Ö. ve Savaşçı, İ. (2005). Tüketim Kültüründe Beden Güzelliği ve Yemek Yeme Arzuları: Kadınların Tüketim Pratiklerine Yansıması. *Ege Akademik Bakış Dergisi*. 5(1): 77-87.
- Demez, G. (2012). Medyada Yeni Sağlık Anlayışları ve Kadın Bedenin Temsili. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*. 9(1): 512-532.
- Dyhouse, C. (2015). *Gösteriş Kadınlar Tarih Feminizm*. Çev., Duygu Akın. İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Eco, U. (2012). *Güzelliğin Tarihi*. Çev., Ali Cevat Akkoyunlu. İstanbul: Doğan Kitap.
- Eco, U. (2015). *Çirkinliğin Tarihi*. Çev., Anaca Uysal Ergün vd.. İstanbul: Doğan Kitap.
- Featherstone, M. (1999). *The Body in Consumer Culture*. Ed. Mike Featherstone, Mike Hepworth, Bryan S.Turner. *The Body Social Process and Cultural Theory*. Sage Publications.
- Grieco, S. F. M. (2005). *Vücut Görünüş ve Cinsellik*. Çev., Ahmet Fethi. Ed. G. Duby & M. Perrot. *Kadınların Tarihi Rönesans ve Aydınlanma Çağı Paradoksları Cilt III*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Higonnet, A. (2005). Kadınlar Tasvirler ve Temsil. Çev., Ahmet Fethi. Ed. G. Duby & M. Perrot. *Kadınların Tarihi Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru Cilt V*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- İnceoğlu, Y. ve Kar, A. (2010). Yeni Güzellik İkonları: İnsan Bedeninin Özgürlüğü mü?, Mahkûmiyeti mi?. Ed. Y. İnceoğlu – A. Kar. *Dışılık Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kesim, S. ve Kar, A. (2010). Plastik Cerrahi “Tanrım Beni Baştan Yarat!..” Metaforunu Mümkün Kılabilir mi?. Ed. Y. İnceoğlu – A. Kar. *Dışılık Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Knibiehler, Y. (2005). Vücutlar ve Yürekler. Çev., Ahmet Fethi. Ed. G. Duby & M. Perrot. *Kadınların Tarihi Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı Cilt IV*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Nahoum-Grappe, V. (2005). Güzel Kadın. Çev., Ahmet Fethi. Ed. G. Duby & M. Perrot. *Kadınların Tarihi Rönesans ve Aydınlanma Çağı Paradoksları Cilt III*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Nazlı, A. (2009). Sosyolojik Bakışın Eşiğindeki Beden. *Toplumbilim Beden Sosyolojisi Özel Sayısı*. (24):61-68.
- Özbudun, S. (2006). Toplumsal-Cinsiyet Hiyerarşi Mekânı Olarak İnsan Bedeni. *Toplum ve Hekim*. 21(1).
- Passerini, L. (2005). Kitle Kültüründe İkircikli Kadın İmgesi. Çev., Ahmet Fethi. Ed. G. Duby & M. Perrot. *Kadınların Tarihi Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru Cilt V*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Paquet, D. (2007). *Ayna Ayna Güzel Ayna... Bir Güzellik yks*. ev., Orçun Türkay. İstanbul: YKY.
- Sezgin, D. (2011). *Tıbbileştirilen Yaşam Bireyselleştirilen Sağlık*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shilling, C. (1993). *The Body and Social Theory*, SAGE Publications.
- Thbaud, F. (2005). Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları. ev., Ahmet Fethi. Ed. G. Duby & M. Perrot. *Kadınların Tarihi Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru Cilt V*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Torunoğlu, D. (2010). Çalışma Yaşamı ve Dış Görünüş. Ed. Y. İnceoğlu – A. Kar. *Dişilik Güzellik ve şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni* . İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Tselon, E. (2002). *Kadınlık Maskesi*. ev., Reşide Kekeç. Ankara: Ekin Yayınları.
- Turner, B, S, (2008). *The Body & Society Explorations in Social Theory*, 3rd Edition, Sage Publications.
- User, İ. (2010). Biyoteknolojiler ve Kadın Bedeni. Ed. Y. İnceoğlu – A. Kar. *Dişilik Güzellik ve şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni* . İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Vigarello, G. (2013). *Güzelliğin Tarihi*. ev., Erkan Ataay. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

EXTEND ABSTARCT

Introduction

Beauty is a sociological phenomenon. Because beauty has been a concept loaded with socio-cultural meanings from the very beginning. Beauty is a phenomenon that changes from society to society and from period to period. Beauty also has a gender. Beauty is a woman's feature and it has been a concept used to describe women. On the basis of beauty being specific to women, it is not only the biological characteristics of women. A woman's beauty is also determined by social, economic, political and cultural factors.

When a sociological reading is made on the history of beauty, it can be said that the turning point of this process is modernism. With modernism, physical beauty has come to the fore and a standardization has been created in beauty, as in many things, due to the nature of modernism. The physical beauty of modernism came to the fore, and the woman also got her share from the approach and the standardization it created in beauty. For women, beauty has now become the most important feature that characterizes her and makes her visible. Thanks to its beauty, it has become the "second breed", the "beautiful breed". Its visibility in society has increased and it has gained status. Therefore, for women, beauty has become a social reality and even a necessity beyond being an adjective. It has an economic, social, cultural and political background.

Method

This study was designed in accordance with the qualitative research method and has a phenomenological approach. Interview technique was used as a data collection tool in the research. In the study, the categories of "the meaning of being beautiful and well-groomed", "the importance of being beautiful in social and business life" and "perception of the body and the ideal of beauty" were formed. The data obtained as a result of the interviews were analyzed based on the descriptive analysis approach. The study was conducted with 23 working women selected from various age and occupational groups in Malatya in 2021.

Findings

Although most of the women participating in the research do not see being beautiful as a necessity, they think that society and today's realities push women to be beautiful and well-groomed. It is seen that women are conscious about this issue. However, no matter how conscious they are, they are also aware that they cannot escape from this situation. Because society's

expectations are for women to be beautiful and well-groomed. The other dimension of this obligation is that it is not an easy task to look beautiful. Being beautiful and well-groomed puts a burden on women. The women participating in the research also agree that being beautiful and well-groomed puts a burden on them. The most common method women use to look beautiful and well-groomed is cosmetic products. Some of the women participating in the research stated that they go out without wearing make-up or dressing well, but they feel better when they put on make-up or dress well. Thus, they stated that they felt better and more self-confident. It is seen that this is an even more necessary and important situation especially in social and business life.

Women think that it is important to be beautiful and well-groomed. Being beautiful provides many advantages to women both in social life and in business life. The disadvantages created by this situation are concentrated in two points. First; Negative reactions and behaviors that women receive from their fellows appear in forms. The second is the disturbing behavior and innuendo they see from the opposite sex. Verbal and physical harassment, which is frequently encountered in business life, is one of the most important problems of women. Thus, being beautiful and well-groomed gives women an advantage in business life on the one hand, and leaves them alone with the negativities that this situation will create, on the other hand. Such negativities arise from structural problems rather than individual evaluations and behaviors.

Conclusion and Discussion

As a result, "beauty" is a burden that a woman carries on her back. Because being beautiful is seen as an obligation for a woman in the first place. A woman's self-confidence, value and even the association of happiness with beauty puts her under great pressure. Connecting the criterion of being beautiful to certain standards and the perception of the "ideal body" created stand in front of her as a goal that women should always reach. But the truth of the matter is that this goal is a goal that can never be reached. Because the created "ideal body" and "beauty" perception is constantly changing in today's postmodern world, and the standards are being rewritten. Thus, the body becomes an object of consumption, which is played more on, and is constantly directed to a goal that it can never reach.