

Zahmetsiz Görünmek Hiç Bu Kadar Zahmetli Olmamıştı: Asya Estetiğinin Medyada Yeni Evrensel Güzellik Olarak Sunulması

Seringül Coşkun

Yüksek Lisans Öğr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
seriingulcskn@gmail.com, ORCID ID : 0009-0001-8154-3976

ÖZ

TikTok ve Instagram gibi görsellik odaklı platformlarda Kore merkezli güzellik anlayışı, pürüzsüz cilt, açık ten, minimal yüz hatları ve genç görünüm vurgusu üzerinden küresel çapta dolaşıma giren güncel bir estetik norm olarak ön plana çıkmaktadır. Çalışma, bu estetik idealin dijital ortamda nasıl üretildiğini, yaygınlaştığını ve kullanıcılar tarafından nasıl karşılandığını ortaya koymak amacıyla netnografik araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. 2024–2025 yılları arasında Instagram ve TikTok platformlarında Asya estetiği ile ilişkili paylaşımlar ve bu paylaşımlara yapılan kullanıcı yorumları incelenmiş, elde edilen bulgular tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bulgular, Asya estetiğinin sosyal medya ortamında bir taraftan doğal, zahmetsiz ve ulaşılabilir bir güzellik ideali olarak idealize edildiğini, öte taraftan tek tip bir estetik görünümü teşvik eden, tüketim pratiklerini güçlendiren ve bireysel kimlik algısı üzerinde baskı yaratan normatif bir güzellik standardı olarak eleştirildiğini göstermektedir. Diğer taraftan, estetik müdahalelerin, bakım rutinlerinin ve tüketim odaklı güzellik pratiklerinin bu estetik idealin sürdürülmesinde oldukça önemli rol oynadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Asya estetiği, K-Beauty, güzellik standartları, beden temsilleri, tüketim kültürü, Instagram, tiktok.

Citation | Atıf: Coşkun, S. (2026). Zahmetsiz Görünmek Hiç Bu Kadar Zahmetli Olmamıştı: Asya Estetiğinin Medyada Yeni Evrensel Güzellik Olarak Sunulması. *Epigraf: Sanat, Dil ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 2026, 2 (1), 39–55. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19713064>

Received | Geliş Tarihi: 09.03.2026 | Revised | Revizyon Tarihi: 21.04.2026 | Accepted | Kabul Tarihi: 23.04.2026

© 2026 Epigraf. This article is published under a Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 license.

Epigraf: Journal of Art, Language, and Culture Studies | <https://epigrafdergi.com/>

Never Has Looking Effortless Been So Demanding: The Media Representation of Asian Aesthetics as a New Universal Beauty Ideal

ABSTRACT

The Korean-centered beauty ideal, characterized by smooth skin, fair complexion, minimal facial features, and an emphasis on youthful appearance, has emerged as a prominent contemporary aesthetic norm circulating globally through visually oriented platforms such as TikTok and Instagram. This study used a netnographic research method to examine how this aesthetic ideal is produced, disseminated, and received by users in digital environments. Between 2024 and 2025, posts related to Asian aesthetics on Instagram and TikTok, along with user comments on these posts, were analyzed, and the findings were evaluated through thematic analysis. The results indicate that Asian aesthetics are, on the one hand, idealized as a natural, effortless, and attainable standard of beauty within social media environments; on the other hand, they are criticized as a normative beauty standard that promotes a uniform aesthetic appearance, reinforces consumption practices, and exerts pressure on individual identity perception. Furthermore, aesthetic interventions, skincare routines, and consumption-oriented beauty practices were found to play a significant role in sustaining this aesthetic ideal.

Keywords: Asian aesthetics, K-Beauty, beauty standards, body representations, consumer culture, Instagram, TikTok.

Giriş

Günümüzde sosyal medya, sadece insanların birbirleriyle iletişim kurduğu bir meca olmaktan çıkmış ve bireylerin kendilerini nasıl gördüklerini ve nasıl görünmek istediklerini yeniden tanımlayan güçlü bir silaha dönüşmüştür. Özellikle TikTok, Instagram ve YouTube gibi platformlar, yoğun görsel akışları, sürekli güncellenen içerik formatları ve etkileşim odaklı yapıları aracılığı ile güzellik algısını küresel ölçekte dönüştüren araçlar haline gelmiştir. Artık güzellik kişisel bir tercih ya da biyolojik bir özellik olmaktan çıkarak dolaşımda olan, hızla değişen, tüketilen ve yeniden üretilen bir dijital norm olarak varlık göstermektedir. Sosyal medyanın insanları etkileme biçimi, yalnızca gösterdiği görüntülerden ibaret değildir. Bu görüntülerin nasıl sunulduğu da en az içerik kadar önemlidir. Platformlarda hızla yayılan trendler, influencer'ların paylaşımları ve popüler filtreler, kullanıcıların güzellik anlayışını fark ettirmeden yönlendiren unsurlar haline gelmiştir. Son yıllarda

Asya estetiği, küresel ölçekte hızla yayılan bir güzellik trendine dönüşmüş durumdadır. K-Beauty ürünleri, Kore ve Japon makyaj teknikleri, minimal yüz hatları ve daha doğal görünen estetik müdahaleler, sosyal medya platformlarında çok geniş bir kitleye ulaşarak yeni bir güzellik anlayışı oluşturmuştur.

Bu trendin en belirgin etkilerinden biri, özellikle Batı merkezli estetik uygulamalara karşı yeni bir yönelimin ortaya çıkmasıdır. Örneğin birçok kişi daha önce yaptırdığı dolgu ve belirginleştirici işlemleri eritmeye başlamış, bunun yerine daha sade, daha ince ve daha pürüzsüz bir yüz görünümünü tercih etmiştir. Cilt bakımında da benzer bir değişim gözlenmektedir. Cilt beyazlatma veya ton açıcı maskelerin popülerleşmesi, glass skin, milk skin gibi K-Beauty etkili trendlerin yaygınlaşması, sosyal medyada sürekli paylaşılan rutinlerin bir sonucu olarak birçok kişinin günlük bakım alışkanlıklarına yerleşmiştir. Bunun yanında gözleri yukarı doğru çeken estetik işlemler (fox eye, cat eye lifting gibi) veya çeneyi daraltan V-line görünümü, Asya estetiğinin sosyal medya algoritmaları tarafından sıkça dolaşıma sokulmasıyla daha bilinir hale gelmiştir. Algoritmaların benzer içerikleri sürekli öne çıkarması ise bu estetik kalıpların daha doğal ve yaygın görünmesine neden olur. Beğeni ve paylaşım kültürüyle birlikte, belirli yüz ve beden özellikleri öne çıkararak ideal olarak kabul edilmeye başlanır. Bu nedenle güzellik, kişisel bir tercih olmaktan fazlasıyla uzaklaşarak sosyal medya tarafından şekillendirilen bir hedefe dönüşür. Bu dönüşümün temel nedeni, sosyal medyanın estetik normları hızla yayabilen ve yeniden üretebilen bir yapıya sahip olmasıdır. TikTok ve Instagram’da kısa videoların, filtrelerin, before-after paylaşımlarının ve viral makyaj tekniklerinin sıkça görünmesi, belirli bir yüz tipini normal hatta arzu edilen hale getirmektedir. Influencer’ların kullandığı ürünler, estetik müdahaleler ya da bakım rutinleri yalnızca bir öneri olmaktan çıkar ve geniş kitlelerin takip ettiği bir davranış modeline dönüşür. Bu çıkarıma göre Asya estetiği, bireylerin kendi yüzlerini ve güzellik anlayışlarını yeniden değerlendirmelerine yol açan güçlü bir dijital trend haline gelmektedir.

Bu çalışma, sosyal medya platformlarında dolaşıma giren Asya estetiğini geçici bir trend olarak incelemenin aksine, çevrimiçi etkileşimler yoluyla üretilen ve normalleştirilen bir güzellik anlayışı olarak ele almaktadır. TikTok, Instagram ve YouTube’da paylaşılan videolar, yorumlar, etiketler ve kullanıcı deneyimleri, estetik algıların nasıl şekillendiğini ve gündelik pratiklere nasıl dâhil edildiğini görünür kılmaktadır. Bu nedenle araştırma, Asya estetiğinin sosyal medyada nasıl temsil edildiğini ve kullanıcılar tarafından nasıl anlamlandırıldığını netnografik bir analiz çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır.

Medyada Kadın Bedeni, Bakış ve “Zahmetsiz Güzellik” İdeali

Literatürde çekicilik kavramı, bireysel bir özellikten ziyade toplumsal olarak inşa edilen ve belirli normlar aracılığıyla şekillenen bir olgu olarak ele alınmaktadır. Kapitalist tüketim düzeni içinde arzu, özellikle pazarlama ve medya stratejileri

yoluyla yönlendirilmektedir. Belirli beden tipleri ve estetik görünümler ideal olarak sunulmaktadır. Bu estetik rejimden en yoğun biçimde etkilenen grupların başında kadınlar gelmektedir ve kadınların toplumsal kabulü ve değer görme süreçleri çoğunlukla bedenleri ve görünümleri üzerinden tanımlanmaktadır. Medya aracılığıyla yeniden üretilen patriyarkal söylemler, idealize edilmiş beden imgelerini sürekli dolaşıma sokarak kadınlar üzerinde kalıcı bir baskı oluşturmaktadır. Bu baskı, kadınları bedenlerini sürekli olarak dönüştürmeye, denetlemeye ve normlara uyum sağlamaya yönelten bir kontrol mekanizması olarak literatürde tartışılmaktadır (Bilgin ve ark., 2024; Çatlak Zemin, 2019). Reklam üzerine yapılan incelemeler, modern reklamcılığın sadece ürün tanıtımıyla sınırlı kalmadığını, bireyde yapay gereksinimler yaratan ve arzuyu biçimlendiren bir yönlendirme mekanizmasına dönüştüğünü göstermektedir. Literatürde reklamın, psikoloji ve fizyoloji alanındaki araştırmalardan yararlanarak bireyin algı ve düşünce dünyasını dönüştürdüğü ve bilgilendirmekten öte etkilemeye ve sarsmaya yöneldiği vurgulanmaktadır.

Günümüz tüketim toplumunda reklam pratikleri, bireylerin belirli ürün ve markalara yönelmesini sağlayan temel araçlardan biri hâline gelmiştir. Bu yönlendirme süreci, bireyin ihtiyaç algısını dönüştürerek ürünleri vazgeçilmez bir gereksinim gibi sunmaktadır. Reklamcılık alanında geliştirilen teknikler, modern propaganda biçimlerinin en etkili örnekleri arasında yer almakta ve bireyin düşünsel süreçlerine doğrudan müdahale edebilmektedir. İleri sanayi toplumlarında birey, duygusal ve bilişsel açıdan yönlendirilmeye açık bir özne olarak konumlanmaktadır. Reklam söylemleri, bireyin kendi düşüncesi olarak benimsediği tutumları dışsal müdahaleler yoluyla şekillendirebilmektedir. Bu süreçte reklam, estetik sunumları bir kenara bırakarak fizyoloji ve psikoloji alanındaki araştırmalardan beslenen bir uygulama alanına dönüşmüştür. Bilinçdışı eğilimler, dürtüler ve saplantılar üzerinden kurulan anlatılar, reklamın ikna gücünü artırmıştır. Zamanla bu yöntemler politik propaganda alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Reklamın ölçülebilir sonuçlar üreten bir faaliyet olarak ele alınması, bireyin pasif konumunu daha görünür hale getirmiştir. Günümüzde reklam dili, açıklayıcı ve bilgilendirici bir yapıdan uzaklaşarak duygusal etki yaratmayı hedefleyen bir forma bürünmüştür. Tekrar eden sloganlar ve çarpıcı görsel imgeler, kanıta dayalı söylemlerin önüne geçmektedir. Bu dönüşüm, bireyin öznel bütünlüğünü zayıflatan ve kişilik yapısında aşınmaya yol açan bir etki alanı üretmektedir (Turan ve Esenoğlu, 2006, s. 77).

Tüketim kültürü hakkında yapılan çalışmalar, bedenin toplumsal statü ve prestij arayışının merkezinde konumlandığını göstermektedir. Literatüre göre toplumsal kabul, bedenin çoğunluk tarafından arzu edilebilir düşsel bir forma sahip olmasıyla doğrudan ilişkilidir. Tüketim kültürü içinde beden, toplumsal olarak inşa edilen bir göstergeye dönüşmekte ve bireyin prestij kazanma arzusuyla doğrudan ilişkilendirilmektedir. Toplumsal kabul, bedenin yaygın estetik beklentilerle uyumlu bir görünüme sahip olması üzerinden tanımlanmaktadır. Bu durum, bedenin özellikle

kadın bedeni üzerinden medya aracılığıyla haz, çekicilik ve sembolik anlamlarla yüklü bir tüketim nesnesi olarak sunulmasıyla bağlantılıdır. Tüketim toplumunda beden, arzunun somutlaştığı ve görünür hâle geldiği temel alanlardan biri olarak işlev görmektedir (Köse,2011, s.88). Netflix gibi küresel seyir platformlarında yer alan dramalarda yer alan karakterler de beden algısında oldukça etkili olmuştur. Dijital platformların yükselişiyle izleyici etkileşimleri de büyük ölçüde değişmiştir (Aytaş ve Yavuz, 2024, s. 59)

Literatürde reklam söylemlerinin bedeni metalaştırıcı bir dönüşüme tabi tuttuğu ve gençlik, zayıflık ve bedensel yeterlilik gibi niteliklerin ideal bedenün ayrılmaz parçaları hâline getirildiği vurgulanmaktadır. Güncel reklam pratiklerinde yetersizlik duygusunu harekete geçirme stratejisi, reklam söyleminin geçirdiği dönüşümün temel göstergelerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Reklam aracılığıyla inşa edilen bu ideal beden temsili, yaşlanmanın görünmez kılındığı, süreklilik içinde gençlik, diri olma hâli ve zayıflıkla tanımlanan bir bedeni merkezine almaktadır. Bu beden imgesi, toplumsal kabul görme ve itibar kazanma süreçleriyle doğrudan ilişkilendirilmektedir. Diyet, güzellik uygulamaları, beden bakımı, spor ve egzersiz gibi tüketim kültürü içinde yaygınlaşan pratikler ise söz konusu bedene ulaşmayı mümkün kılan meşru yollar olarak sunulmaktadır (Köse, 2011, s.88).

Asya Estetiğinin Küresel Yükselişi ve Yeni Evrensel Güzellik Kurgusu

Sosyal medya üzerine yapılan incelemeler, ana akım medya tarafından empoze edilen beden algısının dijital platformlar aracılığıyla daha geniş kitlelere yayıldığını ortaya koymaktadır. Literatüre göre sosyal medya, estetik ideallerin erişilebilir ve başarılabılır olduğu algısını güçlendirmektedir. Küreselleşme süreci, popüler kültürün coğrafi sınırları aşarak daha geniş alanlara yayılmasını ve kültürel ürünlerin dünya ölçeğinde dolaşıma girmesini hızlandırmıştır. Bu durum, farklı toplumlarda benzer yeme, içme alışkanlıklarının, eğlence biçimlerinin, giyim tarzlarının, moda anlayışlarının ve müzik pratiklerinin evrenselleşmesine zemin hazırlamıştır. Küresel düşünce sistemi, bir yandan kültürel üretimi yönlendirirken diğer yandan tüketim kalıplarını biçimlendirmekte ve kültürel beğenilerin standartlaşmasını teşvik etmektedir. Ancak bu yeni yaşam tarzlarının ve beğeni formlarının, yerel kültürler üzerinde baskı oluşturduğu; toplumların yoğun biçimde tüketime yönlendirilmesinin ise yeni ekonomik ve toplumsal sorunları beraberinde getirdiği göz ardı edilmemelidir (Aytekin, 2024, s. 65).

Sosyal medya, anaakım medya aracılığıyla uzun süredir dolaşımda olan beden algısını daha geniş kitleler için ulaşılabilir ve uygulanabilir bir hedef hâline getirmiştir. Sosyal medya öncesi dönemde estetik müdahaleler, sınırlı görünürlük, toplumsal tabular, dinsel ve ekonomik çekinceler ile sosyal çevre baskısı sebebiyle mesafeli yaklaşılan pratikler arasında yer almaktaydı. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla beraber bu müdahaleler görünürlük kazanmış, yaygınlaşmış ve ekonomik açıdan erişilebilir

olduğu doğrultusundaki algı toplumsal düzeyde güçlenmiştir. Günümüzde ergenlik döneminden ileri yaşlara kadar farklı meslek gruplarından ve toplumsal konumlardan bireylerin bu uygulamalara yöneldiği gözlemlenmektedir. Estetik işlemlere yönelik yadırgama oranının giderek azalması, bu müdahalelerin toplumsal meşruiyet kazandığını göstermektedir. Sosyal medya üzerinden dolaşıma sokulan kusursuz beden temsilleri, bireyleri bu uygulamaları bir ihtiyaç olarak algılamaya ve bu doğrultuda hareket etmeye yönlendirmektedir (Türk & Bayrakçı, 2019, s. 121). Bu çerçevede son yıllarda Asya estetiği, dijital medya ve sosyal ağlar aracılığıyla küresel ölçekte dolaşıma giren, doğal, zahmetsiz ve erişilebilir güzellik ideali olarak sunulan yeni bir estetik standart hâline gelmiştir. Sosyal medya platformlarında dolaşıma giren görseller, influencer pratikleri ve algoritmik görünürlük mekanizmaları, Asya estetiğini bölgesel bir güzellik anlayışı olmaktan çıkararak küresel bir trend ve referans çerçevesi olarak yeniden üretmektedir.

Tüketim kültürünün yönlendirdiği bu temsil düzeni, bedeni sadece görsel bir nesne olarak konumlandırmakla kalmayıp, toplumsal kabul, statü ve görünürlükle ilişkilendirilen bir değer alanı olarak konumlandırmaktadır. Özellikle kadın bedeni, idealize edilmiş ölçütler ve estetik beklentiler üzerinden sürekli olarak tekrar tanımlanmaktadır. Bu oluşum, bedensel çeşitliliğin ve alternatif estetik deneyimlerin kamusal alandaki görünürlüğünü sınırlandırmaktadır. Dijital medya ve sosyal ağlar aracılığıyla dolaşıma giren bu estetik standartlar, küresel ölçekte benzer güzellik anlayışlarının evrenselleşmesine zemin hazırlamaktadır. Son dönemde Asya estetiğinin gençlik, doğallık ve zahmetsiz görünüm söylemleriyle idealize edilmesi bu oluşumun güncel örneklerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Asya estetiği, yüz hatlarının inceltilmesi, pürüzsüz cilt ve minimal müdahale vurgusu gibi pratiklerle, hem anaakım güzellik standartlarına alternatifmiş gibi sunulmakta hem de aynı normatif çerçevenin yeni bir biçimi olarak yeniden üretilmektedir. Bu çerçevede beden temsilleri estetik tercihlerle sınırlandırılmayacak kadar güçlü bir toplumsal anlam taşımaktadır. Medya aracılığıyla dolaşıma sokulan güzellik idealleri, bireylerin kendilik algılarını, fiziksel yeterlilik hissini ve toplumsal konumlanışlarını doğrudan etkilemektedir.

Yöntem

Bu çalışma, sosyal ağlarda Asya estetiği ve özellikle Kore merkezli güzellik anlayışının nasıl anlamlandırıldığını, nasıl dolaşıma girdiğini ve kullanıcılar tarafından nasıl yorumlandığını ortaya koymak amacıyla netnografik araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Netnografi, çevrimiçi toplulukların kültürel pratiklerini, söylemlerini ve etkileşim biçimlerini incelemeye olanak tanıyan nitel bir araştırma yöntemidir. Robert Kozinets (2002) tarafından geliştirilen bu yaklaşım, klasik etnografik tekniklerin dijital ortamlara uyarlanmış bir formu olarak, özellikle sosyal

medya platformlarında üretilen kullanıcı içeriklerinin analizinde yaygın biçimde kullanılmaktadır.

Araştırma, 2024–2025 yılları arasında Asya estetiğinin sosyal ağlarda yoğun biçimde görünürlük kazandığı döneme odaklanılarak yürütülmüştür. Veri toplama süreci, görsel ve etkileşim temelli yapıları nedeniyle güncel estetik söylemlerin hızla dolaşıma girdiği Instagram ve TikTok platformları üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu platformlar, kısa video içerikleri, estetik temsiller ve kullanıcı yorumları aracılığıyla güzellik standartlarının yeniden üretildiği başlıca dijital mecralar olmaları nedeniyle tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında, Asya estetiği ve Kore merkezli güzellik anlayışıyla ilişkili paylaşımlar, belirlenen anahtar kelimeler, etiketler (hashtag'ler), trend sesler ve keşfet algoritmaları aracılığıyla tespit edilmiştir. Bu gönderilerin altındaki kullanıcı yorumları, beğeni pratikleri ve etkileşim biçimleri veri setini oluşturmuştur. Analiz sürecinde, içerik üreticilerinin paylaşımlarından ziyade, kullanıcıların yorumlar üzerinden kurdukları söylemler ve anlamlandırma biçimleri merkeze alınmıştır.

Çalışmanın örneklemi, sosyal ağlarda Asya estetiğine ilişkin görüş belirten, bu estetik anlayışı tartışan veya deneyimleyen kullanıcılarla sınırlıdır. Analiz sürecinde, bot hesaplar, ticari reklam amaçlı paylaşımlar ve açık biçimde sahte olduğu tespit edilen kullanıcı yorumları veri setine dahil edilmemiştir. Bulgular, araştırma etiğine uygun biçimde, kullanıcı adları anonimleştirilerek ve özel hesaplardan içerik alınmadan toplanmıştır. Netnografik yöntemin temel ilkeleri doğrultusunda, araştırmanın ilk aşamasında çalışma kapsamına uygun sanal alanlar ve içerikler belirlenmiştir. Bu doğrultuda, Asya estetiği, Kore güzellik anlayışı, estetik müdahaleler ve beden dönüşümüyle ilişkili söylemleri içeren dijital içerikler sistematik biçimde taranmıştır. Toplanan veriler, tematik analiz yöntemiyle incelenmekte olup, tekrar eden anlam örüntüleri, söylemsel çerçeveler ve kullanıcı tutumları sınıflandırılmıştır.

Araştırmada analiz sürecine yön veren sorular aşağıdaki gibidir:

1. Sosyal ağlarda Asya estetiği ve özellikle Kore merkezli güzellik anlayışı nasıl tanımlanmaktadır?
2. Asya estetiğinin yaygınlaşması bireysel kimlik ve özgünlük algısını nasıl etkilemektedir?
3. Sosyal ağlarda öne çıkan Asya merkezli güzellik anlayışına yönelim, hayranlık ve kültürel etkileşim mi yoksa taklit biçimi olarak mı değerlendirilmektedir?
4. Asya estetiği, estetik müdahaleler, bedensel dönüşüm ve dış görünüşün yeniden biçimlendirilmesi üzerinden nasıl anlamlandırılmaktadır?
5. Güncel estetik akımlar Asya estetiği ile nasıl ilişkilendirilmektedir?

Sorular belirlendikten sonra, bu sorulara yanıt verebilmek amacıyla incelenecek dijital toplulukların ve veri kaynaklarının tespit edilmesi aşamasına geçilmiştir. Bu çalışma

kapsamında sanal topluluklar, Instagram ve TikTok platformlarında, Asya estetiği ve özellikle Kore merkezli güzellik anlayışı etrafında yoğun etkileşimin gerçekleştiği içerik alanları üzerinden belirlenmiştir. Topluluklara ulaşabilmek için öncelikle araştırma konusuyla ilişkili anahtar kelimeler ve etiketler belirlenmiştir. Bu anahtar kelimeler; Asya estetiği, Kore güzelliği, K-beauty, beauty standards, aesthetic transformation, estetik müdahale, yüz şekillendirme, beden dönüşümü, doğal güzellik, filtreli güzellik gibi ifadelerden oluşmaktadır. Belirlenen sorular ve anahtar kelimeler doğrultusunda, Instagram ve TikTok üzerinde Asya estetiğine ilişkin içeriklerin paylaşıldığı ve bu içeriklere çok sayıda kullanıcı yorumu yapılan gönderiler tespit edilmiştir. İncelenecek dijital toplulukların ve içeriklerin seçiminde; gönderilerin yüksek etkileşim oranına sahip olması, yorum sayısının fazlalığı, kullanıcılar arasında görüş çeşitliliği sunması ve araştırmanın amacına uygun tartışmaların yer alması temel ölçütler olarak dikkate alınmıştır.

Araştırma kapsamında, Instagram ve TikTok'ta yer alan açık hesaplardan paylaşılan gönderiler ve bu gönderilerin altındaki kullanıcı yorumları incelenmiştir. İçerik üreticilerinin paylaşımlarından ziyade, kullanıcıların bu paylaşımlara verdikleri tepkiler, yorumlar ve karşılıklı etkileşimler analiz edilmiştir. Böylece Asya estetiğine yönelik algıların, yalnızca görsel temsiller üzerinden değil; kullanıcıların söylemleri ve yorumlar aracılığıyla nasıl kurulduğu ortaya konulmuştur.

Instagram, görsel ve kısa video temelli yapısı, hashtag sistemi ve keşfet algoritması sayesinde estetik eğilimlerin hızla dolaşıma girdiği bir platformdur. Platformda özellikle güzellik, bakım ve beden temsilleri etrafında yoğunlaşan paylaşımlar, kullanıcılar arasında tartışma ve karşılaştırma alanı oluşturmaktadır. Asya estetiği ve Kore merkezli güzellik anlayışına ilişkin gönderiler, çok sayıda yorum içermeleri nedeniyle araştırma açısından zengin bir veri kaynağı sunmaktadır.

TikTok ise kısa video formatı, algoritmik içerik dağıtım sistemi ve trend sesler aracılığıyla estetik akımların kısa sürede yaygınlaştığı bir platformdur. TikTok'ta Asya estetiğine ilişkin içerikler, filtreler, dönüşüm videoları ve estetik rutinler üzerinden sunulmakta; kullanıcılar bu içeriklere yorumlar yoluyla hayranlık, eleştiri, karşılaştırma ve deneyim paylaşımı şeklinde tepkiler vermektedir. Bu yönüyle TikTok, estetik normların yeniden üretildiği ve müzakere edildiği önemli bir dijital alan olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmada analiz birimi olarak, Instagram ve TikTok'ta yer alan gönderilerin altındaki kullanıcı yorumları esas alınmıştır. Yorumlar, araştırmacı tarafından önceden hazırlanan sorulara doğrudan ya da dolaylı biçimde yanıt veren ifadeler arasından seçilmiştir. Bot hesaplar, ticari reklam amaçlı yorumlar ve açık biçimde sahte olduğu tespit edilen etkileşimler analiz sürecine dahil edilmemiştir. Tüm veriler, araştırma etiğine uygun şekilde anonimleştirilerek değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, Instagram ve TikTok, Asya estetiği ve Kore merkezli güzellik anlayışının sosyal

ağlarda nasıl tanımlandığını, nasıl yaygınlaştığını ve kullanıcılar tarafından nasıl anlamlandırıldığını ortaya koymak açısından, netnografik analiz için temel veri kaynakları olarak belirlenmiştir.

Bulgular ve Analiz

Bu bölüm, sosyal ağlarda Asya estetiğine ilişkin sanal topluluklar tarafından paylaşılan düşünceleri inceleyerek, Asya merkezli güzellik anlayışının nasıl tanımlandığını, hangi estetik özellikler üzerinden tabir edildiğini ve kullanıcı deneyimleri aracılığıyla nasıl anlamlandırıldığını ortaya koyan bir analiz sunmaktadır. Dijital medya platformlarında paylaşılan görüşler üzerinden yürütülen bu araştırma kapsamında, Asya estetik algıları, bu algıların estetik uygulamalar ve bakım pratikleriyle ilişkisi ve bireylerin bu güzellik anlayışıyla kurduğu bağlar analiz edilmiştir.

Netnografik analiz çerçevesinde, sanal topluluk üyelerinin paylaşımları, estetik pratiklere dair bilgi alışverişleri, bu pratiklere yüklenen anlamlar ve Asya estetiğine yönelik farklı değerlendirmeler doğrultusunda incelenmiştir. Kullanıcı söylemleri, Asya estetiğini görsel beğenin yanı sıra tüketim alışkanlıkları ve bakım rutinlerini de kapsayan bütüncül bir güzellik anlayışı olarak konumlandırmaktadır. Bu estetik anlayış, dijital etkileşimler aracılığıyla sanal kamusal alanda dolaşıma girerek tartışılmaktadır. Bu bölümde yer alan bulgular, Asya estetiğine ilişkin kullanıcı söylemlerinin ortak temalar ve farklılaşan bakış açıları etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Dijital Platform üyelerinin paylaşımları, bu estetik anlayışının kimi zaman olumlu, kimi zaman eleştirel değerlendirmelerle ele alındığını göstermekle beraber, estetik normların nasıl algılandığına ve kullanıcıların bu normlarla kurdukları ilişkilere dair çeşitli ipuçları sunmaktadır. Aşağıda, araştırma sorusu doğrultusunda sanal topluluk üyelerinin ifadelerine yer verilmiştir.

Soru 1) Sosyal Ağlarda Asya estetiği ve özellikle Kore merkezli güzellik anlayışı nasıl tanımlanmaktadır?

Topluluk yorumlarından elde edilen bulgulara göre, sosyal ağlarda Asya estetiği ve özellikle Kore merkezli güzellik anlayışı, pürüzsüz ve açık ten, minimal yüz hatları, genç görünüm ve kusursuzluk ideali etrafında şekillenen bir estetik anlayışı olarak tanımlanmaktadır. Bu güzellik anlayışı, kullanıcı söylemlerinde çoğu zaman doğal, hafif ve zahmetsiz bir görünümle ilişkilendirilmekte ve makyaj, cilt bakımı ve estetik uygulamalar üzerinden somutlaştırılmaktadır. Sanal ortamda dolaşıma giren bu estetik söylem, görsel bir beğeni unsuru olmanın ötesinde belirli bakım pratikleri ve bedensel müdahalelerle desteklenen bir güzellik standardı olarak ele alınmaktadır.

Kullanıcı paylaşımları incelendiğinde, söz konusu estetik anlayışın bazı kullanıcılar tarafından ilham verici, arzu edilen ve olumlu bir dönüşüm alanı olarak değerlendirildiği görülmektedir. Özellikle Asya makyajı ve Kore merkezli cilt bakım

pratikleri, doğal ve estetik açıdan çekici bulunmaktadır. Bu pratiklere yönelik tutku dile getirilmektedir. Bununla beraber, yorumlar Asya estetiğinin ulaşılması güç, yüksek maliyetli ve bireylerde yetersizlik hissi yaratabilen bir yapı olarak da algılandığını ortaya koymaktadır. Bazı kullanıcılar, bu güzellik standartlarının bireysel farklılıkları göz ardı ettiğini, tek tip bir görünümü idealize ettiğini ve popüler kültür aracılığıyla dayatıldığını ifade etmektedir.

Bu çerçevede kullanıcı söylemleri, Asya estetiğinin dijital ortamlarda hem olumlu hem de eleştirel değerlendirmelere konu olan çok boyutlu bir güzellik anlayışı olarak dolaşıma girdiğini göstermektedir. Aşağıda, bu değerlendirmeleri yansıtan sanal topluluk üyelerinin ifadelerine yer verilmiştir:

“Ben de Asya makyajı yapıyorum çok güzel duruyor. Bence Asya makyajı hem doğal hem de hafif”

“Param olsa da ben de Kore cilt bakımına başlasam keşke”.

“Kore’deki güzellik standartlarına göre, benim başka bir insan olarak dünyaya gelmem gerekiyor”.

“Dolgularını eritmek yaşını daha küçük göstermiş, daha iyi duruyor böyle”.

“Ben de dolgularımı erittirmeyi düşünüyorum. Erittirince kaç günde eski haline döner acaba merak ediyorum”.

“Nasıl böyle gözenek görüntüsüz, pürüzsüz cilt elde edilir ya çok güzel”.

“Kızlar bunun farkında mısınız bilmiyorum ama yıllarca nasıl kadın olacağımızla ilgili normları yıkmaya çalıştık. Şimdi de trend akımlar ile nasıl görüneceğimize, davranacağımıza ve ne tüketeceğimize karar veriyorlar”.

“Popüler kültürden dolayı taktınız beyazlamaya çalışmaya”.

Soru 2) Asya estetiğinin yaygınlaşması bireysel kimlik ve özgünlük algısını nasıl etkilemektedir?

Topluluk yorumlarından elde edilen bulgulara göre, Asya estetiğinin dijital mecralar aracılığıyla yaygınlaşması, bireylerin kendi fiziksel görünümünü baskın estetik normlar üzerinden yeniden değerlendirmelerine yol açmaktadır. Kullanıcı söylemleri, bu sürecin bireysel kimlik algısı üzerinde dönüştürücü ve sakıncalı bir etki yarattığını göstermektedir. Özellikle ten rengi, yüz hatları ve fiziksel özellikler, Asya estetiğiyle ilişkilendirilen görünüm kodları doğrultusunda kıyaslanmakta ve bireylerin kendi görünümüne ilişkin algıları bu estetik ölçütler üzerinden yeniden şekillenmektedir.

Paylaşımlar incelendiğinde, bazı kullanıcıların özgün fiziksel özelliklerin korunması gerektiğini vurguladığı, estetik müdahaleler yoluyla tek tip bir görünüme yönelmenin eleştirildiği görülmektedir. Bu söylemler, bireysel farklılıkların kıymetli olduğu ve

estetik normlara uyum sağlama baskısına karşı mesafeli bir duruşu yansıtmaktadır. Buna karşılık, bir kısım kullanıcı yorumları Asya estetiğinin ilham verici ve olumlu bir dönüşüm alanı olarak algılandığını ve estetik uygulamalar ve bakım biçimleri aracılığıyla daha doğal, genç ve estetik bir görünüm elde edildiğine yönelik değerlendirmeleri içermektedir.

Kullanıcı deneyimleri, Asya estetiğinin bireysel kimlik algısı üzerinde çelişkili etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Bir yandan bu estetik anlayış, doğallık ve minimal müdahale vurgusu üzerinden olumlu bir dönüşüm biçimi olarak sunulurken, diğer yandan ekonomik erişilebilirlik, tüketim zorbalığı ve karşılaştırmalı güzellik algısı üzerinden eleştirel bir perspektifte tartışılmaktadır. Özellikle bazı paylaşımlar, söz konusu estetik pratiklerin sınıfsal farklılıkları görünür kıldığına ve güzelliğin ekonomik olanaklarla ilişkilendirildiğine işaret etmektedir.

Bu bilgiler doğrultusunda, kullanıcı söylemleri, güzelliğin bireysel ve öznel bir nitelik olmaktan uzaklaşarak, Dijital platformlar üzerinden dolaşıma giren normatif ve karşılaştırmalı bir ölçüte dönüştüğünü göstermektedir. Asya estetiği, sanal topluluklar içerisinde özgünlüğü destekleyen ve tek tip bir görünümü teşvik eden söylemlerle birlikte var olurken, bireylerin kendilik algılarını ve estetik tercihlerini bu ikili yapı içerisinde yeniden müzakere etmelerine de neden olmaktadır. Aşağıda, bu süreci yansıtan sanal topluluk üyelerinin ifadelerine yer verilmiştir:

“Herkesin aynı senin farklı görüntünün varken neden onlara benzemeye çalışırsın ki?”

“Kendi rengini kabullenmeye ne dersin?”

“Oha abla yüzünü nasıl değiştirdin? Bildiğin Koreli olmuşsun çok güzel”.

“Yüzündeki estetikler, çok estetik diye bağırıyor dudak dolgunu erittiğin için. Mesela aşırı doğal geliyor göze”.

“Çok güzel olmuş, sakın bir daha dudak dolgunu yaptıрма senin dudağın zaten güzelmiş”.

“Gerçekten doğru mu ya, bu ürünü alırsam cildim ışıltar mı? Eğer öyleyse hemen almak istiyorum”.

“Zengin olduğu için Kore cilt bakımı yapabiliyor. Ben güzelleşmek için o ürünleri her ay almaya kalksam borç sahibi olurum”.

“Ben de dudaklarımı ve çenemi erittim ve gerçek halimi hatırladım. Japonlar, Koreliler bu işi biliyor”.

“Ben de pilav tarifi veriyor sanıyorum. Cilt bakımı yapıyormuş”.

Soru 3) Sosyal Ağlarda öne çıkan Asya merkezli güzellik anlayışına yönelim hayranlık ve kültürel etkileşim mi, yoksa taklit biçimi olarak mı değerlendirilmektedir?

Sosyal ağlardaki Asya merkezli güzellik trendlerine yönelik eğilimler, kullanıcı yorumları ışığında incelendiğinde, tek boyutlu bir kabullenmenin aksine, çift yönlü ve eleştirel bir anlamlandırma süreci olarak karşımıza çıkmaktadır. Yorumlar, bu estetik yönelimin hayranlık ve kültürel etkileşim çerçevesinde meşrulaştırıldığını ve taklit, aşırılık ve estetik kimlik kaybı söylemleri üzerinden eleştirildiğini göstermektedir.

Bir grup kullanıcı, Kore merkezli güzellik pratiklerini kişisel deneyim, öz bakım ve estetik memnuniyetle ilişkilendirirken, cilt bakımını terapi olarak tanımlayarak, bu yönelimi psikolojik iyi oluş ve kendine zaman ayırma biçimi olarak konumlandırmaktadır. Özellikle Kore cilt bakım ürünlerinin olağanüstü içeriklere sahip olduğu, estetik ve bakım anlayışının başka bir seviyede bulunduğu yönündeki ifadeler, bu yönelimi küresel kültürel etkileşimin ve estetik uzmanlığın doğal bir sonucu olarak açıklamaktadır. Bu tür yorumlar, Asya estetiğini hayranlık uyandıran, arzulan ve kişisel güzellik deneyimine dönüştüren bir referans noktası olarak sunmaktadır. Buna karşılık, bazı kullanıcılar bu ilgiyi eleştirel bir çerçeveden ele almakta ve yönelimi aşırı taklit, biyolojik gerçeklikten kopuş ve estetik yabancılaşma olarak değerlendirmektedir. Neden bu kadar beyaz olmak istiyorsunuz ya da genetik yapıları farklı şeklindeki ifadeler, Asya estetiğinin evrensel bir ideal olarak benimsenmesine karşı bir mesafe üretmekle beraber, bu estetik normların kişiler üzerinde baskı yarattığına işaret etmektedir. Bu söylemler, güzellik pratiklerinin kültürel ve biyolojik bağlamından koparılarak uygulanmasının kimlik silikleşmesine ve özdeşleşme krizine yol açabileceği yönünde bir uyarı içermektedir.

Dolayısıyla yorumlar bütüncül olarak değerlendirildiğinde, sosyal ağlarda Asya merkezli güzellik anlayışına yönelim ne yalnızca saf bir hayranlık ne de bütünüyle bilinçsiz bir taklit olarak okunmaktadır. Tam tersi bu yönelim, hayranlık ile eleştiri, kültürel etkileşim ile estetik taklit arasında salınan, kullanıcıların kendi bedenleri ve kimlikleri üzerinden sürekli müzakere ettikleri çok katmanlı bir sanal estetik söylem alanı üretmektedir. Bu çerçevede Asya estetiği, sosyal medya ortamında bir yandan çekim merkezi bir yandan da sorgulanan bir görsel norm hâline gelmektedir. Aşağıda, bu süreci yansıtan sanal topluluk üyelerinin ifadelerine yer verilmiştir.

“Zayıflaması, dudakların erimesi ve saçlarını uzatıp koyulaşması çok gençleştirmiş”.

“Ben de beyazım da neden bu kadar beyaz olmak istiyorsunuz anlamıyorum”.

“Bu ay tüm paramı Kore cilt bakım ürünlerine harcayacağım güzelleşmek için başka çare kalmadı”.

“Yani ön yargılı olmaya gerek yok. Şu anda Türkiye’deki ürünlerden ziyade gerçekten Kore’deki iyi markaların ürünlerine bakın ama onların basit markaları bile çoğu markadan üstün içeriklerde. Cilt bakımı ve estetik onlar için başka bir düzeyde. Her şeyde varlar”.

“Onların genetik yapısı farklı, beslenme şekli farklı. Benim arkadaşım resmen cildine pirinç tarlası ekmiş beyazlayacağım, parlayacağım diye. İnanılmaz bir sempati var bu duruma bir an önce kendinize gelseniz iyi olur arkadaşlar”.

“Ürünü öyle bir anlattınız ki insanın Koreli olası geliyor”.

“Şu an en çok ihtiyacım olan şey buradaki gibi cilt bakımı yaptırmak olabilir. Bu tarz işlemlerle kendime zaman ayırdığımda hem daha mutlu hissediyor hem de enerji topluyorum terapi gibi”.

“Ay gerçekten cildin ıslıl ıslıl nasıl sormasınlar ki? Ben de Güney Korelilerin cilt ürünlerini kullanmaya başladığımdan beri başka hiçbir cilt ürününe elim gitmez oldu”.

Soru 4) Asya estetiği, estetik müdahaleler, bedensel dönüşüm ve dış görünüşteki yeniden biçimlendirmeler üzerinden nasıl anlamlandırılmaktadır?

Dijital platform kullanıcılarının yorumları, Asya estetiğinin sosyal ağlarda sadece makyaj ve cilt bakımı uygulamalarıyla sınırlı bir güzellik anlayışı olarak değerlendirilmediğini göstermekle birlikte, estetik müdahaleler, kilo verme, yüz hatlarının inceltmesi ve gençleşme pratikleriyle beraber ele alındığını ortaya koymaktadır. Yorumlarda, bu estetiğin belirli bir sonuca ulaşmanın ötesinde, zaman içinde farklı müdahalelerle şekillenen ve devamlı yeniden düzenlenen bir süreç olarak algılandığı görülmektedir.

Özellikle sosyal ağlarda paylaşılan dönüşüm hikâyeleri, estetik uygulamaların yapılması, geri alınması ve yeniden denenmesi üzerinden okunmaktadır. Topluluk üyeleri, bu dönüşümleri bazen beğeni ve onay içeren ifadelerle desteklerken, bazen de dönüşen trendlerin yaratmış olduğu belirsizlik ve baskıya dikkat çekmektedir. Bu olgu, güzellik pratiklerinin kişisel tercihlerden ziyade, sosyal medya akımları ve kalıcı olmayan estetik normlar doğrultusunda şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Yorumlarda dolgu yaptırmaya ve dolgu eritme pratiklerinin sıklıkla gündeme gelmesi, estetik müdahalelerin geri döndürülebilirliği üzerinden bir tartışma alanı oluştuğuna işaret etmektedir. Bazı kullanıcılar, daha doğal bir görünüme dönüşü olumlu bir gelişme olarak değerlendirirken, bazıları bu sürecin fiziksel ve psikolojik zararlarına vurgu yapmaktadır. Bu doğrultuda estetik uygulamalar, kalıcı çözümlerden çok, trendlere uyum sağlamak amacıyla yapılan geçici düzenlemeler olarak anlamlandırılmaktadır.

Diğer yandan genetik yapı ve beslenme vurgusu içeren yorumlar, Asya estetiğine yönelik eleştirel bir bakışı yansıtmaktadır. Bu paylaşımlarda, estetik görünümün biyolojik faktörler ve yaşam tarzı ile ilişkili olduğu savunulmaktadır. Böylece topluluk içinde, estetik değişimlere dair hayranlık söylemleri ile şüpheli yaklaşımlar bir arada dolaşıma girmektedir. Bu soruya ilişkin diğer yorumlar aşağıda sunulmuştur:

“Lütfen dudağına sakın tekrar dolgu yaptırmaya böyle çok güzel görünüyor.”

“Yanakları da biraz azaltırsanız daha da güzelleşirsiniz bir tavsiye sadece”

“Her akımı uygulamak korkutmuyor mu sizi şimdiki akım clean girl akımı herkes bir anda dudak dolgusu eritmeye başladı inanamıyorum”

“Genetik, genetik, genetik gerisi hikâye, aldatmaca”.

“3 kere dolgu eritme yaptırdım olmadı. Eritmek için ameliyat oldum”.

“Tek sırları böcek yemek. Kolajen, protein bombası dışarıdan sürülen şeyler %20 etkilidir. Beslenme cilt sağlığında her konuda olduğu gibi çok önemlidir. Ne yersen onun yarı”.

“Aşırı güzel olmuş sakın tekrar dolgu yaptıрма”.

“Pirinç suyunu nereden alabilirim?”.

Çene, şakak ve elmacık eriten var mı ve doktor tavsiyesi olan?”.

“Bu kız iki yıl önce her yerini şişirtti, şimdi geri eritiyor trend neyse görüntü ona dönüşüyor artık anlaşıldı”.

Soru 5) Güncel estetik akımlar Asya estetiği ile nasıl ilişkilendirilmektedir?

Bu durumla alakalı topluluk yorumları incelendiğinde, dijital platformlarda son dönemde doğal, hafif ve temiz görünüm vurgusunun ön planda olduğu görülmektedir. Özellikle Kore merkezli güzellik anlayışıyla ilişkilendirilen bu estetik yaklaşımın, yoğun makyajdan kaçınma, cildin doğal görünmesi ve müdahalesiz bir sadelik algısı üzerinden nitelendirildiği ifade edilmiştir.

Üyelerin yorumlarında, bu sade görünüm anlayışının sosyal medya aracılığıyla kısa sürede yaygınlaştığı ve zamanla güncel akımların ortaya çıkmasıyla beraber kullanıcıların güzellik pratiklerini sürekli değiştirmek zorunda kaldıkları belirtilmiştir. Bu durum, sosyal ağlarda dolaşıma giren güzellik trendlerinin geçici niteliğine işaret etmektedir.

Diğer topluluk üyeleri, estetik müdahalelerin geri alınmasına yönelik uygulamalardan söz etmiş ve özellikle dolgu eritme işlemlerinin gençleşme ve doğallık ile ilişkilendirildiğini ifade etmiştir. Bu yorumlarda, estetik müdahalelerin uygulanması kadar geri alınmasının da yaygın bir trend hâline geldiği görülmektedir.

Bazı üyelerin paylaşımlarında ise Kore estetiğine yönelik yönelim kültürel benzeşme üzerinden değerlendirilmiş ve farklı toplumların birbirine benzemeye çalıştığına dair eleştirel söylemlere yer verilmiştir. Bununla beraber, genç yaşta yapılan estetik müdahalelere yönelik kaygı ve sorgulama içeren yorumlar da dikkat çekmektedir.

Ayrıca kullanıcılar, dijital platformlarda oluşan yeni güzellik standartlarının bireylerin ruh sağlığı üzerinde baskı yaratabileceğini belirtmiş ve bu standartları sürekli olarak

takip etmemenin önemine vurgu yapmıştır. Bu konuya ilişkin topluluk üyelerinin yorumları aşağıda sunulmuştur.

“Gözlerini neden çektirir ki bir insan? Biri bana tüm bunların hangi amaçla yapıldığını açıklasın daha çok genç üzücü bir durum”.

“Bende elmacık kemiği dolgumu erittim gözlerime de işlem yaptırırsam tam Koreli olurum korkuyorum ama”.

“Akıl sağlığının iyi olması için yeni sosyal standartları takip etmemek çok önemli”.

“Dolguları eritince yaş 18 oldu bir anda”.

“Koreliler batılıya benzemek istiyor bizimkiler de Koreliye”.

“Ben pirinç unu toniği ve maskesi aldım bembeyaz yapıyor herkese tavsiye ederim”.

“Bütün bunlar ne kadar ileri gidecek?”.

“Eritme ve sonrası süreci çeker misin ben de istiyorum eritmeyi”.

“Arkadaşlar aslında filtre ve makyaj çok da umursamayın her ten rengi güzeldir zaten beyaz olmak zorunda değilsiniz”.

Sonuç

Sosyal medya platformlarında Asya estetiğine ilişkin paylaşımlardan elde edilen bulgular, bu estetik anlayışın yalnızca geçici bir güzellik trendi olmadığını; dijital kültür içerisinde üretilen, dolaşıma sokulan ve giderek normalleşen yeni bir güzellik standardı olarak konumlandığını göstermektedir. Instagram ve TikTok gibi görsel odaklı mecralarda Asya estetiği; doğal, sade, pratik ve erişilebilir bir görünüm vaadiyle sunulmakta, bu söylem kullanıcı etkileşimleri aracılığıyla geniş kitlelere yayılmaktadır. Bununla birlikte, söz konusu görünümün arka planında yoğun bakım rutinleri, belirli tüketim pratikleri ve sürekli bir fiziksel denetim sürecinin yer aldığı anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen kullanıcı söylemleri, pürüzsüz cilt, açık ten, minimal yüz hatları ve genç görünüm gibi özelliklerin idealize edildiğini; bu ideallerin dijital etkileşimler aracılığıyla karşılaştırmalı bir güzellik standardına dönüştürüldüğünü ortaya koymaktadır. Bu durum, güzelliğin bireysel bir tercih olmaktan çıkarak normatif bir beklentiye dönüşmesine neden olmaktadır. Öte yandan “zahmetsiz görünüm” söylemi, görünürde doğallığı yüceltirken, gerçekte yüksek düzeyde emek ve ekonomik sermaye gerektiren süreçleri görünmez kılan örtük bir baskı mekanizması olarak işlemektedir.

Elde edilen bulgular, Asya estetiğinin bireysel kimlik ve özgünlük algısı üzerinde çift yönlü etkiler yarattığını göstermektedir. Bir yandan bu estetik anlayış, kullanıcılar tarafından ilham verici ve motive edici bir kişisel bakım pratiği olarak olumlu değerlendirilmektedir. Diğer yandan, tek tip bir görünüm dayatması, ekonomik eşitsizlikleri görünür kılmaması ve bireylerde yetersizlik duygusu üretmesi nedeniyle eleştirilere konu olmaktadır. Kullanıcı yorumları, güzelliğin giderek daha fazla zaman, bilgi ve ekonomik sermaye gerektiren bir projeye dönüştüğünü açık biçimde ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, Asya estetiğine yönelimin yalnızca bilinçsiz bir taklit ya da yüzeysel bir kültürel hayranlık olarak değerlendirilemeyeceği anlaşılmaktadır. Bu eğilim; kültürel etkileşim ile kimlik kaybı kaygısı, hayranlık ile eleştiri arasında şekillenen çok katmanlı bir müzakere alanı üretmektedir. Estetik müdahaleler bağlamında dolgu yaptırma ve dolgu eritme pratiklerinin eşzamanlı olarak dolaşımda olması, güzellik normlarının geçiciliğini ve değişkenliğini ortaya koymakta; aynı zamanda bedenün sürekli yeniden düzenlenmesi gereken bir nesneye dönüştüğünü göstermektedir.

Bu araştırma, Asya estetiğinin Batı merkezli güzellik standartlarına alternatif oluşturduğu yönündeki yaygın kabulün aksine, benzer şekilde normatif ve disipline edici bir estetik düzenin yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır. Doğallık söylemi altında inşa edilen bu estetik anlayış, bedensel çeşitliliği özgürleştirmekten ziyade, güncel ve küresel ölçekte işleyen yeni bir güzellik standardı üretme potansiyeli taşımaktadır. Bu bağlamda dijital medya, güzellik algısını üreten, yönlendiren ve normalleştiren ideolojik bir alan olarak öne çıkmaktadır. Asya estetiğinin küresel dolaşımı, dijital çağda bedenün nasıl temsil edildiğini, değerlendirildiğini ve yönetildiğini anlamak açısından önemli bir toplumsal gösterge niteliği taşımaktadır.

Finansal Destek / Financial Support

This research did not receive any financial support.

Bu çalışma herhangi bir finansal destek almamıştır.

Kaynakça

- Arol, C. (2020). *Güney Kore popüler kültürü'nün (Hallyu) Türkiye gençliği üzerindeki etkileri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). 29 Mayıs Üniversitesi. <https://openaccess.29mayis.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12723/3515>
- Avcılar, E. G. (2022). Sosyal medyada kadın bedeninin idealize edilmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 445-464. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/okad/article/1162429>
- Aytaş, M., & Yavuz, G. (2024). Netflix çağı: Dijital seyir platformları ve belgesel sinemada anlatının dönüşümü. *İdil*, 13(113), 59-69. <https://doi.org/10.7816/idil-13-113-04>

- Aytekin, T. (2024). Popüler bir kültür olarak Güney Kore kültür endüstrisi “Hallyu” nun ortaya çıkışı ve küresel yansıması. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 12(38), 62–79. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.1173873>
- Bilgin, R. (2024). Tüketim kültüründe kadın bedeninin cinsel kurgu olarak konumlandırılması ve sunumu. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(36), 309–329. https://jasstudies.com/?mod=makale_tr_ozet&makale_id=27509
- Çatlak Zemin. (2019, Mayıs 17). Patriyarkal kültürde kadın bedeni. <https://catlakzemin.com/patriyarkal-kulturde-kadin-bedeni/>
- Eke, N. P. (2023). Cumhuriyet kadınının değişen silueti: İdeolojik bir araç olarak güzellik yarışmaları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(Özel Sayı), 147–170. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbd/article/1302698>
- Kekeç, S. G. (2024). Güzellik ve gençlik ideallerinin kadın bedeni üzerinden yeniden üretimi. *Kadın/Woman* 2000, 25(2), 19–36. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jws/article/1648330>
- Köse, H. (2011). Tüketim toplumunda bir “sosyal beden” kurgusu olarak kadın. *Selçuk İletişim*, 6(4), 76–89. <https://dergipark.org.tr/en/pub/josc/article/200606>
- Özarlan, B. (2024). Toplumsal normlar ve tüketim kültürünün estetik müdahalelere etkisi: Kadın bedeni üzerine yansımalar. *Toplum ve Hekim*, 39(5), 366–369. https://www.belgelik.dr.tr/ToplumHekim/kayit_goster.php?Id=3214
- Turan, S., & Esenoğlu, C. (2006). Bir meşrulaştırma aracı olarak kitle iletişim teknolojileri: Eleştirel bir bakış. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(2), 71–86. <https://library.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php?pdf=0007070&lng=>
- Türk, G. D., & Bayrakçı, S. (2019). Sosyal medya ve toplumda değişen estetik işlem algısı. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 10(39). <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1097199>
- Yasa, F. (2021). Türk televizyon reklamlarında kadın bedeninin sunumu: Bir içerik analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 36, 483–500. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/article/988955>