

## GENÇLİK İDEALİ: ANTI AGING UYGULAMALARI VE DEĞİŞEN YAŞLILIK ALGILARININ MEDYADA TEMSİLİ

[IDEAL OF YOUTH: THE PRACTICES OF ANTI-AGING AND THE REPRESENTATION OF THE  
CHANGING PERCEPTION OF AGING IN MEDIA]

---

**Gönül Demez**

Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi Sosyoloji Bölümü  
E-Mail: [gonuldemez@akdeniz.edu.tr](mailto:gonuldemez@akdeniz.edu.tr)

### ÖZET

Gençlik, ya l,l,k gibi kavramlar öncelikle biyolojik süreçler ve fiziksel görünümle ilintili kavramlardır. Ancak bu kavramlara yüklenen anlamlar ve kimin ya l, kimin genç oldu unu tanımlayan değerler kültürel dir. Kültürel olarak bu durumlar tanımlanır, sınırlanır, hiyerarşik olarak toplumsal düzen içerisinde toplumsal statü ve rolleri belirlenir. Dolayısıyla gençlik, ya l,l,k gibi kavramlar sosyal olarak inşa edilen kavramlardır. Bu anlamda biyolojik ve fiziksel görünümün ötesinde içinde bulunulan toplumsal özellikler ve dönemle birlikte ele alınmalar, gerekmektedir. Bu çalışmada söz konusu kavramlar günümüz toplumunun özellikleri dikkate alınarak tanımlanmıştır. Bu çerçevede medyanın toplumsal gerçekliği yansıtmada özelliğine atfıyla medyada, özellikle yazılı basında gençlik ideali, anti-aging ve ya l,l,k ile ilgili temsillerin analizi yapılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** gündelik yaşam, ya l,l,k, anti-aging, beden, medya.

### ABSTRACT

The concepts such as youth and aging, primarily, are biological and related to physical appearance. However, meanings attributed to these concepts and values that define who is young and is older are cultural. These states (being young or older) are being defined, confined, and placed

hierarchically on a given society. Thus, the concepts such as youth and aging are being socially constructed. These concepts, in this context, should be argued, beyond biological existence and physical appearance, by taking into account the social characteristics and period in which they exist. In this study, the representation of ideal of youth, anti-aging, and aging will be analyzed by considering the feature of reflecting the social reality of media.

**Keywords:** everyday life, aging, anti-aging, body, media.

## G R

Bilimsel, teknolojik ve t,p alan,ndaki h,zl, de i imler sonucu ortalama insan ömrünün uzamas, günümüz insan,n,n ya am sürecini ve ya , ya am ve ya lanma ile ilgili alg,lar,n, da de i tirmi tir. Bu durum daha önceleri sosyal ya amda ve gündelik ya amda söz konusu olmayan hastal,k, sa l,k, gençlik, bar,nma, yaln,zl,k, e lence, ekonomik ya am gibi birçok alanda yeni sosyal tart, malar,n gündeme gelmesinde etkili olmu tur. Bu anlamda tüm ya kategorilerinin ve bunlar üzerinden tan,m,lanan kimlik ve benlik durumlar,n,n tan,m,n,n yeniden yap,lmas, söz konusudur. Tüm bu alg,lar yeniden kodlan,rken, gündelik ya am pratikleri de buna paralel olarak yeniden tan,m,lanmaktadır. Elbette bu durum yani iyile en ya am ko ullar, bilimsel ve teknolojik geli melerin gündelik ya ama yans,mas, ve daha güvenli, sa l,kl, toplumsal ya am,n söz konusu edildi i toplumlar, görece olarak geli mi tüketim toplumlar,d,r. Dolay,s,yla söz konusu sorunlara ili kin tan,m,lar ve yeni durumlar da a ,rl,kl, olarak bu toplumlar,n gündemindedir. Ancak küresel pazar ekonomisi ve sat, yöntemleri genç, verimli, bak,ml, insan imaj,n,, tüm toplumlara pazarlamaktadır. Pazar ili kileri içerisinde de erlendirildi inde ya l,lar,n tüketim ili kileri içindeki oran,n,n dü ük olmas, belki de son dönemlerde onlar, bu ili kilerin içine çekmek için olu turulmu bir dizi pazarlama tekni inin temelini olu turuyor. (Sawchuk, 1995)

Dolay,s,yla bu çal, mada söz konusu edilen anti-aging ve gençlik ideali imgeleri sadece nüfusun ya lanmas,n,n sosyal, kültürel ve ekonomik olarak yeni sorunlar yaratt, , toplumlarda de il, hemen tüm toplumlara yönelik çal, malarla yayg,nla t,r,lmakta ve özellikle de gelecekte tüm toplumlar,n bu durumla kar ,la ,laca , varsay,m, üzerinden sunulmaktadır. Dolay,s,yla sorun nüfusun ya lanmas, ve onunla ilgili bilimsel, teknolojik ve gelece e dönük çal, malar, a ,p gündelik ya am, düzenleme ve genç kalma, estetik kayg,lar gibi olgularla ili kili olarak tüketim ili kileri ba lam,nda yeniden üretilip yayg,nla t,r,lmaktadır. Gençlik ve ya l,l,k kavramlar, kar ,la t,r,ml, kavramlar olduklar, için bir anlamda her birey bir gün ya lanacaktır ve biri di erine göre daima ya l,d,r anlay, , ile hedef kitle oldukça geni tutulmaktadır. nsan do du u andan itibaren ya lanmaya ba lad, , için, özellikle kozmetik sanayindeki çal, malar, ya lanmay, önlemek ve geciktirmek slogan,yla neredeyse çocuk ya ta bireyleri bu pazar,n içine katmaktadır. Günümüz tüketim toplumunun ayakta kalabilmesi, dinamik, h,zl, ya ayan, sürekli seyahat eden, spor yapan dolay,s,yla daima tüketen ve tüketecek enerjisi olan insan modeline ba ,ml,d,r. Bu nedenle genç, formda, sa l,kl, ve ya lanmayan birey anlay, , ve bu alg,lamalar, peki tirecek imaj ve imgesel

tan,mlamalara gereksinim duyulmaktadır. Bu yeni anlayışın üzerinde biçimlendiği somutlaştırma alanı yani zemin ise öbedenodur. Bedenin sorunları, çizilmesini başlatırken de, aktif ve etkin yapılandırmasıyla toplumsal alanıdır. Bedenin bir toplumsal mekân olarak ele alınması, ve bedenin toplumsal olarak kurulması, yine toplum tarafından bazı düzenleyici çizelgeler çerçevesinde olur. Böylece politik, kültürel, dinsel söylemler aracılığıyla bedenin sorunları oluşturulur. Bedenin sorunları, kuran her söylem ise, ayrıntılı olarak hangi sorunları, durumu ve ilik biçimlerinin uygun olduğunu belirleyen, böylece bedenleri neyin tekil ettiğini tanımlayan kimi tabular, doğallaştırma yerle tirmeye hizmet eder. (Butler, 2005, s. 217)

Pierre Bourdieu bedeni cisimle mi yani somutlaştıran toplumsallaştırma olarak tanımlar. Yani beden toplumsal pratiklerin görünür kılıfı, mekândır. İktidar mücadeleleri beden üzerinden ilerler ve ideolojilerin somutlaştırma alanı bedendir. Dolayısıyla gündelik hayatın pratikleri beden ve yaşam biçimi aracılığıyla iktidarı yerle mesine aracılık eder. Yaşamın da sosyal bir sorun olarak ele alınırken, beden üzerinden gerçekleştiren söylemler aracılığıyla tanımlanır. Yani yaşamamak, genç kalmak için bir dizi sosyal, psikolojik, ekonomik reçete sunulurken atıfta bulunulan alan bedendir. Beden ve yaşamın üzerinde yapılan niceliksel çalışmalar sonucu zengin veri toplanması, gerçekleştirmesi olmasın, her taraftan bu alanda doyurucu teorilerin yeterince gelişmediğini iddia eden Featherstone ve Wernick (2005) göre; bedenin bir bütün olarak sosyal bilimler açısından disiplinler arası bir bakışla ele alınması gereklidir. Bedene ilik çalışmalar yapılırken, beslenme, diyet, sağlık, hastalık, yaşam kavramları başlıca olarak konuyu sosyal, kültürel ve felsefi perspektiften ele alan çalışmalar gereksinim duyulmaktadır.

Pierre Bourdieu yaşamı, sosyal anlamda bir iktidar kaybı olarak anlatır. Yani bir yandan yeni yaşam biçimine uyum sağlamak için her anlamda formda ve dinamik öbedenlere sahip olmak özellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla aralaksız dayatılarken diğer yandan bireyler kaçınılmaz olarak sosyal anlamda bir iktidar kaybıyla baş etmek için çabalar dururlar. Bu anlamda gündelik yaşamın rutinlerinin yeniden üretildiği sokak, pazar, alışveriş, ev yaşamı gibi her türlü yaşam alanı, ve mekânlar birer mücadele alanına dönüşmektedir.

Bu çalışmaların yanı sıra yeni değerlerin ve her an yeniden üretilen gündelik yaşam pratiklerinin kendini ifade etmesi, bulduğu mecralardan biri olan yazılı basında gençlik yaşamı haberleri ve yorumlarından hareketle de yaşamın algısı, ve bunun ifade biçimlerine odaklanılmaktadır. Bu

ba lamda yaz,l, bas,nda yer alan söz konusu metinler konu ba lam,nda çözümlenerek bu alandaki kodlara ula ,lmaya çal ,lacakt,r. Böylece toplumsal gerçekli i yans,tan önemli alanlardan biri olan yaz,l, bas,n arac,l, ,yla ula ,lan veriler, örnekler bu alandaki kuramsal yakla ,mlar, ve yap,lan di er ulusal ve uluslararası, çal, ma bulgular,n, ilintilendirmeyi, örneklemeyi amaçlamaktad,r.

## YEN B R SOSYAL AYRIM OLARAK YA LANMA

Bourdieuøya (1997) göre her alan kendi ya lanma yasalar,n, belirler. Buna göre, gençlik ve ya lanma ölçütleri söz konusu toplumun kendi iç i leyi inde belirlenir. Dolay,s,yla ya biyolojik bir olgudur ama ayn, zamanda toplumsal olarak manipüle edilen bir durum olarak tan,mılanabilir. Bourdieuøya göre mücadele ili kileri içinde dü ünüldü ünde toplumsal ya ile biyolojik ya aras,ndaki ili kileri belirleyen toplumsal pratiklerin bu durumlara yükledi i anlamlandır,malar önemli hale gelmektedir. Bu belirlenim görüldü ünden daha karma ,k toplumsal süreçlerde gerçekleşle ir. Kime ne zaman genç ya da ya l, denilece inin ölçütü baz, s,n,fsal ve iktidar ili kileri sonucu olu maktad,r. Bireyler tahakküm ili kilerindeki yerlerine göre yeti kin, soylu, ya l,, önemli ki i gibi kategoriler ve nitelikler kazanmaktad,r. Ayr,ca ayn, toplum içinde bile farklı, ya lanma kategorileri vard,r. Ayn, toplum içinde zamana ve mekâna, içinde bulunulan toplumsal ba lama özgü, k,saca her alan,n kendine ait ya lanma tan,mılamalar, vard,r, örne in: öentelektüellerden irket genel müdürlerine do ru gidildi inde, insan, genç yapan her ey, uzun saç, kot pantolon vb. kaybolurö. (1997, s. 131)

Andrews (2008) Bat, kapitalist toplumlar,nda ya lar,ndan dolayı, ya l,lar,n ayr,mc,l, a u rad,klar,n, iddia eder. Sistematik ve kli e yarg,larla di er ayr,mc,l,klarda oldu u gibi ya lanman,n da kapitalist toplumlarda bir ayr,ma neden oldu unu vurgular. Oøna göre; ya l,lar gençler taraf,ndan ya am tarzlar,, hayata bak, lar, ve giyimleri ile eski olan, ifade ettikleri için modas, geçmi olmakla tan,mılan,rlar. Ya l, olmak sosyal olarak iktidar kayb, ve marjinalle meyi ifade eden yeni boyut olarak alg,lan,r. Ya lanma ve ya l,l,k tan,m,n,n ise tek ba ,na biyolojik bir süreç olmad, ,n,, s,n,f, cinsiyet, etnik özellikler gibi birçok faktörden etkilendi ini göz önünde bulundurmak gereklidir. (2008, s. 4) Son y,llarda ya l,l,k ile ilgili argümanlara bak,ld, ,nda, ya lanman,n yeni toplumsal yap,ya, yeni ya am biçimine paralel tan,mılar,n,n yap,ld, , görülmektedir. Ya l,l,kla ilgili söylemlerin; öpostmodern ya da post geleneksel ya lanmaö, öba ar,l, ya lanmaö, ösivil bütünle me

ve katılma, üretken ya lanma gibi temel anlamlarla ifade edildi i görülmü tür. (Holstein&Parks&Waymack, 2011, s. 68). Nüfus oran, içinde ya l, nüfusun artmas., baz, aç,lardan çal, mayan at,l güç oran,n,n artmas, olarak de erlendirilir. Bu durum bir yandan ekonomi için külfet olarak tan,mlan,rken di er yandan da özellikle baz, bölgelerde, baz, ülkelerde nüfusun h,zla ya lanmas, yeni pazar ili kileri ve anlamlar, da üretmi tir. Özellikle baz, küçük bölgelerde ya l,lar sosyal kültürel ve e lence sektörlerinde önemli bir etken grup haline gelmi lerdir. Turizm ve di er baz, pazarlar için ya l,lar küçük ama güvenilir gelirleriyle ekonomi için önemli bir mü teri konumuna da gelmektedirler. Bu durum ise ya lanma ve ya l,l,k ile ilgili yeni ve çok yönlü toplumsal ve ekonomik düzenlemeleri gündeme getirmektedir. (Wilson, 2009)

nsan ö esi yani sosyal bilimlerdeki tan,m,yla birey, toplumun ve s,n,f,n,n hem yap,c,s, hem de bir üründür. Dolay,s,yla tarih, toplum, s,n,f gibi sosyolojik tan,mlamalarda bireyin aktif, eyleyen, özgür bir aktör oldu u ama ayn, zamanda, zaman,n,n ve içinde ya ad, , sistemin bir ürünü oldu u kabul edildi inde, modernle me sürecinde insan ö esi, modernle menin hem nesnesi hem de öznesidir. Yani insan hem modernlik sürecinin bir ürünü, hem de modernli in bizzat yarat,c,s,d,r. (Ercan, 2006, s. 33) Bu anlamda beden ve bedene ili kin herhangi bir tan,mlama birey-toplum aras,ndaki bu varolu sal sorundan ayr, dü ünülemez. Her toplumsal yap, yeni bir insan modeli ve anlay, ,n, gündeme getirir. Modern toplumlarda insanlar,n do as, gere i, do up, olgunla ,p, öldü ü kabul edilirdi. Oysa günümüz toplumlar,nda ise bireyler genç bir vücuda sahip olmak ve ya lanmay, ve izlerini mümkün oldu unca geciktirmek için birçok yöntemden yararlanmaya zorlanmaktad,rlar. Günümüzde ya lanmak fiziksel ve psikolojik olarak çökü anlam,na geldi i için kabul edilemez bir olgudur. Yani ya lanma ö kronolojik olarak ya lanma olgusundan uzakla t,r,lm, ö ve bireylerin kendilerini alg,lamalar, ve hissetmeleri ile ili kilendirilmi tir. Bireylerin hissettikleri ya ta olma fikri ya l,lar,n gençlik kültürüne ortak olmay, ve geleneksel olarak kendilerine biçilen rolleri reddetmeleri anlamlar,na da gelmektedir. Özellikle medyan,n etkisiyle insanlar kendi vücutlar,n, ve ya amlar,n, yeniden belirlemekte ve her dönem yeniden üretmektedirler. Bu durum ancak tüketim toplumunun bir parças, olmakla mümkündür. Zaten Cirhinlio luçna (2001, s. 2013) göre; tüketim toplumunun devam, ancak bireylerin kendi bedenlerine yönelik klasik alg,lar,n,n de i tirilmesiyle mümkün olmaktadır.

Ya kategorileri biyolojik ve psikolojik süreçler olmakla birlikte demografik açıdan da erlendirildi inde sosyolojik ve kültürel kriterler olduklar, ifade edilir. Bireylerin çe itli ya kategorileri içindeki anlamlar,, hiyerar ik durumlar, hatta bazen i bölümü ve statüleri de kültürel olarak belirlenir. Bireylerin ne zaman çocuk ya da ne zaman ya l, olarak görülecekleri biyolojik ya tan çok toplumsal i levleri ve sorumluluklar,na göre tan,mılanmakta olduklar, ilgili kültürel gelene e göre de i mektedir. (Turner, 2011, s. 142) Turner'a (2011) göre; örne in, geleneksel toplumlarda ya l, bilgelik ve deneyim anlam,na geldi i için sayg,n bir konum olarak alg,lan,yordu. Günümüzde ise gençlik politik anlamda umut ve geli menin simgesi, ya l, ise tutuculuk ve gelenekçilik anlamlar,na geldi i için art,k özellikle geli mi sanayi ülkelerinde siyasal de i meyi ve maddi önlem almay, gerektiren sosyal bir problem olarak alg,lanmaya ba land,. Özellikle tüketim üzerinden tan,mılanan kültürel ortamda emeklilik, ba ,ml,l,k olarak da erlendirildi. Aktif ve sürekli tüketen, hareket eden insan modeline gereksinim duyulmas, nedeniyle mevcut sistemde ya lanma ve ya l, bir sosyal sorun olarak ele al,nd,. Toplumsal dinamizmi devam ettirmek için çe itli çözüm yollar, üretilemeye ba land,. Kapitalizmde ya l, hastal,k gibi kazanç getiren bir i in olmamas,ya tan,mıland, , için geleneksel toplumlarda yüklendi i sayg,nl, , yitirdi. Ya l,lar üretim ve tüketim çark,n,n d, ,nda kald,klar, için ço unlukla ekonomiye yük olarak tan,mılanabilmektedirler. öKendine sayg,n,n önemli ölçüde ki inin sosyal sisteme ekonomik katk,s,na ba l, oldu u bir toplumda ya l,lar pratikte bir sapma olmas, anlam,nda hastal,k rolü biçimi olarak görülürlerö. (Turner, 2011, s. 153)

Özellikle kad,nlarda beden alg,s, ve ya lanma sadece bedende ya da fiziksel görünümdeki bozulmalarla de il ayn, zamanda belki de daha trajik olan toplumsal görünüm ve anlamlarla ifade edilir. Ya lanmada kad,nlar daha önce olduklar, gibi sadece fiziksel aktivitelerini yitirmekle kalm,yorlar ayr,ca kapitalist tüketim toplumlar,nda bedensel ayr,mc,l, ,n yaratt, , sosyal bir a a ,lanmaya da dönü en bir sürecine giriyorlar. Bu durum bir anlamda bedeninden utanmaya dönü mekte ve kad,nlar, bedenini genç ve sa l,kl, tutmak için direnme yollar, aramaya itmektedir. (Cruikshank, 2009, s. 198) öYorgun fadeye Sonö ba l, ,yla durumu örnekleyen haber, u ifadelerle devam ediyor:

ö lk ya l, belirtilerinin kendini hissettirdi i göz çevresi k, mevsiminin gözde estetik operasyonlar,n, olu turuyor. Daha genç görünmek

isteyenler, özellikle kadınlar, estetik cerrahlar, kap, s, n, çal, yor. Yüzün a a , yukar, üçte birini oluşturan göz çevresi, al, n ve elmacık kemiklerine yapılan müdahalelerle genç ve dinamik görünmek mümkün. (Hürriyet Gazetesi, 30.11.2010)

Bu durumun da ifade ettiği gibi ya lanma biyolojik olmaktan çok kültürel bir olgudur art, k. Çünkü ya lanma kültürel olarak in a edilen, anlamlandırılan bir durum olmakla birlikte, beden üzerinden görünürle ti i için fiziksel bir e ydir ve fiziksel görünümle ilgilidir. Dolay, s, yla t, pk, insanlar, n ten renginden dolayı, ayr, mc, l, a u ramalar, gibi ya lanma da ayn, biçimde fiziksel görünümünden dolayı, ayr, mc, l, a u ramak anlamlar, n, içermektedir. Ancak bu ayr, mc, l, k do rudan ya l, l, kla ilgili olumsuz yarg, lar ve tan, mlamalarla yap, l, mak yerine daha çok gençlik ve ya lanmama, ya l, l, a direnme söylemi üzerinden çe itli sosyal ve etkile im kanallar, arac, l, , yla olu turulmaktad, r. Ortalama ya am süresinin uzamas, nda sa l, k alan, ndaki bilimsel ve teknik geli meler önemlidir. Mikrop öldürücü ilaçlar, n yayg, nla mas, , bula , c, hastal, klar, n önlenmesinde etkili olmu tur. Besin arz, ndaki geli meler, daha iyi ya am ko ullar, n, n sa lanmas, yla ölüm oran, n, dü ürmü ve ya am sürecini uzatm, t, r. Günümüzde ilaç sektöründeki geli meler ile hastal, k ve ölüm aras, ndaki ba lant, n, n zayıflamas, ve ya l, l, , n ya am kalitesini olumsuz etkileyen bir faktör olmaktan ç, kmas, , ya l, l, , n adeta geri döndürülebilir bir süreç olarak alg, lanmas, da hastal, k, sa l, k, ya l, l, k ve bedene ili kin anlamlar, de i tirmi tir. (Nazl, , 2008, s. 20) Ya lanma, n yeni durumlar, ve hastal, klar, gündeme getirmesi ve ya a ba l, yeni hastal, klar, n ortaya ç, kmas, nedeniyle ya l, l, k sa l, k sosyolojisi anlam, nda da önemli bir konudur. Ayr, ca nüfusun ya lanmas, yla bir anlamda ba , ml, l, k olarak tan, mlanabilecek emeklilik, üretime kat, l, madan tüketmek ama bu tüketimin de ya l, lar, n gelirleriyle ba lant, l, olarak yetersiz olmas, gibi nedenlerle modern kapitalizmin performans, ve ekonomik problemler anlam, nda yeni sorunlar, beraberinde getirmektedir. Ya lanma ve ya l, l, k sosyolojik olarak elbette tek tip sorunla, soruyla aç, klanamaz. Ya lanmak ve ya l, l, kla ilgili teoriler günümüzde ekonomik ili kiler içerisinde ya l, lar, n do al bir süreç içerisinde kademeli olarak toplumsal rol ve sorumluluklar, ndan öçekilmeleriö ile yerlerini yeni nesillere b, rakacaklar, teorisine kar , n, deneyimleri nedeniyle gücü ellerinden b, rakmak istemeyen ya l, lar anlay, , na kadar süren bir tart, ma yelpazesi içinde sorun gündeme getirilir. Genç ku aklar, n kendilerine yer açmak ve çal, ma ve ya am alan, bulmalar, için ya l, lar, n kademeli olarak çekilmelerinin ekonomik olarak önemli olabilece i iddia edilir. Bir anlamda ya l, l, k daha fazla bo zaman f, rsat, anlam, na gelse de gerçek anlamda bir yoksulla ma sürecine denk dü er. Ayn,



zamanda ya lanma yalnızla ma ve psikolojik olarak ise i e yaramaz olmak anlamlar,n, da içermektedir. (Turner, 2011)

Medyada bu durumu ifade eden yorumlar ve çözüm yollar, da yine otorite olan, yetkin bilim adamlar, taraf,ndan bilimsel bilginin e li inde verilir: öDans et, sa l,kl, ya lanö (Hürriyet Gazetesi, 31.03.2011) ba l, , ile bir üniversitenin Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Yüksekokulu Müdürü ve Prof. Dr. olan uzman,n önerileri yorumlanmaktadır. Böylece uzman: ödans terapisininö ya l,lar,n depresyona girmelerini ve yalnız,kl, hissini engellendi ini vurgulayarak ya lanman,n ya am tarz, üzerinden alg,land, ,n, belirtiyor. Ard,ndan bu yolla genç, sa l,kl, ve dinamik kalman,n önemi vurgulanmaktadır. Böylece dans etmek sa l,kl, ya aman,n bir yolu iken, ama ayn, zamanda depresyon, yalnız,kl, gibi sosyal ve psikolojik i levlerine de vurgu yap,l,yor. öBir uzman olarakö bu yöntemin son zamanlarda öçok yayg,n ama bilimsel bir yöntemö oldu unu özellikle vurguluyor. Burada bireyin psikolojik, sosyal ve fiziksel sa l, , üzerinde özellikle duruluyor. Yorumda öDans ile birlikte kas gücü geli iyor, denge sa lan,yor, e lenceli, kat,l,mc, bir ya lanma biçimi sunuluyorö gibi vurgularla ya lanma, aktivite, yalnız,kl, ileti im gibi birçok alanla birlikte ele al,n,yor. Hürriyet Gazetesinin 23.07.2010 tarihli ba ka bir yorum cümlesi ise öyaln,kl, ya land,r,yorö ifadesi ile ya lanman,n nedenleri aras,nda yalnız,kl, gibi sosyo-psikolojik etkene dikkat çekilerek bu kategori alt,nda ya am tarz,, ili kiler, h,zl, ve dinamik ya ama vurgu sat,r aras,ndan dikte ediliyor. Ba ka bir çarp,c, ba l,k ise 22.03.2010 tarihli Hürriyet Gazetesinde öYenilikten korkmak ya land,r,yorö olarak yer buluyor. Dolay,s,yla yalnız,kl, de i ime kapal, olmak, yenilikleri takip etmemek gibi durumlar olumsuzluk ifadeleri olarak sunulurken sadece psikolojik de il ayn, zamanda bedensel olarak da etkili olduklar, belirtiliyor.

## **VAROLU SAL B R SORUN OLARAK YA LANMA**

Nesiller biyolojik oldu u kadar sosyal olarak da üretilmektedir, bu nedenle ya lanma kültürel anlamlar, olan bir olgudur ve sosyal olarak in a edilen bir durum olarak tan,mılanabilir. (Arun, 2009; Koçak&Terkan, 2009) Ya lanman,n görünür k,l,nd, , beden ise k,smen fiziksel ama k,smen de sosyal bir in a olarak kabul edildi i için ya lanma da bu anlamda kültürel bir olgu olarak ve in a edilen bir durum olarak de erlendirilmelidir. (Holstein&Parks&Waymack, 2011, s. 57) öyi ya lanmaö, öba ar,l, ya lanmaö gibi yar, ma psikolojisini and,ran kavramlar ile daha az aktiflik

yerine, tam tersi önemli bir toplumsal aktiflik önerilir. Hareketli yaşam, süregelen bir durum olarak devam etmesinin daha huzurlu ve doyumlu bir yaşamı oldu u dü ünceleri sürekli kitle iletim araçları, ve t,bb,n uzmanlar, tarafından dayatılır. (Turner, 2011) Tüm bunlar dikkate alın, da yaşam, tan, m, n, net olamayacağı, söylenebilir. Ancak Arun'a göre; yaşam, genellikle 65 yaş üstü ve emekli olmak anlamlarına gelir. Arun (2009) nesiller arası, kültürel sermaye da , l, m, n, inceledi i makalesinde, bu sermaye da , l, m, ndaki e itsizli in yaşam, l, l, kta da bireyler arası, ndaki yaşam kalitesi ve olabilecek de iimleri, dönü ümleri önceden kestirebilmeleri nedeniyle pozisyon almaları, kolaylaştırarak bir güce dönü tü ünü söylemektedir. Yaşam tarzı, ve be enilerden ve e itimden oluşan kültürel sermaye, belirli grupları, tahakküm ve be eni üzerinden, kendilerini di er s, n, flardan ayırma ve simgesel iddeta başvurulan kaynaklar, olarak ifade edilmektedir.

Yaşlanmayı kontrol etmek ve ölümsüzlük arzusu ilk toplumlardan itibaren kültürün bir parçası, olarak konumlanmış, ve birçok kültürde sistematik olarak ölümsüzlük ve ebedi gençlik için programlar, kürler, yaşam tarzları, oluşturulmuştur. (Binstock&Fishman&Johnson, 2006) Bu anlamda birçok kültürün geleneğinde vitamin ve minerallerden kaynaklı, özel diyetlerden, ilaçlara, hormonlara her türlü kaynağa başvuruluyor. Ayrıca bazı geleneksel söylencelerde, masallarda, bazı dinlerin anlatılarında ölümsüzlük ve gençlik iksirlerinden bahsedilir. Günümüzde ise yaşlanma ve ölümsüzlük başlıca, medyada sık gündeme getirilir. Ölümsüzlük Artık Çok Yakın, başlıklı, 10.01.2011 tarihli Hürriyet Gazetesinde yer alan yazıda da yaşam, nın çağrısı, tırd, ölüme karşı, çal, malarda yakalanan başarıya dikkat çekiliyor. Rusya'da, İngiltere'de, Fransa'da ABD'de birçok üniversitede yapılan çal, ma özetlendikten sonra ölümsüzlük hakkında çok yaklaşıldı, hatta iki yıl sonra çal, manın sonuçlanacağı, vurgulanarak, yaşam, n öbedendeki fiziksel de i imi oldu unu ve bunun bilimsel olarak çözümlendi ini belirterek, kök hücre teknolojisinin bu alanda önemli başarıları, iddia ediliyor. Ölümsüzlükle ilgili çal, malar, çok uzun yıllardır devam ettiği ve art, k çal, malar, n sonuçları, alınmaya başlandı, ile ilgili bilgiler net ve kesinmiş gibi sunulmaktadır: İnsanlar, ölümsüz olabileceğine inanıyor. Ölümsüzlük kitabının yazarı, biyofizikçi ve doktor Roland Moreau, sigara kullanm, n, n sonlanması, yiyeceklerin do alması, tüketicinin azalması, ve düzenli egzersiz yapılması, sayesinde insan ömrünün uzayacağını, söylüyor. (Hürriyet Gazetesi, 10.01.2011) Aynı yazıda uzun ömür için yakın zamanda ula şılacak olan süreler bile verilebilmektedir:

Ömür yüzde 550 uzayabilir. Ölümün hastalık oldu una inanan bir di er bilim insan, da Amerikal, bilim adam, Kurzweil, meyve sineklerinin geneti iyle oynayarak ya am sürelerini yüzde 550 uzatt,klar,n,, imdi ayn, yöntemi insanlara uygulamaya çal, t,klar,n, söylüyor. Kurzweil kendi de ölümsüzlü e ula mak için organik besleniyor, düzenli egzersiz yapıyor ve günde 250 kadar vitamin ve yardımcı ilaç alıyor. (Hürriyet Gazetesi, 10.01.2011)

Tufan (2002) göre ya lanma ve ya l, k insan hayat, n, n, s, n, r, l, l, , na at, fta bulunan kavramlar, r. Ölümsüzlük aray, , içinde olan insano lu için bu nedenle ya lanma ve ya lanma ile ilgili semboller, imgeler ve onu hat, r, l, atacak her türlü belirti rahats, z edicidir. Çünkü ya lanma ölümün yani ya am, n, sonlulu unun habercisidir. Ölümsüzlük otu pe inde ko an efsane kahramanlar, hikâyenin sonunda insan bedeninin ölümlü oldu u gerçe i ile bir kez daha kar , kar , ya gelir ve ancak ruhun ölümsüzlü ü ile avunmak zorunda kal, rlar. Teselliyi ise ölümsüzlü ün insanl, a hizmet etmekte oldu una inanarak ve bu hizmetin de toplumsal süreçlerle gerçekle ece ine ili kin ö ütleri dinlemekte bulurlar. Bu gün ise art, k hayat iksirini t, p ve t, bbi bilgi ve uzmanlar önümüze getirip adeta sunuyorlar. ÷ beyaz önlükler içindeki melekler birkaç saatlik bir çal, man, n sonunda buru uk bir cildi geriyorö (Tufan, 2002, s. 7). Böylece art, k insanlar en az, ndan fiziksel görünüm aç, s, ndan gençle mi olarak evine dönüyorlar. T, p teknolojisindeki çal, malar sonucu, genetik kodlar çözülüyor, insan ya am, uzat, l, yor, hasta organ yapay yollardan yeniden üretilip, bedensel ya am devam ettirilebiliyor, adeta y, pranm, organlar için yedekleri üretiliyor.

Tüm bu geli meler sonucu; ya l, l, a yüklenen anlamlar, kültürel dolay, s, yla göreceli olduklar, için bu yeni kültürel ve bilimsel ortamdan etkilenerek yeniden tan, mlanmaktad, r. Ya l, l, k ile ilgili tutumlar dikkate al, nd, , nda; bir toplumda ya l, lar i e yaramaz, ayak ba , olarak kabul edilirken, ba ka bir toplumda bilge olarak adland, r, l, r ve deneyimleriyle gençlere yol gösterici olarak yüceltilirler. Bu tip toplumlarda ömasallarda bilgiler gizemli, ya l, ve ak saçl, , ak sakall, ö olarak resmedilirler. (Tufan, 2002) Ancak bu çal, man, n kapsam, günümüz toplumunda ya l, l, a yüklenen anlamlar ile s, n, r, l, d, r. Bu çal, ma ba lam, nda tüketim toplumu ve ili kileri içerisinde ya l, l, , ait alg, ve imgeler ele al, nmaktad, r. De i en toplumla birlikte yeniden tan, mlanan ve i levleri yeniden belirlenen ya lanmaya direnme, genç kalma durumunun çözümlenmesine odaklanmak söz konusudur. Çünkü ya l, l, k bir kar , la t, rma oldu u için ortalama ömrün 30-40 y, l oldu u toplumlarda da ya lanma söz konusudur. Günümüzde genç kategorisindeki bir insan bu tip

toplumlarda ya l, olarak alg,lanabilmektedir. Bu alg,lamalar ise toplumsal statü ve toplumsal sayg,nl, , belirleyen önemli ölçütlerdir. Bu çal,man,n konusu endüstri sonras, toplumlarda yani uzun ömürlülü ün söz konusu oldu u toplumlardaki ya lanma alg,lamalar,d,r. Dolay,s,yla Tufanø,n (2002) da vurgulad, , gibi uzun ömürlülük 20. yüzy,la yani endüstri toplumlar,na ait bir olgudur. Bilimsel ve teknolojik geli meler, t,ptaki geli meler, daha rahat ya ama ko ullar, ve beslenme gibi geli meler insan ömrünü uzatm, ya lanmay, gündeme getirmi tir. Ya l,l, ,n bir sosyal kimlik olarak tart, ,lmas, ya ile ba lant,l, olarak tan,mlanan biyolojik bir durum ya da di er sosyal kimlikler (toplumsal cinsiyet, s,n,f, etnik köken, meslek) gibi sosyal in alar olarak m, bak,lacakt,r sorusunu içermektedir. Ancak bu tan,mlanm, söylemsel kimliklerin hepsi birbiriyle ba lant,l,d,r ve her hangi bir tan,mlama ancak di er tan,mlamalarla birlikte dikkate al,nd, ,nda anlam kazanmaktad,r. (Fealy&McNamara&Treacy&Lyons, 2011)

Turner (1995) ontolojik olarak insanlar,n ya l,l, , kabul etmeye direndiklerini söyler. Oøna göre birey gençlik doluyken ve ya l,l, , akl,na bile getirmezken baz, sürprizlerle örne in; ölüm, yak,n bir dostun kayb, ya da hastal, , ile ya land, ,n, anlar. Bu do al süreçler sonucu ne kadar direnirse dirensin sürecin ba lad, ,n, fark eder. Burada Turnerøa göre, birey aç,s,ndan ya lanman,n iç ve d, görünümüleri söz konusudur. Bireyler genelde içsel olarak ya land,klar,n, kabul etmezler. D, görünü e ra men genelde bireyler ya land,klar,n, kabul etmek istemezler çünkü içsel alg,lamalar, tersi yöndedir. Böylece ya lanmaya kar , olan bu bireysel tav,r da iç ve d, görüntü aras,ndaki mesafeyi ortaya koyar (Turner, 1995, s. 254). Dolay,s,yla günümüzdeki t,p teknolojisi alan,ndaki geli meler sonucu ya lanman,n fiziksel etkilerinin geriye döndürülmesi en az,ndan durdurulmas, bireyler aç,s,ndan bu iç ve d, görüntü aras,ndaki mesafeyi kapatmaya yard,m edece inden olmal, ki; t,bb,n en fazla ra bet gören alanlar,ndan birisi de anti-aging ve estetik cerrahinin uygulamalar, olmaktadır. Özellikle kitle ileti im araçlar, ve sa l,k programlar, takip edildi inde her geçen gün artan bir ilginin söz konusu oldu u dikkati çekmektedir. Featherstoneøa (1995) göre, günümüz tüketim toplumu ba lam,nda de erlendirildi inde iki tür ya l,l,k alg,s,n, görürüz, ilki sonsuza kadar genç kalabilen ve yüz ifadesi, bedensel duru u, sosyal ve kültürel aktivite ve konumuyla ya l,l, a meydan okuyan ve ökahramanla t,r,lm, efsanevi bir ya l,l,k alg,s,d,r. Di eri ise vücudu taraf,ndan ihanete u ram, ya amdan elini ete ini çekmi ve mutsuz bir ya l,l,k imgesidir. (1995, s. 231)

Ya lanma ve ya l,l,k ile ilgili ve günümüz toplumunda özgürle tirici bir alg,n,n yarat,labilece ini iddia eden yakla ,mlar da (Holland, 2004) bulunmaktad,r. Fiziksel görünüm, giyim gibi d, ar,dan ölçülebilen beden ve beden imaj,na yönelik alg,lamalar, analiz eden ve alternatif bir kad,n anlay, ,n,n olup olmayaca ,n, test etmek için yapt, , uygulamal, çal, may, teori ile s,namay, amaçlayan Holland (2004), tüketim ili kileri içinde dayat,lan genç ve güzel kad,n imaj,n,n baz, durumlarda k,r,labilece ini bunu yapt, , görü melerle de peki tirdi ini söylemektedir. Bu anlamda ya lanmak belki de özellikle kad,na özgürle me imkân, sa layacaktır. Bu durumun toplumsal bask,lardan ve çekici ve bak,ml, olma dayatmalar,ndan kurtulabilme ans, tan,yabilece ini iddia eden örneklere yaz,l, bas,ndaki haber ve yorumlarla da vurgu yap,lmaktad,r: ÖOrta ya l, bir k,s,m kad,n resti çekti, b,rak,n güzel güzel ya lanal,mö (Hürriyet Gazetesi, 26.08.2007) ba l,kl, yaz, bu durumu örnelemektedir. Haber; say,lar, az da olsa, bu yöndeki yorumlar, ve hem Türkiye'de hem de dünyada baz, kad,nlar,n öya lanmama stresinin daha gergin bir süreç yaratarak ya lanmay, h,zland,rd, ,ö iddias,yla yola ç,kt, ,; örne in beyaz saç,n saç renklerinden sadece biri oldu u, kozmetik ve estetik ürünlere para vermek istemediklerini ve içinde olduklar, ya döneminin do al özelliklerini ya amak istediklerini ve bedenleriyle bar, mak istediklerini vurgulayarak, estetik ve anti-aging uygulamalar,n,n tutsa , olmak istemedikleri yönünde çal, malar,n, ve ba latt,klar, kampanyalar, duyurmaktad,r. Ancak bu durum medyada birkaç haberle geçi tiriliyor, fazla yank, bulmuyor.

Dünya Sa l,k Örgütü (World Health Organization, 1946) sa l, , özetle; bedensel, psikolojik ve sosyal anlamda tam bir iyilik hali olarak tan,ml,yor (Nazl., 2008, s. 19). Bu tan,m biraz irdelenecek olursa sa l,kl, insan say,s,n,n çok dar bir kitleyi ifade etti ini söylemek mümkün olmaktadır. Günümüzde genç, sa l,kl., ince ve ba ar,l, olmak imgeleri sürekli olumland, , için ya l,l,k da bir hastal,k, istenmeyen bir durum olarak alg,lanmaktadır. Ya l,l,k, izlerinin yok edilmesi, dolay,s,yla kaç,n,lmas, gereken, en az,ndan mümkün oldu unca ertelenmesi gereken bir durum olarak sunulmaktadır. Örne in; Hürriyet Gazetesinde 26.10.2009 tarihinde öYa l,l,k izlerine dur deyinö ba l,kl, yaz,; öAl,nda derin ve yatay çizgiler, göz kenarlar,nda k,r, ,kl,klar, gözalt, torbalar,nda belirginle me, burun kenarlar,nda çizgilenmeler... Yani geçen y,llar,n izleri...ö ifadeleri ile ya l,l, , fiziksel olarak tan,mlamaktadır. Ard,ndan; öHerkes bir gün aynaya bakarken i te bunlar, görececek ve cildinin gençli indeki o çizgisiz, duru görüntüsünün kaybordu unu fark edecek. Ama bunlar,n hepsi de estetik operasyonlar, dolgu maddeleri, botoks i lemleriyle halledilebilen sorunlarö gibi önerilerle

durum bir yandan tan,mlan,rken di er yandan da bu belirtilerden kurtulmak için yeni geli melerden haberdar ediliyor, çözüm yollar, öneriliyor.

## **TÜKET M L K LER Ç NDE DAYATILAN GENÇL K DEAL N N MEDYADA TEMS L**

Kitle ileti im araçlar,ndaki çe itlilik ve geli meler günümüzde bu araçlar,n en önemli ileti im kaynaklar, olmas,n, sa lam, hatta bu araçlar art,k en önemli sosyalle me araçlar, olarak toplumsal ya amda yerini alm, t,r. Televizyonun toplumsal ya ama girmesinin ard,ndan ilk kez son y,llarda en önemli sosyalle me arac, olma durumu televizyondan internete geçmi tir. (Türko lu, 2010) Koçak ve Terkan (2009) göre ya l,lar aras,nda da; televizyon en çok takip edilen kitle ileti im arac,d,r. Ard,ndan gazete ve radyo gelmektedir ancak internet henüz ya l,larda yayg,n olarak kullan,lan bir kitle ileti im arac, de ildir. Dolay,s,yla bu kategoride ve bu çal, ma ba lam,nda televizyon ve gazete sosyal gerçekli i yans,tmas, ve medyada verilen mesajlar,n hedef kitleye ula mas, aç,s,ndan bak,ld, ,nda önemli kaynaklar durumundadırlar. Medya dünyay, anlamlandır,mada toplumu yönlendiren önemli araçlardan bir tanesidir ve özellikle gazetelerin dili nadiren tarafs,zd,r. Dolay,s,yla medya ve özellikle de gazeteler sosyal, kültürel ve politik, bir çok aç,dan kamuoyu olu turmak ve söz konusu olaylar,n toplumsal yans,mas,n, görmek aç,s,ndan önemli kaynaklard,r. (Fealy&McNamara&Treacy&Lyons, 2011) Medyadaki söylemler yalnızca toplumun ya l,lar ve ya l,l,kla ilgili alg,lar,n, belirlemiyor aynı zamanda ya l,lar,n kendileri ile ilgili alg,lar,n, ve kendilerini toplum içinde konumlandır,malar,n, da etkiliyor. Öz benliklerini ve kendileri ile ilgili dü üncelerini etki alt,na al,yor (Morriss&Boyle, 1987, s. 61). Ya lanman,n ve ya l,l, ,n bir ayr,mc,l,k biçimi olarak ortaya ç,kmas,nda ya l,l,akta i ya am, ve çal, ma ile ilgili durum göz önüne al,nd, ,nda konu ba lam,nda yani ayr,mc,l,k nedeni olarak önemli olmaktadır. Medyadaki bu ayr,mc,l, ,n izleri medyada çal, an ve özellikle medyada daha görünür olan gençlerin yo unlu undan hareketle sürülebilir (Riggs, 2004). Fealy ve arkadaş lar,na (2011, s. 88) göre, ya l,l,k genellikle sa l,k, sosyal hizmetlerden yararlanma ve ba ,ms,z bireyler olabilme kavramlar, ile ili kilendirilir. Medyadaki söylemler ya l,lar, olumlu ve olumsuz kal,plarla ifade etmektedir, öçelimsizö ögüçsüz insanlarö olarak tan,mlanan ya l,lar bazen de öalt,n ça ,n, ya ayan, e lence dolu y,llarö a sahip olarak tan,mlan,r. öMedyada genellikle ya l,lar yer bulmaz ya da beyaz erkek söyleminin izlerini ta ,yan imgelerle temsil edilirö.

Bu çal, ma ba lam,nda konu Hürriyet Gazetesinin internet sitesindeki ar ivinde öya lanma ve ya l,l,kö kavramlar, arat,larak elde edilen metinlerin çözümlenmesine dayanmaktadır. Gazetelerin internet ar ivi bu anlamda önemli bir kaynaktır. Belirlenen kriterler e li inde yap,lan aramalarda tam bir ar iv taramas,na ula ,lmaktadır. Kelime ve kavram ile ilgili tüm metinlere ula mak böylece mümkün olmaktadır. Dolay,s,yla aranan konu ile ilgili ba ka ba lamlarda ve ba l,klar aras,nda da olsa tüm metinlere ula may, sa lamaktadır. Hürriyet Gazetesi ulusal yay,n yapan ve popüler bir gazetedir. Hedef kitlesi ve içeri i aç,s,ndan de erlendirildi inde ara tırma konusuna uygun bir kategoride yer almaktadır. Bu anlamda Hürriyet Gazetesinin ar ivi öya lanma ve ya l,l,kö yaz,larak tarandı, ,nda 13.11.1997 ile 09.04.2011 aras,nda konu ile ili kili toplam 205 haber bulundu. Arama kelimelerinin geni letilmesi halinde bu say, artacaktır. Çünkü özünde ya lanma ve ya l,l,kla ilgili olmakla beraber farklı, kelimelerle ifade edildi i için aramam,za tak,lmayan daha fazla metin oldu u dikkat çekti. Mesela öMenopozö ile ilgili haberler, öuzun ömürö (ya lanma yerine), öestetikö ve öobotoksö, öanti-agingö kelimeleri de ya l,l, a referans olmakla birlikte asl,nda sonuçlar, fazla etkilemeyece i için göz ard, edildi. Çünkü, öya lanma ve ya l,l,kö hatta ösa l,kö ba l,klar, sonucunda ula ,lan haber, kö e yaz,s,, yorum vb. metinler de ço unlukla anti- aging, genç kalma ile ilgiliydi ya da ya l,l,k ve belirtilerinden kurtulmay, içermektedir. Dolay,s,yla ya lanma ve ya l,l,k dendi inde Hürriyet Gazetesinde ula ,lan metinler baz al,nd, ,nda ço unlukla anti-aging, ya lanmay, geciktirme, estetik ve kozmetik yöntemler içeren metinler olarak ortaya ç,kmaktadır. Böylece ya lanma ve ya l,l,kla ile ilgili temel sosyal, ekonomik, kültürel ve psikolojik yay,nlar,n çok az oldu u söylenebilir. Yani medyada ya lanma ve ya l,l,k alg,lar,na bak,ld, ,nda; ya l,lar,n toplumsal, ekonomik sorunlar,ndan çok kozmetik ürünlere a ,rl,k veren, estetik cerrahi ile ilgili haberler ve ya lanmay,, ya l,l, ,n izlerini yok etmeyi öneren, gençlik ve uzun ömür, ölümsüzlük ve bunu sa layacak t,ptaki mucize geli meleri içeren metinler a ,rl,ktad,r ve konu a ,rl,kl, olarak bu kavramlar üzerinden tart, ,lmaktadır.

Söz konusu metinleri, ba l,klar, aç,s,ndan de erlendirecek olursak; öncelikle sa l,k haberi verilirken ya l,l,kla ba lant,l, hastal,klar ve buna dayal, ya l,l,k vurgusunun yap,ld, , gözlenmektedir. Ya l,l,kla ilgili metinler, genellikle haber metinleri, sa l,k (hastal,k kategorisinde ya lanma ile ilgili hastal,klar ba lam,nda), kö e yaz,lar,, magazin ve kozmetik-estetik kategorilerinde yer almaktadır. Sa l,k- hastal,k haberleri genellikle cinsellik ve estetik ile ili kili yorumlar, da içermektedir. Ya l,l,k genellikle hastal,klarla özde le tirilerek ya l,l, ,n ya am

sürecinin do al bir parçası, oldu u bilgisi göz ard, edilmektedir. Ya l,l,kla ilgili sorunlar tart, ,l,rken olay,n sosyo-kültürel boyutu yerine daha çok ya l,l, ,n istenmeyen, kaç,n,lmas, gereken bir durum oldu u alt metinlerde vurgulanarak ya l,l, , engelleme, yok sayma, en az,ndan erteleme yollar,n,n ipuçlar,n, veren yorumlar a ,rl,ktad,r. Bu haberlerin 79 tanesi Prof. Dr. unvan, olan t,p doktoru ve üç adet yaz, da ba ka bir uzman doktora ait olmak üzere toplam 109 adet kö e yaz,s,na ula ,lm, t,r.

Kö e yaz,s, önemli bir ayr,nt,d,r. Çünkü, hem yaz,l, bas,ndaki kaplad, , yer ve ekonomik aç,dan önemi hem de süreklilik ifade etmesi aç,s,ndan önemlidir. Kö e yaz,s,nda haberdar etmekten çok yorum yap,l,r, belirli bir alanda uzman olarak kabul edilen bir yetkilinin herhangi bir konudaki kanaatini, bilgisini payla mas, söz konusudur. Dolay,s,yla bu yaz,larla do rudan yönlendirme, tutum belirleme, etkileme, kamuoyu olu turma söz konusudur. Kö e yaz,s,n,n özellikle de sa l,k alan,ndaki bir kö e yaz,s,n,n ima etti i alg,lama; metnin alan,nda uzman dolay,s,yla otorite olan birisinin bilimsel, t,bbi ve sorgulanamaz dü üncelerini içerdi idir. Böylece uzmanlar, büyüleyici bir güçle otoritele irler. Günümüz toplumunda uzmanlar özellikle söylem arac,l, ,yla otoritelerini peki tirirler. Bu nedenle TV de, yaz,l, bas,nda ve internetteki tüm sa l,k programlar,nda söz sahibi olanlar alan,nda özmanö ki ilerdir. Uzun saatler görsel medyada ve geni alanlarda ve haftada birkaç gün gazetelerde uzmanl,k alanlar,yla ilgili öhalk,ö ayd,nlat,rılar. Bu ayd,nlatmaya nas,l ya anaca ,, ne yenilip içilece i, nas,l e lenilece i, nas,l ya lan,laca , gibi gündelik ya am,n ak, , içindeki rutin pratiklerin düzenlenmesi de dâhildir. Profesyonel gücün geli imi profesyonel kontrol ve disiplinleri de geli tirmi tir. Bu nedenle modern toplum disipline eden bir toplumdur. Güç, bilgi modern toplumun temelini olu turur ve söylem gücün yarat,lma, tart, ,lma, kontrol ve da ,t,m arac,d,r. (Slattery, 2007, s. 480) Bilgiyi elinde tutanlar tart, ma ve söylemin gündemini kontrol ederler ve böylece fiziksel ve hukuki oldu u kadar ideolojik bir güce de sahiptirler. Söylenen eyde as,l önemli olan, söylenenin içerdi i imalardan çok bizzat söylemle; daha ba tan konuyu yeni söylemlere ta ,mas, ve de i me çabas,na aç,k k,lmas,d,r (Foucault, 2002, s.17). Slattery'nin aktar,m,yla Foucault'ya göre: öí bir bilgi alan,n,n olu umuyla ba lant,l, olmayan hiçbir güç ili kisi yoktur ne de ayn, zamanda güç ili kileri gerektirmeyen ve olu turmayan bir bilgi vard,rö. Toplumlar, tan,mlamak, planlamak ve kontrol etmek için iktidarlar, yeni bilgi tipleri, yeni söylem biçimleri geli tirir. öYeni uzmanl,k ordular, öpsikiyatrlar, doktorlar sosyal hizmet uzmanlar,, iktisatç,lar, toplumsal hastal,klar, te his ve tedavi edecek bilgi ve otoriteye sahip olduklar,n, iddia ettilerö. Yeni bir söylem geli ti, profesyoneller bu gücü kullanarak yeni söylemin öngördü ü kal,ba sokmaya zorlamakla kalmay,p ayn, zamanda bireyleri giderek daha gönüllü bir biçimde uyum



sa lamaya yönlendiren yeni bir uzmanlık dili ve bilgiler topluluğu ortaya çıktı. Bireyler bu güce ve bilgiye mutlak itaat eder ve iyileşmek ve bakım için bu uzmanlara başvururlar. (Slattery, 2007, s. 477-478)

## ANT -AG NG VE TOPLUMSAL C NS YET L K S

ÖYanlar, kabul ediyorum ama her an onunla yüzleşmek kendimi estetik avutuyorum.

(N. I., 67 yaşında ünlü bir kadın gazeteci, köşe yazarı, ve TV yorumcusu, Hürriyet Gazetesi, 24.04.2011).

2011 yılının bahar aylarında estetik operasyon yaptıktan hemen sonra, yüzünde hala operasyonun izlerini taşıyan televizyon programına çıkan kadın yazar ile ilgili çeşitli kitle iletişim araçlarında uzun süre haber ve yorumlar yapıldı. Özellikle sosyal paylaşım sitelerinde (Twitter vs.) uzun süre kadın-gazeteci-yazarın kişisel ve toplumsal konumları, bazen özel hayatın mahremiyetini ihlal edecek biçimde tartışıldı. Hem toplumun olaya ilgisini göstermesi açısından, hem de yazarın kendi ifadeleriyle ünlü kadın gazeteci olarak tanımlanma ve yanlıyla ilgili algılamaları göstermesi bakımından önemli bir örnektir. Ayrıca, bu olayın hemen ertesinde konu ile ilgili kadın gazeteci-yazar ile yapılan röportajdan alınmış, tır.

ÖN. Işık, nasıl bilirsiniz? diye sorsalar, "Muhafazakâr" diye cevap verirsiniz de ilmiyi de hangi muhafazakâr, estetik oldu unaldıktan, balon gibi bir suratla televizyona çıkacak kadar radikaldir? Ya da binlerce kişinin diline dolması, aldıktan, ele tiriği tebessümle karşılar? Politik konularda seveni de çok sevmeyeni de. Ama bu kez karşımda, 67 yaşında oldu unu herkesin bildiği halde, ÖYanım, hatırlamak bile istemiyorum diyen ve hayatın örselendiğini ruhunu estetikle nasıl savu turmaya çalıştığını anlatan, çok samimi bir kadın var. (Ermin Terzi, Hürriyet Gazetesi Pazar Eki, 24.04.2011)

Politik görüşüne referansla "muhafazakâr" olarak tanımlandığı, vurgulanan kadın yazarın aslında tam tersine "radikal" olduğunu kanıtlayan estetik operasyon yaptırması, üstelik bu durumu gizlemeden TV'ye çıkması ve bu durumu açıkça ifade etmesidir. Aslında kadın gazeteci ve yazar

dü üncelerinden ya da hayata bak, aç,s,ndan dolayı, de il öestetik yaptı,rd, , içinö, moderndir, s,ra d, ,d,r, radikaldır. Çünkü art,k günümüz tüketim toplumunda ideolojin kan,t, gündelik ya am,n nas,l organize edildi iyle ölçülmektedir. S,radan rutin gündelik pratikler radikal mi, muhafazakâr m, oldu unuzun ölçüsüdür. Hâkim ideolojinin temsilcisi genç, güzel, ince, ya am dolu, mücadelecî insan modelidir. Bu insan ya l,l, a, hastal, a, ölüme direnir. Bu bak, aç,s, Foucault'un ödisiplin toplumuö ve öiktidar,n heryerdeli iö kavramlar,n, gündeme getirmektedir. Foucault'da iktidar art,k kendisini ösöylemö arac,l, ,yla kurar. Bu nedenle günümüzde söylem ve söylem analizi iktidar,n kodlar,n,n çözüldü ü yerdir. Kimliklerin özne konumlar,n, söylemler üzerinden sa lad,klar, kabul edildi inde kullan,lan dilin çözümlenmesi önemli olmaktadır. (Fealy&McNamara&Treacy&Lyons, 2011) Dil ideolojik bir araç,r, iktidar kendisini dil gibi bir tak,m semboller arac,l, ,yla in a eder. Foucault, söylemi kendi güç-iktidar ve toplumsal yap, teorisinin temeli olarak konumland,r,r. Güç ve bilgi yak,ndan ili kilidir ve bilgi sadece güç ve iktidar anlamlar,na gelmez, ayn, zamanda gücü ellerinde tutanlar bilgiyi de kontrol ederler. Bilgi, güç ili kisi ve toplumsal denetimin söylem arac,l, ,yla kuruldu u bilgisini kabul edersek ve bu ba lamda konuyu tart, ,rsak ya lanma, ya l,l,k ve gençlik ideali ile ilgili söylemin medyada nas,l kuruldu unun örnekleri yol gösterici olmaktadır:

öAra t,rmalara göre ya l,l, , h,zland,ran nedenlerden biri yaln,zl,k. Dünya Ya lanma Konseyi (DUNYAK) Ba kan,, öyaln,zl, ,n ya l,l, , erkene ald, ,n,ö belirterek, öAra t,rmalara göre özellikle erkekler bu konuda son derece zay,f. Kad,nlar, yaln,zl,klar,yla daha bar, ,k ya ayabiliyor ancak, erkekler bunu ba aram,yorö. (Hürriyet Gazetesi, 23.07.2010)

Metin yorumlarla devam etmektedir; ya lanman,n anne karn,ndan ölünceye kadar devam eden bir süreç oldu unu vurgulayan uzman,n, ya l,l, , h,zland,ran birçok etken oldu unu, öyaln,zl, ,n ya l,l, , erkene ald, ,n,ö söyledi i belirtilerek sözleri aktar,lmaya devam ediyor: öKad,nlar kendilerini toplumdan fazla soyutlam,yor, sosyal ili kileri daha güçlü tutabiliyorlar, bunun bedelini de uzun ömür olarak geri al,yorlarö. (Hürriyet Gazetesi, 23.07.2010) Bu örne in de gösterdi i gibi toplumsal cinsiyet ba lam,nda medyadaki ya lanma ile ilgili metinler ele al,nd, ,nda ço unlukla kad,nlarla ili kilendirilen söylemlerin yer ald, , görülmektedir. Kad,n bedeninin cinsellikle özde le tirilmesi dolay,s,yla bedenin bozulmas, olarak alg,lanan ya lanma daha çok kad,nlara odaklan,larak medyada yer almaktadır: öEl sa l, , için 10 öneriö ba l,kl, metin 29.01.2010 tarihli Hürriyet Gazetesinde yer almaktadır. öYa l,l,k belirtilerinin yüzümüzden bile önce yerle ti i eller,

so uk k, günlerinde daha özel bakım istiyorö diye devam eden yaz,da ellerin ya lanmay, en çok ele veren organlar oldu u dolay,s,yla daha özenli korunmalar, gerekti i hat,rlat,l,yor: öd, etkenlerle en fazla temasta olan ellerinizin pürüzsüz görünmesini istiyorsan,z; so uk havada eldiven, güne te koruyucu krem kullan,n. Ya lanma belirtilerine kar , da peeling ve dondurarak tedaviden yararlan,nö. Bu yorumlar, yapan ve ipuçlar,n, veren yine alan,nda uzman bir t,p doktorudur. Yeni geli meler ile kad,nlar,n bu durumdan kurtulabilece i çe itli çözüm önerileri de sunulmaktad,r. Genellikle kad,nlarda ya l,l,k bir tür aseksüellik olarak alg,lan,rken özellikle popüler medyadaki baz, söylemlerle bu durumun farklı bir alg,lanmas, da dikkati çekmi tir. öSeksi, olgun, ya l,ö olarak tan,mılanan yeni bir kad,n sunumu ortaya ç,kmaktad,r. (Holstein&Parks&Waymack, 2011, s. 45) öHayalinizdeki dekolte için gö üs d, ar,ö (Hürriyet Gazetesi,13.11.2009) ba l,kl, yaz, ise kad,n cinselli i ba lam,nda beden alg,s, ve ya lanma ile ilgili bir metni içermektedir. öGö üslerin çekicili i, büyük olu lar,yla de il kad,nlar,n onlardan ne kadar memnun olduklar,yla ilgilidir genellikle! Bu memnuniyeti ise söz konusu bölgedeki cildin , ,lt,l, ve gergin görünümü sa larö ifadeleri ile devam eden yaz, kad,nlar,n çekiciliklerini ileri ya larda da devam ettirebilmek için gerekli olan özeni ve bakım, ihmal etmemeleri önerileri ile sürüyor.

öDekolte ve gö üs cildinin gerginli i, ço unlukla gö sü çevreleyen derinin yap,s,na ba l,d,r. Buradaki derinin kalitesi de i tirilebilir. Çünkü gö üs kremleri elastikiyeti düzeltir, güzellik uygulamalar, ba dokusunu güçlendirir, gündelik küçük de i iklikler k,r, ,kl,klar,n ya da erken ya lanman,n önüne geçebilirö.

Çabukluğa göre; 1990lardan itibaren gençli i öne ç,karan söylemler taraf,ndan orta ya l, kad,nlar ögençlik zorlamas, bas,nc,ö alt,na sokuldu ve bedenlerinden ho nut olmayan, suçluluk duyan bir psikolojiye sürüklenerek, daima genç kalmay, vaat eden t,bbi ve bilimsel uygulamalar, kaç,n,lmaz olarak sundu. Böylece kad,nl,k orta ya lardan sonra do al ak, , içinde ilerleyen bir süreç olmaktan ç,kar,l,p, yeniden düzenlenen, kontrol edilen, yeniden üretilen *öbedensizle tirilmi , s,hhile tirilmi , sterille tirilmi* ö bir projeye dönü türüldü. (Çabuklu, 2006, s. 24) Ya lanma, gençli in ifade etti i birçok eyin yitirilmesi olarak kabul edildi i için ya l,l,k ise özellikle kad,nlar bedenlerinden memnun de illermi ya da olmamal,larm, gibi ön kabullerle medyada sürekli gündemde tutulurken, kad,n,n bedeniyle yeniden bar, mas,n,n formülü s,k s,k sunulur. Bedeninden memnun olmamak, görünümüne yat,r,m yapmak ve ya lanma kayg,s, gibi dürtüler ile ili kili olarak medyan,n

özellikle de televizyon ve magazin dergilerinin etkisinin yads, namayaca ,n, vurgulayan Slevic ve Tiggemann (2010), ço unlukla bir normalle tirme süreci içinde bireyler fark,na bile varmadan sosyal gerçeklerle ilgili alg,lar,n,n etkilendi ini öne sürerler. yi ya lanma (hatta ya lanmama, ya l,l, , olabildi ince erteleme, görmezden gelme) söyleminin medyada özellikle de kad,n dergilerinde nas,l ele al,nd, ,n, tart, an McKay (2003), popüler medyan,n kendisini gündelik ya am, belirlemede ve kitleleri yönlendirmede ve alg, olu turmada önemli bir kaynak olarak in a etti ini belirtir. Medyada yer alan ünlü kad,nlar,n söylemlerini analiz etti i çal, mas,nda (McKay, 2003), güzel ve mutlu ya lanman,n ipuçlar,n, moda dergilerinde yer alan ünlü ve orta ya ,n üzerindeki kad,nlar,n kendi anlat,lar,ndan irdeledi inde, medyan,n pompalad, , anlay, , peki tiren ve tekrar eden bu kad,nlar için ya lanman,n; mümkün oldu unca ertelenen, görmezden gelinmesi gereken bir durum olarak alg,land, ,n, belirtir. Büyük bir kitlesel pazara hitap eden dergide, büyük oranda sa l,k ve güzellik tavsiyeleri ve ürünlerin reklam, yer bulmaktad,r. Ayn, yay,na göre söz konusu kad,nlar ve temsil ettikleri ya am tarz, taraf,ndan iyi ya lanmak için, iyi bir ili ki ve aile önemli bir ba olarak ileri sürülmektedir. Günümüzde sa l,kl, beden, hem sa l,k hem de statü aç,s,ndan, toplumsal hiyerar inin en üstünde yer almaktad,r. T,bbi bilginin artan teknolojik gelişiminin sonucu nüfus piramidinde ya l, oran,n,n artmas, toplumsal alana, ya am kalitesi ve beden anlay, ,nda farklı,klarla yans,m, t,r. Dolay,s,yla da ya l,l,k ve ya lanmaya bu yeni sistem içerisinde yer yoktur. Ya lanma bedeninin sa l,kl,, canl, ve hareketli, formda olmas, gerekti ini benimseyen mevcut sistem içinde bir tehdit olarak alg,lanmaktad,r. Anti-agingö denilen kavram, da bu hâkim de er belirlemede, ya lanmay, beden, özellikle de kad,n bedeni aç,s,ndan kabul edilemez bir süreç olarak tan,mılamaktad,r. (Nazl,, 2008, s. 20)

Kad,n ve ya lanma ile ilgili olarak en fazla tart, lan, haber yap,lan konulardan birisi de menopozdur. 1980lerden sonra menopozun ticarile tirilmesi sürecinin h,zland, ,n, ve kad,n,n, vücudundaki kimyasal dengesizliklerin esiri olarak, tedaviye muhtaç olarak tan,mılanmaya devam etti ini söyleyen Çabukluo,ya (2006, s. 22) göre öpost-fordist hizmet sektörleri ço unlukla kad,n eme ine dayal,d,r ve oçal, ma hayat,n,n feminizasyonu patriarkay, ürkütmekteydiö. Bu nedenle menopoz ve sonrası, dönemin t,bbile tirilmesi ataerkil toplumda kad,nlar,n ya amlar,n,n ölene kadar denetim alt,nda tutulmas,n, sa l,yordu. Özellikle medyada ve reklamlarda kad,n imajlar, genellikle genç, formda, ince ama cazip kad,n modelleri ile çizilirken, ya l, kad,nlar ya da fiziksel ya lanma belirtileri daha çok komedi türü metinlerde hikâyeyi güçlendirmek için kullan,lan imgelerle ifade edilir. (Clarke, 2011) Clarke, kad,n, ya lanma ve anti-aging ili kisini uzun y,llar süren çal, mas,na

dayand,arak aç,klar,ken, kad,nlar,n medyan,n etkisiyle yeni bir imaja sahip olduklar,n, vurguluyor. Yapt, , görü melerde kad,nlar,n art,k ya l, görünmek istemediklerini, özellikle de ya land,klar,n, halde ya lar,n, göstermediklerini övünerek ifade ettiklerini aktar,yor (Clarke, 2011, s. 119). Ya l,l,k ve güzellik söylemlerinde ya l,l,ka öe er ya ,n, göstermiyorsan ve genç görünüyorsan güzelsinö alt metninin ç,kt, ,n, ifade ediyor ve ya l,l, ,n modern toplumsal söylemde genç görünmek kayd,yla kabul edildi ini vurguluyor. Kozmetik cerrahinin iki binli y,llar,n ba ,ndan itibaren çok h,zl, geli ti ini ve bu alanda b,çak alt,na yatarak bedeni güzelle tirme ve manipüle etmenin genç, ya l,, kad,n, erkek her grubu kapsayacak kadar yayg,n oldu unu ama as,l hedef kitlenin orta ya taki kad,nlar oldu unu yapt,klar, saha ara t,rmas, ile de peki tiren Slevec ve Tiggemann (2010) ise, yeni döneme ait yeni ya lanma, güzellik ve sa l,k anlay, lar,n,n medya ba ta olmak üzere, tüm toplumsal ayg,tlar arac,l, ,yla yerle tirildi ini ifade etmektedirler.

Beden ve ya lanma ili kisini kültürel, biyolojik ve moral aç,dan ele alman,n zorunlulu u örneklerle de peki mektedir. Konu bu ba lamda ele al,nd, ,nda kad,nlar,n ya l,l,ka ilgili olarak üretilen söylemlerde erkeklerden daha negatif ve çekici olmayan anlamlarla yüklü olarak tan,mland, , görülmektedir. Bedene ait imaj,n ve alg,laman,n sosyal pratikler ve moral de erlerle ilintili oldu unu vurgulamakla birlikte (Holstein&Parks&Waymack, 2011) tüm bunlarla ili kili olarak iddia edilebilir ki; beden politik bir konudur ve ya l,l,k ile ilgili alg,lamalar biyolojiden çok sosyal olarak in a edilen bir alg,lamaya dayanmaktad,r (Holstein&Parks&Waymack, 2011, s. 49). Kad,nlara özgü ya amsal do al, durumlar da asl,nda kültürel olarak kurulur. Örne in, baz, kültürlerde menopoz, dolay,s,yla ya l,l,k kad,nl,k i levlerinin kayb, anlam,na geldi i için büyük kayg, yaratmaktad,r. Oysa baz, kültürlerde ise kad,nlar menopoz döneminde daha özgür olmakta ve sayg, görmektedir. Dolay,s,yla menopoz ve ya lanmaya yüklenen anlamlar kültürel ve görecelidir. (Özarlan, 2004)

Hürriyet Gazetesinden (19.03.2011) bir örnekle konu irdelendi inde; öYa lanma belirtilerine sonö cümlesi ile ön plana ç,kar,lan metinde, öAynaya bakt, ,n,zda sizi en çok yüzünüzdeki hangi nokta rahats,z ediyor? Büyük olas,l,kla, göz çevresinde dikkat çekmeye ba layan ince k,r, ,kl,klar... Bu kar, ,kl,klar, özellikle 30đu ya larla birlikte daha da belirginle iyorö cümleleri ile 30 ya ,n üstündeki ya grubunun hemen tümünün dikkatini çekebilecek tarzda genel ve yayg,n özellikleri s,ralayarak konuya dikkat çekiliyor, ard,ndan:

öPeki, hayalinizde nas,l bir görünüm var? Daha s,k, göz çevresi, toparlanm, göz kapaklar,, azalm, çizgi ve k,r, ,kl,klar, azalm, mor halkalar, gözle görülür oranda daha ayd,nl,k göz çevresi ve hafiflemi göz alt, torbalar,... Lancome i te bu ihtiyaca "Renergie Yeux Multiple Liftø ile cevap veriyor. Göz çevresindeki 6 ya lanma belirtisini gözle görülür oranda azaltan bak,m ürünü iki formülden olu uyor:

Formül 1: Lifting, s,k,la t,rma ve k,r, ,kl,klar, azaltma etkili... Zengin içeri i ve yo un nemlendirme özelli i, hassas göz çevresinde benzersiz bir his yarat,yor. Konforlu ve besleyici dokusuyla da cildi ayd,nlat,c, bak,ma haz,rl,yor.

Formül 2: Asya kökenli leke kar ,t, balm bazlardan esinlenen, varl, , belli bile olmayan ayd,nlat,c, doku... Mor halkalar,n ve göz alt, torbalar,n,n görünümünü azalt,yor, bak, lar, an,nda ayd,nlat,yorö.

Önerilerle bilgilendirme yönlendirme devam ediyor. Do rudan bir kozmetik ürünün tan,t,m, ve reklam,n, içeren metin, çarp,c, ifadelerle övarl, , bile belli olmayanö, öan,nda ayd,nlatanö hemen çözüm üreten ve mucize ürünler olarak pazarlanmaktad,r.

öYa lanmay, geciktiren al, kanl,klarö ba l, ,yla sunulan yukar,daki söz konusu metin bir kö e yaz,s,d,r ve yazar ya lanmaya kar , savunmas,z ve bilinçsiz yakalanmamak için, ya l,l,ktan korkmak yerine ya am tarz,n, de i tirerek ve basit önlemlerle bu sürecin önüne geçilebilece i ima eder. Öneriler aras,nda stresten uzak durmak, olaylara olumlu yakla mak, düzenli uyumak, iyi beslenmek, a r, spordan uzak durmak gibi önerilerin yan,nda bu alanda üretilmi ve etkili kozmetik ürünler marka ve isimler verilerek kad,nlara tan,t,lmaktad,r. Kö e yaz,s, adeta reklam afi i gibidir. Do ru spor ve beslenme önerilerinin yan,nda nemlendirici kremler gibi kozmetik ürünlere de özellikle de inilir. Bu örnek ya lanma ve ya l,l,k alg,s,n,n medyada nas,l bir anlamda anti-aging çal, mas,na dönü türüldü ü ve bir tür kozmetik ürünlerin pazarland, , bir alan dönü türüldü ünün çarp,c, örne idir.

Uzmanlar ço unlukla ya l,l,kla ba etme, erteleme yollar, ile ilgili öneriler sunarken, bazen de ya lanman,n önlenemeyece ini vurgulay,p ya lanmadan korkmamak gerekti i ancak daha sa l,kl,

ve mutlu ya lanman,n olabilece ini, yine de tedbirli olmak gerekti i yönünde yorumlar da yapmaktadır: öYa lanma önlenemezö cümlesi ile ba layan metin; öKendinize ne kadar özen gösterirseniz gösterin bedeniniz mutlaka ama mutlaka ya lanmak üzere programlanm, t,r. Beden, ona pek güzel baksan,z da zamanla eski gücünden mutlaka bir eyler kaybediyorö. Sonuçta durum; öKendine bakma ya da bakmamaö ve ögenetik miras,n gücüö ile alakal, bir eyö diye devam ederken,

öAma ya l,l, a boyun e meyinö, Bütün bunlar do ru ama do ru olan bir ey daha var: Ya l,l,k sürecini oldu u gibi kabullenmek, ona ko ulsuz teslim olmak da do ru de il. Bu, ya l,l,kla sava maya kalkmak, onu reddetmek kadar yanl, . Do ru olan ya l,l, , kay,ts,z arts,z kabullenmek ya da kavga etmek yerine medeni bir ili ki kurmak, ona zaman zaman uyup, keyfini, dinginli ini, yava l, ,n, ya amak ama bir yandan da ya lanma h,z,n, yava latabilecek basit ama etkili baz, önlemleri almak olmal,d,rö. (Hürriyet Gazetesi, 06.12.2010)

Burada da görüldü ü gibi her eye ra men ya l,l,k, kavga edilecek, dingin kar ,lanacak, reddedilecek k,saca kar ,s,nda bir tav,r, tutum tak,n,lacak durumdur ve daima bu olguya kar , tetikte olmak hiçbir zaman haz,rl,ks,z yakalanmamak gereklidir. Bu mesaj ayn, gazetede zaman zaman tekrar etmektedir. Ayn, uzman (Hürriyet Gazetesi, 24.05.2010) öya lanmaktan de il geç kalmaktan korkunö ba l, , ile ayn, konuyu ba ka günlerde de defalarca i lemektedir. Burada ya lanman,n kaç,n,lmaz oldu unu ama geç kalmadan önlem al,nmas,n,n faydal, olabilece i ifade ediliyor. Geç kalmadan, ya am tarz,n, de i tirerek ve gündelik ya am,n, düzenleyerek, stresten, uykusuzluktan, a ,r, kilodan, asosyallikten, hareketsizlikten, yapay g,dalardan uzak durarak ya lanma sürecine müdahale edilece i bir t,p doktoru olan uzman taraf,ndan aç,klan,yor.

Konu baz, ilginç ba l,klar ve tan,m,mlamalar bak,m,ndan irdelendi inde: öya lanmad,k olgunla t,kö, öya lanmak insan, çirkinle tirir miö, öya 35 yolun üçte biri mi olacak?ö, öcilt ya lanmas, 35öte ba l,yorö, ö40öndan sonra az yiyecek çok ya arö, öhedefiniz ömrünüzü uzatmak de il iyi ya lanmak olsunö, ögüzel ya ayan güzel ya lan,rö, özarafetle ya lanmak için ne yapmak gerekö, öevlilik ömrü uzat,yorö, öen iyi pozunuzu menopozda verebilirsinizö, öebedi ya amak istiyorumö ögenç görünme arzusu ba ,ml,l,k yarat,yorö gibi cümlelerle örneklenebilecek tan,m,mlamalar, içermektedir.

## SONUÇ

Gençlik, ya l,l,k gibi kavramlar,, biyolojik süreçleri ifade eden ve somut bir tak,m fiziksel görünüşler ile açıklanmış, kabul etmekle birlikte sosyolojik olarak inşa edilen ve içinde buldukları toplumsal yapılar tarafından belirlenen toplumsal konumlar olarak tanımlayabiliriz. Bu anlamda konuyu tartışırken başlamak önemlidir. Çünkü hangi toplumda, hangi koşullarda ve hangi referanslarla, kime ya l, ya da genç denildiği meselenin temelini oluşturur. Başlamada söz konusu konulara yüklenen anlamlar, onlara karşı takınılan tavırlar, tutumlar ve atfedilen değerler toplumsal oldukları için de görecelidirler. Bu çalışmada tüketim toplumu ülkeleri içinde ele alınan konu, günümüzdeki toplumsal yapı içerisindeki tanımlamalar, ve bu tanımlamaların yazılı basından seçilen bir örnekle (Hürriyet Gazetesi'nde) nasıl ele alındığı, çözümlemesine dayanmaktadır. Gazeteden seçilen örneklerle referansla, ya lanma ile ilgili metinler çözümlendiğinde konunun gençliği yitirmeme, uzun ömür, genç ve dinamik görünmeye devam etme, öya, göstermeme, öyi ya lanma, ösallık, ya lanma, öyalı, izlerini silme, öyalı, mümkün oldu unca erteleme, öyalı, görmezden gelme vb. temalar etrafında sunuldu u söylenebilir. Söz konusu gazetede ya l,l,k döneminde ekonomik, sosyal ve psikolojik sorunların neredeyse yer almadığı, görülmü tür. Aynı biçimde tıbbi bakım, barınma, rehabilitasyon gibi temel sosyal ve sağlık sorunlarının yerine daha popüler temalarla, tüketim ülkelerini temsil eden, anti-aging, genç kalma, kozmetik, estetik gibi temalarla uzmanların önerileri eli içinde ele alındığı, görülmü tür. Dolayısıyla ya l,l, n do al bir yaşam süreci olduğu bilgisi geriye itilerek gençlik yüceltilmektedir. Böylece kaybedilmemesi gereken bir değer olarak sunulan gençliği korumak için uzmanlar ve bilimsel çalışmalar, malardan alınan destekle tüketim ülkeleri ve pazar ekonomisi içindeki yeri pekiştirilmeye çalışılmaktadır.



## REFERANSLAR

- Andrews, M. (2008). *Lifetimes of Commitment Aging, Politics, Psychology*, Cambridge: Cambridge University Press /UK.
- Arun, Ö., (2009). öYa l, Bireylerin Türkiye Serüveni: Türkiye'de Ya l, Bireyler Arasında Kültürel Sermaye Da l, m, ö, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1):77-100  
<http://sbe.gantep.edu.tr>.
- Binstock, R., Fishman R. J., Johnson E. T. (2006). öAnti-Aging Medicine and Science Social Implicationsö, *Handbook of Ageing the Social Sciences*, Ed. Robert H. Binstock and Linda K. George, 6th ed. Elsevier Inc. USA, UK, pp. 436- 455.
- Bourdieu, P. (1997). *Toplumbilim Sorunlar*., Çev: I ,k Ergüden, İstanbul: Kesit Yayınlar,
- Butler, J. (2005). *Cinsiyet Belas*., Çev: Ba ak Ertür, İstanbul: Metis Yayınlar,.
- Cirhinlio lu Z. (2001). *Sa l, k Sosyolojisi*, Ankara: Nobel Yayınlar,.
- Clarke, L. H. (2011). *Facing Age, Women Growing Older in Anti-Aging Culture*, Rowman&Littlefield Publishers nc.
- Cruikshank, M. (2009) *Learning to be Old, Gender, Culture, and Aging*, Uk: Rowman&Littlefield Publishers, Inc 2nd ed. USA
- Çabuklu Y. (2006). *Bedenin Farklı Halleri*, İstanbul: Kanat Yayınlar,.
- Ercan, F. (2006). *Modernizm, Kapitalizm ve Azgeli mi lik*, İstanbul: Ba lam Yayınlar,.
- Fealy, G., McNamara, M., Treacy, M. P., Lyons, I. (2011) öConstructing Ageing and Age Identities: A Case Study of Newspaper Discoursesö, *Ageing & Society*, 32: 85-102.  
<http://journals.cambridge.org>
- Featherstone, M. (1995). öPost- Bodies, Aging and Virtual Realityö, ed. Featherstone, M., Wernick, A., *Images of Aging, Cultural Representations of Later Life*, London: Routledge pp: 231-248
- Foucault, M. (2002). *Klini in Do u u*, Çev: Temel Ke o lu, Ankara: Doruk Yayınlar,
- Holland, S., (2004). *Alternative Feminities, Body, Age and Identity*, Berg: New York
- Holstein, Martha B., Parks, Jennifer A., Waymack, Mark H., (2011). *Ethics, Aging, and Society the Critical Turn*, New York: Springer Publishing Company.
- Koçak, A., Terkan, B. (2009). öMedia Use Behaviours of Elderly: A Uses and Gratifications Study on Television Viewing Behaviours and Motivationsö, *GeroBilim, Journal on Social&Psychological Gerontology*, 3(1) pp.70-86.

- Mckay, S. (2003). "The Paradox in Aging Well: Stories of Older Women in the Australian Women's Weekly", *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, Vol. 17, No. 2, p. 177- 185.
- Morriss J. E., Boyle, J. M. (1987). *The Mirror of Time: Images of Aging*, Connecticut: Greenwood Pres.
- Nazl., A. (2008). *Hastal,k ve Hasta Bedenin Sosyal n as,: Meme Kanseri Örne i*, zmir: Güven Kitabevi.
- Özarlan, A. D. (2004). *K,r,m,z, Kar Toplumsal ve Kültürel Aç,dan Ayhali*, stanbul: Ba lam Yay,nlar,.
- Riggs, K. E. (2004). *Aging and New Technology on the Job in America*, New York & London: Routledge.
- Sawchuk, K. A. (1995). "From Gloom to Boom, Age, Identity and Target Marketingö *Images of Aging Cultural Representations of Later Life*, (ed.) Mike Featherstone, A. Wernick, Routledge: London, pp: 175-190
- Slattery, M. (2007). *Sosyolojide Temel Fikirler*, Yay. Haz: Ümit Tatl,can, Gülhan Demiriz, Bursa: Sentez Yay,nlar,.
- Slevec J., Tiggemann, M. (2010). "Attitudes Toward Cosmetic Surgery in Middle- Aged Women: Body Image, Aging, Anxiety, and the Mediaö, *Psychology of Women Quarterly*, 34: 65-74.
- Tufan, . (2002). *Antik Ça dan Günümüze Ya l,l,k*, stanbul: Ayk,r, Yay,nlar,.
- Turner, B. S. (2011). *T,bb, Güç ve Toplumsal Bilgi*, Çev: Ümit Tatl,can, Bursa: Sentez Yay,nlar,.
- Terzi, ., *Hürriyet Gazetesi* Pazar Eki, 24.04.2011.
- Turner, B. S. (1995). "Aging and Identity: Some Reflections on the Somatization of the Selfö, ed. Featherstone, M., Wernick, A., *Images of Aging, Cultural Representations of Later Life* London: Routledge, pp: 249-266.
- Türko lu, N. (2010). *Toplumsal leti im*, stanbul: Urban Kitap.
- Wilson, Gail, (2009). "Global Ageing and Ideology: Crisis v. Opportunityö, *GeroBilim, Journal on Social & Psychological Gerontology*, 3 (1), pp. 20-33.
- Hürriyet Gazetesi, 26.08.2007
- Hürriyet Gazetesi, 22.03.2010
- Hürriyet Gazetesi, 24.05.2010
- Hürriyet Gazetesi, 23.07.2010
- Hürriyet Gazetesi, 30.11.2010
- Hürriyet Gazetesi, 06.12.2010

Hürriyet Gazetesi, 19.03.2011

Hürriyet Gazetesi, 31.03.2011

Hürriyet Gazetesi, 24.04.2011