

TÜRKİYE CUMHURİYETİ ACIBADEM MEHMET ALİ AYDINLAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

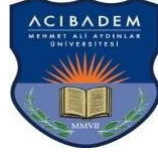
**GÜNDELİK YAŞAMIN SOSYAL MEDYADA
TIBBİLEŞTİRİLMESİ: INSTAGRAM'DA SAĞLIKLI
BEDEN ALGISI**

GİZEM SUDE ARABUL
YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Ceren İlkan Gülser Rasimoğlu

İSTANBUL-2025



TÜRKİYE CUMHURİYETİ ACIBADEM MEHMET ALİ AYDINLAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**GÜNDELİK YAŞAMIN SOSYAL MEDYADA
TIBBİLEŞTİRİLMESİ: INSTAGRAM'DA SAĞLIKLI
BEDEN ALGISI**

GİZEM SUDE ARABUL
YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Ceren İlkan Gülser Rasimoğlu

İSTANBUL-2025

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığı beyan ederim.

18.09.2025

Gizem Sude Arabul

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasında bana rehberlik edip ilham veren, bir an bile desteklerini esirgemeyen, onun öğrencisi olmaktan gurur duyduğum sevgili danışman hocam Dr. Öğretim Üyesi Ceren Gülser İlikan Rasimoğlu'na en içten teşekkürlerimi sunarım. Yüksek lisans yolculuğumda hayatıma dokunan tüm hocalarıma, bütün eğitim hayatım boyunca her daim yanımda olan sevgili aileme ve yanımda olduklarını içtenlikle hissettiren sevgili arkadaşlarıma teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
BEYAN.....	iii
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
ÖZET.....	1
ABSTRACT	2
GİRİŞ.....	3

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1. Sağlık Sosyolojisi	7
1.2. Beden Sosyolojisi	9
1.2.1. Sağlıklı beden kavramı	12
1.2.2. İletişim ve beden.....	13
1.3. Tıbbileştirme Tanımları.....	14
1.3.1. Peter Conrad'ın tıbbileştirme tanımı.....	16
1.3.2. Irving Zola'nın tıbbileştirme tanımı.....	17
1.3.3. Ivan Illich'in tıbbileştirme tanımı	19
1.3.4. Michel Foucault'un tıbbileştirme tanımı	20
1.4. Sağlığın Metalaşması.....	22
1.5. Kadın Bedeninin Tıbbileştirilmesi.....	24

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. Analiz Yöntemi.....	29
2.2. Veri Kaynağı	31
2.3. Araştırma Soruları	33
2.4. Araştırmanın Örneklem Yöntemi ve Örnekleme.....	33
2.5. Verilerin Toplanması	38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. Sosyal Medyada Sağlıklı Yaşam Söylemi.....	46
3.1.1. Sağlıklı yaşamın günlük rutinler üzerinden teşvik edilmesi	46
3.1.2. Dijital içerik üreticilerinin sağlık söylemindeki rolü.	49
3.1.3. Motivasyon ve ilham söylemleri.....	53
3.2. Tıbbileştirme ve Gündelik Hayatın Sağlık Çerçevesinde Şekillendirilmesi.....	54
3.2.1. Beslenmenin tıbbileştirilmesi.....	55
3.2.2. Gıdaların patolojikleştirilmesi ve sağlık normlarının belirlenmesi.....	57
3.2.3. Sporun tıbbileştirilmesi ve teknolojik gözetim	61
3.2.4. Spor yoluyla sağlıklı yaşam fikrinin idealleştirilmesi.....	63
3.2.5. Sabah rutinleri ve günlük yaşamın tıbbileştirilmesi.....	64
3.3. İdeal Bedenin İnşası ve Görsel Temsili	66
3.3.1. İdeal bedenin güç ve sağlıkla ilişkilendirilmesi	68
3.3.2. Beslenme ve tarif önerileri ile bedene yatırım	71
3.3.3. Spor ile bedene yatırım	73
3.4. Tüketim Kültüründe Sağlık ve Sağlığın Ticarileşmesi.....	76

3.4.1. Sağlıklı yaşamın tüketim kültürü haline gelmesi	77
3.4.2. Spor ekipmanlarının pazarlama stratejileri	79
3.4.3. Sağlıklı market ve mutfak ürünlerinin pazarlama stratejileri.....	80

DÖRDÜNCÜ

BÖLÜM

SONUÇ	82
KAYNAKÇA	90
EKLER.....	95
EK A. Hesaplara Göre Temaların Dağılımı.....	95
EK B. Sümeyye (eventuallyhappens) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında	
Kullanılan Hashtagler ve Sayısı	101
EK C. Merve Özkan (merv.ozkn) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan	
Hashtagler ve Sayısı	102
EK D. Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında	
Kullanılan Hashtagler ve Sayısı	103
EK E. Seray Sezer (serayszer) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan	
Hashtagler ve Sayısı	104
EK F. Gizem (itsgizemozdemir) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan	
Hashtagler ve Sayısı	106
EK G. İçerik Raporunun Örnek Tabloları	110

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. İncelenen Instagram Hesaplarına Dair Bilgiler	36
Tablo 2. İçeriklerin Frekans Dağılımı.....	41
Tablo 3. Temaların Kodların Alt Başlıkların Dağılımı.....	43



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Gülden Bolatoğlu'nun (guldenbolatogluu) Sağlıklı Yaşamın Sabah Rutini Üzerinden Temsili Paylaşımı	48
Şekil 2. Seray Sezer (Serayszer) Hesabının Kahvaltı Tabağı Paylaşımı.....	56
Şekil 3. Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu) Hesabının Yeşil İçecek Tarifi Paylaşımı	58
Şekil 4. Sümeyye (Eventuallyhappens) Hesabının Spor Salonundan Akıllı Saat Paylaşımı	63
Şekil 5. Gizem (itsgizemozdemir) Hesabının Spor Salonundan Beden Paylaşımı	68
Şekil 6. Sümeyye (eventuallyhappens) Hesabının Spor Salonundan Paylaşımı	70
Şekil 7. Sümeyye (eventuallyhappens) Hesabının Öğün İçin Hazırladığı Tabak Paylaşımı	72
Şekil 8. Merve Özkan (merv.ozkn) Hesabının Beden Paylaşımı	74

ÖZET

Günümüzde sağlıklı yaşam ve sağlıklı beden söylemleri, bireylerin hayatlarının her alanında dolaşıma girmiş ve bireyler kendi sağlıkları ile bedenleri için çeşitli yatırımlar yapma sorumluluğunu üstlenmişlerdir. Zaman içerisinde, tıp alanına dahil olmayan ve daha önce bir problem olarak tanımlanmayan durumlar tıbbi bir sorun haline gelmiştir. Bireylerin gündelik hayat pratiklerinde kendini gösteren tıbbileştirme; bireylerin bedenleri ve sağlıkları için yaptıkları yatırımları sosyal medya platformlarında paylaşımlarıyla birlikte daha görünür hale gelmiştir. Bu araştırmada, sağlıklı yaşam ve sağlıklı beden söylem ve pratiklerinin Instagram sosyal medya platformunda nasıl üretildiği ve bu söylemlerin bireylerin gündelik hayat rutinlerini nasıl tıbbileştirdiği seçilen beş Instagram hesabının 2023 yılındaki paylaşımlarından incelenmiştir. Bu paylaşımlar, dört tema çerçevesinde sınıflandırılarak betimsel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda; sağlıklı yaşam ve sağlıklı beden söylemlerinin ve pratiklerinin en çok sağlıklı beslenme ve spor içerikleri üzerinden ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Araştırma için seçilen Instagram kullanıcılarının paylaşımlarında “glutensiz beslenme, sağlıklı yaşam, fit günler, fit ve sağlıklı tarifler” ifadelerinin yoğun olarak kullanıldığı dikkat çekmiş ve gündelik hayat pratiklerinden spor, gıda ve beslenme süreçlerini tıbbileştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Sağlık Sosyolojisi, Beden Sosyolojisi, Sağlıklı Beden, Sağlıklı Yaşam, Gündelik Hayatın Tıbbileştirilmesi

ABSTRACT

Today, discourses on healthy living and the healthy body have become deeply embedded in all aspects of individuals' lives. Individuals have increasingly taken personal responsibility for their health and begun making various investments in their bodies. Over time, conditions that were once not considered medical issues or part of healthcare have been redefined and incorporated into the medical field. This medicalization process has become particularly evident in daily life, especially as individuals share their health-related practices and investments in their bodies on social media platforms. This study examines how discourses and practices related to healthy living and healthy bodies are produced and circulated on Instagram and how they contribute to the medicalization of individuals' daily routines. The analysis is based on posts from five Instagram accounts selected from 2023. These posts were categorized under four themes and analyzed using a descriptive content analysis approach. The results reveal that healthy life and healthy body discourses and practices were mostly based on healthy nutrition and sports content. It was noteworthy that the expression of 'gluten-free nutrition, healthy living, fit days, fit and healthy recipes' appeared frequently in the posts of Instagram users selected for this research, and it was concluded that they medicalised sports, food and nutrition processes from daily life practices.

Key words: Sociology of Health, Sociology of Body, Healthy Body, Healthy Life, Medicalisation of Daily Life

GİRİŞ

Sanayi devrimi ile sanayileşmeye başlayan toplumlarda köklü değişimler meydana gelmiş ve bireylerin yaşam süreçleri değişime uğramıştır. Bu dönüşümle birlikte, daha öncesinde tıp alanının içerisine dahil olmayan ve normal olarak görülen durumların, artık tedavi edilmesi gereken problemler olarak görülmeye başlanması ile tanımlanan *tıbbileştirme* kavramı sağlık sosyolojisi literatürüne girmiştir (Toraman ve Erdem, 2016). Tıbbileştirme, bir diğer adıyla medikalizasyon; bireylerin doğal olarak kabul edilen ve tıp alanıyla ilişkilendirilmeyen yaşam süreçlerinin, davranışlarının ve durumlarının tıbbi bir sorun haline gelmeye başlaması ve tıp alanının inceleme konularına dahil edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin, sağlığı hem ilgilendirmeyen hem de ilgilendiren risklere yönelik duydukları endişe ile uzman otoritesi ve bilimsel bilginin sorgulanması, tıbbileştirmeyi tetikleyen unsurlardır (Ballard ve Elston, 2005). Böylelikle, bireylerin, hekim gibi uzman otoritelere ait bilgileri sorgulamaları ve sağlıklarıyla ilgili endişeleri nedeniyle bilgi aramaları bu konuların tıp alanıyla ilişkilendirilerek tıbbileştirilmesine sebep olmaktadır.

Öte yandan sanayileşmenin toplumlarda ve bireylerin yaşam tarzlarında oluşturduğu bu değişim, teknolojinin ve internetin gelişimine zemin hazırlamıştır. İnternet ve dijital teknolojiler, 20. yüzyılın sonlarından itibaren hızla yayılmış ve toplumları dönüştürmüştür. İnternetin ve sosyal medyanın yaygın kullanımı, bireylerin gündelik hayatlarının birer parçası haline gelmeye başlamıştır. Bireyler sosyal medya aracılığıyla bedenlerini ve gündelik hayatlarını sergilemenin yanı sıra, başkalarının da bedenlerini ve gündelik hayatlarını sosyal ağlar üzerinden takip edebilir olmuşlardır. Sosyal medya platformları üzerinden bireylerin bedenlerini sergilemeleri, spor yaptıkları anları paylaşımları, sağlıklı yiyecek tarifleri vermeleri, sağlıklı menüler ile

nasıl beslendiklerini göstermeleri, cilt bakım rutinlerini paylaşmaları zaman içerisinde kendi bedenlerine ve yaşamlarına tıbbi bir şekilde yaklaşmalarını ve tıbbi söylemler oluşturmalarını beraberinde getirmektedir. Bireyler bedenlerine yaptıkları yatırımlarla bedenlerini nasıl sağlıklı tuttuklarını sosyal medya platformları üzerinden sergilemektedirler. Görsel odaklı bir sosyal medya platformu olan Instagram’da, bireyler, bedenlerine yaptıkları yatırımları “reels” videoları, öne çıkaranlar veya fotoğraflar gibi içerikler aracılığıyla paylaşmaktadır.

Sağlıklı bedenin ve sosyal medyanın sosyolojik açıdan ele alındığı tezlerde fizyolojik, sosyal ve kültürel açıdan sağlıklı beden kavramı incelenmiş olup, sağlıklı bedenin bireyler üzerinde, yüksek sağlık algısı, beden şeklinin sosyal ortamlara girmeye engel olmaması, sağlıklı beslenme alışkanlığı gibi algılarla ilişkilendirildiği (Öngören, 2015), bireylerin sağlıkları için yaptıkları yatırımların da sosyo-kültürel özelliklerine göre değişiklik gösterdiği (Okumuş, 2009) ve bireylerden beklenen ideal beden algısı ile beden modellerinin sosyal medya platformları üzerinden desteklendiğinin (Atik ve Örtten, 2008); (Aydın Şengönül, 2023) sonucuna varılmıştır. Bu araştırmada ise 2023 yılına ait Instagram paylaşımları üzerinden sağlıklı beden ve sağlıklı yaşam söylemlerinin Instagram’da nasıl üretildiği ve bu söylemlerle gündelik hayat pratiklerinin nasıl tıbbileştirildiğinin sosyolojik açıdan incelenmesi amaçlanmıştır. Öte yandan, Instagram’da sağlıklı beden ve bedene yapılan yatırım temalarının sunumu üzerinden sağlıklı beden algısının sosyal medyada nasıl inşa edildiğini anlamak araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Tıbbileştirme; gündelik hayatın tıbbileştirilmesi, gıdaların tıbbileştirilmesi, güzelliğin ve yaşlanmanın tıbbileştirilmesi, doğal yaşam süreçlerinin tıbbileştirilmesi

gibi birçok alanda etkisini göstermekte ve bu alanlar sosyal medya platformlarıyla daha fazla görünür hale gelmektedir. Sosyal medya, başlangıçta bireylerin birbirleriyle iletişim kurduğu, birbirlerine bilgi aktardığı bir alan iken zaman içerisinde kapsamı toplumsal düzeni etkileyebilecek şekilde genişlemiş, böylelikle daha fazla kişi sosyal medya platformlarını kullanmaya başlamıştır (Adiloğlu, 2024).

Instagram, kullanıcılar tarafından aktif ve yaygın olarak kullanılan bir sosyal medya platformudur. Stat Counter'ın verilerine göre 2023 Aralık – 2024 Aralık döneminde Türkiye'de Instagram, kullanım oranı %63,29 ile en çok tercih edilen sosyal medya platformu olmuştur (Stat Counter, 2024). 2023 yılının verileri incelendiğinde ise Stat Counter'a göre Instagram, Facebook'tan sonra Türkiye'de en çok kullanılan ikinci sosyal medya platformudur (Stat Counter, 2023). Ayrıca, Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2023 yılındaki verilerine göre Instagram'ın kullanım oranı %61,4 olarak belirlenmiş olup (TUIK, 2023), Datareportal verilerine göre ise platformun Türkiye'de 48,65 milyon kullanıcıya sahip olduğu görülmektedir (Datareportal, 2023).

Türkiye İstatistik Kurumu (2023), Datareportal (2023) ve Stat Counter'ın (2023) Instagram'ın Türkiye toplumundaki yaygın kullanım oranlarına ilişkin verileri dikkate alındığında, popüler sosyal medya platformunun geniş kullanıcı tabanıyla etkileşimi düşünüldüğünde, burada üretilen içeriklerin sağlığa dair toplumsal algılar üzerinde etkisi olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle, sağlıklı beden ve bedene yapılan yatırım gibi konuların Instagram'da nasıl sunulduğunu incelemek, sosyal medyanın beden algısı üzerindeki etkilerini anlamak açısından araştırmanın çıkış noktasını ve önemini oluşturmaktadır.

Bir uygulama, sosyal ağ ve sosyal medya platformu olan Instagram'ın bu veriler ışığında değerlendirildiğinde Türkiye toplumundaki kullanım yaygınlığının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bundan dolayı, bu tezde seçilen beş Instagram hesabının 2023 yılında üretilen ve araştırma kapsamında incelenmek üzere seçilen içeriklerinde yer alan sağlıklı beden imajları ve algıları, bireylerin bedenlerine yaptıkları yatırım yöntemleri ile tüm bu eylemlerin gündelik yaşamın tıbbileştirilmesi perspektifiyle Instagram'da nasıl bir söylem ürettiği, hangi pratiklerin tıbbileştirildiği ve hangi söylem stratejilerinin kullanıldığı betimsel içerik analiz yöntemiyle araştırılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1. Sağlık Sosyolojisi

Sağlık sosyolojisi, kökenleri 19. yüzyıla dayanan, sosyolojinin bakış açısıyla sağlığı ele alan, sosyolojinin bir alt alanını oluşturan bir disiplindir. Sağlık sosyolojisi disiplininde, hastalıkların ve sağlığın toplumsal sebepleri ve tanımlamaları incelenmektedir. Bireylerin ve toplumların kimleri ve hangi koşullarda “hasta” olarak tanımladıkları, sağlıkta eşitsizlik, hasta-hekim ilişkisi ve rolleri, sağlığın sosyal belirleyicileri sağlık sosyolojisinin incelediği konular arasındadır.

Scott ve Marshall’a (2009) göre, sağlık ve hastalığın sosyal boyutları ile ilgilenen bir sosyoloji alanı olan bu disiplin, sağlık ve hastalığın kavramsallaştırılması; bunların ölçümü ve toplumsal dağılımının incelenmesi, sağlık ve hastalık örüntülerinin açıklanması gibi alanları içermektedir. Alandaki sosyolojik tartışmanın başlangıç noktası sağlık ve hastalık kavramlarının açıklığa kavuşturulmasıdır. Bu bağlamda, sağlık ve hastalık sınırlarının kültürel değişkenliği, bu kavramların çok yönlü doğası ve değerlendirmeye açık yapısı vurgulanır. Hastalık, istenmeyen bir bedensel veya zihinsel durumu ifade eder ve bu nedenle bu durumun iyileştirilmesi ya da giderilmesi için müdahale gerekçelendirilir. Toplumsal yaşamın önemli bir alanı olarak kabul edilen sağlık ise, Dünya Sağlık Örgütü tarafından yalnızca hastalık ya da sakatlığın olmaması değil, fiziksel, zihinsel ve sosyal yönden tam bir iyilik hali olarak tanımlanmaktadır (WHO, 1948).

Sağlık sosyolojisi, toplum ile sağlık arasındaki etkileşimi inceler. Sosyologlar, toplumsal yaşamın morbidite ve mortalite oranlarını nasıl etkilediğini ve bu oranların toplumu nasıl şekillendirdiğini araştırırlar. Bu disiplin, sağlık ve hastalığı aile, iş, okul ve din gibi toplumsal kurumlarla ilişkilendirerek ele alır. Ayrıca hastalıkların nedenleri, belirli türde sağlık hizmetlerine yönelme sebepleri ve hastaların tedaviye uyumu ya da uyumsuzluğu gibi konular da incelenir. Sağlık veya sağlık eksikliği, eskiden yalnızca biyolojik ya da doğal koşullara bağlanırken sosyologlar, hastalıkların yayılımının bireylerin sosyoekonomik durumu, etnik gelenekleri ve inançları ile diğer kültürel faktörlerden büyük ölçüde etkilendiğini ortaya koymuştur; sosyolojik bir bakış açısı hastalığa yakalanan demografik grupların bu duruma neden maruz kaldığını anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Sağlık sosyolojisi disiplinde bütüncül bir yaklaşım geliştiren David Mechanic (1978) hastalıkların dağılımı ve etiyolojisi, sağlık ve hastalığa yönelik kültürel ve sosyal tepkiler, tıbbi bakımın sosyo-kültürel yönleri ve ölümlülük gibi konulara odaklanmıştır. Mechanic'in yaklaşımında ayrıca toplumun sağlığı örgütlemesi, toplumsal değişme ve sağlık bakımı, sağlık bakımı örgütlenmesinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi, tıp eğitimi, sağlık hizmetlerinin kullanımı ve toplum sağlığı gibi konulara da yer verilmektedir.

Sağlık sosyolojisi; gündelik hayatın sosyolojisi, tıp sosyolojisi, çalışma sosyolojisi, eğitim sosyolojisi ve beden sosyolojisi gibi birçok sosyoloji disiplinin alt dallarıyla kesişim gösteren bir alandır. Sağlık sosyolojisi; sağlık ve hastalık kavramlarının toplumsal etmenler ile ilişkisini inceleyen bir alan iken, beden sosyolojisi, bireyin bedeni ile toplumda kurmuş olduğu etkileşimi inceleyen bir

alandır. Sağlık sosyolojisi ile beden sosyolojisinin incelediği ortak konular arasında tıbbileştirme, güzellik, tıbbi ve estetik anlayışlar, toplumsal cinsiyet, sağlıklı yaşam; spor, diyet ve sağlıklı beslenme dahildir. Tıp alanındaki söylemlerin beden anlayışını hangi biçimde şekillendirdiği, tıbbileştirmenin bireylerin bedenleri üzerindeki etkisi ve tıbbileştirme ile bedenlerin nasıl şekillendiği konuları beden sosyolojisi ve sağlık sosyolojisinin arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Dolayısıyla, beden sosyolojisi ve sağlık sosyolojisi alanlarını birlikte değerlendirmek gerekir.

1.2. Beden Sosyolojisi

Beden sosyolojisi, sosyoloji disiplinin çatısı altında olan, üzerine birçok araştırma konusu oluşturulan ve araştırmalar yapılan bir alandır ve sosyal yaşamdaki beden kategorilerinin ve modellerinin tanınırılığını ve bedenin toplumla kurmuş olduğu etkileşimi, bedenın üretimi, eğitimi, denetimi, sağlığı, tüketimi ve güzelliği gibi konuları inceler (Bingöl, 2017). Gündelik, sosyal hayatta ve daha birçok alanda bedenle hareket edilip beden aracılığıyla diğer bireylerle etkileşim kurulmaktadır. Bu nedenle, bedenın hayatımızdaki yeri oldukça önem kazanmaktadır.

1970’li yılların politik hareketleri, sosyal ve beşerî bilimlerin bedene odaklanmasıyla sonuçlanmıştır. Bedene ilişkin sosyolojik yaklaşımlar, bedenın toplumsal olarak nasıl biçimlendirildiğiyle ilgili fikir vermiş ve bu bakış açıları beden sosyolojisi literatürüne önemli katkılar sağlamıştır. Bu yaklaşımlardan biri, bedenın sosyal kurumlar tarafından izlenen, denetlenen ve düzenlenen bir varlık olmasıdır. Bedeni kontrol ve denetim altına alan tıp, eğitim, siyaset, din, medya gibi alanlar bedenın sosyal olarak düzenlenmesinde rol oynamaktadır. Beden, artık sadece bireylere ait olmamakla birlikte, bu alanlar altında şekillenir ve müdahale edilebilir

hale gelmektedir (Nettleton, 2001). Örneğin kadınlar, kürtaj haklarını elde edebilmek için kendi bedenleri üzerindeki söz haklarını konu etmiştir (Martin ve Oakley’den akt: Nettleton, 2001).

Beden sosyolojisinde bir diğer yaklaşım, fenomenolojik yaklaşımdır. Bu yaklaşım türünde, bedenin sadece tıp, din, medya, eğitim, siyaset gibi alanlar tarafından şekillenen bir varlık olmadığı, aynı zamanda hissedilen ve deneyimlenen bir varlık olduğu ön plana çıkmaktadır. Burada, bireyin bedenini nasıl yaşadığı, nasıl deneyimlediği ve bedenini nasıl hissettiği önemlidir (Nettleton, 2001). Bu çerçevede Chris Shilling, bedenin, toplumsal yaşama katılımlarıyla şekillenen ve dönüşen, tamamlanmamış biyolojik ve sosyal bir olgu olarak kavramsallaştırılabileceğini savunmakta (Nettleton, 2001) ve toplumsal sınıfın izlerini üzerinde taşıyan tamamlanmamış bir varlık olarak yorumlamaktadır (Shilling, 1993). Bireylerin bedenlerini nasıl yaşadığı ve bedenlerini nasıl deneyimlediğine odaklanan fenomenolojik yaklaşım ile Chris Shilling’in bedenin toplumsal yaşama katılımlarıyla şekillenen bir varlık olarak ele aldığı kısım, bu noktada paralellik göstermektedir.

Chris Shilling (1993) bedeni “tamamlanmamış” veya “bitmemiş” bir proje olarak tanımlamaktadır. Bu nedenle bireyler, bedenler üzerinde çalışmakta, onları geliştirmekte ve şekillendirmektedir. Beden, benliğin oluşumunda merkezi bir role sahip olduğundan, bireylerin hem fiziksel değişimlere hem de benliklerini oluşturabilmek için değişikliğe ve projeye uyum sağlamaları gerekmektedir. Sağlıklı bedenlerin inşası, bedenin kişinin öz kimliğinin bir parçası olarak üzerinde çalışılması gereken bir proje haline gelmesinin önemli bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır

(Shilling, 1993). Böylece, bedenler benliklerin inşasında aktif bir rol oynarken, aynı zamanda benlikleri ifade etmek için de bir araç haline gelmektedir.

Beden sosyolojisi alanının geçirmiş olduğu bu tarihsel sürecin yanı sıra, toplumda beden algısı ve beden tiplerindeki çeşitlilik, zaman içinde önemli değişimler geçirmiştir. 1950’li yıllarda, kadınların evlenmek istedikleri erkeklerin bedensel özellikleri genellikle kilolu olmalarıyla öne çıkmıştır. Bu dönemde kilolu bir beden, zenginlik, maddi güç ve toplumsal statü ile ilişkilendirilmiştir (Çakır, 2020). Bireylerin gelir seviyesine bağlı olarak gıdaya erişim imkânlarının farklılık göstermesi nedeniyle, yeterli maddi kaynağa sahip kişilerin bolca yemek yiyerek kilo aldığı düşüncesi yaygındır. 20. yüzyılın ilk çeyreğinde ise bronzlaşmış bedenler ideal beden modeli olarak kabul edilmiştir. Bedenin giderek daha fazla sergilenmeye başlanmasıyla birlikte, fiziksel görünümün korunması ve iyileştirilmesi için diyet, spor ve sağlıklı beslenme gibi uygulamalar yaygınlaşmış; dış görünümün estetik açıdan desteklenmesi amacıyla kozmetik sektörü ve estetik müdahaleler giderek daha fazla önem kazanmıştır (Sohn, 2013’ten akt. Çakır, 2020). Günümüzde ise ideal beden algısı, spor yapan ve fit bir vücuda sahip bireyler üzerinden şekillenmektedir. Batılı kültürlerde kadınlar için ideal beden ince, uzun ve genç olarak tanımlanırken; erkekler için kaslı ve uzun boylu beden modelleri ön plana çıkmaktadır (Atik ve Örtten, 2008). Spora düzenli olarak katılım gösteren bireyler, bedenlerine yaptıkları yatırımla kaslı ve atletik bir görünüme ulaşırken, günümüzün ideal beden modeli sporla şekillendirilmiş fit vücutlar olarak kabul görmektedir.

1.2.1. Sağlıklı beden kavramı.

Beden ve sağlık sosyolojisinin kesişim konularından biri sağlıklı bedendir. “Sağlıklı ve sağlıksız bedenler” kategorileriyle toplumda, sosyal medyada yansıtılmaya çalışılan “diğer beden” türleri de dahil edilmektedir (Bingöl, 2017). Sağlık adına bireyler, bedenlerine çeşitli yatırımlar yapmaktadır. Bireylerin bedenlerine yatırım yapmaları, diğer kişilere kendilerini ifade etmek, kendilerini iyi hissetmek ve bireylerin kendi bedenleri üzerinde sahip oldukları kontrolü arttırmakta rol oynamaktadır (Shilling, 1993). Bireylerin kendilerini iyi hissetmeleri ve kendi bedenlerinin kontrolünü arttırmak adına bedenlerine yaptıkları bu yatırımlara örnek olarak, spor yapmak, sağlıklı yaşam ve sağlıklı beslenmek verilebilmektedir.

Bireyler bedenlerini daha iyi ve sağlıklı hale getirebilmek adına bedenleri üzerinde çalışarak ve sağlıklı beslenme, estetik ve spordan destek alarak bedenleri geliştirmekte ve bu süreci sosyal medya hesapları üzerinden paylaşarak, bedenlerindeki bu gelişim ve değişim döngüsünü diğer kullanıcı ve takipçilerine sunmaktadır. Toplumda değişen beden ölçülerinin medya üzerinden yansıtıldığı gibi, beden için yapılan sağlık işlemleri, detoks suları gibi ürünleri yansıtmak için de medya araçları kullanılmaktadır (Erdem ve Güngör, 2019).

Bireyler, bir gün içinde nasıl spor yaptıklarını, nasıl sağlıklı bir yaşam düzeni içerisinde yaşadıklarını ve nasıl sağlıklı beslendiklerini, hangi takviyeleri kullandıklarını içerik olarak sosyal medya hesaplarında diğer kullanıcılar ve takipçileri ile paylaşmaktadır. Böylelikle bireyler, bedenlerini sağlıklı kılabilmek adına yaptıkları yatırımları ve bedenlerini sosyal medya hesaplarında paylaşarak, bedenlerini sosyal medya üzerinde diğer kişilere sunmaktadır. Sosyal medyada yapılan beden

paylaşımları ile sunulan bu beden modelleri ise, diğer kişilerin de kendi bedenlerini nasıl idealize edebilecekleri yönünde etkileşim oluşturabilmektedir. Gündelik hayatta nelerin satın alınıp alınmayacağı veya nereye gidilip gidilmeyeceği sosyal medyanın takibiyle belirlenmektedir (Şengönül ve Aydın, 2023). Bireyler sosyal medya hesaplarında diğer kullanıcıların yapmış oldukları sağlıklı beden ve fit beden paylaşımlarından kendileri de etkilenecek, bedenlerini bu paylaşımlar doğrultusunda idealize edebilmektedir; ayrıca diğer bireylerin bedenleri için neler satın aldığını görüp onların da kendi bedenleri için aynı takviye ve sağlıklı besinleri alması durumunu doğurabilmektedir.

1.2.2. İletişim ve beden.

Bir birey davranışlarını ve hareketlerini bedenini kullanarak gerçekleştirir. Oturmakla başlayıp kalkana kadar tüm eylemlerini bedeniyle yapar. Bir bireyin bedeni kıymetli olup, bireyler diğer kişiler ile iletişim kurmak için bedenlerini ön plana çıkarırlar. Dolayısıyla, bireylerin bedenleri iletişim araçları arasında görülebilen bir araç niteliği taşımaktadır. Bedene, bedenin sahibinden, başka bedenlerden, çevresel faktörlerden, din, ideoloji, siyasal iktidarlardan, tıp ve teknoloji alanlarından çeşitli müdahaleler gelmektedir (Okumuş, 2009). Bireylerin giydikleri kıyafetler de bedene yapılan önemli müdahaleler arasındadır. Bireyler kendilerini kıyafetler ile ifade etmelerinin yanı sıra, kıyafetlerin bireylerin kimliklerinin bedenlerinde sergilenmesinde önemli bir payı vardır (Okumuş, 2009). Örneğin, bir kişi spor kıyafetleri ile spor salonuna gidiyorsa, giymiş olduğu spor kıyafetleriyle iletişimde ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda, spor kıyafetleri ile sosyal medya mecralarında

paylaşım yapıyor ise, spor kıyafetleriyle iletişimde görünür olma amacını taşıyor olabilir.

Beden sosyolojisi ve sağlık sosyolojisi disiplinlerinin kesişimlerinde tıbbileştirme kavramı önemli bir rol oynamaktadır. Tıbbileştirme, beden sosyolojisi ve sağlık sosyolojisi disiplinlerinin ortak olarak incelediği bir kavramdır. Dolayısıyla, tıbbileştirme kavramının tanımı ve kimler tarafından nasıl ele alındığı önem taşımaktadır.

1.3. Tıbbileştirme Tanımları

Beden, toplumsal ve kültürel süreçler tarafından şekillendirilen varlık olarak, tıbbileştirme de merkezi bir rol oynamaktadır. Bireylerin bedenleri üzerindeki tıbbi müdahaleler, sağlık uygulamaları ve normatif sağlık anlayışı, gündelik yaşamı ve toplumsal davranışları etkileyerek bedenin bir sosyal kontrol aracı haline gelmesine neden olmaktadır. Böylelikle, tıbbileştirme sadece sağlık sorunlarını kapsamamakta, aynı zamanda gündelik yaşamı ve bedeni düzenleyen bir süreç olarak işlev görmektedir.

1970’li yıllarda birçok sosyal bilimcinin sağlık ile ilgili araştırma konuları tıbbileştirme kavramı üzerinde yoğunlaşmıştır. Tıbbileştirme kavramını çeşitli sosyal bilimciler incelemiş, kendi yorumları ve değerlendirmeleri doğrultusunda açıklamıştır. Sağlık ve tıbbileştirme kavramları, sosyal bilimlerin araştırma konusu haline gelmeye başlamış ve birçok sosyal bilimciye bu kavramlar üzerinden araştırmalarını yürütebilmeleri için fırsat sunmuştur.

Tıbbileştirme kavramının kökenleri, tıp alanının sağlamış olduğu hakimiyet ve otoritenin, sosyal ve kültürel alanlara etkisi ile birlikte giderek artış göstermesine dayanmaktadır. 1960'lı yıllarda tıp alanı yalnızca tedavi, hastalık ve sağlık sorunları ile sınırlı kalmayıp, sosyal hayatın daha geniş ve büyük bir kısmını ele alacak şekilde etkisini genişletebileceği düşüncesi ortaya çıkmıştır (Ballard ve Elston, 2005). Böylelikle 1960'lı yıllarda temeli atılmaya başlanan tıbbileştirme kavramı, 1970'li ve 1980'li yıllarda da çeşitli sosyal bilimcilerin bu kavramı yorumlaması ile, tıp alanının bireylerin yaşamlarında normal olarak konumlandırılan olayları tıbbi problemler olarak tanımladığı bir kavram haline gelmiştir (Toraman ve Erdem, 2016; Sezgin, 2011).

Tıbbileştirme kavramı üzerine çalışan birçok araştırmacı bulunmaktadır. Bu kavramın farklı isimler tarafından nasıl tanımlandığı, tıbbileştirmenin toplumsal, kültürel ve bireysel boyutlarını anlamak açısından önem arz etmektedir. Farklı tanımlar, tıbbileştirmenin sosyal normlar, sağlık algıları ve bireysel davranışlar üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Bu araştırmada, tıbbileştirme kavramının kuramsal çerçevesini tarihsel olarak şekillendirmeleri, birbirinden farklı ancak tamamlayıcı boyutlarıyla derinleştirmeleri ve sonraki araştırmalara yön vermeleri nedeniyle; kavramı ilk kez sosyolojik olarak tanımlayan ve “tıbbi sosyal kontrol” kavramını geliştiren Peter Conrad, tıbbi modern toplumlarda sosyal kontrol aracı olarak gören Irving Zola, sağlığın tıbbileştirilmesine eleştirel bir yaklaşım sunarak tıp alanının bireyleri bağımlı hâle getirdiğini savunan Ivan Illich ve tıbbileştirmeyi disiplinci iktidar mekanizması üzerinden ele alarak beden ve davranışların denetimini açıklayan Michel Foucault'nun yaklaşımlarına yer verilmiştir.

1.3.1. Peter Conrad'ın tıbbileştirme tanımı.

Peter Conrad, tıbbileştirme kavramını tanımlayıp kullanarak sosyolojik çalışmalar yapan öncü isimlerden biridir. Peter Conrad'a göre tıbbileştirme, tıp alanının dışında olan ve tıp alanının içerisine dahil edilmeyen problemlerin hastalık olarak tanımlanması ve bu problemlere ilişkin tıp alanı aracılığıyla müdahale edilmesidir (Conrad, 1992). Ayrıca, kavramın 1970'li yıllardan itibaren sosyal bilimler literatürüne girdiğini ve kavramın anlamının “tıbbi hale getirmek” olsa da zaman içerisinde daha geniş ve incelikli anlamlar kazandığını vurgulamaktadır. Ona göre, tıbbileştirme kavramı, bir durumun tıbbi hale geldiğini tarafsız bir şekilde ele almaktan ziyade genellikle tıbbileştirme veya aşırı tıbbileştirme eleştirisi çerçevesinde kullanılmıştır.

Peter Conrad (1975) sapkın davranış kategorisinde nitelendirilen davranışların, ahlaki problemlerden ziyade tıbbi bir problem ve hastalık olarak ele alınması ile tıbbin baskın ve otoriter bir sosyal kontrol kurumu haline geldiğini savunmaktadır. Örneğin, çocuklardaki aşırı hareketlilik ve dikkat sorunları eskiden uyumsuzluk olarak görülürken, günümüzde hiperkenizi ismiyle tıbbi bir durum olarak ele alınmaktadır. Benzer şekilde, alkol bağımlılığı eskiden ahlaki bir zayıflık olarak kabul edilirken, artık alkolizm ismiyle bir hastalık olarak görülmektedir. Bireyler bu durumları yaşamlarında deneyimlerken bunları hastalık olarak nitelendirirken, sağlık sosyologları sosyolojik perspektiften toplumsal kabul ve tıbbileştirme süreci olarak değerlendirmektedir.

Sapkın davranışlar fiilen tıbbi sorunlar olmamasına rağmen, bir sorun tıbbi olarak tanımlanarak, yalnızca tıp alanında olan kişilerin tartışabileceği bir konu haline

getirilmekte, tıp alanı da otorite kazanmaktadır (Conrad, 1975). Aynı zamanda, Conrad (1979) tıp alanını bir sosyal kontrol kurumu olarak görüp, “tıbbi sosyal kontrol” kavramını geliştirmiştir. Tıp alanının üzerinde olan bu otorite; fiziksel, duygusal ve sosyal olarak normal ve anormal davranışları belirleyerek tıp alanının gündelik hayata müdahale etme gücünü arttırmaktadır (de Swaan, 1990 akt. Çavuşoğlu ve Kaplan, 2017). Conrad’a (1979) göre, belirli davranışlar ve durumlar tıbbi problem olarak tanımlandığı zaman tıbbın otoritesi ve kurumsal yapılar bu davranışları denetleyip yönlendirebilmektedir. Medya ve profesyonel aktörler, tıbbileştirme sürecinde bilgi yayarak ve toplumun algısını şekillendirerek sosyal kontrolün işlerliğine katkı sağlamaktadır (Conrad ve Potter 2000’den akt: Atalay, 2021).

1.3.2. Irving Zola’nın tıbbileştirme tanımı.

Irving Zola, tıbbileştirme kavramını, sanayileşmiş toplumlarda olan tıbbi otoriteyi araştırma konusu alan ve tıp alanını bir sağlık çalışanının hastalığa müdahale ederken tedavi sürecinde olumsuz sonuçlar ile karşılaşılan ve beraberinde başka bir tıbbi sorunu getiren bir sosyal kontrol kurumu olarak tanımlamıştır (Zola, 1972).

Sekülerleşme, Sanayi Devriminden sonra ve özellikle 19. ve 20. yüzyıllarda etkisini gösteren, çağın modernleşmesi ile eğitim, hukuk ve sağlık alanlarının laikleşmesini sağlayan, dini otoritelerin yerini hukukçulara ve doktorlara bıraktığı bir süreçtir. Sekülerleşmeden önceki zamanlarda din adamı ve hukuk alanı, toplumu ve tıp alanını yönlendirirken, sekülerleşme ile bu yetki doktor ve hukukçuların kontrolüne geçmiştir. Nitekim Zola (1972), tıp alanının modern toplumlarda sosyal kontrol kurumu olarak dini bir kenara ittiğini savunarak, tıp alanını toplumu kontrol etme aracı olarak görmektedir.

Irving Zola'nın tıbbileştirme analizi, diseksiyon ile insan vücudunun estetikleşmeye başlamasıyla bu süreci anlamaya çalışması üzerine temellendirilmektedir. Bireylerin hayatlarına dair olan durumları ve yaşamlarını tıp ile ilişkilendirerek hekimlere anlatması üzerine özel alan da tıbbileştirmenin içerisine girmektedir. Hekimler ve tıp alanı bireylerin her şeylerine müdahale edecek konuma gelmeleri ile tıp alanı sağlıklı olanla ilişkilendirmek istemektedir. Günümüzde tıp alanına dair bilgiler, merak edilenler ve sorular hekimlere yöneltilmektedir. Bedenimiz ile nasıl oturmamız, kalkmamız, beslenmemiz ve egzersiz yapmamız gerektiği hekimlere danışılmaktadır. Bu tıp tıp alanına dair bilgileri tıp kontrol etmekle birlikte, yaşam alanlarımızın tıbbileştirilmesi de beraberinde gelmektedir. Irving Zola (1983), tıbbileştirmeyi gündelik hayatın tıbbın kontrolü, denetimi ve etkisi altına girdiği bir süreç olarak görmektedir.

Zola (1972), toplumun tıbbileştirilmesini, yalnızca tıp alanının başarısı ve potansiyelinin bir sonucu olarak değerlendirmemektedir. Ona göre, toplumun da bu potansiyeli kullanma ve yönlendirme talebi de sürecin önemli bir parçasıdır. Bu bağlamda tıbbileştirme, toplumsal taleplerle şekillenen karşılıklı bir etkileşim sürecini ifade etmektedir. Bu noktada, Ballard ve Elston'un (2005) vurguladığı üzere, tıp alanının etkililiğine dair olan toplumsal inanç, tıbbileştirme potansiyelini artırarak sürecin kendi kendini güçlendiren bir döngüye dönüşmesine sebebiyet vermektedir. Bununla birlikte Zola (1972), tıbbileştirmenin bireylerin hayatlarına nasıl etki ettiğini ve tıbbi normların toplumsal normlara dönüşmesini ele almaktadır. Bir davranışın tıbbileştirilmesi, sadece onun sağlık özeline taşınmasına değil, aynı zamanda bireyin o davranışı yerine getiremediğinde “ihmalî” olarak nitelendirilmesine sebep olabilmektedir.

1.3.3. Ivan Illich'in tıbbileştirme tanımı.

Ivan Illich'in, tıbbileştirme üzerine temel çalışması, 1975 yılında yayımlanan "Limits to Medicine: Medical Nemesis – The Expropriation of Health"tir. Bu temel çalışma 1995 yılında Türkçe dilinde "Sağlığın Gaspı" olarak çevirilmiştir. Illich, bu çalışmasında sağlık kavramının tamamen tıbbi bakış açısıyla ele alınmasını, yani "sağlığın tıbbileştirilmesini" tartışmış, (1995), tıbbın hastalıkları araştırırken, keşfettiği yeni hastalıkları bireylere yüklediğini; böylelikle, tıbbın asıl amacından saparak hasta bireyleri tedavi etmek yerine, sağlıklı bireyleri bile hasta olduklarına inandırmak gibi yapay bir görev üstlendiğini belirtmiştir. Ona göre sağlığın tıbbileştirilmesinde, yaşamın doğal seyrinde karşılaşılan pek çok durum hastalık belirtisiymiş gibi sunulup hasta olmayan bireyler de potansiyel hasta olarak görülmektedir. Bu durum, bireylerin sağlıklarını koruyabilmek adına kendilerini düzenli kontrol, erken tetkik ve koruyucu tedaviler gibi profesyonel tedavilere teslim etmelerine yol açmaktadır. Illich, bireylerin hasta olduklarına inandırılarak iyileşmek için de başka bir seçenek olmadığı düşüncesi ile toplumun tıba bağımlı hale geldiğini söylemektedir. Böylelikle, tıp alanının genişlemesi ile hayatın tıbbileştirildiğini, giderek pek çok sağlıklı bireylerin hasta sınıfında konumlandırıldığını ve bireylerin tıp alanına nasıl bağımlı bir hale geldiğini tartışmaktadır. Ayrıca Illich (1995) iyatrojenik etkilerin modern tıbbın bireyler üzerindeki olumsuz sonuçlarından biri olduğunu belirterek, bu etkilerin bireylerin tıp alanına bağımlı hale gelmesine, kendi sağlıklarını yönetme becerilerinin azalmasına ve kimi durumlarda tedavilerin doğrudan bireylere zarar vermesine yol açtığını ifade etmektedir.

1.3.4. Michel Foucault'un tıbbileştirme tanımı.

Tıbbileştirme kavramını ele alan bir diğer isim Michel Foucault'tur. Michel Foucault, 1974 yılında yazmış olduğu “Sosyal Tıbbın Doğuşu” adlı çalışmasında sosyal tıp tarihini üç temel özellik üzerinden ele almış, tıbbileştirme kavramını sosyal tıp tarihinin üç temel özelliğinden biri olarak tanımlamıştır (Foucault, [1974] 2000). Foucault, bu çalışmasında modern tıbbın meydana gelişini ve gelişimini biyotarih, tıbbileştirme ve sağlığın ekonomisi kavramları üzerinden anlatmıştır. 1976 yılında yazmış olduğu “Cinselliğin Tarihi” adlı eserinde ise cinsel açıdan tuhaf olanın tıbbileştirilmesi adı altında cinselliğin tıbbileştirilmesi üzerine çalışmıştır.

Michel Foucault ([1974] 2000), biyotarihi, tıbbın toplumsal gelişimi ile ilgili yaptığı araştırmaları açıklayan bir alan olarak, 18. yüzyıldan itibaren biyolojik seviyede gerçekleştirilen tedavilerin insanlık tarihi üzerindeki etkisi olarak inceler. Tıbbileştirme kavramını, bireylerin bedeninin, davranışlarının ve varlığının giderek daha fazla tıbbi sistemin kapsamına girmesi olarak ele alırken, sağlığın ekonomisini ise, tıbbın kapitalist sistemle bütünleşerek sağlık hizmetleri, tıbbi harcamalar ve sağlık sektörünün ekonomik yapısını biçimlendirmesi olarak anlatır. Bu üç kavram, modern toplumda bedenin nasıl yönetildiğini anlamak için rehberlik etmektedir.

Tıbbileştirme, biyopolitika kavramının en belirgin uygulama alanlarından biridir. Foucault (1976) biyopolitikayı, modern devletlerin ve iktidar biçimlerinin bireylerin yaşam süreçleri, bedensel işleyişleri ve sağlık durumları üzerinde kontrol ve düzenleme sağladığı bir strateji olarak tanımlar. Ona göre, biyopolitika; devlet ve toplumsal kurumlar aracılığıyla normatif bir biçimde bireylerin bedenlerini ve

davranışlarını düzenlemektedir. Böylece tıbbileştirme, biyopolitikanın bir aracı haline gelmekte ve modern iktidarın bireyleri yönetme stratejisini görünür kılmaktadır.

Michel Foucault'a ([1974] 2000) göre 18. yüzyıldan itibaren Batı'da gelişen tıbbi sistemin temel kısmında koruyucu tıp vardır. Koruyucu tıp, bulaşıcı hastalıklar gibi toplumun ve bireylerin sağlığını tehlikeye atan hastalıkların meydana gelmeden tıbbi ve toplumsal yöntemler ile önlenmesini sağlayan tıp alanının bir dalıdır. Buradan hareketle, Foucault, modern tıp alanının amacının bireysel hastalıkları iyileştirmekle sınırlı kalmayıp, toplumun da sağlığını yönettiğini öne sürmektedir. Ona göre tıbbileştirme, bir yönetim ve disiplinci iktidar olup bireylerin bedenlerinin ve davranışlarının tıp alanı tarafından denetlenmesidir. Tıp alanını, hastaların tedavisinden daha fazlası olarak, toplumu disiplinize eden bir rolde görüp, iktidar mekanizmasında daha önemli bir yere sahip olduğunu vurgulamıştır (Lynch, 2014).

Tıbbileştirme ile sağlığın metalaşmasının doğrudan bir ilişkisi vardır. Sağlığın metalaşması sağlığın maddi güç ile ulaşılabilir bir nesne haline geldiğini anlatan bir kavramdır. Bu süreçte tıbbileştirme, sağlık alanındaki anlayışları dönüştürerek, daha önce normal kabul edilen durumların hastalık olarak görülmesine yol açmış ve bireylerin maddi güçleriyle sağlık hizmetlerine, ilaçlara ve tedavilere erişimini şekillendirmiştir. Aynı zamanda, sağlık alanı da tıbbileştirmenin bu yönünden faydalananarak, bireylerin maddi güçleri ile ulaşabilmelerini sağlayan yeni tedaviler, yeni sağlık programları ve hizmetleri ortaya çıkarmıştır. Böylelikle, tıbbileştirme ve sağlığın metalaşma süreçlerini anlayabilmek için bu iki kavramı birlikte değerlendirmek gerekir.

1.4. Sağlığın Metalaşması

Sağlığın metalaşması, neoliberal ideolojinin piyasa odaklı politikalarının sağlık alanına yansımalarının sonucu olarak görülen bir kavramdır. Neoliberalizm 1970’li yıllarda yükselişre geçen ve liberalizme yeni bir yorum getiren toplumsal ve ekonomik bir ideolojidir; merkezinde ve hedefinde serbest piyasa ekonomisi ile bireysel özgürlük vardır. Bu ideoloji bireysel hareketleri, özelleştirmeyi ve düzensizleşmeyi savunan bir ideoloji olmakla birlikte bu ideolojinin hakimiyet kazanması ile serbest ticaret ortamı oluşturulduğunda devletin müdahalesinin en aza indirgeme süreci veya bu müdahalenin ortadan kaldırılması meydana gelmiştir (Gönç, 2017).

Zaman içerisinde neoliberal politikaların sağlık alanı ve sağlık hizmeti üzerindeki etkileri görünür hale gelmiş; devletin, vermekte olduğu sağlık hizmetleri dahil olmak üzere pek çok sosyal hizmet alanından çekilmesine sebebiyet vermiştir (Çavuşoğlu ve Kaplan, 2017). Sağlık hizmetlerinin piyasanın içerisinde girerek piyasalaşması, başta devletin sunmuş olduğu sağlık hizmetlerindeki rolü ve müdahalesi aza indirilerek yerini öncelikli olarak özel sektöre vermesi durumunu meydana getirmiştir. Bu süreç, sağlık sektörü ile tıbbileştirmenin de arasında bir ilişki doğurmuştur.

Devletin sağlık hizmetlerini sunma rolünden çekilmesi sonucunda hastalar kendi sağlıklarını bireysel olarak kontrol etmek zorunda kalmış ve bağımsız aktörler olarak sorumluluk yüklenmiştir (Kristensen vd., 2016’dan akt: Çavuşoğlu ve Kaplan, 2017). Bu bireysel sorumluluk, zaman içinde sağlık algılarının değişmesine yol açmış; geçmişte “hasta” olarak nitelendirilen kişiler günümüzde “sağlık tüketicisi” haline

gelmiş ve bu durum sağlığın metalaşmasını beraberinde getirmiştir (Lupton, 1997). Günümüzdeki sağlık tüketicileri, sağlık algısının değişimine örnek olarak verilebilmektedir. Geleneksel dönemde var olan hekim-hasta ilişkisi, zamanla sağlık algısı değiştikçe yerini günümüzün sağlık tüketicilerine, dijital sağlığa, medya, sosyal medya ve internette sağlık ile ilgili var olan bilgilere bırakmaya başlamıştır. Günümüzün sağlık tüketicileri olarak nitelendirilen bireyler de artık kendi sağlıkları için dijital ortamlarda kendileri araştırma yaparak bilgi edinmektedir. Sağlık tüketicileri, bir hastalığı, hastalığın sebebini ve tedavilerini önce hekimlere danışmadan, dijital ortamlarda kendileri araştırmaktadır.

Dijital sağlık, bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağlığı ve sağlık hizmetlerini iyileştirmek için kullanılmasını ifade eden, geniş kapsamlı bir kavramdır (Kostkova, 2015, akt: Çavuşoğlu ve Kaplan, 2017). Dijital sağlık; sağlıklı ilgili konuları tartışan web sitelerini, teletıbbı, giyilebilir dijital sağlık cihazlarını kapsar (Çavuşoğlu ve Kaplan, 2017). Giyilebilir dijital sağlık cihazlarına, kalp ritmini, nabızı, ne kadar kalori yaktığını gösteren saatler örnek olarak verilebilmektedir. Sağlık tüketicileri, bu saatler ile gündelik hayatlarında, spordayken, yürüyüş esnasında ne kadar nabza ve kalp ritmine sahip olduğunu ve ne kadar kalori yaktığını takip edebilmektedir.

Sosyal medya platformlarında sağlık ile ilgili bilgiler dolaşıma girmektedir. Bu bilgileri paylaşan kişiler, üniversite düzeyinde tıp, spor, sağlık bilimleri ve beslenme gibi alanlarından birinden eğitim almış olduğuna dair profillerinde bilgi bulundurmayaabilirler. Üniversite düzeyinde sağlık ve spor bilimlerine dair eğitimleri olmayan kişiler sosyal medya hesaplarında nasıl sağlıklı beslenileceğine dair tarif ve menü önerileri, nasıl spor yapılacağına dair antrenman programları

paylaşabilmektedir. Sağlık tüketicileri bu paylaşımları takip ederek, hasta-hekim ilişkisi yerine sosyal medya platformlarında paylaşılan bilgilerin takip edilmesine evrildiğini ve sağlık algılarının nasıl değişime uğradığını göstermektedir.

Normal bir durumun tıbbi bir duruma dönüşmesiyle, bu duruma yönelik yeni sağlık hizmetleri ve sağlık ürünleri ortaya çıkmakta ve bu ürünler satılmak için piyasaya sürülmektedir. Böylelikle, sağlığın metalaşması ile tıbbileştirme sağlığın metalaşmasında etkin bir rol üstlenmiştir. Çünkü, normal durumlar tıbbi bir durum olarak ele alındıkça bu tıbbi durumlar için yeni sağlık ürünleri ve hizmetleri parayla satın alınabilir hale gelmekte ve tüketim nesnesine dönüşmektedir. Tıbbileştirme sürecinin kapsamını daha iyi anlayabilmek için etkisini gösterdiği alanları da incelemek ve anlamak gereklidir.

1.5. Kadın Bedeninin Tıbbileştirilmesi

Tıbbileştirme pratikleri, kadınların yaşam deneyimlerini erkeklere kıyasla çok daha fazla tıbbi müdahalenin konusu haline getirmekte ve özellikle kadınlar bu süreçten yoğun bir şekilde etkilenmektedir. Bunun nedeni, kadın bedeni ve yaşam deneyimleri erkek bedenine göre tıbbileştirilmeye daha elverişli olmasıdır. Riessman (1983), kadınların yaşam deneyimlerinin erkeklere göre daha fazla tıbbileştirildiğini ve kadınların yaşam süreçlerinin daha görünür olmasının, toplumsal rollerinin onları tıbbi müdahalelere maruz bırakmasına yol açtığını öne sürmektedir (Conrad, 2007). Kadınların bedenleri ile deneyimledikleri bu yaşam süreçleri; doğum, hamilelik, yaşlanma, menopoz, adet dönemi öncesi sendrom ve menstrüasyon üzerinden örneklendirilebilmektedir. Kadın bedenleri özellikle üreme organları bağlamında tıp alanında araştırmaların temel öznesi haline getirilmiştir (Köse, 2009). Bu sebeple,

kadınların biyolojik süreçleri, onların daha fazla tıbbileştirilmesine neden olmasıyla birlikte, toplumsal cinsiyetin tıbbileştirme üzerindeki etkisini de gözler önüne sermektedir.

Kadının üremeye dönük özelliklerinin aşırı vurgulanmasıyla gerçekleştirilen modern tıbbileştirme, doğum da dahil olmak üzere her türlü belirtinin hastalık olarak ele alınmasına ve kadın bedeninin patolojikleştirilmesine yol açmıştır (Shilling, 1993'ten akt: Köse, 2009). Bir kadının menstrüasyon döneminde regl ağrısı çekmesi bir hastalık olarak görülüp regl sancısı dindirici ağrı kesici veya regl dönemine iyi gelen bitki çaylarına yönlendirilmesi de tıbbileştirmenin örneklerindendir. Bireylerin çevresi, devlet, siyaset, eczaneler, marketler ve dijital içerik üreticilerinin önerisi ile bireyler daha fazla ilaca, vitamin ve takviyeye maruz bırakılmaktadır. Böylelikle bireyler daha fazla tıp alanına yönlendirilmektedir.

Kadın bedeninin tıbbileştirilmesi, kadın bedenine yönelik üretilen söylemleri ve kadın bedeninin belirli bir kalıp içerisinde şekillendirmesini kapsamaktadır. Toplumsal cinsiyet, tıp alanı, kültür, sosyal medya ve medya, çevre ve yaşam tarzı gibi maddeler kadın bedenlerini belirli bir kalıp içerisinde şekillendirmeye yönlendiren etkenler arasında yer almaktadır. Sosyal medya ve medya, kadın bedeninin nasıl sergilenebileceği konusunda ve kadın bedeninin tıbbileştirilmesinde rol oynamaktadır. Televizyon programlarında, sosyal medyada, dergilerde kadın bedenine yönelik yapılan tıbbileştirme, kadın bedeninin bu mecralarda genellikle incelik, fitlik gibi olgular ile idealize edilmesine yöneliktir. Medya aracı olan moda dergilerinde ince ve genç kadın bedenleri, televizyon programlarında ve müzik videolarında da ince kadın bedenleri idealize edilmektedir (Atik ve Örtten, 2008). Sosyal medya uygulamalarında

idealize edilen kadın bedenleri genellikle düşük vücut yağ oranı, ince bir bel ve geniş kalçalar üzerinedir (Avcılar, 2022).

Toplumda kadın bedenine yönelik sosyo-kültürel baskılar, kadın beden modellerinin toplumsal cinsiyetle şekillenmesinde etkin bir rol oynayabilmektedir. Kadınlar kendi bedenlerini sosyal medya ve medyada idealize edilen kadın bedenleriyle kıyasladıklarında, kendilerini nesneleştirme eğilimi gösterebilir; üçüncü kişilerin bakış açısını içselleştirerek, bedenlerinin başkaları tarafından nasıl algılandığını düşünmekle meşgul olabilirler (Rounsefell ve ark., 2019). Bireyleri sağlıklı ve fit yaşam tarzlarına yönlendiren, atletik bedenleri ideal beden olarak sunan Fitspiration web siteleri, kadınlarda kendi bedenlerinden memnuniyetsizlik yaratabilir ve bunun sonucunda aşırı egzersiz ve sıkı diyet alışkanlıklarına yönelmelerine yol açabilir (Franchina ve Lo Coco, 2018).

Çevrimiçi dijital ortamda kadın bedenlerinin öznesinde ince ve çekici fotoğraflarının paylaşılması diğer kişileri de “bedenim ne kadar ince ise o kadar mutluyum” düşüncesine itebilmektedir (Çakır, 2020). Bu düşünme biçiminde sosyal medya paylaşımlarının içerikleri ve beğeni sayılarının etkisi oldukça büyüktür (Aydın ve Şengönül, 2023). Ayrıca, sosyal medya üzerinde idealize edilen ve paylaşılan kadın bedenleri fotoğrafları, diğer kişilerin de kendi vücutlarına yapacakları yatırımı etkileyebilmektedir. Bireyler, sosyal medya üzerinde idealize edilen beden modellerini ideal beden deneyimi olarak görerek, kadınlar daha genç, sıkı ve ince bir bedene sahip olmayı kendilerine ideal beden algısı olarak alabilmektedir (Taşdelen, 2020).

Tıbbileştirmenin önemli bir parçası gıdaların tıbbileştirilmesidir. Sağlık alanına yönelik gıdalar, detoks suları, yeşil içecekler, vitaminler ve protein barlarla

gıdalar tıbbileştirilip bireylerin “ideal” bedene erişebilmeleri için sağlıklı ve fit beslenmek adına önerilen yemekler, menüler, diyetler, tarifler ortaya çıkarak, sağlıklı olana yönlendirilmektedir. Bireylerin sağlıklı beslenmeye, diyetle, sağlıklı tariflere yönlendirilmesinde medya ve sosyal medyanın payı oldukça yüksektir. Televizyonda yayınlanan sağlık programları ve reklamlarında bireylere “yediklerine dikkat et, kilonu kontrol altında tut, rutin kontrollerinden geç” gibi ifadelerin aşılması ile (Şahin, Kaya 2011’den akt: Erdem ve Toraman, 2016) bu tür sağlık programlarının ve reklamların tıbbileştirme üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir. Sosyal medyada ise kullanıcılar sağlıklı tarifler temaları odağında fit tarifler gibi söylem kurarak bireyleri sağlıklı tariflere ve sağlıklı beslenmeye yönlendirmektedir. Burada da sosyal medya paylaşımlarının gıdaların tıbbileştirilmesi üzerindeki etkisi ön plana çıkmaktadır.

Tıbbileştirmenin etkisini gösterdiği bir diğer alan “güzellik” üzerinedir. Güzellik ve yaşlanma kavramları benzer bir şekilde tıbbi müdahalelerle şekillenmektedir. Yaşlılık, yaşamın doğal bir süreci olarak görülürken, günümüzde tedavi edilmesi gereken bir alan olarak ele alınmaktadır. Yaşlanmayı önleme, toplumun kabul etmiş olduğu ölçülere uyabilmek, daha genç ve daha fit görünmek amaçlı bireylere yapılan estetik müdahaleler, bedenlerine ve yüzlerine yapılan işlemler, kolejen takviyeleri gibi işlemler yaşlanma ile güzellik kavramlarının tıbbileştirilmesinin arasındaki ilişkiye örnektir. Günümüz toplumundaki tüketim, içinde bulunduğumuz sistemin devamlılığını sağlaması adına gerekli olmakla birlikte, bu tüketimin arttırılması adına kadınlar üzerinde güzellik söylemi ile baskılar kurmaktadır (Çakır, 2020). Bu güzellik söylemi özellikle kozmetik sektörü ile doğru orantılı olarak ilerlemektedir. Kadınların bedenlerinin daha ince ve daha güzel

görünmesi için kozmetik sektörünün önerdiği inceltici kremler, selülit kremleri, kapaticılar, dudakları, kirpikleri ve saçları dolgun gösteren ürünler (Özkan, 2016'dan akt: Çakır, 2020) ile kadınların bedenleri güzelleştirilerek, bu güzelleştirilen bedenler üzerinden onlara bir anlam ve kimlik sunulmaktadır (Çakır, 2020). Selülit ve çatlaklar artık bir hastalık olarak görülerek, bunların tedavi edilmesi için krem veya estetik müdahaleler önerilmektedir. Bu durum, tıbbileştirmenin güzellik kavramı üzerindeki etkisini gösterdiği bir başka alan olarak örneklendirilebilmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın yöntemsel çerçevesi kapsamında kullanılan analiz yöntemi, veri kaynağı, araştırma soruları, araştırmanın örnekleme, örnekleme yöntemi ve verilerin toplanma süreci detaylı olarak sunulmaktadır. Yöntem bölümünde ilk olarak, araştırmanın temelini oluşturan içerik analizine yer verilmiştir.

2.1. Analiz Yöntemi

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tercih edilmiştir. İçerik analizi, görsel, yazılı ve işitsel materyallerin sistematik bir şekilde incelenerek belirli tema, anlam ve söylemlerin ortaya konmasını amaçlayan bir yöntem olup analiz edilen içeriklerde hangi temaların ve söylemlerin tekrar ettiği ya da öne çıktığı belirlenerek veriler anlamlandırılır (Neuman, 2020).

Araştırma kapsamında içerik analizi, betimsel nitelikte ele alınmıştır. Neuman'a (2020) göre betimleyici araştırmalar, toplumsal faaliyetlerin ne olduğu, ne sıklıkla gerçekleştiği ve araştırmaya kimlerin dahil olduğu gibi sorulara odaklanmaktadır. İçerik analizi ise bu tür araştırmalarda sıklıkla kullanılan yöntemlerden biridir. Betimleyici araştırmanın bu odak noktaları, betimleyici içerik analizi yaklaşımına işaret etmektedir. Nitekim, betimsel içerik analizi; bir çalışmanın bulgularının yorumlanmasında, elde edilen verilerin ve temaların sınıflandırılmasında kullanılan bir yaklaşımdır. Betimsel içerik analizinin kullanıldığı çalışmalarda, elde edilen bilgilerin doğru ve sistemli bir şekilde ortaya konulması, analize tabi tutulması,

yorumlanması ve sonuçların açık bir şekilde belirtilmesi gerekmektedir (Ültay ve ark., 2021).

Araştırma içerisinde niteliksel bir biçimde içeriklerin sistematik olarak sınıflandırılması hedeflenmiş ve bu doğrultuda metinler ve görsel materyaller analiz edilmiştir. Metinlerle görseller arasındaki ilişkinin derinlemesine çözümlenmesi ve yorumlanması, metinler ve görsellerin birlikte nasıl bir anlam ürettiklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu nedenle, betimsel içerik analizi, araştırmanın amacı doğrultusunda Instagram gönderilerinde yer alan metinlerin ve görsellerin, sağlıklı beden, bedene yapılan yatırım ve sağlıklı yaşam söylemleri çerçevesinde nasıl sunulduğunu göstermek amacıyla kullanılmıştır. Araştırmada, betimsel içerik analizi, gönderilerde tekrar eden temaların sistemli bir şekilde belirlenmesini ve bu temaların hangi söylemler ve kodlarla üretildiğinin analiz edilmesini sağlamıştır. Aynı zamanda bu söylemlerin ve kodların gündelik hayat pratikleriyle nasıl ilişkili olduğunu ve sosyal medya platformunda bedenin sunumunun tıbbileştirme söylemiyle ne şekilde ilişkilendiğini incelemeye olanak tanımıştır. Betimsel içerik analizinin araştırmada kullanılmasıyla, hem içeriklerin nasıl bir sağlık algısı oluşturduğunun hem de sağlık söyleminin toplumsal ve bireysel düzeyde nasıl kurgulandığının anlaşılmasına yardımcı olması hedeflenmiştir.

Araştırmada içerik analizi uygulanırken açık ve örtük kodlama yaklaşımları kullanılmıştır. Neuman'a (2014) göre, bir metindeki veya yüzeydeki ifadelerin kaç kez tekrarlandığının sayılması ve listelenmesi açık kodlama kapsamında değerlendirilmektedir. Örtük kodlamada ise, bir metnin içeriğinin altında yatan anlamların, temaların ve mesajların yorumlanmasına odaklanılmaktadır (Neuman,

2014). Araştırmada, açık kodlamayla belirli temaların kaç kere tekrarlandığı (frekansları) hesaplanmış, örtük kodlamayla da paylaşımların altında yer alan söylemlerin ve altında yatan mesajların anlam dünyaları ortaya çıkarılmıştır. Dolayısıyla, örtük ve açık kodlamanın birlikte kullanılması hem metinsel içeriklerin hem de görsellerin sistematik biçimde incelenmesini mümkün kılmıştır. Araştırma içerisinde yer verilen tablo 2 içeriklerin frekans dağılım tablosu ile tablo 3 temaların kodların alt başlıkların dağılım tablosu ise açık kodlamayla içeriklerde doğrudan görünen temaların sistemli olarak gösterilmesini desteklerken, örtük kodlama söylemsel çözümlemeyi derinleştirmiştir.

2.2. Veri Kaynağı

Sosyal medya platformu Instagram'ın kuruluşu 2010 yılına dayanmaktadır. 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından geliştirilen uygulama 2012 yılında Mark Zuckerberg tarafından satın alınmış, zamanla hızla büyümüş ve geniş bir kullanıcı kitlesine sahip olmuştur. Bu büyümenin temel nedenleri arasında; dijital içerik üreticilerinin ve markaların aktif içerik üretmesi, platformun görselliğe dayalı yapısı, güncel trendlere uyum sağlaması ve kullanıcıların kendi profilleri üzerinden dijital kimliklerini yansıtabilmeleri yer almaktadır. Instagram'da kullanıcılar, reels¹, gönderi², kaydırmalı gönderi³, hikayeler⁴ gibi farklı içerik türleri üzerinden birbirleriyle etkileşimde bulunmaktadır. Bu içerik türlerinin her biri, kullanıcıların

¹ Reels, Instagram'ın sunduğu kısa süreli çekilen dikey videodur. Instagram'ın keşfet akışına açık olduğu için diğer içerik türlerinden daha kolay keşfedilir.

² Gönderi, tekli fotoğraf veya videodur.

³ Kaydırmalı gönderi, birden fazla fotoğraf ve video içermektedir.

⁴ Hikâye, 24 saat sonra kaybolan kısa içeriklerdir.

paylaşımlarını görsel olarak ifade etmelerine olanak sağlamaktadır. Özellikle reels videoları, kısa, dikkat çekici ve keşfet kısmına açık yapısıyla içeriklerin daha hızlı yayılmasını sağlarken; hikayeler 24 saat sonra silindiğinden dolayı daha kısa etkileşime imkân tanımaktadır. Kullanıcılar, hikâye içeriklerini öne çıkaranlar⁵ özelliğiyle sabitlerse, hikâyede geçici olarak sunulan içerikler daha kalıcı hale getirilerek diğer kullanıcılarla etkileşimlerini arttırabilmektedir. Gönderiler ve kaydırmalı gönderiler genellikle daha kalıcı içerik tür olup; kullanıcılar arasındaki etkileşimi sağlarken, kullanıcıların dijital kimliklerini yapılandırmada da rol oynamaktadır.

Kullanıcılar, bu içeriklerin erişimini ve görünürlüğünü arttırmak amacıyla gönderilerinin altına etiket⁶ ekleyebilmektedir. Bu etiketler, kullanıcının hangi konuya yönelik içerik paylaştığını sınıflandırıp, içeriği belirli konularla ilişkilendirmesini sağlayarak daha geniş ve ilgili kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Böylelikle, benzer içerikleri takip eden kullanıcılar tarafından içerikler ve hesaplar daha fazla görünürken; benzer içerikleri üreten ve paylaşan kullanıcılar da etiketler sayesinde daha hızlı etkileşime geçebilmektedir. Bu bağlamda, Instagram'ın, kişiler arasında görsel bir ağ ve bağlantı kurmasına destek veren bir sosyal medya mecrası olduğu (Biçici, 2018) ve bu sayede kullanıcıların hem bireysel hem ifade biçimlerini hem de diğer kullanıcılarla etkileşim biçimlerini etkilediği söylenebilmektedir. Öte yandan, kullanıcıların bu etkileşim biçimlerini zaman içerisinde benimseyip tekrarlamaları Instagram'ın yalnızca paylaşım platformu olmaktan çıkıp, norm üreten bir sosyal medya platformu hâline geldiğini düşündürmektedir.

⁵ Öne çıkaranlar, 24 saat sonra kaybolan hikâyeleri hesap profillerinde sabitleme özelliğidir.

⁶ Etiketler, içerikleri konuya göre sınıflandırma aracıdır.

2.3. Araştırma Soruları

Araştırma kapsamında, 2023 yılına ait beş Instagram hesabının paylaşımları analiz edilerek aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Sağlıklı yaşam temalı Instagram içeriklerinde gündelik yaşamın tıbbileştirilmesi, hangi ifadeler ve kavramsal çerçeveler ile üretilmektedir?
- İncelen içeriklerde “sağlıklı yaşam” kavramı nasıl tanımlanmakta; bu kavram içeriklerde hangi idealler ile konumlandırılmaktadır?
- Dijital içerik üreticileri, sağlık ve beden ile ilgili ifadeler aracılığıyla gündelik hayatın tıbbileştirilmesini nasıl şekillendirmektedir?
- Tıbbileştirme sürecinde rol oynayan aktörler (dijital içerik üretici, takipçi) içeriklerde hangi toplumsal rolleri temsil etmektedir?
- Spor, beslenme, takviye kullanımı gibi sağlıklı yaşamı temsil eden günlük pratikler incelenen içeriklerde nasıl temsil edilmekte ve bireyler bu pratikler ile nasıl bir sorumlulukla bağdaştırılmaktadır?

2.4. Araştırmanın Örneklem Yöntemi ve Örneklemi

Araştırmanın örneklem yöntemi amaçlı örneklemidir. Neuman’a (2020) göre amaçlı örneklem, örneklemin rastgele seçimlere dayanmadığı; araştırma amacına uygun olarak araştırmaya en fazla katkı sağlayan ve bilgi açısından zengin birimlerin seçildiği, kullanım amacının daha derin bilgi toplanması olan bir örneklem yöntemidir. Araştırmanın amacı, Instagram’da sağlıklı beden, sağlıklı yaşam ve tıbbileştirme söylemlerinin nasıl üretildiklerinin analiz edilmesi olduğundan, örneklem; rastgele değil, araştırmaya en fazla katkı sağlayacak bilgiler açısından

zengin içerikler sunan beş adet Instagram hesabından oluşturulmuştur. Bu nedenle, araştırmada örnekleme yöntemi olarak amaçlı örnekleme seçilmiştir.

Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan beş Instagram hesabının belirlenmesindeki amaç, istatistiksel verilerden ziyade, söylemsel çeşitliliği sunacak ve derinlemesine anlam ortaya çıkarıp çözümlemeye olanak sağlayacak bir örneklemin oluşturulmasıdır. Bu doğrultuda temsiliyet amacı taşımayan, keşifsel bir amaç taşıyan örneklem oluşturulmuştur. Seçilen hesapların “sağlık ve bedeni” birlikte alarak içerikler üretmeleri, bu içeriklere dair haftalık düzenli olarak paylaşımlar yapmaları ve belirli bir takipçi sayısına sahip olmaları; bu hesapların belirlenmesindeki ölçütlerdir. Araştırmanın niteliksel yapısı gereği, sınırlı sayıda hesap ve daha az veriyle elde edilen bulguların derinlemesine olarak söylem pratiklerinin çözülmesi hedeflenmiştir. Bu nedenle, rakamsal olarak beş adet Instagram hesabı seçilmiştir.

Örneklem seçiminde belirli kriterler dikkate alınmıştır. Seçilen beş Instagram hesabının temel seçilme kriterleri, hesap sahiplerinin kendilerini dijital içerik üreticileri olarak tanımlamaları, hesap içeriklerinin “sağlıklı yaşam, spor, sağlıklı beslenme, sağlıklı tarifler, sağlıklı beden, sağlıklı yaşamın aşılması” üzerine olması ve hesapların profillerinde üniversite düzeyinde tıp, spor, sağlık bilimleri ve beslenme gibi alanların birinden eğitim almış olduklarına dair bilgi bulunmamasıdır.

Instagram geniş yelpazeye sahip bir sosyal medya platformudur. Örneklem seçimi sürecinde, Instagram’da spor ve sağlık alanlarında üniversite düzeyinde eğitim alan ve üniversite eğitimi düzeyinde edindikleri bilgileri mesleki ve profesyonel bir Instagram hesabı üzerinden aktaran kişilerin profesyonel hesapları dikkat çekmiştir. Ancak, araştırmada bu hesaplar, üniversite düzeyinde spor ve sağlık alanlarında eğitim

alıp mesleki bilgileri doğrultusunda “sağlık ve bedene” dair içerikleri tıbbi bilgilerle oluşturduklarından dolayı dışlanmışlardır. Bu araştırmaya dahil edilen hesapların seçiminde önemli olan, hesap sahiplerinin sağlık ve spor alanlarında üniversite düzeyinde eğitim almamalarına rağmen, bu içerikleri hangi söylemlerle oluşturduklarını ve hangi görsellerle desteklediklerini incelemektir. “Sağlık ve beden” konulu içeriklerin seçilmesinin temel sebebi; günümüzde sosyal medyanın bireylerin sağlık ve beden algısını, gündelik yaşam pratiklerini belirleyen güçlü bir alan haline gelmesidir. Özellikle, Instagram gibi görselliğin merkezde olduğu platformlarda, sağlık; bireysel sorumluluk, estetik, disiplin ve tüketim kültürüyle içe içe geçmiş yaşam tarzı olarak sunulmaktadır. Bu durum, tıbbileştirmenin gündelik yaşam pratiklerine sızmasını, ideal beden normlarının dijital içerik üreticileri aracılığıyla görünür kılınmasını ve sağlığın ticarileşmesini anlamak açısından zemin oluşturmuştur. Araştırmada ise bu içerikleri birlikte ele alan hesapların neden seçildiğine dair gerekçe olarak sunulmaktadır. Araştırmanın ana sınırını, beş adet Instagram hesabının sadece 2023 yılına dair içerikleri oluşturmaktadır. Zaman aralığı olarak da 01.01.2023- 31.12.2023 tarihleri arasında üretilmiş içerikler belirlenmiş, bu tarihler dışında kalan içerikler araştırmaya dahil edilmemiştir.

Araştırmada, incelenen Instagram hesapları ve hesapların bağlantıları aşağıda maddeler ile sıralanmıştır:

- merv.ozkn (<https://www.instagram.com/merv.ozkn>)
- guldenbolatogluu (<https://www.instagram.com/guldenbolatogluu>)
- serayszer (<https://www.instagram.com/serayszer>)

- eventuallyhappens (<https://www.instagram.com/eventuallyhappens>)⁷
- itsgizemozdemir (<https://www.instagram.com/itsgizemozdemir/>)

Tablo 1. İncelenen Instagram Hesaplarına Dair Bilgiler

Hesap Adı	Takipçi Sayısı	2023 Yılı Haftalık Ortalama Paylaşım Sıklığı	Araştırma için 2023 Yılı İncelenen Paylaşım Sayısı	2023 Yılı Toplam Paylaşım Sayısı
merv.ozkn	716000	4	50	92
guldenbolatogluu	185000	2	16	289
eventualyyhappens	110000	6	58	201
serayszer	42000	3	28	301
itsgizemozdemir	16400	5	48	137

İncelenen beş Instagram hesabının takipçi sayısı, 2023 yılının haftalık ortalama paylaşım sıklığı, araştırma için 2023 yılında incelenen paylaşımların sayısı ve 2023 yılının toplam paylaşım sayısı Tablo 1’deki gibidir. Bu tablo hesapların 19.03.2025 tarihindeki verilerine göre düzenlenmiştir.

Tablo 1’de görüldüğü üzere, en yüksek takipçi sayısına sahip hesap 716000 ile *merv.ozkn*’dir. Bunu 185000 takipçi ile *guldenbolatogluu*, 110000 ile *eventualyyhappens*, 42000 ile *serayszer*, 16400 ile *itsgizemozdemir* takip etmektedir. Takipçi sayısı yüksek olan hesaplarda üretilen içeriklerin görünürlüğü ve erişim kapasitesi daha geniş bir kitleye ulaşma potansiyeli taşımaktadır. Bu nedenle, yüksek takipçili hesaplarda yapılan paylaşımların daha fazla kişiye erişmesi araştırma açısından dikkate değer bulunmuştur. Araştırma kapsamında incelenen Instagram

⁷ Sümeyye (Eventuallyhappens) Instagram hesabı 2025 yılında kullanıcı adını “Sumeyyekarakaya” olarak değiştirmiştir.

hesaplarının takipçi sayıları 16000 ile 716000 arasında değişkenlik göstermektedir. Instagram hesaplarının 2023 yılı boyunca haftalık ortalama paylaşım sıklıkları incelendiğinde, en yüksek ortalama paylaşım sayısına haftada 6 gönderi ile *eventuallyyhappens* hesabı ulaşmaktadır. Ardından haftalık ortalaması 5 paylaşım ile *itsgizemozdemir*, 4 paylaşım ile *merv.ozkn*, 3 paylaşım ile *serayszer* ve en düşük ortalama 2 paylaşım ile *guldenbolatogluu* izlemektedir. Hesap sahiplerinin paylaşım sıklıkları, içeriklerinin görünürlüğünü artırma ve daha geniş bir kitleye ulaşma açısından belirleyici unsurlardır. Uzun aralıklarla gerçekleştirilen paylaşımlar, takipçi sayısında azalmaya ve hesapların etkileşim oranlarının düşmesine yol açabilmektedir (Ekinci ve Dursun, 2019'dan aktaran: Ayaz, 2024). Tablo 1'de belirtildiği üzere; incelenen paylaşımlar arasında en yüksek sayıya 58 paylaşım ile *eventuallyyhappens* hesabının paylaşımları ulaşmıştır. Sonrasında sırasıyla 50 paylaşım ile *merv.ozkn*, 48 paylaşım ile *itsgizemozdemir*, 28 paylaşım ile *serayszer* ve 16 paylaşım ile *guldenbolatogluu* incelenmiştir. İncelemeye dahil edilen bu paylaşımlar, araştırma konusuyla ilişkili içeriklerden seçilmiş olup, belirlenen doyum noktasına ulaşıncaya kadar sınırlama yapılmıştır.

Paylaşımların detayları incelendiğinde; *eventuallyyhappens* hesabının paylaşımlarının 7'sini kaydırmalı gönderi, 37'sini öne çıkaranlar ve 14'ünü reels videoları oluşturmaktadır. *Merv.ozkn* hesabının paylaşımlarının 4'ünü kaydırmalı gönderi ve 46'sını reels videoları oluşturmaktadır. *Its-gizemozdemir* hesabının paylaşımlarının 30'unu kaydırmalı gönderi ve 16'sını reels videoları oluşturmaktadır. *Serayszer* hesabının paylaşımlarının 2'sini kaydırmalı gönderi, 6'sını gönderi ve 20'sini reels videoları oluşturmaktadır. Son olarak *guldenbolatogluu* hesabının paylaşımlarının 3'ünü öne çıkaranlar ve 13'ünü reels videoları oluşturmaktadır.

İncelenen paylaşım türlerinin ağırlıklı olarak dağılımı; *eventuallyhappens* hesabının öne çıkaranlar, *merv.ozkn*, *guldenbolatogluu* ve *serayszer* hesaplarının reels videoları, *itsgizemozdemir* hesabının ise kaydırmalı gönderiler şeklinde olup, incelenen 200 adet içeriğin türü reels videoları ağırlıklıdır.

2.5. Verilerin Toplanması

Veri toplama aşamasında, seçilen Instagram içeriklerinin planlı bir şekilde analiz edilmesi için Microsoft Excel üzerinden içerik raporu oluşturulmuştur. Bu içerik raporunda, Instagram hesaplarının detaylı bir şekilde incelenmesi adına her hesap için ayrı sayfalar oluşturulmuş ve her bir hesap ayrı olarak analiz edilmiştir. Her hesap, “Hesap adı”, “İçerik Künyesi”, “Paylaşım Tarihi”, “İçerik Türü”, “Etiket Kullanımı”, “Açıklama Metni”, “Reels Videolarının İçerik Detayları”, “Araştırma Bağlantılı Etiketler”, “Araştırma Bağlantılı Açıklamalar”, “Araştırma Bağlantılı Görsellerin ve Söylemlerin Analizi” başlıkları altında analiz edilmiş, reels videolarının, kaydırmalı gönderilerin, öne çıkaranların ve gönderilerin görselleri, metinleri ve alt metinlerindeki yazı ve sesler deşifre edilip metinsel olarak çözümlenmiştir. İçerik raporunda bulunan tabloların birer örneğine ise ek g’de yer verilmiştir.

Hesap adı sütununda; seçilen her bir Instagram hesabının adı, içerik künyesi sütununda; hesap adı, içerik türü, varsa içeriğin başlığı, içerik tarihi, içerik bağlantı linki ve erişim tarihinden oluşan künyelerin tanımlayıcı özellikleri yer almaktadır. Paylaşım tarihi sütununda ise her bir içeriğin hangi tarihte paylaşıldığı kaydedilmiştir. Bu üç sütunun oluşturulmasındaki ortak amaç; verilerin analizinde sistematik bir şekilde takip edilmeleri ve incelenmeleridir.

İçerik türü sütununda; gönderi, kaydırmalı gönderi, reels videosu ve öne çıkaranlar seçenekleri eklenip, incelenen içeriklerin türü hangi seçeneğe uygunsa o seçeneğe yer verilmiştir. Bu sütunun oluşturulma amacı; içeriklerin türünü belirlemektir.

Etiket kullanımı sütununda; seçilen içeriklerde kullanılan etiketler yer almaktadır. Instagram sosyal medya platformunda etiketler, hesap sahiplerinin hesaplarında yaptıkları paylaşımları temalara ayırarak görünürlüklerini arttırmak için kullanılabilmektedir. Bu sütunun da oluşturulma amacı; incelenen içeriklerin altında hangi etiketlerin olduğu ve içeriklerin hangi etiketlerle bağdaştırılarak paylaşıldıklarını incelemektir.

Açıklama metni ve reels videolarının içerik detayları sütunlarında; tez araştırması için seçilen gönderilerde, kaydırmalı gönderilerde, reels videoları ve öne çıkaranlarda hesap sahipleri tarafından yazılmış yazılar ve arka plandaki sesler birebir metne dökülmüştür. Bu yazılar ve sesler veri niteliği taşımakta olup, bu iki sütunun oluşturulma amacı; yazıların ve seslerin içeriklerle olan ilişkisini, yazıların ve seslerin içerikte nasıl konumlandırıldıklarını incelemektir.

Araştırma bağlantılı etiketler sütununda; içeriklerin altında yer alan etiketlerin arasından araştırmanın konusuyla ilişkili olanlar seçilmiş ve yer verilmiştir. Bu sütunun oluşturulma amacı; veri analizinde tez konusuyla bağlantılı etiketlerin ele alınmasıdır.

Araştırma bağlantılı açıklamalar sütununda; paylaşımlarda yer alan gönderilerde, kaydırmalı gönderilerde, reels videolarında ve öne çıkarılan içeriklerde araştırmayla ilişkili açıklamalar metne aktarılmıştır. Bu sütunun oluşturulma amacı,

görsellerdeki yazıların ve videolardaki arka plan seslerinin analiz edilmesi ve bu verilerin anlatı düzeyinde çözümlenerek içeriklerin anlamlandırılmasıdır. Son olarak, araştırma bağlantılı görsellerin ve söylemlerin analizi sütununda; seçilen içerikte yer alan unsurlar ve araştırma konusuyla ilişkilendirilen bölümler yorumlanarak metne aktarılmıştır. Bu sütunun oluşturulma amacı; içeriklerin, araştırmanın temalarıyla bağdaşıp bağdaşmadığı hakkında fikir vermesidir. Bu yapılandırılmış veri toplama yöntemi, içeriklerdeki görsel, işitsel ve metinsel öğeler üzerinden çok boyutlu bir analizin gerçekleştirilmesine olanak sağlamıştır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde, araştırma kapsamında seçilen Instagram hesaplarının 2023 yılına ait paylaşımlarından elde edilen veriler betimsel içerik analizi yaklaşımıyla sunulmaktadır. İncelenen hesaplarda Tablo 2’de belirtildiği üzere, sırasıyla en çok sosyal medyada sağlıklı yaşam söylemi, tıbbileştirme ve gündelik hayatın sağlık çerçevesinde şekillendirilmesi, ideal beden inşası ve görsel temsili, tüketim kültüründe sağlık ve sağlığın ticarileşmesi temaları karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 2. İçeriklerin Frekans Dağılımı

Temalar	Frekans (Tekrar Sayısı)
Sosyal Medyada Sağlıklı Yaşam Söylemi	187
Tıbbileştirme ve Gündelik Hayatın Sağlık Çerçevesinde Şekillendirilmesi	66
İdeal Bedenin İnşası ve Görsel Temsili	186
Tüketim Kültüründe Sağlık ve Sağlığın Ticarileşmesi	18

Tablo 2; analiz edilen içeriklerin hangi temalarla ne ölçüde örtüştüğünü ve bu temaların içeriklerdeki tekrar sıklığını göstermektedir. Tablo 2’deki frekans dağılımı incelendiğinde, içeriklerde en yoğun biçimde yer verilen ve tekrar eden temaların sosyal medyada sağlıklı yaşam söylemi ve ideal beden inşası ve görsel temsili olduğu görülmektedir. Sosyal medyada sağlıklı yaşam söylemi temasının 187 tekrar sayısına ulaşması, sağlık söyleminin, teşvik edici ve ilham verici dil yoluyla duygusal olarak da yeniden üretildiğini ve sağlıklı yaşamın estetik bir yaşam tarzı olarak örneklenmesini göstermektedir. Sosyal medyada sağlıklı yaşam söylemi teması ile ideal beden inşası ve görsel temsili temasının yüksek frekansı, sağlığın ve sağlıklı

yaşamın sosyal medyada büyük ölçüde görsel olarak idealleştirilmiş bir beden ve yaşam tarzına ulaşmak üzerinden kurgulandığını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde ideal bedenin inşası ve görsel temsili temasının 186 tekrarla yoğun bir tekrar düzeyinde olması, sağlığın bedensel görünüm üzerinden temsil edildiğini, estetik ve ideal olarak arzu edilen bir beden formunun sağlık temsili olarak yeniden üretildiğini göstermektedir. Aynı zamanda, sağlıklı ve ideal beden olarak temsil edilen bedene ulaşmak için yapılan yatırımların da sosyal medyada sıklıkla gösterildiğini ortaya koymaktadır.

Frekans dağılımlarında tıbbileştirme ve gündelik hayatın sağlık çerçevesinde şekillendirilmesi ve tüketim kültüründe sağlık ve sağlığın ticarileşmesi temaları içeriklerde daha az tekrar sayısına sahiptir. Tıbbileştirme ve gündelik hayatın sağlık çerçevesinde şekillendirilmesi temasının 66 tekrarla sosyal medyada sağlıklı yaşam söylemi ve ideal bedenin inşası ve görsel temsili temalarına göre daha düşük frekansa sahip olması, sağlıkla ilgili gündelik pratiklerin doğrudan tıbbileştirilmiş bir dille sunulmasındansa, bu dilin daha çok estetik ve motivasyon içerikli anlatımlarla çerçevelendiğini düşündürmektedir. Tıbbi kavramlar zaman zaman içeriklerde doğrudan yer alsa da bu bilgiler çoğunlukla bireysel deneyimle harmanlanmaktadır. Bu durum, tıbbileşmenin dolaylı yollardan gerçekleşmesine neden olarak, örtük ve gündelikleştirilmiş bir şekilde içeriklerde dolaşıma girdiğini göstermektedir. Benzer şekilde tüketim kültüründe sağlık ve sağlığın ticarileşmesi temasının 18 tekrarla sınırlı kalması, sağlıkla ilişkili ürünlerin marka iş birlikleri ve reklam içerikli üzerinden doğrudan sunulmadığını göstermektedir. Dijital içerik üreticilerinin takipçileriyle kurmuş olduğu samimi ilişki biçimini koruyarak sağlıklı yaşam ürünlerini sağlıklı

yaşam söyleminin içine gömerek örtük bir biçimde sunmalarından dolayı açık metalaşma kodlarının daha az sayıda içerikte olduğu düşünülmektedir.

Temalar, seçilen hesapların içeriklerden türetilmiş olup, her biri belirli alt başlıklar çerçevesinde incelenmiştir. Bu alt başlıklar tablo 3’te yer aldığı gibi yapılan içerik analizinde ortaya çıkan kod dağılımlarına göre belirlenmiştir.

Tablo 3. Temaların Kodların Alt Başlıkların Dağılımı

Temalar	İlgili Kodlar	Alt Başlıklar
Sosyal Medyada Sağlıklı Yaşam Söylemi	Sağlıklı beslenme ve öğün planlama, spor yapma, spor öncesi ve sonrası beslenme içerikleri, erken kalkma, gıda takviyeleri, elma sirkeli su içme, yazı yazma, cilt bakımı, sağlıklı yaşamın bir sorumluluk olarak çerçevelenmesi, içerik üreticilerinin takipçilere “örnek yaşam” modeli sunması, ilham verme ve yönlendirme amacıyla içerik üretimi, tutarlılık, motivasyon, disiplin ve sağlıklı yaşam tarzı kavramı, içerik üzerindeki ilham verici yazılar	* Dijital İçerik Üreticilerinin Sağlık Söylemindeki Rolü * Sağlıklı Yaşamın Günlük Rutinler Üzerinden Teşvik Edilmesi * Motivasyon ve İlham Söylemleri
Tıbbileştirme ve Gündelik Hayatın Sağlık Çerçevesinde Şekillendirilmesi	Fit ve sağlıklı tarifler, ödem atıcı, fit tatlı ve içecek, bol lifli gıda, yüksek protein, yeşil içecek, glutensiz, normal beslenme eyleminin tıbbi normlarla düzenlenmesi, şişkinlik ve ödemin hastalık olarak görülmesi, sağlıklı olmanın belirli gıda özelliklerine göre belirlenmesi, sporun tıbbi hedefler doğrultusunda yapılması, akıllı saat, spor verilerinin dijital platformda paylaşılması, spor salonu günlük serileri, fit ve kaslı beden görüntülerinin paylaşılması, 7-8 saat uyku, günlük 10000 adım, gıda takviyesi kullanımı, 5 gün spor yapma, erken kalkma	* Beslenmenin Tıbbileştirilmesi * Gıdaların Patolojikleştirilmesi ve Sağlık Normlarının Belirlenmesi * Sporun Tıbbileştirilmesi ve Teknolojik Gözetim * Spor Yoluyla Sağlıklı Yaşam Fikrinin İdealleştirilmesi * Sabah Rutinleri ve Günlük Yaşamın Tıbbileştirilmesi
İdeal Bedenin İnşası ve Görsel Temsili	Spor salonunda fotoğrafı çekilmiş kaslı, ince ve fit beden hatlarının sergilenmesi, bedenin işlevselliğinin sergilenmesi, bedenin estetik nesne olarak sergilenmesi, spor kıyafetlerinin sağlıklı yaşam tarzı ve kimlik ifadesi olarak kullanılması, bedenin proje olarak görülmesi, spor yoluyla bedeni dönüştürmek, beslenme yoluyla bedeni dönüştürmek, bedenini dönüştürme sonucunda kendini iyi hissetmek, dönüştürdüğü bedene hayranlık duymak	* İdeal Bedenin Güç ve Sağlıkla İlişkilendirilmesi * Beslenme ve Tarif Önerileri ile Bedene Yatırım * Spor ile Bedene Yatırım

Tablo 3. Temaların Kodların Alt Başlıkların Dağılımı (Devam)

Temalar	İlgili Kodlar	Alt Başlıklar
Tüketim Kültüründe Sağlık ve Sağlığın Ticarileşmesi	Sağlığın bir yaşam tarzı olarak sunulması, sağlıklı yaşam için ekonomik yatırım yapılması, “sağlıklı olmak için tüketim” anlayışının normalleştirilmesi, reklam ve iş birliği etiketi üzerinden yapılan paylaşımlar, sağlıklı tarif içeriklerinde market ve gıda markalarının görünür olması, spor kıyafetlerinin rahatlık, esneklik ve estetik üzerinden pazarlanması, sağlıklı beslenme ürünlerinin “fit, glutensiz, rafine şekersiz” gibi tıbbi söylemlerle sunulması ürünlerin sağlıklı yaşam ile ilişkilendirilerek satılması	*Sağlıklı Yaşamın Tüketim Kültürü Haline Gelmesi *Spor Ekipmanlarının Pazarlama Stratejileri *Sağlıklı Market ve Mutfak Ürünlerinin Pazarlama Stratejileri

Tablo 3’te sosyal medyada sağlıklı yaşam söylemi temasında yer alan “örnek yaşam modelinin sunulması”, “spor salonu günlükleri”, “disiplin, “tutarlılık” gibi kodlarla sağlık söylemini, kişisel motivasyon, rutin ve disiplin üzerinden kurduğunu ve bireyi sağlıklı yaşamı sürdüren bir özne olarak konumlandığını görülmektedir. Bunun üzerine sosyal medyada sağlıklı yaşam söylemi teması için dijital İçerik üreticilerinin sağlık söylemindeki rolü, sağlıklı yaşamın günlük rutinler üzerinden teşvik edilmesi ve motivasyon ve ilham söylemleri alt başlıkları oluşturulmuştur.

Tıbbileştirme ve gündelik hayatın sağlık çerçevesinde şekillendirilmesi temasında, sağlıklı ilişkili gündelik hayat pratiklerinin “günde 10000 adım”, “yüksek protein”, “7-8 saat uyku”, “glutensiz” gibi kodlarla, ölçülebilir ve tıbbi normlara göre şekillendirildiği gösterilmektedir. Bu tür kodlar, bireylerin gündelik yaşamını bir tür tıbbi reçete gibi kurgulanabilir ve davranışlarını izlenebilir bir hâle getirmektedir. Bu tema altındaki alt başlıklar, yiyeceklerin, rutinlerin ve spor aktivitelerinin tıp alanıyla ve tıbbi bilgilerle ilişkilendirilerek ortaya çıkmıştır.

İdeal beden inşası ve görsel temsili temasında, “bedenin proje olarak görülmesi”, “spor salonunda fotoğrafı çekilmiş kaslı, ince ve fit beden hatlarının sergilenmesi”, “beslenme ve spor yoluyla bedeni dönüştürmek” gibi kodlar dikkat çekmektedir. Bu durum, dijital içerik üreticilerinin sağlık söylemini, görselleştirilmiş beden imgeleri ve beden in sağlıklı yapılandırılabilmesi için yatırım rutinleri üzerinden kurguladıklarını göstermektedir. Sağlık kavramı bu temada sadece fiziksel iyi olma haliyle sınırlı kalmayıp, fit, kaslı, zayıf ve estetik bir bedene sahip olmak üzerinden kodlanmaktadır. Paylaşımlarda kaslı, fit ve sağlıklı bedenlere, sağlıklı tarif önerilerine yer verilmesi ve sporun bedeni dönüştürme aracı olarak sunulması üzerine bu tema için ilgili alt başlıklar oluşturulmuştur.

Son olarak tüketim kültüründe sağlık ve sağlığın ticarileşmesi temasında yer alan “iş birliği”, “reklam”, “sağlıklı tarif içeriklerinde market ve gıda markalarının görünür olması”, “spor kıyafetlerinin rahatlık, esneklik ve estetik üzerinden pazarlanması” gibi kodlar; sağlık söyleminin tüketim kültürüyle kesiştiğini ve sağlığı da parayla satın alınabilen bir nesne olarak göstermektedir. Tema altındaki alt başlıklar, içeriklerde yer alan ürün tanıtımları, marka iş birlikleri ve sağlıklı yaşam ürünlerinin tüketimle özdeşleştirilmesi üzerine oluşturulmuştur.

Temaların bireysel olarak ayrı ayrı ele alınması ve temaların kendi bağlamı içerisinde açıklanarak içeriklerde nasıl yapılandırıldığının betimlenmesi, araştırmanın betimsel içerik analizine dayalı yöntemi açısından önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda, dört tema aşağıda ayrı alt başlıklar altında değerlendirilmiştir.

3.1. Sosyal Medyada Sağlıklı Yaşam Söylemi

Bu temada analiz edilen içerikler, sosyal medyada sağlıklı yaşamın nasıl tanımlandığını, hangi temsiller üzerinden üretildiğini, bu yaşam tarzının hangi pratiklerle teşvik edildiğini ve bireylerin sağlıklı yaşama yönlendirilmesinde hangi söylemlerin kullanıldığını ortaya koymaktadır. Temada öne çıkan bulgular, sağlıklı yaşamın yalnızca fizyolojik bir durum veya yaşam tarzı olarak değil, aynı zamanda normatif bir pratik olarak konumlandırılmasıdır. İçerikler, bireylerin sağlıklı bir yaşamı sürdürebilmesi için belirli bir davranış kalıplarına uymalarını teşvik eden bir söylem inşa etmekte ve bu çerçevede hem görsel hem de metinsel unsurlar önemli bir rol oynamaktadır. Analiz edilen fotoğraf ve videoların altında yer alan “spor salonu kızı, sağlıklı yaşam tarzı, motivasyon, o kız rutini, sağlıklı tarifler, fit tarifler, sabah rutini, fit günler” etiketleri sağlıklı yaşamın nasıl teşvik edildiğini desteklemektedir. Bu bağlamda tema, üç ayrı alt başlıklar altında incelenmiştir.

3.1.1. Sağlıklı yaşamın günlük rutinler üzerinden teşvik edilmesi.

Birinci temanın altında oluşturulan bu alt başlık, sağlıklı yaşamın gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak nasıl inşa edildiğini ve bu yaşam tarzının spor, beslenme, uyku düzeni, gıda takviyeleri ve cilt bakımı gibi pratikler üzerinden sosyal medya aracılığıyla nasıl bir norm haline getirildiğini ele almaktadır. Bu pratikler, bireylerin gündelik yaşamını düzenleyen normatif bir çerçeve olarak konumlandırılmakta, sosyal medya paylaşımları aracılığıyla görünür kılınmakta ve tekrar eden temsiller üzerinden normalleştirilmektedir. Böylelikle, sağlıklı yaşamın bireysel bir tercih olmaktan çıkarak sosyal medyada ideal bir yaşam tarzı standardı hâline geldiği içeriklerde gösterilmektedir.

Sağlıklı yaşam, içeriklerde, kullanıcıların günlük rutinlerini görselleştiren ve ideal yaşam pratiklerini ön plana çıkaran paylaşımlar üzerinden teşvik edilmektedir. Bu görseller ve videolar, bireylerin sağlıklı yaşam tarzını benimsemeleri için bir rehber niteliği taşımakta ve sağlıklı yaşam rutinlerini ise uymaları gereken standartlar halinde konumlandırmaktadır. Analiz edilen paylaşımlarda; düzenli spor yapma, spor öncesi ve spor sonrası olmak üzere beslenme önerileri, sağlıklı tarif paylaşımları, sağlıklı beslenme öğünleri planlama, erken kalkma, 7-8 saat uyku düzeni oluşturma, sabah elma sirkeli su tüketme, vitamin ve gıda takviyesi kullanımı, cilt bakım rutinleri ve zihinsel iyilik ve sağlık halini destekleyen yazı yazma gibi pratikler ön plana çıkmaktadır. Bu pratikler, yalnızca sağlıkla ilgili davranışlar olarak değil, aynı zamanda sağlıklı yaşamın inşasının aracı olarak temsil edilmektedir.

İçeriklerde ön plana çıkan “zihinsel sağlık, bedensel iyilik ve üretkenlik” söylemleri, Dünya Sağlık Örgütü’nün (1948) sağlık kavramına yönelik yaptığı tanımı desteklemektedir. Bu söylemler, gündelik yaşam pratikleriyle birleşmekte; uyku, beslenme, spor ve zihinsel iyi oluş rutinlerini sağlıklı yaşam altında bütüncül bir şekilde kurgulamaktadır. Bulgularda, sağlıklı yaşam pratikleri, sadece biyolojik sağlığı korumakla kalmayıp, zihinsel iyi olma halini ve sosyal olarak da üretkenliği sürdürmeye yönelik davranışlar olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla Dünya Sağlık Örgütü’nün (1948) sağlığı fiziksel, zihinsel ve sosyal yönden tam bir iyilik hali olarak tanımlaması, içeriklerde öne çıkan bu bütüncül sağlık anlayışıyla örtüşmektedir. Dijital içerik üreticileri sağlık tanımını gündelik yaşam rutinleri üzerinden şekillendirmekte; takipçilerini de sağlıklı yaşam adı altında daha iyi ve daha üretken olmaya yönlendirmektedir. Sağlıklılık, zihinsel, fiziksel ve sosyal açıdan tam bir iyi

olma hali ve sürekli geliştirilmeye açık normatif bir hedef olarak vurgulanmakta; toplumsal kabul, görünürlük ve üretkenlik sağlayan normlar olarak benimsenmektedir.



Şekil 1. Gülden Bolatoğlu'nun (guldenbolatogluu) Sağlıklı Yaşamın Sabah Rutini Üzerinden Temsili Paylaşımı

Kaynak: guldenbolatogluu (2023). [Instagram öne çıkaranlar gönderisi]. Instagram.

Link yok. Erişim Tarihi: 22.12.2024

Şekil 1’de örnek olarak gösterildiği üzere, incelenen diğer içeriklerde sabah erken uyanma, güne elma sirkeli su ve sporla başlama gibi pratikler ön plana çıkarılmakta ve sağlıklı yaşam belirli bir “günlük rutin dizisi” olarak sunulmaktadır. Şekil 1’de dört farklı sahneden oluşan sağlıklı yaşamın günlük pratiklerine odaklanılmaktadır. İlk karede, Gülden Bolatoğlu kişinin sabah erken saatlerde yürüyüşe çıktığı görülmektedir. İkinci kare, yürüyüş süresi ve mesafesini gösteren akıllı saat ekranını içerirken, bu karede kişinin yaptığı aktiviteyi akıllı saatiyle takip ettiği vurgulanmaktadır. Üçüncü karede, evde dijital platform üzerindeki egzersiz planlarını gerçekleştirirken, son karede ise, sabah saatlerinde elma sirkeli suyun

tüketiminin sağlıklı içecek alışkanlığıyla vurgulanması dikkat çekmektedir. Görsel, sağlıklı yaşamın günlük rutin içerisinde hem fiziksel aktivite hem de beslenme alışkanlıkları aracılığıyla teşvik edildiğini göstermektedir. Bu görsel ve araştırmada incelenen benzeri içerikler, sağlıklı yaşam söyleminin günlük rutin görselleri ve videoları üzerinden nasıl teşvik edildiğini açık bir şekilde ön plana çıkarmaktadır. Sağlıklı yaşamı ise bireysel tercihlerden öte, sosyal medya üzerinden üretilen norm ve ideal yaşam standardına dönüştüğünü göstermektedir.

3.1.2. Dijital içerik üreticilerinin sağlık söylemindeki rolü.

Dijital içerik üreticilerinin sağlık söylemindeki rolü alt başlığında, dijital içerik üreticilerinin sağlıklı yaşam söylemini nasıl inşa ettikleri ve bu söylemde nasıl bir aktör olarak konumlandıkları ele alınmaktadır. İçeriklerde “sağlıklı yaşam” bireysel bir tercih ya da pratik olmaktan çıkıp, izleyiciye bir sorumluluk olarak sunulmaktadır. Dijital içerik üreticilerinin, erken uyanmak, spor yapmak, gıda takviyesi almak, sağlıklı beslenmek, su içmek, cilt bakımı yapmak gibi davranışlara paylaşımlarında yer vermeleri, sağlıklı yaşam biçimini sürekli olarak teşvik ettiklerini göstermektedir.

Dijital içerik üreticilerinin sağlık söylemindeki rolünü anlamada Scott ve Marshall'ın (2009) sağlık sosyolojisine yönelik yaklaşımı yol göstericidir. Bu yaklaşıma göre sağlık sosyolojisi, sağlık ve hastalığın sosyal boyutlarını, toplumsal dağılımını ve toplumsal bağlamda kavramsallaştırılmasını incelemektedir. Bu çerçevede, dijital içerik üreticilerinin paylaşımları toplumsal normların ve sağlık davranışlarının görünür kılındığı bir mekanizma olarak değerlendirilebilir. Böylece, Scott ve Marshall'ın (2009) sağlık davranışlarının toplumsal etmenlerle şekillendiğine ilişkin yorumunun içeriklerde somutlaştığı görülmektedir. Dijital içerik üreticileri, bu

içeriklerde kendi yaşam tarzlarını şeffaf bir biçimde sergileyerek takipçilerine örnek bir yaşam modeli sunmaktadır. Sundukları bu örnek yaşam modeli, sağlık davranışlarının toplumsal etmenlerle nasıl şekillendiğini ve nasıl dağılım gösterdiğini görünür kılmakta ve sağlık kavramını Instagram aracılığıyla toplumsal normlar bağlamında yeniden üretmektedir. İçerikler, teşvik edici, yönlendirici ve idealize edici bir biçimde yapılandırılmakta, böylelikle içerik üreticileri hem bilgi veren hem de ilham kaynağı olan figüre dönüşmektedirler. Bu bağlamda içerik üreticileri, sağlıklı yaşamı ve sağlık davranışlarının taşıyıcısı ve yaygınlaştırıcısı konumunda olup, bu yaşamın ve davranışların dijital ortamda kolektif olarak onaylanan ve yeniden üretilen norm haline gelmesine katkıda bulunmaktadır.

İncelenen içeriklerde, dijital içerik üreticilerinin takipçilerini sağlıklı yaşama teşvik etmek için yoğunlukla spor odaklı paylaşım yaptıkları görülmektedir. Bu bağlamda, en sık karşılaşılan örneklerden biri ‘spor salonu günlükleri’ serileridir. Bu serilerde içerik üreticileri genellikle reels videolarını tercih edip, spor salonunda günlerini nasıl geçirdiklerini görsel olarak takipçileriyle paylaşmaktadırlar. Örnekle, Eventually Happens kullanıcısının bu seriyi başlattığı görülmekle birlikte, kullanıcının seriyi başlatma amacı “spor yapma serüveninde takipçilerinin de bu serüvene onunla eşlik etmesini ve spora başlamak isteyenlere de bu serinin motivasyon olmasını istemesi” yönündedir. Böylelikle, spor yaparak sağlıklı yaşamı teşvik eden ve takipçilerine ilham veren bir içerik serisi oluşturulmaktadır. Bu serinin altında yer verdiği açıklamalar da takipçilerine spor yaparak sağlıklı yaşamı teşvik etmesini ve ilham vermesini pekiştirmektedir:

“Kimi kas yapmak ister kimi yağ yakmak kimi kondisyonunu geliştirmek kimi güçlenmek kimi fit olmak :) Ama ilk önce aletlerin nasıl kullanılacağını, hareketleri anlamak mantıklı. Araştırmak çok önemli, hiçbir bilgiyle sınırlı kalmayıp antrenmanları inceleyin, neyi istiyorsunuz bunun üzerine düşünebilirsiniz. Benim mesela řu an kondisyonumu arttırmak fit olmak ve yağ yakmaktı hedefim. Ama artık güçlenme ve kas koyma dönemi yapmak istiyorum” (Eventually Happens, 22 Aralık 2023, Reels Videosu).

Elde edilen bulguların kavramsal çerçevesini oluşturmak için Peter Conrad’ın (1979) tıbbi sosyal kontrol kavramı, dijital içerik üreticilerinin sağlık yaşam pratiklerini, içeriklerinde normatif hale nasıl getirdiklerini ve tıbbi söylemler aracılığıyla sağlıklı yaşama nasıl teşvik ettiklerini anlamlandırmak açısından bir çerçeve sunmaktadır. Conrad (1979) tıbbi sosyal kontrol kavramıyla, tıp alanının toplumsal normları belirleyen ve bireylerin davranışlarını düzenleyen bir iktidar alanı olduğunu öne sürmektedir. Dijital içerik üreticilerinin kilo verme, spor yapma, beslenme, uyku gibi gündelik hayat pratiklerini tıbbi söylemlerle sunmaları, bu pratiklerin bireysel tercihlerden çıkıp normatif bir sorumluluğa dönüştüğünü ön göstermektedir. Dijital içerik üreticileri içeriklerde “nasıl beslenilmeli, ne kadar uyumalı, hangi egzersiz yapılmalı” sorularına normatif cevaplar sunarak takipçilerin yaşam rutinlerini tıbbi bilgilere göre düzenleme fikrini içselleştirmelerine aracılık etmektedirler. Ayrıca, tıp alanının dijital içerik üreticileri tarafından Instagram’da dolaylı olarak dolaşıma girdiğini ve bu söylemlerin tıp alanının sosyal bir uzantısı olduğunu göstermektedir. Dijital içerik üreticilerinin, kendi deneyim ve bilgilerini takipçilerine otorite diliyle aktarmaları, bireyleri sağlıklı yaşama teşvik eden söylemleri aracılığıyla gündelik hayatlarındaki rutinlerinde onlara sorumluluk

yüklemeleri ve bu rutinlerini nasıl yaşayacaklarına dair yön vermeleri, tıp alanının Instagram üzerindeki “sosyal kontrol” işlevine işaret etmektedir.

Michel Foucault’un (1975) “disiplin toplumu” kavramı, içeriklerde sağlıklı yaşam söyleminin teşvik edilmesi ve bir görev niteliğinde sunulmasında karşımıza çıkmaktadır. Foucault’ya (1975) göre, modern toplumlarda iktidar, bireylerin kendi bedenleri üzerinde içselleştirilmiş bir denetim mekanizmasıyla işlemektedir. Bireyler, beslenme, spor, uyku gibi günlük yaşam pratikleri aracılığıyla kendilerini sürekli gözetim altında tutmakta ve sağlıklı olma normuna uyma sorumluluğunu üstlenmektedirler. Bu durum, disiplinin içeriden işlemesi anlamına gelmekte ve denetimin bireyin kendisine yönelik özdenetim biçiminde ortaya çıkmasını sağlamaktadır. İçeriklerde, dijital içerik üreticilerinin sağlıklı yaşam söylemleri bu normatif özdenetim mekanizmasını pekiştirmektedir. Takipçiler, bu söylem doğrultusunda bedenlerini, davranışlarını ve yaşamlarını sürekli olarak düzeltme, geliştirme ve iyileştirme zorunluluğunu kendilerinde hissetmektedirler. Böylelikle, disiplin toplumunun temel özelliği olan bedenlerin gönüllü olarak sürekli denetimi, sağlık söylemlerine ve sağlıklı yaşam pratiklerine etki etmektedir. Sağlıklı yaşam söylemi, disiplin toplumunun içselleştirilmiş denetim biçimini yaygınlaştıran bir araç işlevi görmektedir. Aynı zamanda bu söylem, dijital içerik üreticilerinin sadece kendilerinin değil, takipçilerinin de sağlık normlarına uyma görevini edinmelerini sağlamaktadır. Böylece, özdenetim ve beden kontrolü, toplumda yaygın bir sosyal kontrol mekanizmasının parçası haline gelmektedir.

3.1.3. Motivasyon ve ilham söylemleri.

Bu alt başlıkta, dijital içerik üreticilerinin sağlıklı yaşamı teşvik ederken başvurdukları motivasyonel söylemler ve bu söylemlerin içeriklerde nasıl yapılandırıldığı incelenmektedir. Görsel ve videolarda sıkça karşılaşılan “disiplin”, “tutarlılık” ve “motivasyon” gibi kavramlar, yalnızca bireysel bir irade gücünü değil, aynı zamanda sürdürülebilir bir yaşam tarzının olmazsa olmaz parçası olarak sunulmakta; takipçilere yönelik birer sosyal yönlendirme ve kontrol mekanizması işlevi görmektedirler. Bu kavramlar, takipçilere yönelik doğrudan çağrılar içeren mesajlarla da desteklenmektedir. Örneğin, videolarda sıkça kullanılan “Ortaya çıkmak istemediğiniz günler, ortaya çıkmanız gereken günlerdir” gibi ifadeler, bireyin iç motivasyonunu hedeflemekte ve takipçiye sorumluluk yükleyerek pasif bir izleyicilikten çıkıp aktif bir eylem haline geçmesini sağlayan bir aktör olarak konumlandırmaktadır.

Bu noktada Mechanic’in (1978) sağlık sosyolojisine dair yaklaşımı, içeriklerin anlaşılması için zemin oluşturmaktadır. Mechanic’e (1978) göre, sağlık davranışlarının şekillenmesinde yalnızca bireysel tercih ve iradenin değil; toplumsal ve kültürel etmenlerin etkisi vardır. İçeriklerde, sağlık davranışlarının toplumsal ve kültürel etmenlerle eşleştirilmesinin arasında öncelikle ideal beden ölçüleri ve fit görünme zorunluluğu dikkat çekmektedir. Dijital içerik üreticileri, kaslı ve fit bedenleri başarıyla ilişkilendirerek, bu beden görünümünü normatif bir hedef ve kültürel ve toplumsal bir inşa süreci olarak görmektedirler. Bunun yanında, sosyal olarak değer gören düzenli egzersiz ve sağlıklı beslenme pratikleri yer almaktadır. Bu pratikler, toplumsal onay kazanmanın ve doğru yaşam idealine uyum sağlamanın

göstergesi olarak sunulmaktadır. Bedene yatırım yapma ve sağlıklı yaşam ürünleriyle tüketim yapmakta içeriklerde toplumsal statü olarak kabul edilmektedir. Takipçilere yönelik olan “kendin için en iyisini yap”, “glutensiz gıdalarla beslen” gibi ifadeler, sağlıklı yaşam tarzının ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Böylece takipçiler, tükettikleri ürünlerle ve bedenlerine yaptıkları yatırımlarla toplumsal bir aidiyet kurmakta ve dijital içerik üreticilerinin teşvik eden söylemleri aracılığıyla da sağlıklı yaşamı toplumsal ve kültürel bağlamda içselleştirmektedirler.

İçeriklerde tekrarlanan teşvik içerikli söylemler, motivasyon müzikleri ve başarı hikayeleri sağlıklı yaşamı disiplinli ve tutarlı bir biçimde sürdürülmesi gereken bir yaşam biçimi olarak sunmaktadır. Bu motivasyonel içeriklerde, sağlık davranışlarının toplumsal ve kültürel etmenlerle şekillendiği görülmekte ve söz konusu pratikleri takipçilerin içselleştirilmesi beklenmektedir. Bu bağlamda, dijital içerik üreticileri içeriklerde, sağlıklı yaşam pratiklerini görünür kılmakta; takipçilerini bu pratiklerine yönlendirmede ve onların kendi yaşamını yeniden düzenlemesinde aracılık etmektedirler. Böylece dijital içerik üreticileri, takipçilerini teşvik eden, harekete geçiren ve sağlıklı yaşamı idealize eden bir yaşam pratiğine yönlendiren birer figür olarak konumlanmaktadır.

3.2. Tıbbileştirme ve Gündelik Hayatın Sağlık Çerçevesinde Şekillendirilmesi

Gündelik yaşamın tıbbileştirilmesi, gündelik yaşamın içerisindeki beslenme, spor, uyku ve gündelik rutinlerinin tıbbi söylemler üzerinden tanımlanması ve kontrol edilmesini ifade eder. Bu temada, dijital içerik üreticilerinin sağlıklı yaşam pratiklerini sağlık normuna ve tıbbi söyleme dayalı bir zorunluluk gibi paylaşımlarında sunmaları ön plana çıkmaktadır. Böylelikle, gündelik yaşam pratiklerinin nasıl tıbbi bir

çerçeveyle, söylemlerin de nasıl tıbbi söylemlerle şekillendirildiği ve bu doğrultuda gündelik yaşamın nasıl tıbbileştirildiği analiz edilmektedir. İçeriklerde sağlıklı beden; neyle beslendiği, ne kadar hareket ettiği ve uyuduğu, hangi takviyeleri aldığı gibi parametrelerle tıbbi bir söylem üzerinden değerlendirilmektedir. Böylece, gündelik hayatın sıradan öğeleri olan; beslenme, uyku ve hareket tıbbileştirilmekte; sıradan pratikler, tıbbi bilgiler ve ölçümlerle düzenlenmiş bir biçim almaktadır. Karbonhidrat, protein, yağ oranı gibi tıbbi terimlerle tarif edilen yiyecekler, akıllı saatlerle takip edilen ve ölçülen fiziksel aktiviteler ve sağlık uygulamaları, bireyin yaşamını etkileyen bir gözetim, disiplin mekanizmasına dönüşmektedirler. Bu durum, sağlıklı yaşamı, bireysel seçimden ziyade, bilimsel bilgiyle donanmış bir sorumluluk olarak konumlandırırken; aynı zamanda bireyin kendi bedeniyle tıbbi bir ilişki kurmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, tema aşağıda dört alt başlık üzerinden incelenmiştir.

3.2.1. Beslenmenin tıbbileştirilmesi.

Bu alt başlıkta incelenen içerikler, bireyin gündelik beslenme pratiklerini damak tadı veya kişisel tercihler çerçevesinde değerlendirmemektedir. Burada önemli olan belirli tıbbi normlara ve bilimsel söylemlere dayalı olarak düzenlenmesi gerektiğinin vurgulanmasıdır. Beslenmenin tıbbileştirilmesi, besinlerin karbonhidrat, protein, yağ gibi dengelerinin ve bireylerin bedensel sağlıklarının tıbbi söylemlerle düzenlenmesini ifade eder. İçeriklerde yer alan “fit ve sağlıklı tarifler”, “fit tatlı ve fit kek”, “glutensiz tarifler ve ekmek”, “fit tiramisu”, “sağlıklı yaşam”, “ödem atıcı içecekler”, “bol lifli ve yüksek proteinli tarifler” ifadeleri ile “sağlıklı beslenme” söylemi, beslenmenin ve besinlerin nasıl tıbbi söylem ve ifadelerle sunulmasının

Şekil 2. Seray Sezer (Serayszer) Hesabının Kahvaltı Tabakları Paylaşımı

Kaynak: serayszer (2023). [Instagram gönderisi]. Instagram.

https://www.instagram.com/p/C1R_ZjDut22H/?igsh=MXI4NGs2cDR6NW

Erişim Tarihi: 22.12.2024



https://www.instagram.com/p/C1R_ZjDut22H/?igsh=MXI4NGs2cDR6NWRnMw.

Erişim Tarihi: 22.12.2024

56

beslenmesini tıbbi bilgi temelli olarak sunması, ekmek tüketmemesi ve bunun yerine karbonhidratı sebzelerden almaya çalışması, beslenmenin tıbbileştirilmesiyle örtüşmektedir.

İçeriklerde, gündelik hayatın parçası olan beslenme, sağlık temelli bir hesaplama ve denetim pratiğine dönüşmektedir. Tariflerin yanında makro besin öğelerinin oranları ve bu besin öğelerinin kendisi belirtilmekte, bireylerin tükettiği her gıdanın ve beslenmenin bedenleri üzerindeki etkisi ölçülebilir bir form olarak değerlendirilmektedir. Böylece, dijital içerik üreticisi aktörü, yalnızca öneride bulunan bir konumda olmakla kalmayıp, takipçilerine bedenini düzenleme sorumluluğu yükleyen bir otorite rolü üstlenmektedir.

3.2.2. Gıdaların patolojikleştirilmesi ve sağlık normlarının belirlenmesi.

Gıdaların patolojikleştirilmesi; besinlerin sadece tüketilen bir madde olmasından çıkarılarak, sağlıkla doğrudan ilişkilendirilen ve bedensel işlevlere etkisi üzerinden değerlendirilen araçlara dönüştürülmesini ifade etmektedir. Bu dönüşümde sosyal medya platformları üzerinden dijital içerik üreticileri “rafine şekersiz, glutensiz, fit, ödem savar, sindirim dostu” gibi ifadeler kullanarak gıdalara tıbbi anlamlar yüklemekte; gündelik hayatta bireylerin deneyimlediği normal ve bedensel durumları çözülmesi gereken sağlık sorunları olarak sunmaktadırlar. Böylece gıdalar, belirli sağlık hedeflerine ulaşmak için kullanılması gereken işlevsel ürünlere dönüşmektedir. Paylaşımlarda yer alan tarifler, bedenin daha sağlıklı yapılandırılması, daha arınmış ve daha ideal bir hale gelmesi için reçete niteliğinde sunulmaktadır. Bu durum ise bireylerin gündelik hayatlarında hangi gıdanın doğru tüketim olmasına ilişkin belirli sağlık normları yaratmaktadır. Gıdaların sadece tüketilecek bir ürün değil, bunun yanı

sıra bireylerin belli sağlık hedeflerine ulaşmasında rol aldığı araçları ifade ettiği söylenebilmektedir.

İçeriklerde, gıdaların patolojikleştirilmesi üzerine elde edilen en önemli bulgu, bireylerin gündelik hayatlarında karşılaşılabilecekleri normal bir durum olan “bedenin ödem tutmasının” ve “şişkinliğin” bir hastalık olarak görülmesi ve patolojikleştirilmesidir. Gülden Bolatoğlu kullanıcısının “ödem savar” olarak nitelendirdiği ve bir kupta limon dilimi eşliğinde servis ettiği yeşil içeceği bir reçete olarak takipçilerine sunması bu durumun ön plana çıktığı örneklerden biri olarak gösterilebilmektedir. Şekil 3’ün altında yer alan “Şişkinlik ve ödemden kurtulmanıza yardımcı, sindirim dostu yeşil içecek yapıyoruz! Kabızlık sorunu yaşadığınız dönemlerde de fayda sağlayacaktır” ifadelerinde Gülden Bolatoğlu kullanıcısının gıdalarla ilgili kullandığı tıbbi dil ve gıdalara yüklediği tıbbi anlamları ortaya koymaktadır.



Şekil 3. Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu) Hesabının Yeşil İçecek Tarifi Paylaşımı

Kaynak: guldenbolatogluu (2023). [Instagram gönderisi]. Instagram.

<https://www.instagram.com/reel/Cs3ygWEAWJc/?igsh=cmE5NXo4MXA4cGl1>.

Erişim Tarihi: 22.12.2024

Bu bağlamda, Ivan Illich'in (1995) tıp alanına dair "bireylerin gündelik yaşamlarında karşılaşılabilecekleri normal bir durumu hastalık belirtisi olarak sunması" ile "gündelik durumların patolojikleştirilerek bireylerin iyileşmek için tıp alanına bağımlı olmalarını sağlaması" yorumu, modern tıbbı eklenen sağlık söylemlerinin temel işleyiş mantığını ortaya koymaktadır. Illich (1995) "Sağlığın Gaspı" eserinde, modern tıbbın sadece hastalıkla mücadele eden bir alan olmamasıyla birlikte aynı zamanda sağlıklı bireylerin yaşamlarının kontrol altına alındığı toplumsal düzeni oluşturmaya başladığını belirtmektedir. Ona göre, tıbbileştirme gündelik yaşamda doğal kabul edilen durumları tıbbi müdahale gerektiren sorunlar olarak tanımlamakta ve bireyleri, yalnızca hasta olduklarında değil, "potansiyel hasta" olarak da bedenlerini kontrol altında tutmaları için yönlendirmektedir. Böylece birey, kendi bedenini anlamayı ve yönetmeyi kaybederek uzman otoritesine bağımlı hale gelmektedir. Bu durum takipçilerin sadece tıbbi otoritelere değil; aynı zamanda norm belirleyen "sağlıklı yaşam uzmanı" görünümündeki dijital içerik üreticilerine bağımlı hale getirildiğini düşündürmektedir.

Illich'in (1995) bakış açısından ele alındığında, içeriklerde, gündelik yaşamda karşılaşılabilecek "ödem" ve "şişkinlik" gibi fizyolojik durumların patolojikleştirilerek bir sorun olarak sunulması ve bu sorunun giderilmesi için yeşil içecek tarifi gibi çözümler önerilmesi, Illich'in eleştirdiği durumun dijital yansımaları olarak ortaya çıkmaktadır. İçeriklerde yer alan ödem savar, şişkinlik giderici gibi ifadeler, bireylerin kendilerini potansiyel hasta olarak görmelerine neden olmakla birlikte bu durumu yönetebilmeleri için uzman otoritesinin önerdiği ürün ve yöntemlere başvurmalarını sağlamaktadır. Böylelikle, tıbbileştirme sosyal medyanın

gündelik akışında dolaşıma girerek bireylerin sağlıklılık ve beden algısını yeniden biçimlendirmektedir.

İncelenen paylaşımlarda sunulan “sağlıklı” tarifler; bedenin devamlı olarak daha “sağlıklı ve “ideal” bir şekle getirilmesi için çaba gösterilmesi adına rol oynayan araçlar konumundadır. Sağlıklı yaşam ve sağlığın normallığı; bedensel arınma ve kilonun kontrolü ile tanımlanmakta ve hangi besinlerin nasıl tüketilmesi gerektiği, tıbbi etiketlerle sınırlandırılmaktadır. Bir diğer yandan, paylaşımlarda kurulan sağlığın normallığı, belirli toplumsal grupların erişeceği yaşam tarzını merkeze almaktadır. İçeriklerde kullanılan ürünlerin ekonomik olarak erişilebilirliği sınırlı olabileceğinden, “sağlıklı” olarak tanımlanan gıdaların hangi özelliklere sahip olması gerektiğine dair idealleştirilen normlar, sadece belirli bir yaşam tarzına sahip bireylerin katılabileceği sağlıklı yaşam anlayışını desteklemektedir. Bu yaşam tarzının parçası olan; organik, glutensiz ve rafine şekerli besinlere ekonomik ve kültürel olarak erişimi olmayan bireyler yaşam tarzından dışlanmaktadır. Gıdaların belirli sıfatlarla etiketlenerek kabul edilir hale gelmesi, sıradan tatlı ve içeceklerin bile ancak belirli nitelikleri taşıdığı anda “sağlıklı” sayılmasına neden olmaktadır. İncelenen içeriklerde “beyaz un, rafine şeker ve gluten” hastalıklara davetiye çıkaran ve beden için sağlıksız olarak ele alınmıştır. Bu ifadeler, belirli gıdaları potansiyel tehditle konumlandırarak, tüketimini patolojik bir durumla eşdeğer kılmaktadır. Böylelikle, bireylerin gıdalar üzerindeki tüketim alışkanlıkları; bedensel arınma, ideal sağlıklı görünüm gibi kriterlerle şekillendirilmekte ve gıdaların gündelik hayattaki rolü tıbbi söylem, ifade ve normlarla yeniden tanımlanmaktadır.

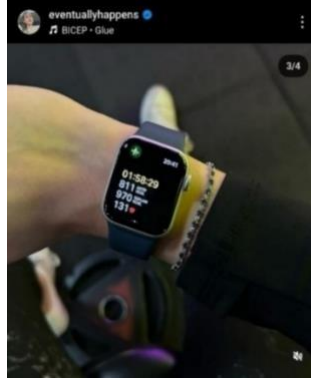
Gıdalar üzerine bu tür tıbbi söylemlerin yayılması ve bu tıbbi söylemlerin bireylerin gündelik yaşamını da kapsaması; Illich'in (1995) tıbbileştirme kavramı üzerindeki “tıp alanının bireylerin yaşamının her alanını içerecek şekilde genişletilmesi” yorumunu karşımıza çıkarmaktadır. Ona göre modern tıp, bireylerin rutin pratiklerini dahi düzenleyerek, yaşamlarını tıbbi normlar çerçevesinde şekillendirir. Böylelikle, gıdalar da tıbbi ölçütlere göre anlamlandırılan bir sağlık pratiğine dönüşmektedir. İçeriklerde, besin maddeleri, beden üzerinde bıraktığı etkilere, sağlıklı ve zararsız oluşlarına göre değerlendirilmekte; gündelik pratikler tıbbi bir söylemle yeniden biçimlenmektedir. Bireylerin, yemek tariflerine bile tıbbi bir dikkatle yaklaşmaları, sıradan beslenme eyleminin dahi sağlık pratiğine dönüşmesine sebep olmaktadır. Böylelikle tıbbileştirme, mutfak tezgahına, market alışverişine ve tarif videolarına kadar uzanarak gündelik hayatın tamamını kapsayan gözetim alanına dönüşmektedir.

3.2.3. Sporun tıbbileştirilmesi ve teknolojik gözetim.

Sporun tıbbileştirilmesi; sporun sadece keyif alınan sosyal etkinlik veya eğlenceli bir aktivite olarak değil, sağlık hedeflerine ulaşma, bedensel iyileşme ve dönüşme gibi tıbbi amaçlar doğrultusunda yapılması sürecini ifade etmektedir. İncelenen içeriklerde, bireylerin gündelik hayatları içerisinde sporu tıbbi hedef ve ölçütlerle gerçekleştirdikleri ve sporun teknolojilerle izlenen tıbbi bir pratik haline geldiği görülmektedir. Spor yapılırken spor yapılan sürenin, nabzın ve ne kadar kalori yakıldığının akıllı saatle takip edildiğine dair paylaşımlar dikkat çekmektedir. Bu içeriklerde spor, bireyin sağlıklı ve ideal bedene ulaşmasında bir araç olarak konumlandırılmakta, bu da fiziksel aktiviteyi tıbbi bir araç haline getirmektedir. Kalp

ritmi, adım sayısı, yakılan kalori gibi sayısal verilerin görünür hale getirilmesiyle beden, veriye dökülen bir alan olarak izlenmekte, böylelikle bireyler dijital ortamda karşılaştırmaya açık hale gelen performanslarıyla da şekillenmektedir. Bu durum, bireyin bedensel faaliyetlerini teknolojik araçlarla takip etmesini normalleştirerek hem kendini hem de başka kişileri izlediği ve değerlendirdiği bir gözetim düzenini gündelik hayatının birer parçası haline getirdiğini göstermektedir. Sporun sosyal medya platformlarında belgelenmesi ve paylaşılması, bedensel iyileşmenin takip edilmesiyle birlikte, bu iyileşmeyi diğer kişilerinde onaylamasının önem kazandığını ortaya koymaktadır.

Lupton'un (2014) ifade ettiği üzere; kullanıcının, bedensel faaliyetlerini akıllı saati aracılığıyla izleyip veri üretmesi, kişinin “dijital gözetim” altında olan bir özne olarak nitelendirilmesini sağlamaktadır. Bu gözetim, bireyin kendi bedenini ölçümleme, değerlendirme ve iyileştirme yönünde içselleştirmesini de ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca, Lupton'un (2014) vurguladığı gibi, akıllı saat sadece bireylerin kendilerini izlediği bir araç konumunda olmayıp aynı zamanda verilerin sosyal medyada paylaşılmasını da mümkün kılmaktadır. Böylece bireylerin bedenleri ve sağlık verileri sosyal ağlardaki izleyicilerinin de gözetimine açık hale gelmektedir. Şekil 4'te gösterildiği üzere, dijital içerik üreticisinin akıllı saatiyle sağlık performansını Instagram hesaplarında sergilemesi buna örnektir. Sağlığın ölçülebildiği bu tür araçlar, sağlığın sayısal verilerle ölçümlenen sosyal etkileşim ve performans göstergesine dönüştüğüne işaret etmektedir.



Şekil 4. Sümeyye (Eventuallyhappens) Hesabının Spor Salonundan Akıllı Saat Paylaşımı

Kaynak: eventuallyhappens (2023). [Instagram gönderisi]. Instagram.

https://www.instagram.com/p/C1C99yYLg54/?img_index=1&igsh=MjF4M2V4ZGJrcW1w. Erişim Tarihi: 22.12.2024

3.2.4. Spor yoluyla sağlıklı yaşam fikrinin idealleştirilmesi.

İçeriklerde spor, sağlık pratiği olarak sunulmasının yanı sıra ideal yaşam tarzının göstergesi haline getirilmiş; sağlıklı yaşam ise daha estetik ve performansa dayalı bir şekilde ön plana çıkartılmıştır. Özellikle “spor salonu günlükleri” adı altında yayımlanan video serilerinde dijital içerik üreticileri spor rutinlerini detaylı şekilde paylaşmakta ve hangi egzersizlerin yapıldığı, kaç set uygulandığı, hangi kas gruplarına odaklanıldığı gibi bilgiler aracılığıyla da disiplinli, programlı ve bedenine yatırım yapan kişiler olduklarını göstermektedirler. Bu içeriklerde sporun görselleştirilmesi ve başkalarına sunulması önem kazanmaktadır. Spor salonu günlükleri videolarında vurgulanan “fit” ve “kaslı” beden görüntüleri, sağlıklılık göstergesi olmakla birlikte dijital ortamda beğeni, takdir ve görünürlük sağlamaktadır. Bu bağlamda sağlıklı yaşam, belirli bir beden formuna ulaşmayı amaçlayan görsel ve simgesel bir hedef

haline gelmektedir. Böylece “sağlıklılık” sadece iyi hissetme ya da işlevsel olma durumundan çıkarak, estetikle iç içe geçmiş bir görünüme dönüşmekte; spor yapan bireylerin bedenleriyle sağlıklı yaşam tarzının vitrini olarak sunulmaktadır. Gündelik hayatın parçası olarak gösterilen spor salonu günlükleri içerikleri, sporun yaşamın merkezinde olması gerektiği düşüncesini pekiştirmekte ve sağlık ve beden konularını bireysel çabayla sürekli iyileştirilmesi gereken bir proje haline getirdiğini ve sağlıklı yaşamın bir sorumluluk olarak dayatıldığını ortaya koymaktadır.

3.2.5. Sabah rutinleri ve günlük yaşamın tıbbileştirilmesi.

Gündelik hayatın tıbbileştirilmesi; bireylerin sabahları ve gün içerisinde uyguladıkları rutinlerin, bedensel ve zihinsel sağlık odağında tıbbi söylemlerle yeniden kurgulanmasını da içermektedir. Sabah rutinleri ve günlük yaşam pratikleri üzerine üretilen içerikler incelendiğinde bireylerin sıradan ve gündelik alışkanlıklarının giderek daha fazla tıbbi söylemlerle tanımlandığı ve belli normlara göre yapılandırıldığı görülmektedir. Erken kalkmak, 7-8 saat uyumak, her gün 10000 adım atmak, düzenli spor yapmak, spor salonuna 5 gün gitmek ve çeşitli gıda takviyeleri almak gibi eylemler, sağlıklı, üretken ve başarılı bir yaşamın parçaları olarak içeriklerde sunulmaktadır. Bu içeriklerde bedenin ihtiyaçları ölçülebilir ve hesaplanabilir veriler üzerinden değerlendirilmektedir. Uyku süresi, adım sayısı, alınan kalori miktarı, gıda takviyesi kullanımı gibi her unsur, bireyin sağlıklılık durumunu doğrudan etkileyen bir kriter olarak gösterilmekte; bireyler gündelik hayatlarını ve daha sağlıklı olması için bedenlerini düzenlemekle yükümlü kılınmaktadır. Böylelikle, bireylerin davranışları tıbbi hedeflerle uyumlu bir yaşam

tarzını ön plana çıkarmakta ve gündelik yaşam pratiklerinin tıbbi normlarla yeniden şekillendirilmesini görünür hale getirmektedir.

Zola'nın (1972) tıbbileştirme kavramına yönelik yorumu, bu görünümü anlamlandırmak için önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır. Zola'nın (1972) ifade ettiği gibi, tıp alanı yalnızca hastalıkların teşhis ve tedavisinden sorumlu bir alan olmaktan çıkarak, bireylerin hayatına yön veren toplumsal normların yeniden şekillendiği ve bireylerin hayatlarını düzenleyici toplumsal kontrol aracı haline gelmiştir. Bu dönüşümle birlikte tıbbi bilgi ve uygulamalar gündelik hayatın birçok alanına nüfuz etmekte ve gündelik hayat pratikleri tıbbi bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Böylelikle, Zola'ya (1972) göre, tıp alanı bireylerin yaşam tarzlarını şekillendiren toplumsal kontrol biçimi olarak ön plana çıkmaktadır. İçeriklerde de dijital içerik üreticilerinin gündelik hayatlarını tıbbi bakış açısıyla düzenledikleri sabah rutinlerine sıklıkla rastlanmaktadır. Sabah rutini ve gündelik hayat içeriklerinde vurgulanan “erken kalkma”, “sporla güne başlama”, “gıda takviyesi alma”, “günde 10000 adım atma”, “spor salonuna 5 gün gitme” gibi pratikler, bireyin kendine yatırım yapması ve yaşamını sürekli iyileştirmesi gerektiği fikrini pekiştirmekte ve gündelik hayat sağlık söylemleriyle disipline edilmiş bir alan haline gelmektedir. Böylece sıradan alışkanlıklar, sağlıklı olmanın ön koşulu olarak sunulup bireyler bu normlara uyum sağlayarak sosyal medyada görünürlük kazanmak ve onay almak için bu yaşam tarzını sürdürmektedir. Bu bağlamda, analiz edilen içeriklerde gündelik hayatın tıbbi söylem ve önerilerle sunulması, Zola'nın (1972) tıbbileştirme sürecini; tıbbi otoritenin gündelik yaşamda bireylerin bedenlerini, davranışlarını ve yaşam tarzlarını kontrol altına alması şeklinde ifade etmesiyle örtüşmektedir. Tıp normlarının gündelik hayat üzerindeki etkisinin derinleşmesiyle, tıbbi söylemler

toplumsal ve bireysel anlamda kontrol aracı olarak işlev görmektedir; dijital içerik üreticileri gündelik hayatlarını bu normlara uygun bir biçimde şekillendirerek, sağlıklı ilgili beklentileri karşılamaya ve toplumsal kabul görmeye çalışmaktadır.

Ayrıca, içeriklerde sabah rutinlerinin ve gündelik hayat pratiklerinin dijital içerik üreticileri aracılığıyla sağlık odaklı ve tıbbi söylemlerle sunulmasının teorik çerçevesi Foucault'un (1976) biyopolitika kavramıyla açıklanabilmektedir. Foucault (1976) biyopolitika kavramını, modern iktidar biçimlerinin bireylerin yaşam süreçlerini, bedenlerini ve sağlıklarını yönetme stratejileri olarak ele almaktadır. Dijital içerik üreticileri, tıbbi söylemleri kullanarak, sağlıklı beslenme, spor yapma ve takviye alma gibi önerileriyle, bireylerin bu normlara uyum sağlaması için somut araçlar sunmaktadırlar. Gündelik hayat pratikleri ve sabah rutinleri, takipçilerin yaşamını düzenleyen ve yöneten normlar olarak işlevini görürken; sosyal medya ve tıp alanı, bu pratiklerin tıbbi ve sosyal normlar doğrultusunda denetlenmesini sağlamaktadır. Böylelikle, içeriklerde tıbbi söylemlerin; bedenin ve sağlıklı yaşamın nasıl olması gerektiğine dair normlar oluşturulması ve bu normların gündelik hayat ve sabah rutinlerine yansımaları, biyopolitikanın iktidar ilişkilerinin beden ve sağlıklı yaşam üzerindeki işleyiş biçiminin güçlü bir göstergesi haline gelmiştir.

3.3. İdeal Bedenin İnşası ve Görsel Temsili

İdeal bedenin inşası ve görsel temsili teması, içeriklerde sosyal medya platformlarında sağlıklı ve ideal bedenin nasıl kurgulandığını, hangi söylemlerle sunulduğunu ve bu bedene ulaşmak için dijital içerik üreticilerinin takipçilerini nasıl yönlendirdiğini ortaya koymaktadır.

İçeriklerde, bedenin fiziksel görünümünün, işlevselliğinin, gücünün ve disiplininin görünür kılındığı görülmektedir. Bu kapsamda kaslı, fit ve ince kadın bedenleri; spor salonunda çekilmiş görüntülerle, spor kıyafetleri içerisinde vücut hatlarıyla estetik bir nesne olarak sergilenmekte, kadın bedeninin bu temsilleri ise güç, irade, disiplin gibi değerlerle ilişkilendirilmektedir. Bunun sebebi bedenin sadece nasıl görüldüğü değil, neyi başarabildiği ve ne ölçüde kontrol altında tutulabildiği önem kazanmasıdır. Spor kıyafetleri performans odaklı, sağlıklı yaşam tarzının bir simgesi ve bireyin kimliğinin uzantısı olarak kullanılmakta, böylece beden spor kıyafetleri üzerinden hem temsili hem de iletişim aracı olarak işlev görmektedir.

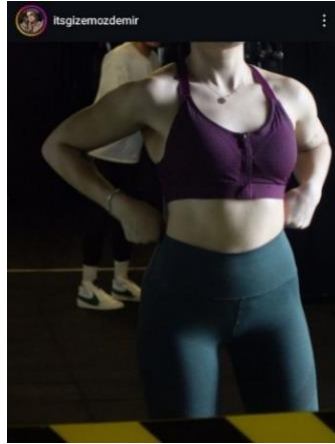
Tema kapsamında öne çıkan en önemli vurgu, dijital içerik üreticilerinin paylaşımlarında bedenlerini “proje” olarak ele almalarıdır. İçeriklerde beden; spor ve beslenme pratikleri aracılığıyla dönüştürülmesi gereken alan olarak görülmekte, “kendini iyi hissetmek, bedenine duyduğu hayranlığı ifade etmek” gibi ifadeler, dijital içerik üreticilerinin bedensel dönüşümünü bir başarı öyküsüne dönüştürmekte ve takipçilerine örnek teşkil edecek şekilde sunulmaktadır. Böylelikle içeriklerde ideal beden olarak tanımlanan beden, sadece bir görüntü olmamakla birlikte, yaşam tarzının, dönüşümün ve sosyal kabulün göstergesi olarak yeniden tanımlanmaktadır.

Ayrıca incelenen içeriklerde, sağlıklı bir bedenin inşasına yönelik yatırımlar dijital içerik üreticilerinin gıda takviyesi ve vitamin kullanımı, sağlıklı beslenme ve spor yapma pratikleriyle öne çıkmaktadır. Sağlıklı beden söylemi; sağlıklı yemek ve içecek tarifleri, gıda takviyeleri, sabah rutinleri, spor salonunda çekilmiş ince, fit ve kaslı kadın bedenlerinin görselleri, antrenman aletleri ve programları üzerinden somutlaştırılmaktadır. Böylelikle, bedenin içeriden ve dışarıdan yapılandırılması

hedeflenmiş; ideal ve sağlıklı beden kavramları, birbirlerini destekleyen pratikler ve söylemler çerçevesinde sunulmuştur.

3.3.1. İdeal bedenin güç ve sağlıkla ilişkilendirilmesi.

Bu alt başlıkta incelenen içerikler, bedenın estetik görünümüne indirgenerek güç, sağlık ve işlevsellik değerlerle ilişkilendirilip daha bütüncül bir biçimde temsil edildiğini göstermektedir. Özellikle spor salonunda çekilen, kaslı, ince ve fit beden hatlarının belirgin bir halde sergilendiğı içeriklerde beden, dijital içerik üreticilerinin sağlıklı yaşam pratiklerine ne ölçüde sadık kaldığının bir göstergesi olarak sunulmaktadır. Bu bağlamda beden, dışsal görünüm, irade, disiplin ve çaba gibi özelliklerin dışı vurumu haline gelmektedir. Dijital içerik üreticilerinin spor sırasında veya hemen sonrasında çekilmiş fotoğrafları, bedenın işlevselliğini vurgulamakta ve sağlıklı bedenın fit, güçlü ve performans odaklı olması gerektiğı mesajını vermektedir.



Şekil 5. Gizem (itsgizemozdemir) Hesabının Spor Salonundan Beden Paylaşımı

Kaynak: itsgizemozdemir (2023). [Instagram gönderisi]. Instagram.

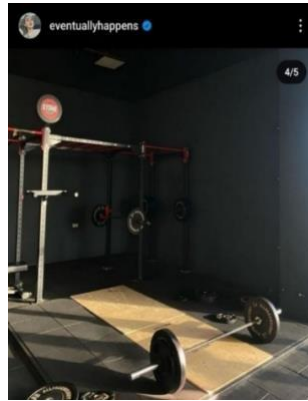
https://www.instagram.com/p/CqioKgAo1d/?img_index=2&igsh=ZzUyZTBmanE3djI3

Erişim Tarihi: 22.12.2024

İçeriklerde, şekil 5’te olduğu gibi karın ve kol kaslarının belirgin olduğu, spor sütyeni ve taytıyla spor salonunda çekilmiş çeşitli kareler mevcuttur. Spor sütyeni ve taytıyla çekilmiş bu içerikler, bedenin fiziksel görünümünü bilinçli ve disiplinli bir çaba sonucunda şekillendirildiğine dair güçlü bir imge sunmaktadır. Aynı zamanda, şekil 6’da gösterildiği üzere spor salonunda hangi aletlerle spor yaptığını gösteren paylaşımlar da mevcuttur. Görsellerde; halter, ağırlık plakaları ve halterin kaldırılması için oluşturulan platform gösterilmektedir. Dijital içerik üreticilerinin spor salonunda bu ağırlık aletleri ile çalıştıklarını göstermeleri bedenlerini güçlü ve kaslı bir şekilde yapılandırmayı hedeflediklerini düşündürmektedir. Ağırlık aletleriyle çalışıp bedenlerini güçlü ve sağlıklı bir şekle getirme çabaları, sağlıklı beden ile fiziksel gücün arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Spor salonu mekânı, içeriklerin anlam dünyasında bedensel emeğin ve öz disiplinin sahnesi olarak işlev görürken, spor kıyafetleri bireylerin bu sürece katılımını ve sağlıklı yaşam tarzını benimsemesini sembolize etmektedir. Spor salonunda çekilen beden görselleri ve çalışılan aletler, dijital içerik üreticilerinin bedensel sınırlarını zorlama, geliştirme ve ideal beden normlarına ulaşma yönündeki çabasının sembolik bir ifadesidir. Bu bağlamda, bedenin emek, irade ve kararlılığın somutlaşmış hali olarak temsil edildiği görülmektedir. İçerikler, fiziksel güç ve fitlik gibi özelliklerin, bireysel sorumluluk ve kendini geliştirme ideallerinin bir ürünü olduğunu vurgulamakta, böylece bedenin sosyal medya platformlarındaki görünürlüğü disiplinli yaşam tarzının bir göstergesi haline gelmektedir.

Bir diğer yandan, bedenin işlevsel ve estetik yönleri, iletişimsel ve toplumsal bir araç olarak içeriklerde ön plana çıkarılmaktadır. Spor kıyafetleri ile spor salonunda yapılan antrenmanlar, bireyin sağlıklı yaşam tarzını ve bu yaşam tarzına dair kimliğini

ifade etmek için aracı görevindedir. Böylelikle beden hem ideal kavramıyla temsil edilen hem de sosyal medyada estetik bir sunumun nesnesi olarak görülmektedir. Bu temsiller aracılığıyla güç, estetik ve sağlık kavramları bir bütünlük içinde sunulmakta; takipçilere “nasıl görünmeli” ve “nasıl yaşamalı” sorusuna yanıt veren bir bedenin idealini yansıtmaktadır. Okumuş’un (2009) belirttiği gibi, bireylerin kimliklerinin bedenlerinde sergilenmesinde kıyafetlerin önemli bir rolü vardır. Dolayısıyla, “sağlıklı yaşam tarzını” benimsemiş olan dijital içerik üreticileri, bu yaşam tarzını sadece spor ve sağlıklı beslenme ile değil, aynı zamanda spor kıyafetleri ve spor salonunda yaptıkları antrenmanlar aracılığıyla bedenlerini görünür hale getirerek sunmaktadırlar. Böylelikle, bedenin sosyal olarak oluşturulan ve spor kıyafetleriyle ifade edilen kimlik alanı olduğunu, spor kıyafetlerinin de bireyin sağlıklı beden ve sağlıklı yaşam tarzı çerçevesinde bir yaşam sürdüğünü simgeleyen bedensel söylem aracı olduğunu ifade etmektedir. Bu durum da bedenin sadece biyolojik değil, sosyal olarak da inşa edilen bir kimlik alanı olduğunu göstermektedir.



Şekil 6. Sümeyye (eventuallyhappens) Hesabının Spor Salonundan Paylaşımı

Kaynak: eventuallyhappens (2023). [Instagram gönderisi]. Instagram.

https://www.instagram.com/p/CzjIR3co2iM/?img_index=2&igsh=M3Qwb2p2ZmY2dG5q. Erişim Tarihi: 22.12.2024

3.3.2. Beslenme ve tarif önerileri ile bedene yatırım.

Sağlıklı beden, bireylerin sağlıkları doğrultusunda **bedenlerine yaptıkları yatırımlar** olarak tanımlanmaktadır. İçeriklerde, şekil 7’de olduğu gibi, günün öğünlerinde hangi besinlerle tabak oluşturulup beslenildiği, dengeli ve sağlıklı bir şekilde hazırlanan tabak görselleri dikkat çekmektedir. Örnekte, Sümeyye (eventuallyhappens) hesabının bir öğünde tüketmek için hazırladığı tabak görseli yer almaktadır. Tabağın içerisinde, ince bir şekilde soyulmuş ve üzerinde baharat olan havuç, sotelenmiş tavuk, basmati pilav, dilimlenmiş avokado ve domatesin yanında roka ve nane olduğu görülmektedir. Tabağın; karbonhidrat, protein, lif değeri olan sağlıklı besinlerden oluşması, sağlıklı ve dengeli bir şekilde hazırlandığına işaret etmektedir. Benzer nitelikteki bu tür paylaşımlar, sağlıklı bedenin oluşumunda beslenmenin temel bir rol oynadığını ve sağlıklı yaşamın sürdürülebilmesi için beslenme ile doğrudan bir ilişki kurulduğunu düşündürmektedir. Renk çeşitliliği ve içerdiği besin öğeleriyle öne çıkan bu tabaklar, bireyin bedenine yaptığı yatırımın bir göstergesi olarak hem sağlıklı beslenme pratiğini hem de sağlıklı yaşam tarzının estetik kodlarını temsil etmektedir.

İçeriklerde sağlıklı beslenmenin, sosyal medya platformlarında kurulan kimliğin ve yaşam tarzının bir parçası haline geldiği görülmektedir. Tabak içeriklerinin özenle seçilmiş olması, dijital içerik üreticilerinin bedene yatırım konusuna bilinçli ve planlı bir şekilde yaklaşıtlarını ve sağlık anlayışıyla yapılandırdıklarını göstermektedir. Benzer içeriklere sahip olan paylaşımlar, “sağlıklı tabak” temsili üzerinden ideal ve sağlıklı bedenin oluşmasına ve bu bedenin oluşması için yapılan yatırımlara yönelik bir strateji olarak sağlıklı beslenmenin önemini

vurgulamaktadır. Instagram gibi görsel odaklı bir sosyal medya platformunda, sağlıklı beslenmenin önemi ile ön plana çıkan bu tür tabakların paylaşılması, sağlıklı beden performans olarak sergilenmesini ve dijital içerik üreticilerinin sağlıklı yaşam pratiklerinin dijital kamusal alanda görünür kılma çabasını da göstermektedir. Ayrıca içeriklerde sıklıkla kullanılan “sağlıklı yiyecek, iyi hissetmek, sağlıklı yaşam tarzı, bir günde ne yiyorum, bir günde vegan ne yiyorum, sağlıklı tarifler, aralıklı oruç, sağlıklı hissetmek, sağlıklı yaşamak, dengeli yaşam tarzı” gibi etiketler, bireyin bedensel pratiğini söylemsel bir yatırım alanına dönüştürmektedir. Bu tür sunumlar, sağlıklı beslenmeyle bedenin içeriden yapılandırılmasına yönelik bireysel emeği ve sağlık normlarını içselleştirme sürecini görünür kılmakta; böylelikle beden, üzerine çalışılan, emek verilen ve yatırım yapılan bir “proje” olarak temsil edilmektedir.



Şekil 7. Sümeyye (eventuallyhappens) Hesabının Öğün İçin Hazırladığı Tabak Paylaşımı

Kaynak: eventuallyhappens (2023). [Instagram gönderisi]. Instagram.

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MTAzNDkyMzU0NDM0MjIw?story_media_id=3266964579059751164_6876221591&igsh=amVjNGg1bDdkcjkw.

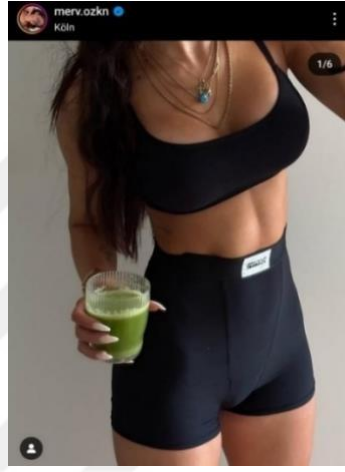
Erişim Tarihi: 22.12.2024

İçeriklerde yalnızca sağlıklı tabak paylaşımlarının yanı sıra, sağlıklı tarifler de ideal ve sağlıklı bedenin inşasında önemli bir alan yaratmaktadır. Dijital içerik üreticilerinin paylaştığı “Glutensiz ve Yüksek Lifli Fırında Kereviz Mücver”, “Fıstık Ezmesinden Bitkisel Süt”, “Fit Tiramisu”, “Unsuz Glutensiz Yüksek Proteinli Mercimek Ekmeği”, “Protein Dürüm”, Sağlıklı Şekersiz Pankek” gibi tarif önerileri, bireylerin gündelik yaşam rutinlerinde sağlıkla uyumlu bir beslenme pratiği geliştirmelerinde aracılık etmektedir. Beslenme ve sağlıklı tariflerin ilişkisi göz önüne alındığında, sağlıklı tarifler beslenmeyi somutlaştıran pratik alanıdır. Sağlıklı beslenme söylem ya da hedef olarak var olurken tarifler beslenmenin gündelik yaşama geçirilişini temsil etmekte; sağlıklı beden idealini pratikleştirmektedir. Tariflerin adım adım gösterilmesi, kullanılan malzemelerin neden sağlıklı olduğuna dair açıklamaların bulunması, içerik üreticilerinin sağlık söylemini pratik ve rehberlik alanı olarak şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Böylece tariflerin sağlıkla uyumlu bir şekilde sunumu, beslenme pratiğini bedensel iyilik haliyle doğrudan ilişkilendirilen bir yaşam tarzı tercihiine dönüştürmekte ve bedenin içeriden yapılandırılmasının işlevsel göstergelerinden biri haline gelmektedir.

3.3.3. Spor ile bedene yatırım.

Analiz edilen fotoğraf ve videolarda, şekil 8’de olduğu gibi, kol ve karın kaslarının belirgin, düşük yağ oranına sahip, ince ve keskin hatlı kadın bedenleri, yakın açıdan çekimlerle sunulmaktadır. Bu içerikler, sosyal medyada idealize edilen düşük vücut yağ oranı, ince bel ve belirgin kalçalar gibi kadın bedenleri özellikleriyle (Avcılar, 2022) birebir uyum göstermekte, takipçilerin zihninde “ideal ve sağlıklı beden” algısını pekiştirmektedir. Görsellerin mekân olarak çoğunlukla spor salonunda

ve ev ortamında çekildiği, dijital içerik üreticilerinin spor yaparken hangi alet ve ağırlıklarla çalıştıkları detaylı bir şekilde gösterilmektedir. Bu tür paylaşımlar, sporun fiziksel aktivite olmasının yanı sıra bedene yapılan yatırım olarak konumlandırıldığını ortaya koymaktadır. Kullanılan görseller, takipçilere “ideal ve sağlıklı” olarak sunulan beden tipine ulaşmaları için spor yaparak bedenlerine yatırım yapmaları gerektiğini vurgulamaktadır.



Şekil 8. Merve Özkan (merv.ozkn) Hesabının Beden Paylaşımı

Kaynak: merv.ozkn (2023). [Instagram gönderisi]. Instagram.

<https://www.instagram.com/p/CxINyZJMp89/?igsh=MmJ5M20yM3F3dWZq>.

Erişim Tarihi: 24.12.2024

Dijital içerik üreticileri, bedenin “ideal” görünümüne ve sağlık normuna ulaşma hedefiyle bedensel dönüşümleri sistemli bir şekilde yürütmektedirler. Spor yoluyla kas gelişimi ve beden hatlarının belirginleşmesi, beslenmeyle ödemin atılması, yağ oranının düşürülmesi gibi tüm bu dönüşümler, içeriklerde bedenin kontrol altına alındığı ve dönüştürülebildiği göstergeler olarak sunulmaktadır. Dönüşümün ardından bireylerin kendilerini daha iyi bir şekilde hissettiklerini, özgüvenlerinin arttığını ve

bedenlerine yönelik hayranlıklarını içeren ifadeler, beden yatırımını psikolojik açıdan da çerçevelemektedir. Böylece içerikler, bedensel dönüşümün bireyin iç dünyasında da tatmin ve başarı duygularını ön plana çıkaran söylemi dolaşıma sokmaktadır. Şekil 8'in altında yer alan "Kendimin dönüşmekte olduğum haline hayranım. O iyi biri, mutlu ve harika şeyler yapmaya çalışıyor. Onu seviyorum" açıklaması; Merve Özkan adlı Instagram kullanıcısının bedenini fit bir hale getirmesi sonucunda yeni bedenine ve kendisine hayranlık duyduğunu göstermektedir. Kullanıcı, "sağlıklı" bedene ulaşmak için spor yaparak ve sağlıklı beslenerek bedeni üzerinde çalıştığını, yatırım yaptığını ve dönüştürdüğünü desteklemektedir. Kullanıcının "sağlıklı" bedene ulaşma isteği doğrultusunda spor yapması ve sağlıklı beslenmesi, bedenini üzerinde çalışılması gereken bir proje olarak nitelendirdiğini göstermektedir.

Bu durum, Shilling'in (1993) beden projesi kavramıyla örtüşmektedir. Shilling'e (1993) göre, sağlıklı bedenlerin inşasında, bireyler bedenlerini kimliklerinin birer parçası olarak görmekte ve bu doğrultuda beden, bireyin sosyal yaşamındaki konumunu ve değerini inşa etmesinde rol oynayan bir araç ve sağlıklı hale getirilmesi için üzerine çalışılan, biçim verilen bir proje olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşımda beden, toplumsal beklentiler, kültürel normlar ve beklentiler doğrultusunda şekillendirilen "kimlik sahası" haline gelmektedir. Merve Özkan adlı kullanıcının paylaşımları da bu çerçevede bedenini, kimlik ürettiği ve kendini gerçekleştirdiği bir alan olarak görmesini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda kullanıcının, bedenini fit bir hale getirmesi sonucunda hissettiği hayranlık duygusu, bedenine yaptığı yatırımın sadece fiziksel dönüşümle sınırlı olmadığı; duygusal anlamlar da taşıdığını göstermektedir. Shilling'in (1993) de belirttiği gibi, bireylerin bedenlerine yatırım yapmaları, kendi bedenleri üzerinde kontrol ve otoriteyi arttırmalarını ve öznel olarak

iyi hissetmelerini desteklemektedir. Bu bağlamda, beden üzerine çalışılan, yatırım yapılan bir özne haline gelmektedir. Bu alt başlık altında analiz edilen içerikler, bedenin bireysel yatırım nesnesi olarak, sağlıklı yaşam pratiklerinin ise beden üzerinde planlı ve süreklilik getiren bir dönüşüm aracı olarak işlev gördüğünü ön plana çıkarmaktadır. İçeriklerde beden “proje” olarak ele alınmakta, spor, beslenme, gıda takviyesi, düzenli uyku gibi pratiklerle biçimlendirilen ve değiştirilen bir yapı olarak sunulmaktadır.

3.4. Tüketim Kültüründe Sağlık ve Sağlığın Ticarileşmesi

Bu temada sağlıklı yaşam ürünlerinin tüketim kültüründe nasıl metalaştırıldığı, sağlıklı yaşam ürünlerinin pazarlama stratejileri ve dijital içerik üreticilerinin markalarla yaptıkları iş birlikleri üzerinden sağlığın ticarileşmesi, sağlıkla tüketimin arasındaki ilişki incelenmektedir. Bu tema kapsamında analiz edilen içerikler sağlıklı yaşam söyleminin tüketim kültürünün bir parçası olarak inşa edildiğini ve ticarileştirildiğini göstermektedir. İçeriklerde sağlık, belirli ürünlerin ve hizmetlerin tüketimiyle sürdürülen bir yaşam tarzı olarak sunulmakta; sağlıklı olma hali, ekonomik yatırım yapılması gereken bir hedef haline dönüştürülmektedir. Gıda takviyeleri, spor ekipmanları, diyet ürünleri gibi çeşitli tüketim nesneleri, sağlıklı yaşamın ayrılmaz parçaları olarak temsil edilmekte ve sağlıklı olmak için tüketim yapmak fikrini pekiştirmektedir. Bir diğer yandan içeriklerde, sağlık kavramıyla ilişkilendirilen ürünlerin pazarlanmasında belirli stratejilerin öne çıktığı görülmektedir. Reklam ve iş birliği etiketleri altında yapılan paylaşımlarda markalar görünür kılınmakta, spor kıyafetleri işlevsellik, esneklik ve estetik üzerinden öne çıkarılmakta, sağlıklı tariflerse market ve gıdaların markalarının tanıtımıyla birlikte ele alınmaktadır. “Fit”,

“glutensiz”, “rafine şekersiz” gibi tıbbi ifadelerle ürünlere sağlık ve estetik değeri yüklenmekte; bu yolla tüketici sağlıklı yaşam aidiyet göstergesi olarak ürünleri satın almaya teşvik edilmektedir. Böylelikle sağlık, pazarlanabilir bir metaya dönüşmekte, bireylerin sağlık hedefleri, pazarın sunduğu normlar aracılığıyla şekillenmektedir. Bu bağlamda, tema üç alt başlık altında incelenmiştir.

3.4.1. Sağlıklı yaşamın tüketim kültürü haline gelmesi.

Bu alt başlık altında incelenen içerikler, sağlık tüketim kültürüyle iç içe geçmiş normlar bütünü, sağlıklı yaşam ise sürekli yatırım yapılması gereken bir yaşam tarzı olarak sunulmaktadır. Dijital içerik üreticileri, antrenman programları, gıda takviyeleri, sağlıklı atıştırmalıklar, ölçüm yapan dijital cihazlar ve spor kıyafetleri gibi çeşitli ürün ve hizmetleri, sağlıklı olabilmenin ön koşulu olarak kodlayıp takipçilerini bu ürünleri edinmeye teşvik etmektedir. Böylelikle, sağlıklı olmanın bir yaşam tarzı olarak sunulması, bireylerin bedenlerine yatırım yapmaları için teşvik edildiğini ve bedenlerine yatırım yapmaları için bir tüketim kültürünü oluşturduklarını göstermektedir. İçeriklerde sıklıkla karşılaşılan “fit bir tatlı yapabilmek için x markasının ürününü kullanıyoruz”, “antrenmandaki enerjimi x markasının içeceğine borçluyum”, “baharın gelişiyse spor yapabilmek için x spor mağazasına gidip kombin yapıyorum” gibi ifadeler, tüketimi bir sağlık pratiği olarak meşrulaştırmaktadır. Böylece sağlıklı yaşam, bilginin yanı sıra satın alma gücüyle sürdürülebilir hale gelen bir yaşam tarzı olarak görünür olmaktadır. Sağlığın ticarileşmiş bir yaşam tarzı olarak yeniden üretilmesini ve bireylerin bu yaşam tarzına katılmalarının tüketim üzerinden ortaya konulmasını, incelenen içerikler ön plana çıkarmaktadır. Neoliberal politikaların sağlık alanına etkisiyle devletin sağlık hizmetlerindeki rolü azalmış,

bireylere sağlıklarını kontrol etme sorumluluğu yüklenmiştir (Kristensen, 2016’dan akt: Çavuşoğlu ve Kaplan, 2017). Böylece bireyler, sağlık ürünlerine ve hizmetlerine yönelmiş; sağlık, ticarileşen ve metalaşan bir alan haline gelmiştir. Analiz edilen içeriklerde, tüketim kültürünün gerçekleşebilmesi için iletişim ağında kendisini gösteren markalarla yapılan iş birlikleri bu süreçte önem kazanmakta; sağlığın ticarileştirilmesi ve metalaştırılmasında rol oynamaktadır. Sağlığın metalaştığı; markalarla yapılan iş birlikleri ve pazarlama stratejileri aracılığıyla para karşılığında satın alınabilir bir nesne haline geldiğı gözlemlenmiştir.

Dijital içerik üreticilerinin markaları görünür bir biçimde paylaşımlarına dahil etmeleri; ürün yerleştirme stratejilerinin sosyal medya platformlarına entegre edildiğini ve takipçilerin bu ürünleri sağlıklı yaşam tarzının bir parçası olarak görmelerine aracılık ettiğini göstermektedir. Nitekim, Şengönül ve Aydın’ın (2023) ifade ettiğı gibi, gündelik hayatta bireylerin hangi ürünleri satın alacaklarına dair kararları sosyal medyanın takibiyle belirlenmektedir. Tüketici tercihlerinin oluşumunda, dijital içerik üreticilerinin sosyal medya üzerinde markalarla iş birliğı ve reklam çalışmaları yapmaları etkin rol oynamakta; markalarla yapılan iş birlikleri ücretli olduğı için sağlık kavramının burada hem ticarileştiğı hem de pazarlama aracı olarak kullanıldığı görölmektedir. İçeriklerde, ürünlerin “fit”, “glutensiz”, “rafine şekersiz” gibi tıbbi ifadelerle etiketlenmesi, tüketicinin bu ürünleri sağlıklı olma hedefi doğrultusunda tercih etmesini amaçlamaktadır. Böylece bu tür ürünlerin tanıtımı ve pazarlanması, sağlık normlarına uygunluk üzerinden gerçekleştirilmektedir.

3.4.2. Spor ekipmanlarının pazarlama stratejileri.

Bu alt başlıkta incelenen içerikler, sağlıklı yaşamla ilişkilendirilen spor ekipmanlarının sosyal medya üzerinden nasıl pazarlandığını ortaya koymaktadır. İçeriklerde, beş Instagram kullanıcısının bedenlerine yalnızca fiziksel açıdan değil aynı zamanda ekonomik açıdan da yatırım yaptıkları görülmektedir. Dijital içerik üreticilerinin, reklam ve iş birliği etiketleriyle paylaştıkları ürünleri, sağlıklı yaşamın sürdürülebilirliği açısından vazgeçilmez araçlar olarak tanıttıkları dikkat çekmektedir. Sümeyye adlı kullanıcının bir spor markasıyla iş birliği yapması ve spor salonunda ve yürüyüşte giymek için bir çevrimiçi alışveriş platformundan almış olduğu spor kıyafetlerini reklam etiketiyle paylaşması, sporda kullandığı enerji içeceğinin özelliklerini reklam ve iş birliği üzerinden tanıtması, spor ekipmanları ve performans ürünlerinin pazarlanmasında iş birliği ve reklamların rol oynadığını göstermektedir. Bu noktada, Sümeyye kullanıcısının gündelik yaşam pratiği içinde ürünü kullanırken göstermesi; sağlıklı yaşam tarzının bir parçası olarak kurgulanmaktadır.

İçeriklerde öne çıkan pazarlama stratejilerinden biri, sağlık ürünlerinin yaşam tarzıyla bütünleştirilmesidir. Örneğin, paylaşımlarda spor kıyafetleri yalnızca spor ekipmanları olarak sunulmamakta; bireyin kimliğinin ve sağlıklı yaşam tarzının simgesi olarak konumlandırılmaktadır. Bu pazarlama stratejisi, ürünlere sembolik bir değer yüklemekte ve bireylerin gündelik yaşam pratiklerinde sağlıklı yaşam söylemini görünür kılmaktadır. Bu bağlamda spor kıyafetleri; disiplinli, dinç ve fit bir yaşam biçiminin parçası olarak sunulmasının aracı haline gelmektedir. Böylece pazarlama, spor kıyafetlerini sağlıklı yaşam tarzıyla bütünleşen bir simge, bedene yapılan yatırımın göstergesi ve sosyal kabulün aracı olarak yeniden üretmektedir.

Spor kıyafetlerinin pazarlanması sürecine kıyafetlerin estetik, spor performansını arttırıcı, rahatlık ve sağlıklı yaşam tarzı göstergesi olmasının vurgulanması eşlik etmektedir. Merve Özkan adlı kullanıcının, spor salonu içerikli paylaşımlarında spor taytı ve spor sütyeni üzerinde yer alan marka logosunun görünür bir şekilde göstermesi dikkat çekmiştir. Böylelikle, spor taytı ve spor sütyeninin pazarlanmasında; dijital içerik üreticilerinin spor salonunda bu ekipmanları giyerek yaptıkları paylaşımlar aracılığıyla markayı görünür kılmaları ve kıyafetlerin rahat, esnek ve spor performansını arttırma yönündeki özelliklerini sunmaları önem kazanmaktadır. Bu bağlamda spor kıyafetleri, bir giyim ürünü olmalarının yanında rahatlık, esneklik ve daha verimli bir spor deneyimi vadederek pazarlanmakta; ürünlerin satışlarına katkı sağlamak için spor kıyafetlerinin sunduğu işlevsel faydalar ön plana çıkarılmaktadır.

3.4.3. Sağlıklı market ve mutfak ürünlerinin pazarlama stratejileri.

İncelenen içeriklerde, sağlıklı market ürünlerinin pazarlama stratejisi olarak dijital içerik üreticilerinin markalarla yaptıkları iş birlikleri dikkat çekmiştir. Gülden Bolatoğlu kullanıcısının, market ürünleri ve sağlıklı atıştırmalık markalarıyla iş birliği yaparak “fit tiramisu, meyveli fit kek, fırında yulaf, çıtır yulafli omlet kaplama” tarifleri paylaştığı; Sümeyye adlı kullanıcının ise bitkisel süt ürünleri sunan bir markayla iş birliği yaparak, bu ürünleri içeren “taşımalık yulaf ve tiramisu yulaf” tariflerini takipçileriyle paylaştıkları görülmektedir. Gülden Bolatoğlu ve Sümeyye adlı kullanıcılarının, sağlıklı tarif içerikli paylaşımlarında sağlıklı market ürünleri markalarıyla yaptıkları iş birlikleri, bedene yapılan yatırımın zorunlu bir tüketim kalemi olarak sunulmasını sağlamaktadır. Çünkü, tarif önerileri yalnızca sağlıklı bir

alternatif olarak değil; markanın ürünleri olmadan gerçekleşemeyecek bir sağlıklı yaşam pratiği olarak temsil edilmektedir. Bu durum, sağlıklı yaşam söyleminin belirli markaların ürünlerin üzerinden şekillendiğini, Gülden Bolatoğlu ve Sümeyye kullanıcılarının markalarla yaptıkları iş birlikleriyle, takipçilerinin bu ürünleri almalarını sağlayarak onları sağlıklı beslenmeye teşvik etmeye çalıştıklarını ve sağlıklı beslenme üzerinden ürünlerin pazarlandıklarını ortaya koymaktadır.

Bir başka içerikte, pazarlamanın bir başka stratejisini oluşturan güçlü iknanın kullanıldığı görülmektedir. Sümeyye adlı kullanıcının, antrenman sonrası somon balığını pişirmek için bir sıcak hava fritözü markasıyla iş birliği yapması ve ürünün “yiyecekleri daha hızlı pişirme, düşük yağ içerme ve yüksek kapasite” özelliklerini vurgulaması; ürünü sağlıklı yaşam hedefine ulaşmak için kullandığı bir alan olarak göstermektedir. Böylece, sağlıklı beslenme üzerinden ürün pazarlanırken ürünün özelliklerinin ön plana çıkarılması ve güçlü iknaya iş birliğinin kullanılması, sağlıklı yaşam söyleminin gündelik pratiklere dahil edildiğini ortaya koymaktadır.

Pazarlanan ürünlerin, bireylerin sağlıklı yaşam hedeflerine ulaşmaları için bir zorunluluk olarak sunulması, tüketimi teşvik ederken sağlıklı olmanın bu ürünlere erişimle doğrudan ilişkili olduğuna yönelik söylemi de inşa etmektedir. Böylelikle sosyal medya platformlarında pazarlama stratejileri, sadece bir ticari faaliyet alanı olmasının ötesine geçerek sağlıklılık ideolojisinin yeniden üretilmesinde ve yayılmasında etkili bir araç haline getirilmektedir. Pazarlama stratejileriyle; ürünlerin yaşam tarzıyla bütünleştirilmesi, fonksiyonel özelliklerinin ön plana çıkartılması ve sağlıklılık ideolojisiyle ilişkilendirilmesi, tüketimi sağlıklı yaşamın ön koşulu haline getirmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ

Bu araştırmada, 2023 yılında beş Instagram hesabından seçilen 200 içerik betimsel içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve “sağlıklı yaşam, sağlıklı beden, bedene yapılan yatırım ve gündelik hayatın tıbbileştirilmesi” söylemlerinin sosyal medyada nasıl üretildiği ortaya konmuştur. Araştırma bulguları, Instagram’da sağlıklı yaşam ve sağlıklı beden söylemlerinin yalnızca bireysel tercihlerden oluşmadığını, toplumsal normlar ve sorumluluklar çerçevesinde şekillendiğini ve gündelik hayat pratiklerinin ve bedenlerin de bu normlara göre düzenlendiğinin sonucunu göstermektedir.

Araştırma bulguları temel olarak normatif rutinleri, bedenin projeleşmesini, tıbbileştirmeyi, tüketim kültürünü ve dijital gözetimi göstermektedir. İçeriklerde, sağlıklı yaşam söylemleri günlük rutinler üzerinden bireyleri sağlıklı yaşam pratiklerine teşvik edecek ve geniş kitlelere ulaştırılacak şekilde kurgulanmaktadır. Güne erken başlamak, erkenden aç karna gıda takviyeleri almak, düzenli spor yapmak ve sağlıklı beslenmek gibi günlük rutinler önerilmekte ve bu öneriler motivasyon ve ilham verici söylemlerle desteklenmektedir. Bu durum, dijital içerik üreticilerinin yalnızca bilgi aktarımı yapmakla kalmayıp, aynı zamanda takipçilerini belirli davranış biçimlerini benimsemeye yönlendirdiklerini göstermektedir.

Motivasyon ve ilham söylemleri, sağlıklı yaşam pratiklerini yalnızca bireysel tercihler olarak değil, aynı zamanda toplumsal bir norm ve sorumluluk olarak sunmaktadır. İçeriklerde, sağlıklı yaşama dair öneriler; motivasyon müzikleri, ilham söylemleri ve başarı hikayeleri gibi unsurlar tarafından ön plana çıkmakta, takipçilerin

uyması beklenen yaşam tarzı olarak gösterilmektedir. Bu durum, takipçilerin kendi sağlık ve bedenleriyle ilgili pratiklerini toplumda kabul gören normlara göre değerlendirmelerine yol açmaktadır. Ayrıca, analiz edilen içeriklerde, dijital içerik üreticilerinin takipçilerini “ideal” bedene ulaşmaları için çeşitli motivasyon söylemleriyle teşvik ettikleri de görülmüştür. Sağlıklı yaşam tarzının hem estetik hem de disiplinli bir formda sunulduğunu ve bu formun Instagram’da yeniden üretildiğini göstermektedir. Bu bağlamda içeriklerin, takipçileri etkileyen ve yönlendiren toplumsal normlar işlevi gördüğü ve bu pratiklerle sağlıklı yaşam ile gündelik hayatın bir bütünü temsil ettikleri sonucuna varılmıştır.

İncelenen içeriklerde beden idealize edilmiş, zayıf, kaslı ve fit olarak ön plana çıkarılmıştır. Ayrıca, sağlık pratikleri de idealize edilmiş; özellikle, spor, beslenme ve bedensel dönüşüm içerikleri; takipçilerin içeriklerde yayılan sağlıklı yaşam ve beden algısına uygun hale gelmeleri için rehberlik etmiştir.

Araştırmada bedenle ilgili bir diğer dikkat çeken kısım, paylaşımlarda bedenın dönüştürülmesi gereken bir “proje” olarak sunulmasıdır. Bu bağlamda bedenın dönüştürülmesi, üzerinde çalışılması ve sağlıklı yapılandırılabilmesi için beş Instagram kullanıcısı, takipçilerine sağlıklı beslenme, sağlıklı tarifler, takviye ve vitamin alımı, spor yapma gibi çeşitli yatırımlar önermiştir. İçeriklerde, bedenın dönüştürülmesi için sıklıkla spor yapma ve sağlıklı beslenme yatırımları ön plana çıkmış, bu yatırımlar sadece bedenın görünüşünü dönüştürmek için değil, aynı zamanda sağlıklı bir beden olma idealiyle ilişkilendirilmiştir.

Tıbbileştirme süreci, hastalık temelli alanlarla sınırlı kalmayıp beslenme, spor, sabah rutinleri, takviye ve gündelik hayatın diğer alanlarını da kapsamaktadır.

Araştırma bulguları içeriklerde gündelik hayatın farklı alanlarının tıbbi söylemler ve sağlıklı yaşam normları çerçevesinde tıbbileştirildiğini göstermektedir. Uyku, yürüyüş, spor yapmak, yemek hazırlamak gibi rutinler bile dijital içerik üreticileri tarafından sağlık söylemleriyle biçimlendirilerek, günlük pratikleri üzerinden denetlenebilir hale getirilmiştir.

Beslenme ve gıdalar, sağlıklı sağlıksız kavramları üzerinden tıbbileştirilmekte; belirli tüketim biçimleri ve gündelik hayatta karşılaşılabilecek olan durumlar patolojikleştirilerek sağlık normları yeniden tanımlanmaktadır. İçeriklerde, glutensiz, rafine şekersiz, yüksek proteinli beslenme gibi tüketim biçimleri idealize edilmekte, sağlıksız olarak değerlendirilen beslenme biçimleri riskli ve kaçınılması gereken davranışlar niteliğinde sunulmaktadır. Böylece takipçiler, hangi gıdaların ve beslenmenin sağlıklı ve sağlıksız olduğu konusunda normatif bir çerçeveye yönlendirilmektedir. Aynı zamanda, gündelik hayatta karşılaşılabilecek normal bir durum olan şişkinlik ve ödem, hastalık olarak görülmekte ve bunun çözümü adına sağlıklı olarak adlandırılan tarifler, takipçilere reçete niteliğinde paylaşılmaktadır.

Spor pratikleri, içeriklerde sağlıklı yaşamın vazgeçilmez bir parçası olarak öne çıkmakta ve teknolojik gözetim araçlarıyla ölçülüp denetlenebilen bir alan haline gelmektedir. Akıllı saat ile takip edilen kalori, adım sayar, kalp ritim hızı, sporun performans ve disiplin açısından takip edilmesini vurgulamaktadır. Bu durum, fiziksel aktivitelerin dijital içerik üreticileri tarafından sürekli ölçülüp değerlendirildiği bir denetim mekanizması olarak işlev görmesini ve sağlık verilerini de takipçileriyle sosyal medya platformunda paylaşımlarını sağlamaktadır.

Spor ve diğer fiziksel aktiviteler, estetik, ideal ve sağlıklı beden hedefleriyle bütünleştirmektedir. İçeriklerde, düzenli spor yapmak yalnızca sağlık adına değil, aynı zamanda sağlıklı, ideal ve estetik beden ölçülerine ulaşmanın bir yolu olarak sunulmaktadır. Böylece, dijital içerik üreticileri estetik hedeflerle sağlık hedeflerini birleştirerek takipçilerin bedenlerine yatırım yapmalarını teşvik etmektedirler. İdeal beden söylemi, güç ve sağlıkla ilişkilendirilerek takipçilerin bedenlerine yatırım yapma fikrini pekiştirmektedir. İçeriklerde, fit ve kaslı bedenler, güç ve sağlığın göstergesi olarak sunulmakta, bireylerden kendi bedenlerini dönüştürmeye ve geliştirmeye yönelik bir sorumluluk üstlenmeleri beklenmektedir.

Sağlıklı yaşam, tüketim kültürünün birer parçası haline gelmekte, sağlıklı yaşam ürünleri pazarlama stratejileriyle estetik ve yaşam tarzı hedefleriyle birlikte sunulmaktadır. İçeriklerde, dijital içerik üreticilerinin spor ekipmanları, besin takviyeleri ve sağlıklı market ürünleri gibi araçları markalarla yapılan işbirlikleri ve reklamlarla önermesi, sağlığı satın alınabilir bir hale getirmektedir. Bu durum, sağlıklı yaşam sürecinin tüketim kültürüyle şekillendiğini ve sürecin pazar ilişkisine dönüştüğüne işaret etmektedir. Bu paylaşımlarla birlikte sağlığın, tüketim kültürü ve iş birlikleri ile metalaşmış ve pazarlanan bir değer haline geldiği söylenebilmektedir. Böylece sağlık, estetik ve yaşam tarzı hedefleri, tüketim kültürüyle iç içe geçmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, Instagram’da üretilen sağlıklı yaşam içeriklerinin araştırmanın literatüründe yer alan tıbbileştirme, sosyal kontrol, disiplin ve bedenin projeleşmesi gibi kavramsal çerçevelerle de doğrudan ilişkilendiğini göstermektedir. Literatür, sağlık ve beden sosyolojisinin kesişiminde şekillenen tıbbileştirmenin ve sosyal medyada gündelik hayatın ve beden

deneyimlerinin nasıl dönüştürüldüğünü açıklamaya imkan tanırken; Instagram’da üretilen sağlıklı yaşam içeriklerinin hangi kavramsal çatı altında açıklanabileceğini ve tıbbileştirmeyle nasıl ilişkilendirilebileceğini de ortaya koymuştur.

Bu bağlamda, Peter Conrad’ın (1975, 1992) tıbbileştirme kavramına yönelik yorumları ile tıbbi sosyal kontrol kavramı (1979) çalışmanın bulgularıyla ilişkilidir. Ona göre, tıp alanının yalnızca hastalıklara sınırlı kalmayan geniş bir otoritesi olmakla birlikte, normal kabul edilen davranışları bile tıbbi kategoriye dahil edip, bireyler üzerinde sosyal kontrol uygulamaktadır. Bulgularda, dijital içerik üreticilerinin sabah rutinlerini, spor pratiklerini, beslenme ve tarif önerilerini normatif sağlık söylemleriyle aktarmaları, bu sosyal mekanizmasının sosyal medyada yansımalarını göstermektedir. Nasıl beslenilmesi, ne kadar uyumalı ve hangi hareketlerin yapılması gerektiği gibi normatif tıbbi söylemler, takipçilerin gündelik yaşam pratiklerini tıbbi bilgiyle uyumlu hale getirmeleri gerektiğini vurgulamakta; böylelikle Conrad’ın ele aldığı tıbbi sosyal kontrol kavramı sosyal medya aracılığıyla gündelik hayatın içerisine yerleşmektedir.

Irving Zola (1972, 1983) tıbbileştirme analizlerini, gündelik hayatın tıp alanının denetimi altına girmesiyle açıklamaktadır. Zola’ya göre, tıbbileştirme yalnızca tıp alanının başarısı değil, toplumun bu başarının yönlendirilmesini talep etmesinin bir sonucudur. Bulgularda elde edilen, erken kalkma, belirli hareketlerle spor yapma, adım sayısını ölçme veya ödem atıcı içecekler tüketme davranışları; yalnızca bireysel tercihlerden oluşmamaktadır. Bu davranışlar toplum tarafından onaylanan normatif davranışlar olarak sergilenmektedir. Böylelikle Zola’nın da ele aldığı şekilde, gündelik pratikler giderek tıbbi normlarla düzenlenmekte ve bireyler bu

normlara uymadıklarında ihmalkar olarak nitelendirilebilmektedir. Tıbbi söylemler, tıp alanının toplumsal kontrol işlevini içerikler aracılığıyla pekiştirmektedir.

Ivan Illich'in (1975, 1995) Sağlığın Gaspi çalışmasında vurguladığı tıbbileştirmenin eleştirel boyutu araştırmanın bulgularıyla kesişmektedir. Ona göre, modern tıp alanı, bireyleri yalnızca hasta olduklarında değil, hasta olmadıkları zamanlarda bile kendilerini potansiyel hasta olarak görmeye zorlamaktadır. Böylelikle, normal ve doğal beden deneyimleri patolojikleştirilmektedir. Bulgularda ödem ve şişkinlik gibi normal deneyimin sağlık sorunu olarak tanımlandığı ve karşılığında ise ödem savar içecek tarifi gibi reçete önerildiği görülmektedir. Bu durum, Illich'in eleştirisini doğrulamakta, bireylerin gündelik hayatlarının sağlık denetimi altında olduğunu ve dijital içerik üreticilerinin de tıbbi otoritenin uzantısı olarak hareket ettiğini göstermektedir.

Michel Foucault'un (1975) disiplinci iktidar ve özdenetim kavramları, bulgularda görünmektedir. Ona göre iktidar, bireylerin kendi bedenlerini gözetleme ve denetlemesi üzerinden işlemektedir. İçeriklerde "her gün 10000 adım atma", "7-8 saat uyku", "günlük spor rutinleri" gibi normlar, bireylerin kendi bedenlerini ölçme ve düzeltme sorumluluğu altında hissetmelerine sebebiyet verebilmektedir. Bu durumda dijital içerik üreticileri, bedenleri ölçülebilir bir konumda görerek disiplin toplumunun öz denetim mantığını göstermektedir. Lupton'un (2014) dijital gözetim kavramı bu noktada, içeriklerde daha görünür hale gelmiştir. Bulgularda, akıllı saatler üzerinden dijital içerik üreticilerinin kendi bedenlerini, spor yaparken adım sayılarını, yaktıkları kalorileri ve kalp ritimlerini ölçüp paylaştıkları yer almaktadır. Lupton'a göre dijital gözetim kavramıyla bireyler, akıllı saatler, sağlık sistemleri uygulamaları üzerinden

kendi sağlık verilerini gözetlemektedir. Bir diğer yandan, dijital içerik üreticileri kendi sağlık verilerini paylaşarakdan takipçilerinin de gözetimine açıldığını göstermektedir. Böylece beden, hem dijital içerik üreticisinin hem de takipçinin gözetimi altında izlenen bir projeye dönüşmektedir.

Shilling'in (1993) bedeni tamamlanmamış proje olarak kavramsallaştırması, bulgulara karşımıza çıkmaktadır. İçeriklerde beden, yatırım yapılması ve geliştirilmesi gereken bir proje olarak sunulmaktadır. Spor salonu günlükleri, sağlıklı tarifler, motivasyonel içerikler ve ilham söylemleri, bireylerin bedenlerini sürekli olarak çalışması gereken bir alan olarak görmelerine aracılık etmektedir. Shilling'in ele aldığı gibi, beden, bireyin kimliği inşasında merkezi bir rol üstlenmekte, içerikler ise sosyal medya ortamında bunu görünür kılmaktadır.

Sonuç olarak araştırma bulguları, literatürde yer verilen Conrad'ın tıbbi sosyal kavramı, Zola'nın gündelik hayatın tıbbileştirilmesi yorumu, Illich'in patolojikleştirme eleştirisi, Foucault'un disiplinci iktidar anlaşı, Shilling'in bedenin projeleşmesi ve Lupton'un dijital gözetim yaklaşımları ile Instagram içerikleri arasındaki yakından ilişkiliyi ortaya koymaktadır. Literatür ile bulgular birlikte değerlendirildiklerinde, Instagram'daki sağlıklı yaşam içeriklerinin bireylerin bedenlerini, gündelik yaşam pratiklerini, rutinlerini ve davranışlarını yeniden düzenleyen normatif sağlık söylemini ürettikleri sonucuna varılmıştır. Ayrıca, bu söylemlerin yalnızca sağlıklılık için değil, aynı zamanda görünürlük ve toplumsal kabul için de bedenleri disipline etmeye yönlendirdikleri görölmektedir.

Araştırmanın ortaya koyduğu bulgular, sosyal medyanın toplumsal normların üretildiği, yeniden inşa edildiği ve sağlık söylemlerinin dolaşıma girdiği güçlü bir alan

olduğunu göstermektedir. Analiz edilen 200 adet içerik; bireylerin sağlıklarını ve bedenlerini sürekli olarak geliştirme sorumluluğunu teşvik ederek tıbbileştirmeyi gündelik yaşamın merkezine yerleştirmekte oldukları yönündedir. Instagram, bedeni, sağlıklı yaşamı ve gündelik hayatın tıbbileştirilmesini görsel açıdan destekleyen bir sosyal medya platformu olarak işlev görmekte; sağlıklı yaşam tarzı, ideal beden ve tıbbi normlar, toplumsal ve ekonomik unsurlarla kesişerek yeniden üretilmektedir. Sağlık yaşam tarzı, gündelik hayatın tıbbileştirmesi ve “ideal” beden temsilleri, yalnızca bireysel tercih değil, aynı zamanda toplumsal normlarla şekillenip Instagram’da idealize edilmekte ve tüketimin birer parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir diğer yandan, araştırmada gündelik hayat pratiklerinin tıbbileştirilmesi, dijital içerik üreticilerinin takipçileriyle kurduğu etkileşim üzerinden yürütölen bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, araştırmada tıbbileştirme kavramı dijital kültürün üretim ve dolaşım mekanizmaları üzerinden tartışmaya açılmış, gündelik hayatın tıbbileştirilmesinin Instagram’ın görsel ve etkileşimsel dinamikleriyle nasıl yeniden üretildiği görünür kılınmıştır.

KAYNAKÇA

- Adiloğlu, S. G. (2024). *Sosyal medyada pazarlama: Instagram anneleri üzerine bir inceleme* (Yüksek lisans tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Atalay, S. (2021). Riskin inşası ve sosyal kontrolün tıbbileştirilmesi bağlamında dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu: Hürriyet Gazetesi örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 9(27), 319-346.
- Atik, D. ve Örtten, T. (2008). İdeal beden imgesini oluşturan sosyal ve kurumsal faktörler ve bu idealin bireyler üzerindeki etkileri. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 25(1), 17-35.
- Avcılar, E. (2022). Sosyal medyada kadın bedeninin idealize edilmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 445-464.
- Ayaz, F. (2024). Instagram’da büyümek: takipçi etkinliklerine yönelik karma bir analiz. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 303-330.
- Aydın, B. ve Şengönül, M. (2023). Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımına dair özellikler ile sosyal görünüş kaygısı ve yeme tutumları ilişkisi. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 113-134.
- Ballard K. ve Elston, M.A. (2005). Medicalisation: a multi-dimensional concept. *Social Theory & Health*, (3), 228-241.
- Biçici, E. (2018). Ayna olarak Instagram. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, (9)35, 81-97.
- Bingöl, O. (2017). Bedenin sosyolojisi: nasıl? niçin?. *Mavi Atlas Dergisi*, (5)1, 86-96.

- Conrad, P. (1975). The discovery of hyperkinesis: notes on the medicalization of deviant behavior. *Social Problems*, 23(1), 12-21.
- Conrad, P. (1979). Types of medical social control. *Sociology of Health & Illness*, 1(1), 1-11.
- Conrad, P. (1992). Medicalization and social control. *Annual Review of Sociology*, 18(1), 209-232.
- Conrad, P. (2007). *The medicalization of society: On the transformation of human conditions into treatable disorders* (1. baskı). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Çakır, H. (2020). Sosyal medyada bedensel dış görünüm söyleminin kadın bedenini inşası: sosyolojik bir değerlendirme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (3)2, 261-272.
- Çavusoglu, L. ve Kaplan, M.D. (2017). Health commodified, health communified navigating digital consumptionscapes of well-being. *European Journal of Marketing*, (51)11/12, 2054-2079.
- Erdem, R. ve Güngör, S. (2019). Sağlıklı yaşam sendromuna dair kavramsal bir inceleme. *G.Ü. İslahiye İİBF Uluslararası E-Dergi*, (3)3, 121-131.
- Erdem, R ve Toraman, A. (2016). Kavramsal açıdan tıbbileştirme. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, (19)4, 503-510.
- Franchina, V. ve Lo Coco, G. (2018). The influence of social media use on body image concern. *International Journal of Psychoanalysis and Education*, (1), 5-14.

- Foucault, M. (2000). The birth of social medicine. in J.D. Faubion (Ed.), *Essential works of michel foucault 1954-1984* (J.D. Faubion, Çev.). New York: New Press. (Orijinal çalışma basım tarihi 1974).
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality, volume 1: an introduction* (R. Hurley, Çev.). New York: Pantheon Books. (Orijinal çalışma basım tarihi 1976).
- Foucault, M. (1992). *Disiplin ve ceza: hapishanenin doğuşu* (M.A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları. (Orijinal çalışma basım tarihi 1975).
- Gönç, T. (2017). Neoliberal politikaların küresel düzeyde sağlık üzerindeki etkileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (17)1, 159-178.
- Illich, I. (1995). *Sağlığın gaspı* (1. baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Köse, E. (2009). Bir keşif olarak modern kadınlık: tıp, beden ve cinsellik. *Fe Dergi*, (1)2, 69-78.
- Lupton, D. (1997). Consumerism, reflexivity and the medical encounter. *Social Science & Medicine*, (45)3, 373-381.
- Lupton, D. (2014). Health promotion in the digital era: a critical commentary. *Health Promotion International*, (30)1, 174-183.
- Lynch, R. A. (2014). The politics of health in the eighteenth century. *Foucault Studies*, (18), 113-127.
- Mechanic, D. (1978). *Medical Sociology*. New York: The Free Press.
- Nettleton, S. (2001). *The sociology of the body* (1. baskı). Oxford: Blackwell Publishers.
- Neuman, W. L. (2020). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nicel ve nitel yaklaşımlar* (Cilt 1) (Ö. Akkaya, Çev.) (1. baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar* (Cilt 2) (S. Özge, Çev.) (1. baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Okumuş, E. (2009). Bedene müdahalenin sosyolojisi. *Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi*, (2), 1-15.
- Öngören, B. (2015). Sosyolojik açıdan sağlıklı beden imgesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, (34), 25-45.
- Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., Truby, H., & McCaffrey, T. A. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: a mixed methods systematic review. *Nutrition and Dietetics*, 77(1), 19-40.
- Scott, J., & Marshall, G. (Eds.). (2009). *A dictionary of sociology* (1. baskı). Oxford, USA: Oxford University Press.
- Sezgin, D. (2011). Yaşam tarzı önerileri bağlamında sağlık haberlerinin analizi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 52-78
- Shilling, C. (1993). *The body and social theory* (1. baskı). London: SAGE Publications.
- Taşdelen, B. (2020). İdeal yaşam örneği: sosyal medyanın mükemmel bedenleri. *The Journal of Social Science*, 175-190.
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *Ibad Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 188-201.
- Zola, I. (1972). Medicine as an institution of social control. *Sociological Review*, (20)4, 487-504.
- Zola, I. (1983). Pathways to the doctor: from person to patient. *Social Science & Medicine*, 17(9), 1753-1762.

World Health Organization. Constitution. <https://www.who.int/about/governance/constitution> adresinden edinilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2023. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2023-49407) adresinden edinilmiştir. Erişim Tarihi: 1 Ekim 2024.

DataReportal. Digital 2023 Turkey Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey?rq=turkey> adresinden edinilmiştir. Erişim Tarihi: 1 Ekim 2024

StatCounter. Social Media Stats All Turkey. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/turkey> adresinden edinilmiştir. Erişim Tarihi: 9 Şubat 2025

EKLER

EK A. Hesaplara Göre Temaların Dağılımı

Paylaşım No	Hesap Adı	Sosyal Medyada Sağlıklı Yaşam Söylemi	Tıbbileştirme ve Gündelik Hayatın Sağlık Çerçevesinde Şekillendirilmesi	İdeal Bedenin İnşası ve Görsel Temsili	Tüketim Kültüründe Sağlık ve Sağlığın Ticarileşmesi
1	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	√
2	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
3	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
4	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
5	Merve Özkan (merv.ozkn)	√			
6	Merve Özkan (merv.ozkn)	√			
7	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
8	Merve Özkan (merv.ozkn)	√			
9	Merve Özkan (merv.ozkn)	√			
10	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
11	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	
12	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
13	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
14	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
15	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
16	Merve Özkan (merv.ozkn)	√	√	√	
17	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	
18	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	
19	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
20	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
21	Merve Özkan (merv.ozkn)	√	√	√	
22	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	
23	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
24	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
25	Merve Özkan (merv.ozkn)	√			
26	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	√
27	Merve Özkan (merv.ozkn)		√	√	
28	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
29	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
30	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
31	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	
32	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	
33	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
34	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	√

EK A. Hesaplara Göre Temaların Dağılımı (Devam)

35	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
36	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	
37	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
38	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
39	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
40	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
41	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
42	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
43	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
44	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
45	Merve Özkan (merv.ozkn)		√	√	
46	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	√
47	Merve Özkan (merv.ozkn)			√	
48	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
49	Merve Özkan (merv.ozkn)	√			
50	Merve Özkan (merv.ozkn)	√		√	
51	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
52	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
53	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
54	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
55	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
56	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
57	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
58	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
59	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
60	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
61	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
62	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
63	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
64	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
65	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
66	Seray Sezer (serayszer)			√	
67	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
68	Seray Sezer (serayszer)	√		√	
69	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
70	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
71	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
72	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
73	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
74	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
75	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
76	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	

EK A. Hesaplara Göre Temaların Dağılımı (Devam)

77	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
78	Seray Sezer (serayszer)	√	√	√	
79	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	√
80	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
81	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
82	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
83	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
84	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
85	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
86	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
87	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	√
88	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	√
89	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
90	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
91	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
92	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	√
93	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	
94	Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu)	√	√	√	√
95	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
96	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
97	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
98	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
99	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	√
100	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
101	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
102	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	√
103	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	√
104	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	√
105	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
106	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
107	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
108	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	

EK A. Hesaplara Göre Temaların Dağılımı (Devam)

109	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
110	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
111	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
112	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
113	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
114	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
115	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	√
116	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
117	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
118	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
119	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
120	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
121	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
122	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
123	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
124	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
125	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
126	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
127	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
128	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
129	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
130	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
131	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
132	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
133	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
134	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
135	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	
136	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
137	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
138	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
139	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
140	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
141	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
142	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
143	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	√
144	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
145	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
146	Sümeyye (eventuallyhappens)	√	√	√	√
147	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
148	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
149	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	
150	Sümeyye (eventuallyhappens)	√		√	

EK A. Hesaplara Göre Temaların Dağılımı (Devam)

151	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
152	Gizem (itsgizemozdemir)	√			
153	Gizem (itsgizemozdemir)	√	√	√	
154	Gizem (itsgizemozdemir)	√			√
155	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
156	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
157	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
158	Gizem (itsgizemozdemir)	√	√	√	
159	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
160	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
161	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
162	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
163	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
164	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
165	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
166	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
167	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
168	Gizem (itsgizemozdemir)	√			
169	Gizem (itsgizemozdemir)	√	√	√	
170	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
171	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
172	Gizem (itsgizemozdemir)	√	√	√	
173	Gizem (itsgizemozdemir)	√			
174	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
175	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
176	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
177	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
178	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
179	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
180	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
181	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
182	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
183	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
184	Gizem (itsgizemozdemir)	√			
185	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
186	Gizem (itsgizemozdemir)	√			
187	Gizem (itsgizemozdemir)	√	√	√	
188	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
189	Gizem (itsgizemozdemir)	√	√	√	
190	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	√
191	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
192	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	

EK A. Hesaplara Göre Temaların Dağılımı (Devam)

193	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
194	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
195	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
196	Gizem (itsgizemozdemir)	√			
197	Gizem (itsgizemozdemir)	√	√	√	
198	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	
199	Gizem (itsgizemozdemir)	√			
200	Gizem (itsgizemozdemir)	√		√	



EK B. Sümeyye (eventuallyhappens) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında

Kullanılan Hashtagler ve Sayısı

Hashtag (Etiket)	Hashtag (Etiket Sayısı)	Kullanılan İçerik Türü
Gym	1	Reels Videosu
Gym, fitness, reklam	1	Reels Videosu
Harekete Geç, iş birliği	1	Reels Videosu
İş birliği	4	Reels Videosu
İş birliği değildir	1	Reels Videosu
Reklam	8	Reels Videosu ve Kaydırmalı Gönderi



EK C. Merve Özkan (merv.ozkn) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında

Kullanılan Hashtagler ve Sayısı

Hashtag (Etiket)	Kullanım Sayısı	Kullanılan İçerik Türü
plantbased, whatieatinaday, whatieatinadayvegan, whatieat, vegan, gymgirl, healthylifestyle, fridaymood, motivation, dailyreminder, motivationalquotes, workout, gymrat, homeworkouts	2	Reels Videosu
plantbased, whatieatinaday, whatieatinadayvegan, whatieat, vegan, gymgirl, healthylifestyle, fridaymood, motivation, dailyreminder, motivationalquotes, workout, gymrat, homeworkouts, atgymmotivation, healthylifestylechange	1	Reels Videosu
plantbased, whatieatinaday, whatieatinadayvegan, whatieat, vegan, gymgirl, healthylifestyle, fridaymood, motivation, dailyreminder, motivationalquotes, workout, gymrat, homeworkouts, atgymmotivation, healthylifestylechange	1	Reels Videosu
plantbased, whatieatinaday, whatieatinadayvegan, whatieat, vegan, gymgirl, healthylifestyle, fridaymood, motivation, dailyreminder, motivationalquotes, workout, gymrat, homeworkouts, atgymmotivation, healthylifestylechange, 90saesthetic, minimalhomedecor, postfortheaesthetic, pinterestaesthetic, pinterestgirl, explorepage, moodyaesthetic, thatgirlaesthetic, thatgirlroutine	30	Kaydırmalı Gönderi ve Reels Videosu
plantbased, whatieatinaday, whatieatinadayvegan, whatieat, vegan, gymgirl, healthylifestyle, fridaymood, motivation, dailyreminder, motivationalquotes, workout, gymrat, homeworkouts, atgymmotivation, healthylifestylechange, 90saesthetic, minimalhomedecor, postfortheaesthetic, pinterestaesthetic, pinterestgirl, explorepage, moodyaesthetic, thatgirlaesthetic, thatgirlroutine, plantbasedrecipes	5	Reels Videosu
thatgirlmorningroutine, positivevibes, pinterestlifestyle, pinterestlife, healthylifestyle, pinterestaesthetic, thatgirlaesthetic, thatgirllifestyle, motivationspeech, motivationalspeech, thatgirlmindset, selfdevelopment, exercisemotivation, positiveenergy, pinterestinspired, aestheticgirl, thatgirlhabits, pinterestgirl, selfloveclub, thatgirl	11	Reels Videosu

EK D. Gülden Bolatoğlu (guldenbolatogluu) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan Hashtagler ve Sayısı

Hashtag (Etiket)	Kullanım Sayısı	Kullanılan İçerik Türü
A101, fittiramisu, glutensiztarifler, fittarifler, pratiktarifler	1	Reels Videosu
fitbrownie, fittarifler, fittatlı, glutensizbeslenme, pratiktarifler	1	Reels Videosu
fittarifler, pratiktarifler, vegantarifler	1	Reels Videosu
haftalıkları, yemekhazırlığı, mealprep, taşımaları, tarifler, fittarifler, pratiktarifler	1	Reels Videosu
İş birliği, fittarifler, fittatlı, vegantarifler, proteintozu, yulaflıtarifler, glutensiztarifler, sahur, tarifleri, taşımaları, tarifler, pratiktarifler	1	Reels Videosu
İş birliği, wasa, fitcheesecake, fittarifler, fittatlı	1	Reels Videosu
kereviz, kerevizmücveri, taşımaları, tarifler, fittarifler, pratiktarifler	1	Reels Videosu
ödemacı, ödem, ödematma, detoks suyu, sağlıklı, tarifler, kabızlık, fittarifler	1	Reels Videosu
pişmeyen kurabiye, chiatohumu, fittarifler, fittatlı, pratiktarifler, pratik tatlılar	1	Reels Videosu
taşımaları, tarifler, kavanozdasalata, mealprep, sağlıklı beslenme, fittarifler, pratiktarifler	1	Reels Videosu
yulafezmesi, yulaflapası, yulaflıtarifler, kahvaltılık, tarifler, taşımaları, tarifler, fittarifler, pratiktarifler, overnight oats, oatmeal	1	Reels Videosu
mercimek, kekmeği, glutensiz, kek, taşımaları, tarifler, sağlıklı beslenme, fittarifler, glutensiz	1	Reels Videosu

EK E. Seray Sezer (serayszer) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan Hashtagler ve Sayısı

Hashtag (Etiket)	Kullanım Sayısı	Kullanılan İçerik Türü
gingershot, gingershotchallenge	1	Reels Videosu
intermittenfasting, healthfoods, breakfastideas, morningroutine, morning, goodmorning, happyweekend, feelhealthy, stayfit, aralıklioruç, keto, smile	1	Gönderi
healthylifestyle, healtfoods, green, greensmoothies, gereenegg, proteinwrap, protein, wrap, fitwrap, happyweekend, healthylife, feelgood, dietfood, dinner, intermittenfasting	1	Reels Videosu
stayhappy, stayhealthyandfit, staymoment, staymotivated, stayfit, feelheavy, feelhealthy, feelgood, feelbetter, feelfit, healthylifestyle, flloowforfollowback, followers, foolowme, pilates, yogapractice, yoga, formymself, foryou, forme, teamnatural, nature, youcandothis, glutensiz, chikpeas	1	Reels Videosu
salad, dinner, intermittenfasting, healthyfood, smoothie, nature, greensmoothies, healtfoods, happy, green, feelbetter, eatbetternotless	1	Gönderi
pancake, fitpancakes, breakfastideas	1	Reels Videosu
smoothie, greensmoothies, intermittenfasting, ödematicı, ödemsavar, healthylifestyle, fitdays, healtfoods, Sunday, funday, stayfit, healthylife, fitforlife, healthforall, happy, feelhealthy, feelheavy, feelbetter, eatclean, eatbetternotless, eatbetter	1	Reels Videosu
protein, salad, dinnerideas, dinnerlove, intermittenfasting, healthylifestyle, healthyfood, foryou, forme, fitforyou, healthyforyou, staymoment, stayhappy, staymotivated, motivation, reelinstagram, relax, reels	1	Reels Videosu

EK E. Seray Sezer (serayszer) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan

Hashtagler ve Sayısı (Devam)

healtfoods, breakfastideas, breakfast, happyweekend, weekend, intermittenfasting, feelgood, feelbetter, egg, kombucha	1	Gönderi
breakfastideas, egg, healthyfood, Sunday, sunny, karabuğdaypatlağı, glutensizfabrika, happyweekend, fit, diet, dietfood, healthylifestyle, happiness, feelgood, feelbetter, eatclean, eatbetternotkess, eathealthy, eathealthy	1	Reels Videosu
breakfast, morning, colorfull	1	Kaydırmalı Gönderi
protein, ceakpeas, salad, salata, healthylifestyle, fit, stayhappy, healthylife, feelheathy, feelgood, dinnerlove, dinner, eatclean, eatbetternotless, eatbetternotless, eatbetter, eathealthy, eatlocal	1	Reels Videosu
healthyrecipes, salad, eatbetternotless, eatbetter, eatbetterr, feelgood, whateatinaday, happiness, fit, if	1	Kaydırmalı Gönderi
cennethurması, oat, yulaflapası	1	Reels Videosu
breakfastideas, intermittenfasting, egg	1	Gönderi
fitdays, healthylifestyle, morningroutine, morning, goodmorning, breakfastideas, intermittentfasting, fruits, nonocops, oatü feelgood, feelhealthy, lifestyle, reels, followme	1	Reels Videosu
healthylifestyle, goodvibes, healthylife, eatbetter, yoga, pilates, feel good, oat, yulaflapası, banana, oatmilk	1	Gönderi
fermente, smoothie, fitdrink	1	Reels Videosu
fit, eatbetternotless, healthylifestyle, eatbetter, healthylife, feelspecial, feelgood	1	Gönderi
fitcake, healthycake, stayfit, feelfit, if, health, goodday, weekend, Sunday, funday, follow, followme, reels, instareels, eatbetter, feelbetter, cake, almond, coconut, coconutoil, forme, foryou, ifyouwant, everythingispossible, youcandothis, try	1	Reels Videosu

EK F. Gizem (itsgizemozdemir) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan

Hashtagler ve Sayısı

Hashtag (Etiket)	Kullanım Sayısı	Kullanılan İçerik Türü
healthyeating, health, preworkoutideas, mealinspo, fitnessgirl, lifeinspiration, fitness, healthylifestyle, healthyliving, mindset, motivationalquotes, lifequotes, healthy, wellnessaesthetic, wllbeing, explorepage, proteinoats, gymgirl, selfcare, selfgrowth, growthmindset, oats	1	Kaydırmalı Gönderi
wellness, selfloveclub, growthmindset, healthylifestyle, focusingoonmyself, aelfcaretips, mindsetshifting, balancedlifestyle, thatgirlmindset, exploremore 8020lifestyle	1	Reels Videosu
selfloveclub, wellness, balancedlifestyle, selfgrowth, lifestyleinspo, selflove, personalgrowth, thatgirlaesthetic, pinterestinspo, wellnessjourney, 8020rule	1	Kaydırmalı Gönderi
healthyeating, health, preworkoutideas, mealinspo, fitnessgirl, lifeinspiration, fitness, healthylifestyle, healthyliving, mindset, motivationalquotes, lifequotes, healthy, wellnessaesthetic, wllbeing, explorepage, proteinoats, gymgirl, selfcare, selfgrowth, growthmindset, oats	1	Kaydırmalı Gönderi
octoberdump, selfloveclub, selfcaredaily, thatgirlaesthetic, pinterestinspired, growthmindset, focusedonmyself, foodfreedom, healthylifestyle, exploremore	1	Kaydırmalı Gönderi
healthylifestyle, greenjuicerecipe, takeyourvitamins, balancedlifestyle, glowyskincare, selfcaretips, selfloveclub, thatgirlroutine, pinterestinspo	1	Reels Videosu

EK F. Gizem (itsgizemozdemir) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan

Hashtagler ve Sayısı (Devam)

project50challenge, smallstepseverday, thatgirlinspired, focusedonmygoals, selfgrowth, growingmindset, motivationalreels, thatgirlaesthetic, pinterestinspired	1	Reels Videosu
selfloveclub, wellness, lifequotes, selfgrowth, lifestyleinspo, selflove, personalgrowth, thatgirlaesthetic, pinterestinspo, inspirationalquotes, wellnessjourney	1	Kaydırmalı Gönderi
selfloveclub, matcha, icedmatchalatte, thatgirl, thatgirlaesthetic, selfcaretips, pinterestinspo, motivation, weekenddump, explorepage, discoverunder5k	1	Kaydırmalı Gönderi
selfloveclub, wellness, lifequotes, selfgrowth, lifestyleinspo, selflove, personalgrowth, thatgirlaesthetic, pinterestinspo, inspirationalquotes, wellnessjourney	1	Kaydırmalı Gönderi
healthylifestyle, selfloveclub, thatgirl, thatgirlaesthetic, motivationalspeech, pinterestgirl, thatgirlmindset, aestheticgirl, tahtgirlhabits, pinterestinspired, tahtgirlmorningroutine, pinterestlife, motivationspeech, exercisemotivation, positiveenergy, pinterestaesthetic, thatgirllifestyle, positivevibes, pinterestlifestyle, selfdevelopment	1	Reels Videosu
healthyrecipes, strawberryoghurt, chocolatecoveredstrawberries, healthysnackideas, chocolatecravings, healthydessertrecipes	1	Reels Videosu
healthyeating, health, preworkoutideas, mealinspo, fitnessgirl, lifeinspiration, fitness, healthylifestyle, healthyliving, mindset, motivationalquotes, lifequotes, healthy, wellnessaesthetic, wwllbeing, explorepage, proteinoats, gymgirl, selfcare, selfgrowth, growthmindset, oats	1	Kaydırmalı Gönderi

EK F. Gizem (itsgizemozdemir) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan

Hashtagler ve Sayısı (Devam)

selfloveclub, wellness, lifequotes, selfgrowth, lifestyleinspo, selflove, personalgrowth, thatgirlaesthetic, pinterestinspo, inspirationalquotes, wellnessjourney	1	Kayıtlı Gönderi
8020rule, healthylifestyle, balanceddieting, intuitiveeating, thatgirllifestyle, selfloveclub, breakfastlover	1	Reels Videosu
selfloveclub, wellness, balancedlifestyle, selfgrowth, lifestyleinspo, selflove, personalgrowth, thatgirlaesthetic, pinterestinspo, wellnessjourney, 8020rule	1	Kayıtlı Gönderi
cardioworkout, pinterestaesthetic, thatgirl, healthygirlsummer, absworkout, workoutinspiration, fitnessgirl, gymgirl	1	Kayıtlı Gönderi
inspirationalquotes, selfloveclub, smallstepseveryday, mywellnessjourney, wellness, selfcaretips, selfgrowth, selfgrowthjourney, balancedlifestyle, mindsetgrowing, motivationalquotes, thatgirlmindset	1	Reels Videosu
myfitnessjourney, gluteworkouts, gymtips, healthylifestyle, fitnessgirl, gymmotivation, gymgirlvids, bootybuilder, gymratlife, fitspiraiton, focusedonmygoals	1	Reels Videosu
icedcoffeeseason, healthyrecipes, healthylifestyle, hotgirlsummer, proteinintake, fitnessgoals, motivation, fitnessgirl, selfloveclub, balanceddiet, thatgirlaesthetic, pinterestinspo, coffeaesthetic, lifeinspiration, explorepage.	1	Reels Videosu

EK F. Gizem (itsgizemozdemir) Hesabının İncelenen Paylaşımlarında Kullanılan

Hashtagler ve Sayısı (Devam)

healthyeating, health, preworkoutideas, mealinspo, fitnessgirl, lifeinspiration, fitness, healthylifestyle, healthyliving, mindset, motivationalquotes, lifequotes, healthy, wellnessaesthetic, wllbeing, explorepage, proteinoats, gymgirl, selfcare, selfgrowth, growthmindset, oats	1	Kaydırmalı Gönderi
fitnesslife, fitnessgirl, upperbody, workoutideas, musclegrowth, gymgirlsdaily, pinterestaeshetic, discoverunder5k, exploremore	1	Kaydırmalı Gönderi
intuitiveeating, healingquotes, healthyeating, healthylifestyle, balancedeating, selflovejourney, selfloveclub, wellnessjourney, focusedonme, explorepage, foodfreedom, 8020lifestyle, thatgirlaesthetic.	1	Reels Videosu
thatgirlaesthetic, healthymindset, selfloveclub, healingjourney, mindfulness, wellness, morningmotivation, thatgirlmorningrouitine, icedcoffeeaddict, balancedlifestyle, selfcaretips	1	Reels Videosu
fitnesslife, fitnessgirl, upperbody, workoutideas, musclegrowth, gymgirlsdaily, pinterestaeshetic, discoverunder5k, exploremore	1	Kaydırmalı Gönderi

EK G. İçerik Raporunun Örnek Tabloları

Etiket Kullanımı	Açıklama Metni	Reels Videolarının İçerik Detayları
plantbased, whatieatinaday, whatieatinadayvegan, whatieat, vegan, gymgirl, healthylifestyle, fridaymood, motivation, dailyreminder, motivationalquotes, workout, gymrat, homeworkouts, atgymmotivation, healthylifestylechange	Burn calories on the stair master	stairmaster workouts for fat loss, 2 mins- level 6, 2 mins- level 10, 1 min- level 14 repeat 3x

İçerik Künyesi	Paylaşım Tarihi	İçerik Türü
Merv.ozkn / kaydırmalı gönderi / 13.09.2023 / https://www.instagram.com/p/CxINyZJMp89/?igsh=MmJ5M20yM3F3dWZq/ Erişim Tarihi: 24.12.2024	13.09.2023	Kaydırmalı Gönderi
Merv.ozkn / reels videosu / 31.12.2023 / https://www.instagram.com/reel/C1g8p5gM1Zf/?igsh=Y2ZncmxucHZ Ozahl / Erişim Tarihi: 24.12.2024	31.12.2023	Reels Videosu

Araştırma Bağlantılı Etiketler	Araştırma Bağlantılı Açıklamalar	Araştırma Bağlantılı Görsellerin ve Söylemlerin Analizi
plantbased, whatieatinaday, whatieatinadayvegan, whatieat, vegan, gymgirl, healthylifestyle, motivation, dailyreminder, motivationalquotes, workout, homeworkouts, atgymmotivation, healthylifestylechange	Spor salonundaki merdiven çıkma aletinde kalori yaktığını söylemesi araştırmanın analizi için önemlidir	İçerikte spor salonunda merdiven çıkma aletinde merdiven çıkarken görülmektedir. Araştırma için önemli olan merdiven çıkarak bedenini fit ve sağlıklı tutmaya çalıştığını göstermeye çalışması önemlidir. Ayrıca kişilerinde kalori yakmasında yardımcı olabilir düşüncesi ile merdiven aletinde nasıl bir program uyguladığını yazılı olarak paylaşması, sağlıklı yaşam stili, spor salonu motivasyonu, spor salonu kızı gibi hastagler kullanması araştırma için önemlidir.

