

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ**  
**ANKARA ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS) KÜLTÜRÜ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Murad KARABULUT**

**Ankara, 2025**

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ**  
**ANKARA ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS) KÜLTÜRÜ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Tez Danışmanı**

**Prof. Dr. Deniz SEZGİN EMÜLER**

**Murad KARABULUT**

**Ankara, 2025**

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ**  
**ANKARA ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM**

**SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS) KÜLTÜRÜ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Tez Danışmanı**

**Prof. Dr. Deniz SEZGİN EMÜLER**

**TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ**

**1- Prof. Dr. Deniz SEZGİN EMÜLER**

**2- Doç. Dr. Alev ASLAN**

**3- Doç. Dr. Nilüfer PINAR KILIÇ**

**Tez Savunma Tarihi**

**07.05.2025**

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ**

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,**

**Prof. Dr. Deniz SEZGİN EMÜLER** danışmanlığında hazırladığım “**Sosyal Medyada Sağlıklı Yaşam (Wellness) Kültürü (Ankara 2025)**” adlı yüksek lisans tezimdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallarına uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul edeceğimi beyan ederim.

**04.06.2025**

**Murad KARABULUT**

## TEŐEKKÖR

*Hayatımın her döneminde koşulsuz şartsız destek veren  
Anneme  
Kevser Yiğiter'e*

## İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
TABLolar DİZİNİ.....	iv
GİRİŞ.....	1
<b>1. BÖLÜM: TIBBİ PARADİGMANIN DÖNÜŞÜMÜ VE SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS) HAREKETİ.....</b>	<b>17</b>
1.1. SAĞLIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ VE MODERN TIBBİ PARADİGMANIN OLUŞUMU.....	17
1.1.1. Sağlığın Tarihsel Gelişimi.....	17
1.1.2. Modern Tıbbi Paradigmaya Eleştirel Yaklaşımlar.....	21
1.1.3. Eski Paradigmanın Mirası: Âciz Bireyler ve Güçlü Salgınlar.....	24
1.1.4. Neoliberal Özne: Sağlık ve Mutluluk Arayışında Aldatılan Kimseler.....	29
1.2. TIBBIN DESTEKLEYİCİ PARÇASINDAN KENDİ BAŞINA BİR KÜLTÜRE DOĞRU: SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS).....	37
1.2.1. Sağlıklı Yaşam Hareketi.....	37
1.2.2. Sağlıklı Yaşam (Wellness) Hareketinin Kurucuları.....	39
1.2.2.1. Halbert L. Dunn.....	39
1.2.2.2. John W. Travis.....	41
1.2.2.3. Don Ardell ve Bill Hettler.....	43
1.2.3. Sağlıklı Yaşam Hareketi Kurucularının Ortak Noktaları ve Ayrılımları.....	47
<b>2. BÖLÜM: SOSYAL MEDYA VE SAĞLIKLI YAŞAM ETKİLEYİCİLERİ.....</b>	<b>49</b>
<b>2.1. SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM KÜLTÜRÜ.....</b>	<b>49</b>
2.1.1. Sağlıklı Yaşam Endüstrisinde Kapitalist Pratik Formülün Kurucu Noktası: Sosyal Medya ve Sağlıklı Yaşam Etkileyicileri.....	52
2.1.2. Sağlıklı Yaşam Etkileyicilerinin Değişmeyen, Tek Tipleşen, Ortak Yöntemleri.....	57
2.1.3. Sağlıklı Yaşam Endüstrisinin Sosyal Medya Anlayışı: Bireyin Bütün İhtiyaçlarının Pazarı ve Onları Kısıtlayan Algoritmalar.....	66
2.1.4. Instagram’da Sağlıklı Yaşam Etkileyicilerinin Kendilerine Yabancılaşmış ve Pazarda Metalaşmış Bedenleri.....	70
<b>2.2. ANLAMI MÜZAKERE ALANINA DÖNÜŞTÜRMEK.....</b>	<b>73</b>
2.2.1. Kapitalist Pratik Formülün Dışına Çıkmak ve Anlamı İnşa Etmek.....	75
2.2.2. Anlamın Müzakeresinde Sağlıklı Yaşam Etkileyicileri.....	78
2.2.3. Sosyal Medya ve Sağlık Başlıklarını Birlikte Düşünmek.....	79
<b>3. BÖLÜM: SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS) KÜLTÜRÜ.....</b>	<b>82</b>
<b>3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....</b>	<b>82</b>
3.1.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	86

3.1.2. Araştırma Soruları.....	92
<b>3.2. BULGULAR.....</b>	<b>92</b>
3.2.1. Etkileyiciler ve Profil Hesapları.....	92
3.2.2. Profil Fotoğrafları.....	98
3.2.3. Teknik Özellikler.....	99
3.2.4. Dil Bilgisi ve Emoji Kullanımı.....	101
3.2.5. Hashtag Kullanımı.....	102
3.2.6. Reels Videolarının Çekildiği Mekânlar ve Bireysel Anlatılar.....	105
<b>3.3. SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM KÜLTÜRÜNÜN HÂKİM ÖRÜNTÜLERİ HEGEMONİK SÖYLEMLERİ VE AYRIM NOKTALARI.....</b>	<b>113</b>
<b>3.3.1. Hâkim Örüntü ve Hegemonik Söylem.....</b>	<b>113</b>
<b>3.3.2. Uzlaşma Noktaları.....</b>	<b>115</b>
3.3.2.1. Bireysel Dönüşüm Hikâyeleri.....	115
3.3.2.2. Tıbbi Otoritenin Bilimsel Reçeteleri Yerine: Kürler, Sırlar, Mucizeler, Kadim Bilgiler, Alternatif Çözümler.....	120
3.3.2.3. Marketlerden Mutfağa: Sağlıklı Beslenme.....	122
3.3.2.4. Ticari İlişkiler ve İşbirlikleri.....	128
3.3.2.5. Anlatılarda Nicelin Ağırlığı: Sayılarla Konuşmak.....	134
<b>3.3.3. Ayrım Noktaları ve Yerel Sızıntılar.....</b>	<b>136</b>
3.3.3.1. Türkiye'nin İçerisinde Bulunduğu Ekonomik Kriz, Yetersiz Beslenme ve Gıda Denetimi Güvensizliği.....	137
3.3.3.2. Erkek Kardeşliği ve Erkeklik Anlatıları.....	141
3.3.3.3. Milliyetçilik.....	148
3.3.3.4. Kadınlar Arası Dayanışma Stratejileri: Çocuk Bakımı, Ev İçi Üretim ve Bakım Yükünü Paylaşma, Hastalık ve Hasta Bakım Yükünü Paylaşma.....	151
3.3.3.5. Dini Öğeler.....	157
3.3.3.6. Bilimsel Çalışmalardan Faydalanma.....	163
3.3.3.7. Dışlama Pratikleri.....	167
<b>3.3.4. Bulguların Değerlendirilmesi.....</b>	<b>171</b>
<b>SONUÇ.....</b>	<b>178</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>186</b>
<b>ÖZET.....</b>	<b>191</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>193</b>

## TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo 1.</b> Araştırma Kapsamında İncelenen Instagram Kullanıcılarının Profil Bilgileri ve Reels Paylaşım Sayıları.....	94
--	----

## GİRİŞ

Hastalığın merkezde, bulaşıcı hastalıklarla mücadele eden sağlık profesyonellerinin itibarlı, hastalık alanındaki bilgi kaynaklarının kısıtlı olduğu, hastanın kendisini suçlu hissederek hastalığına dair umutsuzluğa kapıldığı geleneksel tıbbi paradigma dönüşüm sürecindedir. Sağlığın idealize edilerek merkezleştiği, bireylerin sağlıklı kalmak için sürekli arayışta olduğu, sağlık ve hastalık bilgilerinin kaynaklarının zenginleştiği ve bilgilere ulaşımın kolaylaştığı, sağlık profesyonellerinin itibarının daha fazla sorgulandığı; hastalığın umutsuzluktan çok bireyin kendisini keşfedebileceği, yapmadıklarını yapabileceği, kendisine vakit ayırabileceği bir zaman dilimi olarak tanımlandığı yeni bir dönem doğmaktadır. Sağlığın tarihsel gelişimi ve tıbbi paradigma içerisinde bir kültür olarak sağlıklı yaşam (wellness) hareketi böyle bir dönemin tanığı olarak ortaya çıkmıştır.

Hastalık ve sağlık kavramlarını dönüştürmekte olan yeni dönemin birçok kurucu noktası vardır. Bu noktaların başında Dünya Sağlık Örgütü'nün sağlığa dair tanımı değiştirmesi yer almaktadır. Dünya Sağlık Örgütü 1947 yılında sağlık tanımını hastalık yokluğundan ziyade tam iyilik hali olarak tanımlamış ve sağlığı ulaşılması gereken ideal bir konuma yerleştirmiştir. Sağlık bireylerin her zaman arayışta olduğu, sürekli olarak kendilerini sorguladıkları, tam, bütün hissetmeye çalıştıkları soyut bir tanıma doğru genişlemiştir. Yeni dönemin bir diğer kurucu noktası bulaşıcı hastalıklarla mücadelede başarı kazanan insanlığın erken ölümleri engellemesi ve yaşam süresini uzatmasıdır. Yaşam süresinin uzaması ile birlikte daha önce ortaya çıkmayan veya etkisi dar olan hastalıklar artış göstermiştir. Kronik hastalıklar dönemi olarak da adlandırılan bu dönemde insanlığın yaşam süresinin uzamasına rağmen yeni birçok hastalık ortaya

çıkmiştir. Kronik hastalıkların kısa sürede ortadan kalkmadığının görülmesi, ilaç kullanımının düzenli hale gelmesi ve artması, ilaç ve sağlık endüstrisinin kâr odaklı yaklaşımı öncelemesi, sağlığın kâr odaklı bir alan haline gelerek rantta daha fazla açılması, kâr odaklı sigorta şirketlerinin sağlık alanındaki etkinliklerini artırması, özel sağlık hizmetlerinin gelişimi ve parası olanın sağlığa ulaşabilmesi gibi birçok belirleyenin farklı dönemlerde farklı ağırlıklarla etkide bulunması nedeniyle sağlık profesyonellerine yönelik sorgulamalar artmıştır ve itibarları zedelenmiştir. Ayrıca internetin bulunması ve yaygınlaşması, dijital ağların gelişimi, sosyal medyanın ortaya çıkması gibi teknolojik gelişmeler ile birlikte sağlık bilgi kaynakları sağlık profesyonellerinden ve onların kütüphanelerinden toplumun tamamının ulaşabileceği şekilde ağlar üzerinde yapılanan yeni kamusal alanlara doğru genişlemiştir. Yanlış ve doğru bilgilerin tamamı, sağlık profesyoneli olan veya olmayan kişiler tarafından ağlara eklenmiş ve toplumla aralarında yeni ilişkilene biçimleri gelişmiştir. Sağlık bilgilerinin kaynağının değişmesi, sağlık alanındaki itibarın paylaşılmasına ve farklı temsilîyetlerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Dönüşmekte olan paradigmanın farklı temsilîyetler kazandığı, dijitalleşmenin gündelik yaşam içerisinde adım adım yayıldığı bu süreç içerisinde 2020 yılında dünya COVID-19 pandemisi ile karşı karşıya kalmıştır. COVID-19 pandemisi dünyanın bütün ülkelerine hızlıca yayılmaya başlamış, bireysel olarak sağlığından sorumlu olduğunu düşünen toplumsal anlayış kamusal sağlık politikalarına yönelik hızlı tedbirlere dönmek zorunda kalmıştır. İnsanlık geride bıraktığını düşündüğü bulaşıcı hastalıklar döneminin yirmi birinci yüzyıl için uzun yirminci yüzyıl için kısa bir özetini yaşamıştır. Bu deneyim, dönüşme sürecinde olan tıbbi paradigma için birçok konunun kapanmadığını göstermiştir. Sağlık profesyonellerinin itibarının tarihsel olarak nereden geldiği bir kez

daha keşfedilmiş, bireysel sağlık çözümleri kamusal sağlık politikalarının yokluğunda anlamını kaybetmekle karşı karşıya kalmış, dijital ağlarda sağlıkla ve hastalıkla ilgili bilgiler bir salgın gibi (infodemi) yayılmaya başlamıştır. Sağlık ve hastalık ile ilgili doğru bilgi tekrar beyaz önlüğün temsiliyetinde, sağlık merkezleri olarak hastanelerden, sağlık merkezlerinden kendi sesini duyurmuş ve bu süreçte toplumsal itibarını tazelemiştir.

Değişmekte olan tıbbi paradigma eski görüntüsünün toplumsal meşruiyetini gözler önüne sererken yeni görüntülerinden birisi olan sağlıklı yaşam hareketinin de sınırlarını göstermiştir. COVID-19 süreci bir kültür olarak sağlıklı yaşam hareketinin olanaklarının ve sınırlarının bireyler tarafından güçlü biçimde deneyimlendiği bir dönem olarak yaşanmıştır.

Eski paradigmanın toplumsal olarak etkin, yeni paradigmanın da doğum sürecinde olduğu bu dönem tıbbi paradigmadaki dönüşümün kırılmasını bir kez daha göstermiştir. Toplumsal kültürel bir süreç olarak anlamın farklı bağlamlarda ve ortamlarda inşa edildiği dönüşüm süreçleri eskinin ve doğmakta olanın bir arada gözlemlenebildiği ve deneyimlenebildiği dönemlerdir. COVID-19 pandemisi geçmiş olmakla birlikte pandemi sürecindeki deneyimlerin etkileri devam etmektedir. Yirminci yüzyılın neoliberal politik kurguları sağlık alanında sınanmış ve toplumsal kültürel yaşam kamusal politikaların gerekliliği konusunda eskiye dayanan yeni tartışma başlıkları kazanmıştır. Fakat bir kültür olarak sağlıklı yaşam hareketi etkisini kaybetmemiştir ve gelişmeye, zenginleşmeye, sosyal medyada yaygınlaşmaya devam etmektedir.

Sağlıklı yaşam (wellness) hareketi kendi gelişim çizgisi içerisinde farklı temsiliyetler kazanmış olmakla birlikte ilk ortaya çıktığı dönemden bugüne kadar hareket alanını toplumsal yaşamda, bireysel tutum ve davranışlarda genişletmeye devam etmiştir. Kendi anlatısını ve temsilcilerini güçlendirerek devam eden hareketin karşılaştığı en ciddi engellerden birisi COVID-19 sürecidir. Dünyadaki COVID-19 deneyimi göstermiştir ki tıbbi paradigmada eski olanın hükmü henüz bitmemiştir. Sezgin (2016: 108) paradigma dönüşümüne şu şekilde dikkat çekmektedir: “Yaşanmakta olan köklü değişimlerin bir paradigma değişimine hizmet etmekte olduğunu; ancak, sağlık hizmetlerinin alanının genişliği düşünüldüğünde, sözü edilen paradigma değişiminin yavaş olacağını söylemek mümkündür.” Bu nedenle sağlıklı yaşam (wellness) hareketi hâlâ doğum sürecinde olan bir kültürel toplumsal değişimin adıdır.

Eski paradigmanın hâkim anlatısını kaybetmediği fakat yeni paradigmanın özgül bir yapı olarak kavranabileceği kültürel ve toplumsal dönüşüm süreçlerinin incelenmesinde Williams duygu yapıları (1990) kavramını kullanmaktadır. Williams’ın duygu yapıları kavramı yeni duygu yapılarının toplumsal ve kültürel anlamda biçimlenmekte olduğu dönemleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Williams’ın deyişle (1990: 106) “çözümleme olarak duygu yapısı özellikle doğmakta olan biçimlenmelerle ilişkilidir.” Bu noktada sağlıklı yaşam hareketinin bir kültür olarak başlangıç noktası belli olan, kırılımlarını yaşamış, kendi temsillerini yaratmış ve ilişkilerini geliştirmiş olması sebebiyle doğmakta olan bir kültür olarak görülemeyeceği iddia edilebilir. Williams bu durumu ise şu şekilde açıklamaktadır (1990: 106): “bu özgül çözümleme belirli bağlantıları, vurgulamaları, baskıları, belirli başlangıç noktaları ve sonuçlan olan özgül bir yapıdır.” Williams’ın da vurguladığı gibi doğmakta olan

kültürel, toplumsal süreçler başlangıçları belirlenmiş ve sonuçları gözlemlenebilen özgül yapılar olarak kavranabilirler. Bu nedenle sağlıklı yaşam hareketi bu çalışma içerisinde doğma sürecinde olan özgül bir yapı olarak kavranacaktır.

On dokuzuncu yüzyılda ortaya çıkan ve yirminci yüzyılda temsilcilerine kavuşan modern, seküler bir anlatı olarak sağlıklı yaşam hareketinin yirmi birinci yüzyılda gündelik hayatın tamamına hitap edebilmesinin ve sağlık alanındaki güçlü yaklaşımlardan birisi olabilmesinin iki önemli çarpanı vardır: neoliberal sağlık politikaları ve dijitalleşme (sosyal medya).

Neoliberal politikalar ile birlikte toplumun diğer alanlarında olduğu gibi sağlık alanında da köklü, yapısal reformlar uygulanmıştır. Hamzaoğlu'nun (2013) da vurguladığı gibi Dünya Bankası'nın liderliğinde gerçekleştirilen neoliberal politikalar sağlık alanında önce mali bir krize işaret etmiş ve ardından çözüm olarak sağlığın bütün alanlarını piyasalaştırmayı savunmuş ve uygulamıştır. Türkiye'de AKP hükümetinin 2003 yılında yürürlüğe koyduğu Sağlıkta Dönüşüm programı ile birlikte hayata geçen (Hamzaoğlu, 2013: 178) neoliberal sağlık politikaları kamusal sağlık kurgusunu kırarak sağlığı piyasadaki diğer metalar gibi arz-talep ilişkisine indirgemektedir. Bu çerçevede ise sağlık alımı satılabilen bir meta olarak bireylerin alım güçlerine oranla erişebildikleri bir hizmet haline getirilmektedir.

Neoliberal sağlık politikaları ile birlikte kamusal kurguların (kamusal politikaların oluşturulması, kamu faydasının öncelenmesi ve sınıflar arasında adaletli bölüşüm ilkelerinin uygulanması veya uygulanıyor gibi yapılması) ortadan kalkmakta; bireyin ve piyasanın merkezde olduğu yeni bir sağlık sistemi geliştirilmektedir.

Toplumsal ve kültürel olarak yaşanan bu dönüşümde birey hakları olan vatandaşın tüketiciye doğru dönüşmektedir. Sağlık bir hak olarak vatandaşın elde ettiği verili bir hizmet olarak değil tüketici olarak satın alabileceği, piyasadaki diğer metalden birine dönüşmektedir. Kamusal sağlık politikasının geri çekilmesi, sağlığın bir rant olarak bütün boyutlarıyla piyasaya açılması Sezgin'in "sağlıklı yaşam endüstrisi" (2011) olarak adlandırdığı bir endüstrinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Sezgin sağlıklı yaşam endüstrisinin ticari kaygılarla hareket ettiğini ve "biyoteknoloji ve sağlık sektörüne hizmet eden teknoloji üreticiler, ilaç endüstrisi, sağlık sigortaları ve kozmetik endüstrisi" başta olmak üzere gündelik hayatın tamamını tıbbileştirerek tüketici konumundaki bireylere seslendiğini vurgulamaktadır (2011; 2016: 102). Sağlıklı yaşam endüstrisi ile birlikte sağlıklı yaşam arayışında olan bireyler yüzlerini farklı kişilere dönmüş, sağlık pazarındaki ürünlerin tüketim zamanları hastalık evresi ile sınırlanmayarak bireylerin sağlıklı oldukları diğer günlere doğru, gündelik hayatın tamamını hedefleyecek şekilde genişlemiş ve yayılmıştır. Hastalığın başlangıcı ve bitişine yönelik karar verecek eğitilmiş gözler olarak uzman görüşünün ağırlığı azalmıştır. Hastalık sürecinde kullanılan ilaçlar çeşitlenmiştir. Sağlık endüstrisi gündelik hayatın tamamına yönelik ürünler ve pazarlama stratejileri geliştirmiştir. Gündelik hayatın tamamını hedefleyen bu strateji, dijital ağlar ile birlikte kendi temsilcilerine kavuşmuş, neoliberal politikaların gölgesi altında uzmanların iyi etme, sağlığına kavuşturma yetkileri toplumun farklı kesimlerine farklı amaçlarla dağılmıştır. Yetkilerin ve yöntemlerin destekleyici unsurları olarak bedenlerinin ve sağlıklı görünümlerinin fotoğrafları ve videoları ise dijital ağlarda (sosyal medyada) her gün yeniden üretilmektedir.

Sosyal medya sağlıklı yaşam hareketinin anlatılarını kurduğu, tezgâhını açtığı, topluluklarını oluşturduğu; kısaca, dönüşmekte olan toplumsal kültürel yaşamda yeni anlamların inşa edildiği, eskilerle mücadele edildiği, farklı kırılmalar ve uzlaşmalar ile birlikte bugünü şekillendiren bir kültürel üretim aracıdır. Bu nedenle tıbbi paradigmanın dönüşümünde incelenmesi gereken önemli alanlardan birisidir. Williams'a göre kültürel üretim araçları olarak kitle iletişim araçlarının (televizyon, radyo ve bugün sosyal medya) “doğallaştırma” tarzları tekrar tekrar incelenmesi gereken önemli alanlardır (1990: 79). Williams bu doğallaştırma süreçlerinin oldukça güçlü olduğunu ve yeni kuşakların bunları sorgulamadan rahatça alışabildiğini vurgulamaktadır (1990: 79). Böylelikle “insanların gerçek faaliyetleri ve ilişkileri şeyleştirilmiş bir biçimin şeyleştirilmiş bir tarzın ‘bir modern aracın’ arkasına” saklanabilmektedir (Williams, 1990: 79).

Sosyal medyayı diğer kitle iletişim araçlarından, modern iletişim araçlarından ayıran temel noktalardan birisi “katılımcı” yönünün olması veya Fuchs'un deyimiyle bütünleşik bir sosyallik yakınsaması (2016: 79) sağlamasıdır. Sezgin (2016: 106) de sosyal medyanın bu yönüne dikkat çekmekte ve değişmekte olan tıbbi paradigma içerisindeki rolünü şu şekilde vurgulamaktadır: “Sosyal medya, sağlık bilgilerinin paylaşıldığı, destek gruplarının oluşturulduğu, sürekli bilgi akışının ve paylaşımların olduğu bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Hızlı, erişilebilir ve diyalojik (karşılıklı, diyaloga dayalı) etkileşime açık olması sosyal medyayı özellikli hale getirmiştir.”

Sosyal medya, kullanıcılarının her düzeyde katılabilmesine imkân sağlayan (aynı zamanda kısıtlayan) bir altyapıya sahiptir. Sosyal medyanın katılımcı bir kitle iletişim aracı olarak inşa edilmiş anlamları kendi arkasına saklayabilecek

“doğallaştırıcı” bir işlevi de bulunmaktadır. Bu nedenle sosyal medyada anlamın inşasında etkili olabilecek kişiler çalışma kapsamında seçilmiştir. İngilizce’de influencer olarak adlandırılan ve Türkçe’ye etkileyiciler olarak çevrilen bu kişiler anlamın oluşumunda ve müzakere edilmesinde kilit bir konuma sahiptirler.

Sağlıklı yaşam hareketinin bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada yeniden üretilmesinde sağlıklı yaşam etkileyicileri önemli rol oynamaktadır. Türkiye’de yapılan çalışmalara bakıldığında sağlıklı yaşam etkileyicileri piyasa merkezli, pazar odaklı ve tüketim toplumu perspektifinden okunmakta; sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde hâkim pozisyonun ortak anlam dünyasını yeniden üreten dışlılardan birisi olarak anlatılmaktadır. Homojen bir kavrayış veya “kapitalist pratikten çıkarılmış bir formül olarak” (Williams, 2013: 68) sağlıklı yaşam etkileyicileri hâkim anlatının doğrudan yapılandığı ve kitleleri yapılandıran kimseler olarak konumlandırılmaktadır. Bu kavrayış indirgemecidir. Sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile anlamın inşasında mücadele eden ve hâkim kültür ile uzlaşma ve kırılma noktaları bulunan özgün kimselerdir. Ortak anlamın inşasında hâkim anlatılar ile bir mücadele içerisindedir ve kültürün üretiminde hâkim anlatılarla uzlaşma ve kırılma noktalarında farklı görüntülere sahiptirler.

Bu çalışmanın amacı sağlık etkileyicilerinin bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada sağlıklı yaşam başlığında, hâkim ortak anlam dünyası ile anlamın inşası sürecindeki kırılmaları ve uzlaşmaları onların anlatıları ve içerikleri üzerinden çözümlemektir. Bu çalışma kültürel bir üretim aracı olarak sosyal medyaya, farklı temsilîyetleri olan ve anlamın inşasında hâkim ortak anlam dünyası ile uzlaşmalar ve kırılımlar sergileyen sağlıklı yaşam etkileyicilerine yönelik bakış açısı ile diğer

çalışmalardan farklılaşmaktadır. Çalışmada sosyal medyanın diğer tüm iletişim araçlarında olduğu gibi “her zaman toplumsal ve maddi olarak” (Williams, 2013: 66) üretildiği savlanmakta; sosyal medya, tekno sosyal bir yapı olarak (Fuchs, 2016: 65) bireylerin failliğine alan açan ve onu kısıtlayan ikili bir çerçevede düşünülmektedir. Çalışma ayrıca, sağlıklı yaşam endüstrisi olarak adlandırılan, tüketim toplumunun, piyasanın ve birey merkezli okumaların oluşturduğu “kapitalist pratikten çıkarılmış bir formül”den farklı olarak sosyal medyayı insan sosyalliğinin tamamına hitap eden sosyo kültürel bir ortam olarak kavramaktadır. Bu kavrayış sağlık etkileyicilerinin anlatılarına ve içeriklerine yönelik çözümleme alanını da genişletmektedir. Anlatının toplumsal ve kültürel duygu yapısı ile uzlaşmalarının ve kırılımlarının çözümleneceği çalışmanın araştırma mekânı ise Instagram olarak seçilmiştir. Çalışmada şu sorulara cevap aranacaktır: Bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada sağlık etkileyicilerinin (influencer) sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretilmesinde rolü nedir? Sağlıklı yaşam kültürünün anlam inşasında sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile nerede uzlaşmakta nerede ayrılmaktadır? Sosyal medyada sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam kültürü açısından piyasa merkezli, homojen bir topluluk olarak okunabilir mi? Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcileri olarak sağlık etkileyicilerinin hâkim anlatı ile kırılma noktaları ortak anlam dünyasının inşa sürecine yönelik yerel bir sızıntı olarak değerlendirilebilir mi?

Çalışmanın birinci kısmında dönüşmekte olan tıbbi paradigmanın ekonomik temelleri ele alınmıştır ve toplumsal görüntüsü üzerine yapılan tartışmalar özetlenmiştir. Çalışmanın ikinci kısmında ise sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcisi olarak sağlık etkileyicilerinin anlatıları hâkim ekonomik kültürel yapı ile ilişkisi çerçevesinde çözümlenmiştir.

Çalışmanın gerçekleştirildiği sosyal medya platformu Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2024 sonuçlarına göre Türkiye'de 57.10 milyon kullanıcısı bulunan Instagram'dır. Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünü ele alan bu çalışma Instagram'da gerçekleştirilmiştir. Instagram'ın seçilmesinde ayrıca görsel kültürün ağırlıkta olduğu bir platform olması, sağlıklı yaşam temsilcilerinin (etkileyicilerinin) yoğun olarak kullanması, sağlıklı yaşam anlatısı oluşturmak isteyen etkileyiciler için bütünlüklü bir imkân sağlaması, platform sahiplerinin politik kaygılarla platformu kısıtlayarak siyasi gündemlerin paylaşılmasına müdahale etmesi ve oluşan boşluğun sağlıklı yaşam endüstrisi için alan açabilmesi, sağlıklı yaşam temsilcilerinin (etkileyicilerinin) ticari ilişkilerini burada geliştirmesi ve bunun platform tarafından desteklenmesi gibi nedenler de etkilidir.

Sosyal medyada sağlıklı yaşam hareketini çalışmanın güçlükleri bulunmaktadır. Bunlardan birisi kavramın kendisine içkindir. Sağlıklı yaşam kavramı bireyin kendi potansiyelini ortaya çıkarmasını sağlayacak bir rehber olarak bireylerin gündelik hayatının tamamına seslenen eklektik ve pragmatik bir kavramdır. Yöntemleri, temsilcileri ve kaynakları açısından dağınık bir görüntüye sahiptir. Bir diğer zorluk sosyal medyada sağlıklı yaşam etkileyicisi, sağlık etkileyicisi kişilerin seçilmesi konusunda yaşanmıştır. Bu zorluk ise amaca yönelik örneklem kapsamında ve sağlık etkileyicileri arasında doğrudan bu temsili ile ön plana çıkan, geleneksel kitle iletişim araçları ile ününü paylaşmayan, sosyal medyada (Instagram'da) ünlü kişilerin incelenmesi gibi belirli sınırlamalar ile aşılmıştır. Her iki kavrayış sürecinde sağlıklı yaşam kültürünün sosyal medyadaki görüntüsüne dair boşlukların kalabileceği şimdiden kabul edilmekle birlikte tıbbi paradigmanın dönüşümünde sosyal medyadaki dönüşümü

ve bugünü anlatabilecek güçlü ilişkilerin ortaya çıkarılması ve inşa edilen anlamların sorgulanabileceği şekilde gösterilmesi temel amaçtır.

### **Tezin Amacı**

Bu çalışmanın amacı sağlık etkileyicilerinin bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada sağlıklı yaşam başlığında, hâkim ortak anlam dünyası ile anlamın inşası sürecindeki kırılmaları ve uzlaşmaları, onların anlatıları ve söylemleri üzerinden çözümlenektir. Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcileri olarak sağlık etkileyicilerinin hâkim anlatı ile kırılma noktaları ortak anlam dünyasının inşa sürecine yönelik yerel sızıntılar olarak değerlendirilecektir.

### **Tezin Önemi**

Türkiye’de sağlıklı yaşam ve sosyal medya kesişiminde yapılan akademik çalışmalar zengin bir görünüme sahiptir. Sağlıklı yaşam kültürünün alt çalışma alanı olarak görülebilecek veya sağlıklı yaşam kültürü ile birlikte düşünülebilecek başlıklara odaklanmış birçok çalışma bulunmaktadır. Bireylerin Instagram’ı sağlıklı yaşam arayışlarının bir parçası olarak kullanımlarında ise tekil başlıklara (güzellik, kozmetik, annelik, sosyal medya etkileyicileri, sosyal medya etkileyicileri ile ilişkiler vb.) odaklanmış çalışmalar bulunmakla birlikte bütüncül perspektiften az sayıda çalışma bulunmaktadır. Yükseköğretim Bilgi Sistemi (YÖKSİS) tez veri tabanındaki yüksek lisans ve doktora tezleri incelenmiştir.

Zeynep Dilşat Erdem’in (2024) *Instagram’da Sağlıklı Yaşam Uygulamalarının Benimsenmesi Üzerinde İçerik Üreticisi Özelliklerinin Etkisinin Kuşaklar Arası İncelemesi* başlıklı yüksek lisans tezi bireylerin sağlıklı yaşam uygulamaları

geliştirmesinde ve benimsemesinde Instagram'daki içerik üreticilerinin uzmanlığına olan güveni, içerik üreticilerinin ürünleri ile arasındaki uyumu ve içerik üreticisi ile kendisi arasındaki benzerliğinin önemini araştırmıştır. Toplamda 103 çevrimiçi anket uygulanan araştırmada bireylerin sağlıklı yaşam uygulamalarını benimsemesi noktasında içerik üreticilerinin özelliklerinin etkili olduğu ortaya koyulmaktadır.

Semiha Melis İşçen (2024) *Tüketicilerin Sağlık ve Zindeliğe Yönelik Tutumları: Motivasyonların, Engellerin ve Sosyal Medya Etkileycilerinin Etkisinin İncelenmesi* başlıklı yüksek lisans tezinde bireylerin sağlık ve zindelik davranışları geliştirmesinde sosyal medya etkileycilerinin rolünü sorgulamaktadır. İşçen sosyal medya etkileycilerinin tüketici sağlık ve davranışları üzerinde olumlu ve olumsuz sonuçları olduğunu ve bireylerin sağlık ve zindelik davranışları geliştirmesinde önemli bir etken olduğunu vurgulamaktadır (2023: 72). İşçen'in yaptığı araştırmaya göre internet bilgilendirici olması, teşvik etmesi, ekonomik olarak uygun ürünlerin bulunduğu yer anlamında satın almayı ve sağlık ürünlerine erişebilmeyi sağlaması ve pratik olması gibi olumlu sonuçlara sahiptir. İşçen'in bireylerin sağlık ve zindelik davranışları geliştirmede Instagram merkezinde sosyal medya etkileycilerinin rolünü sorguladığı çalışması yakın dönemde yapılan önemli çalışmalardan bir diğeridir. Nitel olarak gerçekleştirilen bu çalışmada sosyal medyanın ve özellikle Instagram'ın bireylerin sağlık ve zindelik davranışları geliştirmesinde ne kadar önemli olduğu ortaya koyulmaktadır.

Çağla Güç'ün (2024) *Kadınların Instagram'da Sağlık ve Yaşam Kültürü: Feminist Bir Perspektiften Eleştirel Bir Analiz* başlıklı yüksek lisans tezinde Instagram'da sağlıklı yaşam içerikleri paylaşan hesaplardan 20 tanesini tematik olarak

incelemiştir. Hesapların paylaştıkları gönderilerden son 10 tanesinin temel alındığı çalışmada “takipçilere sunulan mesajlar”, “iletişim stratejileri” ve “altta yatan feminist idealler” araştırılmıştır. Güç sağlıklı yaşam paylaşımları yapan hesapların doğrudan ticarileşmediğini fakat tüketim kültürünü beslemeye devam ettiklerini, kadınlara yardımcı olma motivasyonu taşısa da var olan ataerkil yaklaşımı yeniden ürettiğini ve eşitsizlikleri devam ettirdiğini vurgulamaktadır (2023: 148).

Defne Gülcan (2023) *Kadınların Sağlıklı Bedeni Kavrayışı: Instagram Örneği* başlıklı yüksek lisans tezinde tüketim toplumu içerisinde sağlıklı yaşam endüstrisini Instagram’daki sağlıklı beden paylaşımları ve kadınların bu paylaşımları anlamlandırma düzeyleri üzerinden incelemiştir. Gülcan’ın çalışmasının sonuçlarına göre tüketim toplumu sağlıklı kadın bedenlerini “idealize” ederek, kadınların bedenlerini günün moda değerleri üzerinden biçimlendirmektedir. Instagram’daki sağlıklı beden paylaşımları ise tüketim toplumunun kadınları nesneleştirmesinin bir aracı olarak işlev görmek ve ideal beden kurgularının yaygınlaştırılmasını sağlamaktadır.

Öykü Uygan (2023) *Sosyal Medyada Yeniden Yönlendirilen Nefret Söylemi: Instagram’da Güzellik Etkileyen Kişilerin Analizi* başlıklı yüksek lisans tezinde Instagram’da güzellik etkileyicisi olarak içerik üreten kişilerin karşılaştıkları nefret söylemlerini incelemiştir. Uygan’ın çalışması sonucunda Instagram’daki güzellik etkileyicilerinin fiziksel görünümleri üzerinden düzenli olarak nefret söylemine maruz kaldıkları görülmektedir.

Ecem Kübra Köse (2024) *Instagram’daki Influencer Pazarlama Özelinde Skinfluencerların Kitle Üzerinden Güven İnşası Ve Güvenin Kitle Açısından Önemi*

başlıklı yüksek lisans tezinde influencerların kullanıcılar ile iletişimini yaptıkları paylaşım türleri üzerinden incelemiş ve kullanıcıların influencerlara yönelik güven duygusunu ise içeriklere yaptıkları yorumlar üzerinden analiz etmiştir. Köse'nin araştırma sonuçlarına göre kullanıcılar bilgilendirici ve deneyim aktarıcı bir içerik dili kullanmakta ve kullanıcılar influencerlara ortalama seviyede güvenmektedir.

Sıla Tuğçe Kaya (2024) *Sosyal Medya Ve Güzellik Algısı: Instagram'da Filtre Kullanımı* başlıklı yüksek lisans tezinde Instagram'da filtre kullanımının değişen güzellik algısı ile arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Kaya'nın araştırma sonuçlarına göre insanlar kusursuz görünebilmek, özgüvenli hissetmek için tanıdığı kişilerden etkilenerek filtreler kullanmakta ve sosyal medya filtrelerin kullanılmasına imkân vererek bireylerin güzellik algılarını etkilemektedir.

Ayşenur Macit (2020) *Bir Güzellik Miti Olarak Kozmetiğin Yeni Medyada Algı Yararısı: Instagram'da Influencer* başlıklı yüksek lisans tezinde Instagram'daki influencerların kozmetik ile birlikte nasıl bir güzellik algısı yarattığını incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre Instagram'ın güzellik kategorisi influencerların kozmetik kullanımını teşvik etmekte ve takipçilerin güzellik algısını ve yaşam biçimlerini şekillendirmektedir. Macit günümüz toplumundaki güzellik algısının sosyal medya tarafından oluşturulduğunu söylemektedir.

Zülal Görücü (2022) *Sosyal Medyada Kimlik İnşası: Hegemonik Erkeklik Bağlamında Instagram Babaları Üzerinden Erkekliğin Yeniden Üretimi* başlıklı yüksek lisans tezinde erkekliğin sosyal medyada temsilini “babalık” hesapları üzerinden hegemonik erkekliğin temsilini ve hegemonik hale gelememiş erkeklik temsillerini

erkeklik krizi olarak incelemiştir. Görücü inceleme sonucunda eril söylemlerin ve hegemonik erkeklik tahakkümünün sosyal medyadaki kültüre de işlediğini belirtmekte ve babalık hesaplarının farklı erkeklik temsilleri üretmesine rağmen var olan kültürden etkilendiklerini ortaya koymaktadır.

Melike Sejfula (2023) *Biyopolitika Bağlamında Sosyal Medyada Beden Aşığılama Ve Beden Olumlama: Instagram Üzerine Netnografik Bir İnceleme* başlıklı doktora tezinde Türkiye’de beden olumlama hareketinin Instagram’a yansımalarını incelemiştir. Sejfula’nın vardığı sonuca göre beden olumlama hareketi Türkiye’de eleştirel bir başlangıç yapmış olsa da zamanla endüstrinin bir parçası haline gelmiştir.

Filiz Bozkurt (2014) *Sağlıklı Yaşam (Wellness) Pazarlamasında Kişisel Değerlerle Sağlığın Tanımının Sağlıklı Yaşam Tarzı Üzerinde Etkisi ve Bir Araştırma* başlıklı doktora tezinde sağlıklı yaşam tarzını tüketici davranışları çerçevesinde ele almaktadır. Bozkurt çalışmasında bireylerin sağlığa yönelik kişisel değerleri ile bu değerlerin sağlıklı yaşam tarzını etkileyip etkilemediğini ve etkinin demografik dağılımının fark yaratıp yaratmadığını incelemiştir. Araştırmanın sonuçları arasında “tüeticilerin değerleriyle uyumlu davranışlar gösterdiği” ve “bütünsel sağlık tanımının sağlıklı yaşam tarzını desteklediği” görülmektedir (Bozkurt, 2024: 130).

Bu çalışmada sağlıklı yaşam hareketi dönüşmekte olan tıbbi paradigmanın yeni ve özgül yapısı olarak kavranmaktadır. Sağlıklı yaşam hareketi sadece seküler, birey ve piyasa merkezli bir kavram olarak ele alınmamaktadır. Diğer çalışmalardan farklı olarak sağlıklı yaşam hareketinin temsilcileri olarak görülebilecek sağlık etkileyicilerini ortak anlam dünyasının yeniden üretiminde bir özne olarak kavramakta ve var olan hâkim

anlatı ile uzlaşmaları ve kırılımları çerçevesinde incelemektedir. Sağlıklı yaşam hareketini sadece bir endüstri çerçevesinde algılamaya çalışmamakta; yaşamın her alanında yeniden üretilen, farklı temsilleri olan ve anlamın yerel sızıntılar ile birlikte örgütlendiği bir kültür olarak ele almaktadır. Sağlıklı yaşam hareketinin temsilcilerini ise bir özne olarak kavramaktadır. Etkileyicilerin sağlıklı yaşam kültürünü kendi ortak anlam dünyaları ile yeniden ürettiğini iddia etmektedir. Kültürün yeniden üretiminde etkileyicilerin ortak anlam dünyalarını yerel sızıntılar olarak değerlendirmekte ve sonuç olarak sağlıklı yaşam kültürünün bu sızıntılar ile birlikte yeniden üretildiğini iddia etmektedir.

#### **Araştırma Soruları**

- Birinci araştırma sorusu: Bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada sağlık etkileyicilerinin (influencer) sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretilmesinde rolü nedir?
- İkinci araştırma sorusu: Sağlıklı yaşam kültürünün anlam inşasında sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile nerede uzlaşmakta nerede ayrılmaktadır?
- Üçüncü araştırma sorusu: Sosyal medyada sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam kültürü açısından piyasa merkezli, homojen bir topluluk olarak okunabilir mi?
- Dördüncü araştırma sorusu: Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcileri olarak sağlık etkileyicilerinin hâkim anlatı ile kırılma noktaları ortak anlam dünyasının inşa sürecine yönelik yerel bir sızıntı olarak değerlendirilebilir mi?

# 1. BÖLÜM: TIBBİ PARADİGMANIN DÖNÜŞÜMÜ VE SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS) HAREKETİ

## 1.1. SAĞLIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ VE MODERN TIBBİ PARADİGMANIN OLUŞUMU

### 1.1.1. Sağlığın Tarihsel Gelişimi

Hastalığın ve bulaşıcı hastalıklarla mücadelenin merkezde olduğu, hastalığa müdahale yöntemlerinin sorgulanmadığı ve uygulayanların toplumda itibarlı olduğu tıbbi paradigma dönüşüm sürecindedir. Sağlık merkezinde, bireysel tüketimlerin ve yaşam tarzlarının ön planda olduğu yeni bir paradigmaya geçilmektedir. Sağlık bir hastalık yokluğundan çok ulaşılması gereken bir hedef olarak yeniden anlam kazanmaktadır. Sağlık profesyonellerinin tıp bilimi şemsiyesi altında onaylanmış yöntemler olarak önerdiği reçeteler yerini bireysel deneyimlerin farklı şemsiyeler altında sunulmasına bırakmaktadır.

Sağlığın tarihsel gelişimini inceleyen Zeitoun üç temel dönemselleştirme yapmaktadır: Mikropların Çağı, Tıp Çağı ve 21.Yüzyıl (2024). Mikropların çağı olarak adlandırdığı dönemi iki farklı tarihsel döneme ayırarak incelemektedir: Tarih öncesinden sanayi devrimine kadar olan dönem ve sanayi devriminden ikinci dünya savaşına kadar olan dönem. Ortalama yaşam süresinin 30 yaş ve erken ölümlerin yaygın olduğu tarihin ilk dönemlerinde insanlar bulaşıcı hastalıklarla ve mikroplarla savaşarak hayatta kalmıştır. Sanayileşme ve kentleşme bulaşıcı hastalıkların etkisini artırmış olsa da kamusal sağlık politikaları, aşuların ortaya çıkması ve daha iyi beslenme ile birlikte yeni bir döneme geçilmiştir. Bu dönemi tıbbi gelişmelerin ön planda olduğu, bebek

ölümlerinin durdurulması ile birlikte ortalama yaşam süresinin ciddi şekilde uzadığı ve hastalıkların kronik hale geldiği yeni bir model olarak adlandırmakta ve Tıp Çağı adıyla tanımlamaktadır (Zeitoun, 2024: 112). Tıp Çağı'nda bir yandan kalp hastalıkları ve kanser vakaları artmakta bir diğer yandan bulunan yeni ilaçlar ile birlikte ilaç pazarı genişlemektedir. Ölüm istatistiklerinin bebeklerden yetişkinlere doğru değiştiği, etkili ilaçların geliştirildiği bu çağda sağlığın belirleyicilerinin ağırlık noktalarının da değiştiği gözlemlenmektedir. Zeitoun Tıp Çağı'nda halk sağlığının ihmal edilerek “tıbba ve bazı davranışların değiştirilmesine daha fazla öncelik” (2024: 112) verildiğini, toplumsal bir bakış açısından bireysel bir bakış açısına doğru değişim yaşandığını vurgulamaktadır. Yirmi birinci yüzyılda ise kendisinden önceki iki dönemden farklı olarak kazanılan avantajların uzun vadede sonuçları ile yüzleşmek zorunda kalınan bir döneme işaret etmektedir. 21.yüzyılda sağlık maliyetlerinin yükseldiği, eşitsizliklerin derinleştiği, bireysel davranışların ve çevresel risklerin sağlığın diğer belirleyicileri üzerinde çok daha baskın hale geldiği görülmektedir (Zeitoun, 2024: 171).

Sağlığın tarihsel gelişiminde toplumsal ve kültürel dönüşümlere yönelik benzer dönemselleştirmeler kullanılmakta ve genellikle üç başlıkta incelenmektedir. Cockerham sağlığın tarihsel gelişiminde epidemiyolojik dönüşüm kuramının başlıca üç dönemselleştirme kullandığını vurgulamaktadır: “Veba ve Kıtlık Çağı”, “Salgın Hastalıkların Kaybolma Çağı” ve “Dejeneratif ve İnsan Kaynaklı Hastalıklar Çağı” (2022: 25). Sağlığın sosyal belirleyicilerinin diğer belirleyiciler üzerinde ağırlık kazandığı, sağlık tanımının değiştiği günümüzde birey “tüm sağlık sorunlarıyla aynı anda mücadele etmek” zorunda kalmaktadır (2022: 27). Cockerham dönüşümün nedenlerini üç başlıkta açıklamaktadır: hastalık düzenleri, modernite ve toplumsal kimliklerde meydana gelen değişiklikler (2022: 96). Hastalık düzenleri olarak

bahsedilen ilk değişiklik Zeitoun'un da vurguladığı gibi tıp biliminin bulaşıcı hastalıkları tedavi etme başarısı ile kronik hastalıklara doğru toplumsal bir geçişi vurgulamaktadır. Kronik hastalıklara geçiş bireyin yaşam tarzlarına dikkat ederek kendi yaşamı üzerinde sorumluluk almasını gerektiren yeni bir anlayış ortaya çıkarmıştır. İkinci değişiklik ise “geç modern toplumun yarattığı yeni modern ilişkilene biçimleri”ni içermektedir. Özellikle iletişim alanında değişen ilişkilene biçimleri bireyin tıbbi bilgiye ulaşma, kendi sağlığını takip etme ve kendi sağlığı hakkında karar alabilme yeteneklerini geliştirmiş ve gelişen bu yetenekleri sayesinde farklı ilişkilene biçimleri doğurmuştur. Tıbbi bilginin kütüphanelerden hastanelere ve daha sonrasında internete doğru olan yolculuğu ilişkilene biçimlerini etkileyen en önemli unsurlardan birisi olarak görölmektedir. Cockerham sadece bireysel bir ilişkilene biçiminden değil ABD'deki sigorta sisteminden örnekle hekim, ilaç piyasası ve sigorta şirketlerinin de dâhil olduğu farklı değişkenlerin etki edebildiği sosyal bir ilişkilene biçimine de değinmektedir. Hekimlerin karar alma ve aldıkları kararları uygulama sürecinde statüsünün ve otoritesinin etkilendiği bir döneme işaret etmektedir. İlişkilene biçimlerindeki bu değişikliklerin tamamı hekim hasta ilişkisini de geri dönülemez şekilde dönüştürmektedir. Cockerham ortak katılıma dayalı, “karşılıklı iştirak” modeline doğru bir değişiminin görölebileceğinden de bahsetmektedir. Üçüncü bir başlık olarak ise “toplumsal kimliğin ana odağının” değişimini incelemekte ve mesleğin toplumsal bir belirleyici olarak ağırlığını kaybettiğini bunun yerini yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıklarının aldığını iddia etmektedir. Bireyin mesleği ile birlikte toplumda kimliğini var ettiği ve pekiştirdiği bir dönemden tüketim alışkanlıklarının kimliği var ettiği, temsil ettiği ve pekiştirdiği bir döneme doğru geçiş yaşandığını ve bu geçişi anlamının dönüşümü kavramada etkili olduğunu vurgulamaktadır.

Hastalık ve sağlık kavramlarının d6nüşümünde ve yeni paradigmanın oluşumunda neoliberal politikalar oldukça etkili olmuştur (Ulutaş, 2011; Sezgin, 2011; Özbay vd., 2018, Hamzaoglu, 2013). Kamunun yönetiminde örgütlenen sağlık hizmeti, vatandaşın bir hak olarak sağlığa eriştiği ve yurttaş olarak hizmet aldığı, kamusal planlamanın öncülüğündeki sağlık politikaları köklü bir değişikliğe uğramıştır. Sağlık bütün boyutlarıyla metalaştırılmaya çalışılmaktadır. Farklı toplumsal konumlara sahip yurttaşların kendi imkânları doğrultusunda bireysel olarak sağlığa eriştiği yeni bir döneme geçilmektedir. Ulutaş'ın vurguladığı gibi “Sağlığın metalaştırılması ile birlikte, yurttaşların sağlık ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik kamusal sağlık hizmetleri, giderek tüketicilerin arzularını tatmin etmeye odaklanmaya başlamışlardır” (2011: 33). Kamusal sağlık hizmetlerinin çözülüşü ve sağlığın tüketim merkezinde tekrar anlam kazanması gündelik hayatın tıbbileştirilmesini derinleştirmiş ve birçok gündelik yaşam pratiği ve pratiğin sahibi olarak bedenler sağlık pazarının bir parçası haline gelmiştir (Sezgin, 2011; Özbay vd., 2018).

Sezgin tıbbi paradigmada yaşanan dönüşümün “sağlık sektörünün 1980’lerden itibaren köklü reform girişimlerine sahne olması” ile oldukça yakın ilişkili olduğunu vurgulamaktadır (2011: 13). Neoliberalizm ile birlikte işsizliğin artışı, sosyal sigorta sistemleri üzerinde artan baskı, gelir dağılımının bozulması yaşam koşullarını zorlaştırmış ve kamusal sağlık sisteminin reformlar ile birlikte dönüşümünü getirmiştir. Sezgin Türkiye örneğinden hareketle reformların sağlık hizmetini “kişiyeye özgü” kıldığını ve böylece bireylerin “kendi kendilerinin doktoru olma” gibi bir sorumlulukla baş başa kaldığını söylemektedir. Sağlık sistemindeki dönüşüm bireyleri “hasta” konumundan “tüketici” konumuna geçirmiş ve bireylerin sağlıklarını yönetmeleri için medya önemli bir mecra haline gelmiştir (Sezgin, 2011: 16). Özbay vd. tıbbi

paradigmada yaşanan bu dönüşümü şu şekilde vurgulamaktadır (2018: 16): “Sağlık ve hastalık konusundaki hassasiyetler, kırılabilirlikler ve dışlanmışlıklar toplumsal olarak yeniden tanımlanırken, yeni bir sağlık anlayışı ve kültürü de ortaya çıkıyor.” Küreselleşme ve neoliberalizm ile birlikte sağlık bireyselleştirilmiş ve özellikle bedenlerin yeniden tasarlandığı bir dönem olarak gündeme gelmiştir. Tıp bilimi hastalıkların ortadan kaldırılması, hastalıklarla mücadele alanında bireyin kendi bedenini, kendi istekleri doğrultusunda yaratacağı bir süreçte temel belirleyici olmaktan çok yardımcı konumuna doğru bir geçiş yaşamaktadır. “Beden ve bedene yapılan müdahaleler tarih boyunca kimlik ve toplumsal aidiyet için büyük önem arz etse de özellikle son yirmi yıldaki tıbbi gelişmeler ve bunların toplumsal ve kültürel dinamiklerle etkileşimi yeni bir beden ve bedensellik anlayışının oluşmasına yol açtı” (Özbay vd., 2018: 18). Özbay ve Sezgin’in de belirttiği üzere hâkim paradigmanın dönüşüm sürecinde sağlık ve hastalık temsilleri, anlatıları, beden tahayyülleri ve bilgi kaynakları değişmektedir.

### **1.1.2. Modern Tıbbi Paradigmaya Eleştirel Yaklaşımlar**

Tıbbi paradigmanda yaşanmakta olan dönüşümle birlikte sağlık bireysel bir mesele olarak kavranmakta ve gündelik hayatın tamamı tıbbileştirilerek yeni pazarlar yaratılmaktadır. Yaratılan bu pazarlara bireyler “hasta” olarak değil “tüketici” olarak gelmektedir. Bireyler hastalık ve belirtileri çerçevesinde bir şifa arayışından kendi bedenlerinin tamamını var olan potansiyellerini ortaya çıkaracak şekilde değiştirebileceği yöntemler arayışına doğru bir dönüşüm yaşamaktadır. Bu süreçte bulaşıcı hastalıklarla mücadelede başarıya ulaşmış tıp biliminin dikkati kronik hastalıklara doğru kaymış ve gündemi değişmiştir. Kronik hastalıklar çağında sağlığın

diğer belirleyicilerinin (çevresel, toplumsal vb.) bireyin sağlığı üzerindeki etkisinin geri çekildiği ve bireyin kendi seçimlerinin ve yaşam tarzının ön plana çıktığı görölmektedir.

Tıbbın toplumsal rolüne yönelik değişimini anlamada bulaşıcı hastalıkların başarılı bir şekilde tedavisinden kronik hastalıklara geçiş vurgusu Illich'in de başlangıç noktasını oluşturmaktadır (2019: 21). Bulaşıcı hastalıklar karşısında tıba atfedilen başarıların birçoğu “dikkatsiz bir ilişki” kurarak sonuçlardan nedenlere gidilen bir yanılısamadır. Örneğin, Illich'e göre, kızıl, difteri, boğmaca ve kızamık gibi bulaşıcı hastalıklar antibiyotik ve yaygın aşılama sonucunda ortadan kalkmamış beslenme, konak direnci, iyi yaşam koşulları gibi toplumsal koşullar ile ilişkisi doğrultusunda azalmıştır. Tıbbi müdahale bulaşıcı hastalıklar yönetimi sayesinde toplumsal alanda meşruluk sağlamakta ve sağladığı bu meşruluk sayesinde kendisini sorgulanamaz bir noktaya çıkarmaktadır. Bu yer toplumsal yaşamda öyle yaygın bir hal almıştır ki iatrojenez (hekim kökenli) olarak adlandırılan ve önlenemez bir noktaya gelen tıbbi bir salgın haline bürünmüştür. Modern tıbbın bireyleri çaresiz bırakacak bir salgın halinde gündelik yaşamı kontrol etmesi Illich'in en önemli tezidir. Tıp salgını gündelik hayatın her noktasına müdahale ederek bireyleri hareketsiz, kendi bedenleri hakkında söz sahibi olmayan, kendi acılarına yabancılaşmış nesnelere dönüştürmektedir. Savunmasız bireyler profesyonel hekimlerin ve modern tıbbın diğer kurumlarının kontrolü altında “kendini iyileştirme ve çevresini biçimlendirme gücü” elinden alınarak yeteneklerinden mahrum bırakılmışlardır. Kendi bedenleri hakkında karar veremeyen, kendilerine ait her duygu gündelik hayatın tıbbileştirilmesi sonucunda bir hastalık altında damgalanan ve modern tıp tarafından tedavi edilmeye çalışılan edilgen kitleler haline gelmişlerdir.

Bireyleri tıp bilimi karşısında nesneleştiren bir diğer okuma Foucault'un kliniğin ve modern tıbbın gelişimine dair yaptığı çalışmasıdır (2021). Foucault'un yaklaşımında hastalıklar modern tıp tarafından bireylerin bedenlerinde ancak bireyleri dışsallaştırarak tanımlanmakta, tıp bilimi bakışını bireylerin mahrem bedenlerini onlardan kopararak kurmakta ve yarattığı boşluğa kendi otoritesini yerleştirmektedir. Hastalıkların taşıyıcıları olarak bedenler nesneleştirilmekte, kliniğin gelişiminde kendisine her türlü çalışmayı deneyebileceği mekânlar olarak yeniden tanımlanmaktadır. “Hastalık, bedenin yüzeyine gelişigüzel dağıtılmış ve birbirlerine, istatistiksel olarak gözlemlenebilir birlikteliklerle ve dizilişlerle bağlanan nitelikler demeti değildir; adım adım izlenebilen bir coğrafyaya göre birbirlerine bağlanan bir formlar ve deformasyonlar, şekiller, rastlantılar, yer değiştirmiş, yok olmuş ya da değişmiş öğeler bütünüdür. Mümkün olan yerde bedenin içine giren patolojik bir tür değil, bizzat hastalanan bedendir” (Foucault, 2021: 187). Tam da bu nedenle Foucault “Hastalığı tanımak isteyen, özel nitelikleriyle birlikte bireyi saklamalıdır” (2021: 39) demektedir. Hastalık belirtilerinin tanımlanması, hastalığın adlandırılması ve sınıflandırılmasında birey bir araç olarak görülmektedir. Bir adım daha ileri gidilecek olursa, birey sadece bir araç değil aynı zamanda tıbbi söylemler etrafında örülen ağlarla birlikte her zaman araçsal kalacak bedenlerin taşıyıcısı olarak kitlenin de bir parçasıdır. Tıbbi söylem bilimsellik şemsiyesi altında tarafsız bir görüntü takınarak ağın hâkim sınıflar tarafından örülmesinde oldukça işlevlidir ve kendisini zaman içerisinde geliştirmiştir. Hasta hekim ilişkisinde tıbbi söylemler ile birlikte hekimin bakışının altını dolduran, koyduğu teşhisi sorgulanamayacak kılan bir nokta, iktidar alanı yaratılmıştır. Hastalık, hasta hekim ilişkisinde ortak olarak deneyimlenen ve karar alınan bir zeminden hekimin “eğitilmiş” bakışı altında hastaya bir “tahakküm” aracı olarak yeniden tanımlanmıştır. Hastalık taşıyıcısı bedenler her zaman hekimin bakışı altında damgalanmaya, hasta kılınmaya ve

bu yöntemle birlikte “yoksul” kalarak yönetilmeye mecbur yığınlar olarak kalmaya devam edecektir. Klinik kayıtların sonsuz şekilde genişleyen bilgi ile birlikte zenginleşmesi, bütüncül bir şekilde gündelik hayatın her adımını hastalık ile ilişkilendirmesi; kliniğin profesyonel kullanıcıları olarak hekimler ve mekân olarak hastaneler de yoksulluğun yeniden üretiminde tahakkümü kuran araçlar olarak yerlerini almışlardır. Kurulan tahakkümün sürekli olarak gözetlenebilmesi ve bireylerin hastalık etrafında damgalanması için sadece hastaneler yetmemekte gündelik hayatın tamamı tıbbi söylem etrafında sistematik bir şekilde örülmektedir.

Foucault’un ve Illich’in teorilerinin en belirgin ortak özelliği bireyi yapı karşısında çaresiz bırakan ve onu nesneleştiren bir anlatıya sahip olmalarıdır. Her iki yaklaşımda da birey âciz bir durumdadır. Kendi bedeni üzerinde tahakküm kurmuş sistemler tarafından sömürülmekte, klinik pratikler ve dil sayesinde bu sömürü gündelik hayatın tamamında yeniden üretilmekte ve üretim bunu sağlayan yapılar tarafından devam ettirilebilmektedir.

### **1.1.3. Eski Paradigmanın Mirası: Âciz Bireyler ve Güçlü Salgınlar**

Tıbbi paradigmanın hastalık merkezli toplumsal kavrayışından sağlık merkezli toplumsal kavrayışa geçmesi birçok kavramı dönüştürmekle birlikte toplumu anlama ve bireylerin sağlıkla ilgili davranışlarını sorgulama açısından benzer yöntemlerin kullanımını devam ettirmiştir. Illich’in hekim salgını, tıp salgını olarak adlandırdığı ve Foucault’un bir tahakküm aracı olarak kurguladığı toplumsal kavrayış yöntemi tam tersinden Ehrenreich’de *sağlık salgını* (2020) olarak ortaya çıkmaktadır. Ehrenreich değişen tıbbi paradigma ile birlikte sağlığın toplumsal örgütlenmede başat konuma geçmesinin dönüştürdüğü pratikleri incelemekte ve bugünkü görüntüyü (toplumu) yorumlamaktadır. Modern tıbbın vaatleri arasında sadece uzun yaşamak değil bireylerin

kendilerini bir proje gibi kontrol edebileceğine yönelik bir sağlık anlatısının olduğunu vurgulamaktadır. Bireylerin uzun yaşama “sevdaları” kendilerini bir makineye dđnüřtüreceđek şekilde kontrol etmelerini sağlayan gündelik pratiklerle doludur. Farklı beslenme ve diyet türlerinden fitnessa, doğu kökenli meditasyon pratiklerinden tüketim eşyalarına kadar “bulanık” bir çatı (wellness) altında toplanan bu sağlığı arama çabaları bireyleri günden güne tüketen bir salgına dđnüřmüřtür. Özellikle bedensel ve zihinsel bir ikilik yaratarak zihnin bedeni terbiye etmesi üzerine kurulu yöntemlerle birey, sağlığı konusunda cezalandırma ve terbiye etme zemininde bir yargı tahtası kurarak gündelik pratiklerine devam etmektedir. Sağlıklı kalma arayışında bütün gündelik pratikler bir hesaplaşma, rekabet, gösteriş ve statü göstergesi konumuna gelmektedir. Birey isteklerinden ve ihtiyaçlarından bağımsız olarak dışsal bir ideale (sağlıklı kalma arayışının kendisine) bedel ödeyen, sağlığın diğer belirleyicilerinden bağımsız sadece kendi iradesine ve davranışlarına yönelen bir noktaya gelmiştir. Ehrenreich de Illich’in ve Foucault’un bireylere çizdiği nesne rolünü devam ettirmektedir. Bulaşıcı hastalıklarda olduğu gibi gelen salgınlar karşısında âciz olan, kendi bedenlerine yabancılaşmış ve benliklerini yitirmiş olan bireyler bu sefer de sağlıklı kalma arayışı karşısında aynı konuma gelmişlerdir. Sağlıklı kalmak için her yolu deneyen, benliklerini farklı kültürlerin mistik yollarında kaybetmiş bireylerin bir yığın haline gelerek sağlık peşinde koşan bir topluluk oluşturdukları, kitle kavrayışı hâkimdir.

Sağlığın bir hastalık olarak kavranması ve bireylerin hastalığa yakalanmış kimseler olarak anlatılmasının bir başka örneğine de Cederström ve Spicer’da rastlanmaktadır (2017). Sağlık, bireysel yaşamlarının biricik mahremiyetlerini dışsal bir kaynak olarak koçların, uzmanların ellerine bırakan “pasif nihilist” bireylerin peşinde koştuğu yeni bir anlam kazanmıştır. Güncel bir sendrom olarak görülmekte ve yaşamın her anına

“sızarak” bireyleri hasta eden örüntüler geliştirmektedir. Sağlık yeni tanımıyla birlikte; ahlaki bir sendrom olarak bireyi yaşamının her alanında denetleyen, ona öğütler veren, benliğini şekillendiren bir dayatmadır. Sağlıklı yaşam sendromu “kaygı, kendini suçlama ve suçluluk duygusu gibi semptomlardan” (2017: 14) oluşmaktadır. Ahlaki olarak sağlıklı kalma ödevini yerine getirmek zorunda olan “narsistik, pasifist” bireyler bu ödevleri yerine getirmedikleri zaman kaygılanmakta, kendilerini suçlamakta ve suçluluk duygusu ile birlikte ya var olan zeminlerden dışlanmakta ya da kendilerine diğer dışlananlar ile birlikte yeni zeminler yaratmaktadır. Sağlık sendromuna yakalanmış kimseler artık hastalıklıdır. Yaşamlarında kendilerinden başka kimseyi düşünmeyen, var olan ahlaki sorumluluklarının peşinde koşan, pasif, iradesiz, hastalıklı kişilere dönüşmüşlerdir. “Hayal kırıklığı” ile sonuçlanacak bir arayışın içerisindeyler. Cederström ve Spicer sağlığın toplumu örgütleyen “ana akım” bir ideoloji haline geldiğini iddia etmektedir. Sendromları günlük yaşantının her tarafında gözlemlenen bu ideoloji bireyleri biçimlendirmekte ve denetlemektedir. Eğitim yaşantısından üniversitelere, iş yaşantısından en mahrem alanlara kadar ideolojik anlatının hâkimiyetinde kendilerini düzenlemeye çalışan, sağlık arayan kişiler bulunmaktadır. Toplumsal yaşamın her noktasını ele geçirmiş, bütün boşluklara sızmış ve bireyleri etkisi altına almıştır. Bu nedenle “Günümüz erkeği ve kadını, kapitalizmin yeni ruhu olarak adlandırılan şeyin bir ürünü (veya belki de bir semptomu)”dür (2017: 28). Hastalıklı bu bireyler “ahlaki bir dizgi”, örüntü olarak sağlığın (wellness) pençesine düşmüşler ve “ahlakileştirmenin etkisi” ile birlikte depolitize olmuşlardır. Modern tıbbın gelişiminde daha önce bilime atfedilen yansızlık ve depolitizasyon etkisi Cederström ve Spicer’de ahlakileştirme ile birlikte ortaya çıkmaktadır. Modern tıbbın bilimsellik şemsiyesi altında sosyal normları yaygınlaştırma ve bireyleri ikna etme becerisinde sıra ahlaka gelmiştir. Sağlıklı kalma arayışında ahlaki davranması gereken

bireyler aynı sosyal normların denetimi altına girmektedirler. Gündelik pratikler de sağlıklı ve sağlıksız olarak bu şemsiye altında değerlendirilmekte ve bireyler bunlara göre konumlandırılmaktadır. Örneğin sağlıksız beslenme pratikleri ve sigara içme sadece sağlıksız bir davranış değil aynı zamanda ahlaksız bir davranış olarak da görülmektedir. Sigara içen kişilere yönelik atfedilen “ahlaksızlık” etiketi içerisinde sigara içen kişilerin iradelerinin zayıflığına yönelik vurgular da taşımaktadır. Böylelikle iradeli, sağlıklı bireyler iradesiz olarak gördükleri “ahlaksız” kimseler üzerinde; özellikle kamusal alanlarda hiyerarşik olarak daha üst bir temsil elde edebileceklerdir. Temsil etme yeteneğine ve meşruiyetine ulaşmış kimseler ise diğer “aşağıda” kalmış, sağlıksız kişilere yol gösterecek otoriteye sahip olacaklardır. Sağlığın bir ahlak olarak kamusal yaşamın merkezinde hiyerarşik bir temsil kazanması kamusal otorite kaynaklarının da (sağlık alanında) dönüşebileceğini göstermektedir. Sağlık arayışında kimseler artık modern tıbbın kaynaklarına değil hiyerarşik olarak daha yukarıda olduğu düşünülen; ahlaklı, sağlıklı kimselerin otoritesinde, onların yöntemlerine itibar edeceklerdir.

Sağlığın toplumsal alanda yeni bir erdem olarak görülmesi, bu anlamıyla ideolojik bir işlev kazanmasına yönelik diğer bir vurgu da Metzl tarafından yapılmaktadır (2017). Metzl bireyin sağlık kelimesi ile toplumsal yaşamın birçok noktasında karşılaştığını vurgulamaktadır. Gündelik yaşamın birçok noktasındaki kullanımları, karşılaştırmaları inceleyen Metzl sağlık kelimesinin içerisinde bulundurduğu güç ilişkileri, dışlama ve içme pratikleri, kimliklendirme gücü ve temsil verme yeteneği olarak yirmi birinci yüzyılda toplumu şekillendirecek bir anlatıya sahip olduğunu söylemektedir. Taşıdığı ahlaki boyutuna ek olarak bireyleri yurttaş yapabilmekte ve aynı zamanda onların yurttaşlık statüsünü elinden alabilmektedir.

Günümüz toplumunda hastalıklı kimseler ile sağlıklı kimseleri birbirinden ayırabilecek tüketim nesnelere, anlatılar, gösteriş ürünleri vardır. Bu ürünleri kullananlar, tüketimin içerisinde yer alanlar sağlıklı kabul edilirken gösteriş ürünlerini almayanlar, tüketimin içerisinde bulunmayanlar hastalıklı kimseler olarak tanımlanabilmektedir. Bu kimseler sadece “sağlıksız oluşu rahatsızlıktan ya da hastalıktan değil” aynı zamanda “başkalarının sağlık emaresi saydığı gösterişli süsleri takıp takıştırmaya, fetişleştirmeye ya da arzulamaya” (Metzl, 2017: 13) yanaşmadıkları için bu damgalamaya maruz kalmaktadırlar. Damgalama sadece dışlamaya değil sağlıklı bireylerin kendilerine yönelik değer yargılarını pekiştirmeye de yaramaktadır. Böylelikle sağlığın merkezde olduğu ahlaki bir örüntü sistemi olarak gündelik yaşamın bütün noktaları biçimlendirilmekte, etiketlenmekte ve pratiklerin tamamı örüntüye dâhil olma ya da ondan dışlanma olarak yeni bir anlam kazanabilmektedir.

Cederström ve Spicer kendi tezlerini geliştirirken Metzl’in bakış açısından oldukça faydalanmışlardır. Sağlığın bir ahlak olarak toplumsal alanı örgütlemesine yönelik vurguları Metzl’in yeni bir erdem olarak bahsettiği sağlık anlatısının devamı niteliğindedir. Bu bakımdan temel noktalar açısından benzerlikler oldukça kuvvetlidir. Cederström ve Spicer’da bireyleri depolitize eden ahlakileştirme Metzl’in sağlığın işlevine yönelik yaptığı vurgunun başka bir anlatısı olarak gözükmemektedir. Metzl’e göre “sağlık, yekpare ve evrensel bir yarar olduğu varsayımıyla ideolojik işleyişi çoğu kez görünmez kılınan bir kavram, bir norm ve bir dizi bedensel uygulamadır” (2017: 23). Bu nedendir ki bireylerin sağlıklı kalma pratikleri yalnızca onları depolitize edecek, pasifleştirecek bir ideolojik örüntünün parçasıdır. Sağlık bu pasifizasyon sürecini görünmez kılacak bir ideolojik işlev olarak anlam kazanmıştır.

#### 1.1.4. Neoliberal Özne: Sağlık ve Mutluluk Arayışında Aldatılan Kimseler

Toplumsal alanın örgütlenmesinde, bireysel alanların sessizce işgal edilmesinde ve tüm örüntülerin birbirine bağlanmasında sağlığın yeni bir paradigma olarak kurulduğu görülmektedir. Diğer yandan bireylerin sağlıklı olmak için yaptığı faaliyetler de sağlığın bu yeni anlam dünyasına yakınsaması veya uzaklaşması noktasında değerlendirilmektedir. Martschukat'a göre fitness böyle bir anlam yüküyle çağımızı tanımlamaya aday bir kavramdır (2024). Bireylerin sağlıkları noktasında sorumluluk olarak kendileri hakkında karar verdikleri, daha iyiye gitmek için sürekli olarak arayışta oldukları, her zaman dinamik ve hazır buldukları günümüz toplumu aslında "fitness çağı"nın bir görüntüsünü vermektedir. Bireyler hiçbir zaman ulaşamayacaklarını bildikleri sağlığı gece gündüz spor salonlarında, şehrin meydanlarında, işyerlerinde ve hayatlarının en mahrem noktalarında aramaktadır. Benliğin toplumsal yaşamda bir özne olarak kendini yapılandırması, başkaları tarafından kabul edilmesi veya başkalarını dışlaması sağlığı için yapacağı pratiğin (fitnessin) bir sonucu olarak var olmaktadır. Öyledir ki fitness "bir insanın toplumun üyesi olarak takdir görüp görmeyeceği, kimin özne sayılıp kimin sayılamayacağı üzerinde büyük etkiye sahiptir" (Martschukat, 2024: 14). Anlamlı örüntüler gösteren, benliği inşa ederek bireyi toplumsal yaşamda özne olarak var eden, bireyin karakterini şekillendirerek onu inşa eden ve aynı zamanda savunmasız kılan bir pratikler bütünü olarak fitness inkâr edilemeyecek şekilde hayatımızın merkezindedir. Martschukat'a göre fitness her yerdedir ve "Michel Foucault'nun kavramlarıyla ifade edersek, fitness bir dispozitif; dolayısıyla söylemleri ve pratikleri, kurumları ve şeyleri, binaları ve altyapıları, idari tedbirleri, siyasal programları ve daha pek çok şeyi, bir dönemi biçimlendirecek bir güç oluşturacak şekilde birbirine bağlayan güçtür" (2024: 13). Dolayısıyla sadece bireylerin benliklerini kazandıkları ve toplumsal alanda temsil ettikleri bir kavram olarak değil "öteki"leri

oluşturma konusunda da kurucu bir misyonu vardır. Biyopolitik yaklaşımla bireylerin bütün pratiklerinin altında da o vardır; bireylere o pratikleri dayatan, gösteren, öğütleyen yaklaşım da onun eseridir. “Fitness özgrlk, modern toplumların düzenleyici ve normlara uyduran idealidir.” (Martschukat, 2024: 22). Bu nedendir ki insanlar sağlıklarına ulaşma çabasında basit bir uğraşının ve gündelik pratiklerin bir parçası değillerdir. Aynı zamanda bu pratikleri ince ince şekillendiren ve onlara dayatanlar tarafından da “yönetilmektedir”. Kendi kararını veren, sorumluluk alan, dinamik bir şekilde hayatına yön çizen bireyler ynetildiklerinin farkında olmadan zgr bir mücadele ve benlik inşası içerisinde olduklarını düşünebilirler. Hatta Martschukat’a göre insanlar yarım yüzyıldır böyle bir sürecin içerisinde, fitness çağında, yaşamaktadır ve bu dönemin “neoliberalizmin çağıyla çakışması hiç de tesadüf değil”dir (2024: 12). Neoliberalizm sadece piyasanın serbest bırakılması ve kamusal kaynakların geri çekildiği bir ortamda özel sermayenin sınırsız davranabilme yeteneği olarak değil bireylerin sınırsız kapasitelerine yönelik de bir yaklaşımı içerisinde barındırmaktadır. Bireyler her koşulda hazır, dinamik, kendi sınırsız kapasitelerini sürekli geliştiren kimseler olarak sermayenin bütün ihtiyaçlarına cevap verecek nitelikte de olmalıdır. Fitness da kimi zaman bu nitelikleri edineceği pratikler dizisi olarak kimi zaman ise bu nitelikleri ona vaad eden kültürün adı olarak ortaya çıkmaktadır. Martschukat’a göre bireylerin “Her yönden motivasyonlu ve performansa istekli (*olması*) gerekiyordu; üretken, iktidarlı, mücadeleye hazır ve olağanüstü şeyler yapabilecek durumda olmalı ve aynı zamanda iyi” grnmelilerdi (2024: 97). Sağlıklı ve iyi gözüken bireyler neoliberal piyasanın istediği ihtiyaçları onlara verecek güçlü, esnek kimseler olarak kendilerini yapılandırmalıdır. Böylelikle de sağlık sadece bir hastalık yokluğu olarak kavranmamaktadır. Bireyin işgücü piyasasındaki konumu üzerinden kavranmaktadır. Fakat bireyin bunu anlayabilmesi için ona incelikle

“hükmedecek” bir kültürün inşa edilmesi ve onu seçimlerinde “özgür” bırakacak bir sağlık sisteminin gelişmesi gerekmiştir. Bireylerin özgür seçimler yapabilmeleri için seçeneklerin de bol olması gerekmektedir. Seçeneklerin bol olduğu, bireylerin yaptıkları seçimler ile sergiledikleri performansları ve inşa ettikleri benlikleriyle tüketim toplumu, fitness çağı için önemli bir tamamlayıcıdır. Sadece piyasadaki malların niceliğinin artması anlamında değil neoliberal benliğin inşa edilmesinde son derece önemli bir rolü vardır. Performans ve tüketimin ön planda olduğu fitness toplumunda birey ancak onun yöntemleri ile sağlığına ulaşabilecek, o pratikler ile hayatta kalabilecek ve yine onun tarafından sömürülecektir.

Sağlıkları ile ilgili bireysel hedefler geliştiren, özgür seçimler yapabilen; üretken, dinamik, motivasyonu yüksek bireylerin neoliberal çağa özgü olduğuna yönelik vurguya sadece Martschukat’da rastlanmamaktadır. Byung-Chul Han da benzer şekilde neoliberal toplumun günümüzdeki görüntüsünü masaya yatırmakta ve aynı noktalardan hareketle bireylerin davranışlarını sorgulamaktadır (2019, 2021, 2022a, 2022b, 2023). Chul Han’a göre performatif bireyler neoliberalizmin hâkim olduğu toplumsal sistemde sağlıkla ilgili arayışlar içerisinde içsel bir “öz-sömürü” sistemi geliştirmektedir (2022a: 68). Geliştirdikleri sistem ile birlikte sağlık adına “özgür” kararlar aldıklarını düşünseler de biyopolitik içsel bir diktatörlüğün hâkimiyetine girmekten kurtulamamaktadırlar. Chul Han’a göre neoliberalizm bireyleri kendi özgür seçimlerini yaptırarak sömüren, onları somut iktidar pratikleri ile zorlamayan ve “bizzat özgürlüğü sömürmeye yarayan çok verimli, hatta zekice bir sistem”dir (2019: 13). Bu anlamıyla daha önceki toplumsal tahayyüllerden ayrılmakta ve bireyleri cezalandıran, gözetleyen kamusal biyopolitik rejimlerden farklılaşmaktadır. Gündelik hayat bütün noktalarında o denli düzenlenmiştir ki eski disiplin toplumları olarak adlandırılan ve bireyleri somut

araçlarla itaat ettirmeye çalışan toplumsal sistem ortadan kalkmıştır. Engellemeye yönelik değil bireyleri özgür bırakmaya yönelik bir sistem oluşturulmuştur. Bu sistemde bireyler kendilerini her dönem için yeniden tasarlayabildikleri bir proje olarak yetiştirmekte ve sürekli içsel bir hesaplaşma yöntemiyle kendisini aşmaya çalışan kimseler olarak davranmaktadır. Neoliberalizmin yeni yönetim aygıtı dijital ağların merkezde olduğu psikopolitik bir stratejiye sahiptir. Yeni tahakküm ilişkisi engellemeye ve baskılamaya yönelik değil; dijital ağlar üzerinden katılıma, kendini ifşa etmeye, motivasyona, performansa ve olumlamaya yönelik kurulmaktadır. Chul Han'a göre "motivasyon, proje, rekabet, optimizasyon ve inisiyatif neoliberal rejimin psikopolitik tahakküm tekniklerine dâhildir" (2019: 28). Bireyler kendilerini "gönüllü" ve "tutkulu" bir şekilde sömürmektedir. Bu nedenle neoliberal rejimde "kendisini özgür sanan performans nesnesi (*olarak bireyler*) aslında bir köledir" (Chul Han, 2019: 12). Sürekli olarak olumlamaya, yaşamı sağlık çerçevesinde idealize etmeye ve mutlu olmaya çalışırlar. Mutsuzluktan ve mutsuz edecek duygulardan kaçınırlar. Öyle bir noktaya gelmiştir ki günümüze "algofobi, genel bir acı korkusu hâkim" olacak kadar yaygınlaşmıştır (Chul Han, 2022a: 14). Bireyler acılarıyla yüzleşmekten ve acı çekmekten korkmaktadır. Acı bireyleri hakikate götürecektir, var olan anlatıyı parçalayacak ve bireylerin yabancılaşma duygularını azaltacaktır. Bu nedenle önlenmesi, önlenemiyorsa geçiştirilmesi gerekmektedir. Neoliberal rejim bireylere, kendi tutku ve idealize ettiği hedeflerden başka bir şey veremediği için bu acıları ancak geçiştirebilir ve "palyatif" bir toplum yaratabilir. Palyatif toplumda acılara sadece tıp ve eczacılık alanlarında yer vardır. Tıp ve eczacılık alanları sadece acıları geçirecek tedavilere ve ilaçlara sahip değildir aynı zamanda acıları kontrol altında tutarak "siyasetten arındırabilmektedir" (Chul Han, 2022a: 21). Neoliberal rejim "insanları acıya olabildiğince duyarsız, daima mutlu bir performans öznesi olarak şekillendirmeyi

amaçlar” (Chul Han, 2022a: 14). “Like” tuşu ise bir “ağrı kesici” olarak her zaman bireylerin ellerinin altında onlara bu amaçla hizmet etmektedir. Tıbbi tedaviler, ilaçlar ve dijital platformlar bireylerin rejime olan bağlılıklarını artıracak, anlamın altını boşaltacak, onların direniş kapasitelerini düşürerek sisteme bağımlı kılacak bir işleve sahiptir. Bireysel, içsel denetim mekanizmasına sahip; emretmeyen, olumlama, motivasyona, performansa dayalı psikososyal tahakkümün yeniden üretim araçları olarak devreye girerler. Her şeye yabancılaşmış, tüm olumsuzlukları hayatından çıkarmış bireyler oluşur ve bu bireyler için ölüm de “var olmanın bir biçimi” olmaktan çok “her yolla ertelenmesi gereken bir son” (Chul Han, 2023: 38) olarak yeni bir anlam kazanmıştır. Ölümün anlamını yitirdiği toplumda sağlık da histerikli bir hale gelerek “yıkıcı bir şeye”, “üretim histerisi”ne dönüşmüştür. Bu nedenle “Sağlıklı olanın aşırı çoğalması, obezitenin aşırı çoğalması kadar müstehcen” ve “bir hastalık” olarak görülmelidir (Chul Han, 2023: 38). Bireyler dijital medyanın “anestezik” etkisi ile birlikte acılarını geçiştirmekte, “like” tuşuna basarak acılarından kaçmakta, güzellik endüstrisi tarafından ele” (Chul Han, 2022b: 8) geçirilmekte ve kendisi gibi olanlarla birlikte “ötekini kovarak” hakikate asla ulaşamayacakları hastalıklı bir toplum yaratmaktadır.

Chul Han toplumu kontrol altında tutacak bir tahakküm stratejisi olarak neoliberal rejimin psikososyal bir yönetim anlayışına sahip olduğunu vurgulamaktadır. Geleneksel yönetim anlayışlarından farklı olarak cezalandırmaya, engellemelere ve biyopolitik dışsal politikalara ihtiyaç duymamaktadır. Merkezinde dijital medyanın olduğu, bireylere fısıldayarak ulaşan; olumlamalara, motivasyona, kendini gerçekleştirilmeye, sağlıklı ve mutlu olmaya çağırın bir örüntüye sahiptir. Sağlıklarının peşinde koşan bireyler aslında özgür özneler olarak değil içsel biyopolitik bir denetim

altında kendilerini sömüren kimseler olarak görülmektedir. Dijital medyanın katılım tuzağında, hastalıklı, kendisi gibi olmayan herkesi dışlayan, ayının cehenneminde birbirine tahammül edemeyen bir kitleyi oluşturmaktadırlar.

William Davis'e göre kapitalizm kendisine başarılı bir gelecek yaratmak için insanların ikna olacağı yeni hikâyeler, anlatılar, ideolojiler aramaktadır (2018). Stres ve hastalıklarla mücadele edecek ve bunların yerine sağlık, mutluluk, zindelik kavramlarını koyabilecek dönüştürücü bir güce ihtiyaç duymaktadır. Ölçülebilir, nesnelleştirilebilir, farklı bilimsel yaklaşımlar veya bilimsel olmayan teknikler ile birlikte zenginleştirilebilir; dijital teknolojilerle birlikte herkesin kullanabileceği formatlara dönüştürülebilir bir kavrama, güce ihtiyaç bulunmaktadır. Davis'e göre mutluluk bilimi ve endüstrisi böyle bir ihtiyaca cevap verecek şekilde ortaya çıkmıştır. "Kapitalizmin doğasıyla ilintili" olarak "7/24 çalışan şirketler" ve bu çalışma rejiminin "sonuçlarıyla başa çıkabilmek için" özellikle yöneticilerin meditasyon arayışı olarak nitelendirdiği "sanayileşme sonrası kapitalizm kültürü" mutluluk endüstrisi olarak adlandırdığı kavrayışın çıkmasının ilk nedenlerinden birisidir (Davis, 2018: 14). Şirketler hiç bitmeyen ve yoğun çalışma saatlerine dayalı çalışma rejimlerinde verimlilik ve üretkenlik kaybı yaşamaktadır. Bu kaybın büyük bir çoğunluğu ise şirketlere yetişemeyen yöneticiler ve çalışanlardan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle başta yöneticiler olmak üzere, çalışanların kendilerini rahatlatabileceği meditasyonların yapılması, stres seviyesinin düşürülmesi, hastalıkların oluşmadan önlenmesi ve bütün bunların sonucunda da verimliliğin, üretkenliğin şirketler için artırılması hedeflenmektedir. Sosyal sigortanın yaygınlaştığı ve hastalıklara sigortaların bütçe ayırdığı ülkelerde ise hastalıkların oluşmadan önlenmesi mutluluk endüstrisinin temel amaçlarından birisidir. Mutluluk endüstrisinin biricik ve herkesin ulaşmayı hedeflediği

ürünü olarak mutluluğa yönelen ilginin ikinci nedeni ise “teknolojiyle ilişkili” dir (Davis, 2018: 15). Bireylerin ruh hallerini anlık olarak takip edebilecek teknolojik tekellerin “akıllı” cihazları, sağlık 2.0 teknolojileri ve bireylerin duygularını manipüle edebilecek sosyal medya platformlarının yaygınlaşması teknolojik ilişkilere örnek olarak verilmektedir. Mutluluk endüstrisinin hâkim olduğu toplumlarda bireyler “sağlık, mutluluk, memnuniyet ya da duyuşsal haz (*düzeşini*) artırma amacıyla önemli ölçüde gözetleme faaliyeti sürdürüldüğü gerçeğiyle yüzleşmek” zorundadırlar (Davis, 2018: 16). Akıllı cihazlarının sağlık ve diğer bedensel verilerini takip ederek istatistik bilimi, tıp bilimi ve farklı bilimlerin yöntemsel katkısıyla birlikte geliştirmeye çalıştırdıkları “mutluluk bilimi” bireylerin kendilerine odaklanacakları psikosomatik bir içsel denetim yaratmaktadır. Bu anlamıyla mutluluk bilimi “içe yöneltilmiş bir eleştiri konumundadır” (Davis, 2018: 17). Bireylerin öznel hislerini, öznel sağlık durumlarını ölçmeye yarayan teknolojik cihazlar onları aynı zamanda kamusalın, siyasetin sahnesinden de çekmektedir. Dikkatlerini kendi içsel süreçlerine, sağlıklarına, mutluluklarına odaklayan bireyler aslında onlara bunu gösterenler tarafından kandırılmaktadır: “siyasetçiler, iktisatçılar ya da iş yaşamının liderleri ne zaman nöropsikolojik ödül, ceza veya dopamin meseleleriyle uğraşmaya başlasa, aslında bambaşka bir şeyin peşinde oluyor: paranın, ayrıcalığını koruyup tüm değerlerin ölçütü konumunda kalmasını garanti etmek” (Davis, 2018: 71). Mutluluk biliminin yaygınlık kazanmasının, dünyadaki uluslararası oluşumların (Dünya Ekonomik Forumu gibi) bireylerin sağlıkları ve mutlulukları ile ilgilenmesinin Davis’e göre kabaca iki nedeni bulunmaktadır. Kapitalizmin yeni birikim aşamasındaki verimlilik krizini aşmaya yönelik olarak tükenmiş, verimsizleşmiş bireylerin kendilerini motive ederek kendi üretkenlik düzeylerini artırması ve işyerlerindeki verimliliğin, kapitalin hızına yetişme sorununun çözülmesi birinci nedendir. İkinci neden ise bireylerin siyasetle ilgilenmemesi ve

dikkatlerinin tamamen kendilerine dönük olduğu psikosomatik, narsist bir kitle yaratılarak apolitize edilmek istenmesi. Davis, Dünya Sağlık Örgütü'nün sağlık tanımını değiştirmesi ile birlikte sağlığın soyut taraflarının da önem kazandığını, sağlıkla ilgili algının değiştiğini ve hastalıkların önlenmesi, bireysel yaşam süresinin artması ile birlikte tıbbın yaşadığımız hayata daha fazla odaklanmasının da mutluluk bilimini beslediğini vurgulamaktadır. Özellikle 1970'lerden itibaren hastalığın işe gitmeme bahanesi olarak işçilerin verimsizliğinin bir göstergesi olduğunu iddia etmektedir. Hastalık ve sağlık tanımları, tıbbın başarısı ile birlikte değişmiştir. Bu nedenle çalışanların “tam bir tuzağa” düşmesini sağlayacak, bütün yönleriyle onları saracak psikosomatik bir bilimin geliştirilmesinin kapitalizm için gerekli olduğunu vurgulamaktadır (Davis, 2018: 129). Kapitali geleceğe taşıyacak temel anlatı olarak mutluluk endüstrisi ve yöntemi olarak bilimi teknolojinin de etkisiyle işyerinden evlere kadar günümüzün her noktasında bireyleri ağına düşürecek şekilde işlevine devam etmektedir. İşin beklentileri ile beden mahremini fiziksel ve psikolojik boyutlarıyla bütünleştiren mutluluk endüstrisinde “sağlık, mutluluk ve verimlilik mefhumlarını birbirinden ayırmak eskisinden de güç” (2018: 136) hale gelmekte ve kavramlar birbirlerinin yerine kullanılabilir şekilde değişmektedir. Böylelikle “neoliberal çağda ruhsal enerjiyi en yüksek düzeye çıkarma çabaları ile kârı en yüksek düzeye çıkarma çabalarının ne kadar iç içe geçtiği” (Davis, 2018: 176) de ancak bütünlüklü planı gören dikkatli gözler tarafından okunabilecektir.

Martschukat, Chul Han ve Davis'in anlatıları ortak bir özelliğe sahiptir. Neoliberal çağda bireyler sağlıklarına takıntılı bir şekilde teknoloji ile ilişki kurmakta; sağlıklarının peşinde koşarken aldatılmakta, sömürülmekte ve kandırılmaktadır. Narsist, apolitik bireyler olarak kamusal gündemlerin, siyasetin dışarısında kalmışlardır. İçsel

denetimin hükümranlığında, tahakkümün kurucu öznelere kaçırılmış veya onları önemsizleştirmiş; sadece kendisine odaklanmış tekil kişiler haline gelmişlerdir. Bu görüntüsü ile birlikte bir “toplum” olabilme ve “biz” olabilme yetenekleri ortadan kaybolmuştur. Varoluşsal olarak benliklerini tüketimler üzerinden kurmakta ve “öteki”yi bütün farklılıklarıyla birlikte dışlamaktadırlar. Aktif, üretken ve motivasyonu yüksek kişiler olmak istemekte; isteklerine yönelik sınırlarını kaybetmektedirler. İsteklerini ölçülebilir verilere dönüştüren teknolojik cihazların takibinde hedeflerine ulaşmaya çalışmaktadırlar. Bütün kısımları ile bedenleri, sistematik takibin bir parçası olabilecek şekilde hedeflerine olan uzaklıklarını veya yakınlıklarını temsil etmektedir. Sağlıklı ve iyi yaşam kültürü bireyler için içine düşecekleri bir tuzak ve birbir tahakküm ilişkisinin çatı kavramı, örüntüsü olarak yapılandırılmıştır. Neoliberal çağda sağlık ve mutluluk peşinde koşan bireyler de bu arayışta aldatılan bir kitlenin edilgen parçalarıdır.

## **1.2. TIBBIN DESTEKLEYİCİ PARÇASINDAN KENDİ BAŞINA BİR KÜLTÜRE DOĞRU: SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS)**

### **1.2.1. Sağlıklı Yaşam Hareketi**

Tıbbi paradigmanın hastalık merkezli kavranıştan sağlık merkezli arayışlara doğru değişimi sağlıklı yaşam (wellness) kavramını da dönüştürmüştür. Sağlıklı yaşam hareketinin ilk kavranışı, yöntemleri ve temsilcileri ile şimdi büyük bir endüstri haline gelmiş, anlatıları yaygınlık kazanarak birçok alana yayılmış hareket arasında farklılıklar bulunmaktadır. Toplumsal yapının değişimi, teknolojik ilerlemeler ve sosyal medyanın yaygınlaşması sağlıklı yaşam hareketinin görünüşünün değişmesine ve zenginleşmesine neden olan başlıca değişkenlerdir. Global Wellness Enstitüsü'ne göre sağlıklı yaşam “bütünsel bir sağlık durumuna yol açan faaliyetlerin, seçimlerin ve yaşam tarzlarının

aktif bir şekilde takip edilmesi olarak tanımlamaktadır” (Global Wellness Institute, 2024). Enstitüye göre sağlıklı yaşam kavramı “sağlıkla bağlantılı”, “aktif bir arayış” içerisinde olan kimselerin “bireysel” faaliyetleri ve bunların bütününi ifade eden yaşam tarzları olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle durağan bir duruma gönderme yapan (wellbeing, happiness vb.) diğer kavramlardan da farklıdır. Bireylerin sağlıkla ilgili kendi sorumluluklarını alarak yaşam tarzları arasında seçim yapabildiği ve yaptıkları seçimler doğrultusunda sağlıkla ilişkilendiği bir tutumu yansıtmaktadır. Fiziksel, zihinsel, duygusal, manevi, sosyal ve çevresel başlıklarda ele alınabilen çok boyutlu bir kavramdır. Bu nedenle sadece fiziksel değil bireyi bütünsel bir kavrayışla elen alan ve onu şekillendirmeye aday bir kavram olarak görülmelidir. Sağlıklı yaşam hareketinin iddiası bireylerin sağlıklı yaşam tarzlarını benimsemesinin bireysel farkındalıklarının gelişmesine yardımcı olacağı, öz sorumluluk bilinci ile kararlar almasını destekleyeceği ve hastalıklara yakalanmadan önleyici bir noktada harekete geçeceğine yöneliktir. Sağlıklı yaşam “kökleri çok eskiye dayanan modern bir kelimedir” (Global Wellness Institute, 2024). Temelleri Doğu’da Hindistan ve Çin’in kadim öğretilerine; Batı’da Yunanistan ve Roma’nın antik değerlerine kadar uzanmaktadır. Her ne kadar kökenleri medeniyetleri kuran büyük uygarlıklara kadar uzansa da temsilcileri, savunucuları, pazarı ve anlatısıyla Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa merkezli modern bir kavram olarak keşfedilmiştir ve kullanılmaya devam edilmektedir. Global Wellness Enstitüsü sağlıklı yaşam hareketinin modern dönemini üç başlık altında sınıflandırmaktadır: *19. Yüzyıl Entelektüel & Medikal Akım*, *20. Yüzyıl Wellness’ın Yaygınlaşması ve Ciddileşmesi* ve *21. Yüzyıl Kırılma Noktası* (Global Wellness Institute, 2024). Enstitü, *19. Yüzyıl Entelektüel ve Medikal Akım*’ı bireylerin hastalıklara karşı bireysel ve önleyici arayışlar içerisinde olduğu bir dönem olarak görmektedir. Tıbbi yöntemlerin alternatifi olarak görülen arayışlar içerisinde “homeopati, osteopati,

kayropraktik ve naturopati” olarak adlandırılan yaklaşımlar ön plana çıkmaktadır. Bu yaklaşımların en önemli tarafı bireylerin sağlıkları ile ilgili bütünsel (fiziksel ve zihinsel anlamda) bir bakış açısı geliştirmesini sağlaması ve tıbbın “ihmal ettiği” iddia edilen bakış açısını tamamlama iddiasıdır. Sağlıklı yaşam kavramı 19.yüzyıldaki tekil görüşlerinin aksine 20.yüzyıl ile birlikte yaygınlık kazanmıştır. Bu süreçte sağlıklı yaşam hareketi kendisini temsil edecek daha fazla kişiye kavuşmuş, savunuculuk faaliyetleri ilerlemiş ve örnek uygulamalar geliştirmiştir.

20. Yüzyıl sağlıklı yaşam hareketi tıp merkezli bir yaklaşımı başlangıç noktası olarak almakta, alternatif yaklaşımları ve tamamlayıcı noktaları vurgulamakta ve yaşam tarzına yönelik küçük çaplı, örnek modeller geliştirmektedir. Bu dönemde hareket sağlık profesyonellerinin temsiliyetinde, akademik tartışmaların ışığında; yerel, küçük wellness merkezleri uygulamaları ve kitap, dergi yayınları ile birlikte birçok noktadan hâkim tıbbi paradigma karşısında kendisine alan açmaya çalışmaktadır.

## **1.2.2. Sağlıklı Yaşam (Wellness) Hareketinin Kurucuları**

### **1.2.2.1. Halbert L. Dunn**

Dünya Sağlık Örgütü’nün 1947 yılında sağlık kavramına yönelik bakış açısını değiştirmesi ve sağlığı tam bir iyilik hali olarak tanımlaması 20. yüzyıl sağlıklı yaşam hareketinin kurucusu olarak bilinen Halbert L. Dunn’ın da çıkış noktasını oluşturmaktadır. Dunn doktorlar ve hemşirelerin (genişleterek söylemek gerekirse sağlık profesyonellerinin) uygulamalarında Dünya Sağlık Örgütü’nün sağlığın yeni tanımındaki değişikliği unutarak hareket ettiklerini söylemektedir.

Doktorlar ve hemşireler, diğer faktörleri göz ardı ederek hastalık, sakatlık ve ölüme odaklanma eğilimindedirler. Belki de bunun nedeni, aldıkları eğitimin sağlıktan ziyade hastalığa yönelik olması ve bu nedenle hastalığı sağlıktan daha ilginç bulmalarındır. Ayrıca, hastalığa karşı savaşmak, daha iyi bir sağlık durumu için savaşmaktan daha

kolaydır. (Dunn, 1971: 3)

Dunn böyle bir kavrayışla sağlık profesyonellerinin boş bıraktığını düşündüğü bir noktayı tamamlamaya çalışmaktadır. Dunn'ın iddiasına göre sağlık profesyonelleri (bulaşıcı hastalıklar döneminde olduğu gibi) hastalık merkezli bir tıbbi kavrayış içerisindedir ve toplumla, hastalarla sağlık merkezli bir yaklaşım geliştirmekten kaçınmaktadır. Fakat hayattan zevk alabilmek, sağlıklı ve iyi hissedebilmek hastalıklara odaklanmaktan değil sağlığa odaklanmaktan geçmektedir. Bireysel olarak sağlığa odaklanarak ve sağlık için aktif bir arayış içerisinde olarak hayattan zevk alınabilmektedir. Dunn bu düşünsel altyapıdan yola çıkarak *üst düzey sağlıklı yaşam (high level wellness)* kavramını geliştirmiştir ve şu şekilde tanımlamaktadır (1971: 4-5): “Birey için üst düzey sağlıklı yaşam, bireyin sahip olduğu potansiyeli en üst düzeye çıkarmaya yönelik entegre bir işlevsellik yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Bu, bireyin faaliyet gösterdiği çevre içinde bir denge ve amaca yönelik yön sürekliliğini korumasını gerektirir.” Dunn'ın yaklaşımında bireyler her zaman kendilerinin gösterdiğinden veya onlara tıbbi bakış tarafından atfedilenden daha fazla bir potansiyel taşımaktadır. Potansiyelini ortaya çıkarmak isteyen bireyler sağlıklarına ve hayatlarına bütüncül şekilde bakabilmeli ve amaca yönelik olarak sürekli hareket etmeleri, arayış içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu nedenle durağan bir kavramdan bahsedilmemekte ve Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımından da ayrıştığı iddia edilmektedir. Bütüncül, hareketli ve bireylerin potansiyellerini açığa çıkaracak yöntemler şemsiyesi olarak bireyleri sağlık merkezinde düşünmeye ve biricik, limitsiz kapasiteleri için harekete geçmeye çağırmaktadır. Dunn'a göre sağlıklı yaşam kavramı sadece bireyin kendisine yönelik bir çağrı değil toplum sağlığına yönelik (toplumun sağlıklı olabilmesi için bireyin sağlıklı olması yaklaşımından hareketle) bir davet olarak da görülmektedir. Dunn on dokuzuncu yüzyıl toplumlarında endüstrileşmenin hızlanması ve kentleşmenin artışı gibi değişen

toplumsal yapının gündelik hayatta birçok sosyal ve sağlık sorununu tetiklediğini ve bunlara karşı m¼cadelenin tekil hastalıklar ¼zeline, yama yapılarak olmayacağını vurgulamaktadır. Bu zeminden hareketle toplum sağlığı a¼ısından da b¼t¼nc¼l bir yaklaşıma ihtiya¼ bulunduğunu s¼ylemektedir. Dunn'ın sağlıklı yaşam tanımına, atfettiği ¼zelliklere, verdiği ¼rneklere, gidiş y¼ntemine ve amacına bakıldığında modern tıbbi paradigmanın i¼inde sağlıklı yaşam hareketine alan a¼maya ¼alıřtıđı g¼r¼lmektedir.

Global Wellness Enstit¼s¼ sağlıklı yaşam hareketinin 20.y¼zyıldaki diğer ¼nc¼ temsilcileri ve Dunn'ın takip¼ileri olarak şu isimleri ¼n plana ¼ıkarmaktadır: John W. Travis, Don Ardell ve Bill Hettler.

#### **1.2.2.2. John W. Travis**

John W. Travis ile Halbert L. Dunn'ın sağlıklı yaşam kavramına yaklaşımları olduk¼a benzerdir. Travis de Dunn gibi ABD'de yaşayan bir hekimdir ve halk sağlığı alanında ¼alıřmaktadır. Sağlıklı yaşam ilkelerinin fiili olarak uygulandığı ve ¼đretinin pratiğe kavuştuğu ilk merkez olan “Wellness Resource Center”ı 1975 yılında California'da kurmuştur. Geliştirmiş olduğu Wellness Envanteri (Wellness Inventory) ve yazmış olduğu Wellness Workbook g¼n¼m¼zde sağlıklı yaşam arayışında olan bireyler tarafından kullanılmaya devam edilmektedir. Dunn ve Travis i¼in sağlıklı yaşam bireylerin sadece sağlıklı bir yaşam s¼rmesi, aktif bir arayışta olmaları değil bireylerin var olan potansiyellerini de hayata ge¼irebilecekleri bir bakış a¼ısını, daveti de i¼ermektedir. Fakat Travis, Dunn'ın sağlıklı yaşam yaklaşımından farklı olarak bireysel sorumluluğun daha merkezde olduğu, bireysel duyguların ve se¼imlerin daha etkili olduğu bir sağlıklı yaşam anlatısı ile de farklılaşmaktadır ve kendisinden sonra gelecek temsilciler i¼in yeni filizler oluşturmaktadır (Miller, 2005: 94; Baker, 2022). Bu nedenle geliştirmiş olduğu Wellness Envanteri bireyin sağlık d¼zeyinde diğer yaklaşımlardan

daha fazla boyut tanımlamaktadır. Bu boyutlar: öz-sorumluluk ve sevgi, nefes alma, duyumsama, yeme, hareket etme, hissetme, düşünme, oyun ve çalışma, iletişim kurma, yakınlık, anlam bulma ve aşma olarak on iki tanedir (Baker, 2022). Travis'in Hastalık - Sağlık Sürekliliği şeması da wellness kavramını genişleten ve zenginleştiren katkılarından bir diğeridir. Dunn'ın bahsetmiş olduğu üst düzey sağlıklı yaşama (high-level wellness) ulaşabilmek için bir tedavi sürecinin içerdiği aşamalardan çok daha fazlasına ihtiyaç duyulmaktadır. Travis'in Hastalık Sağlık Sürekliliği şeması iki tarafı sonsuza uzanan bir sayı doğrusuna benzemektedir. Uçlardan bir tarafında erken ölümlerle sonlanacak Tedavi Paradigması (kırmızı ile gösterilebilmektedir) ve diğer uçta Dunn'ın bahsetmiş olduğu High Level Wellness Paradigması (mavi-yeşil renkleri ile birlikte gösterilebilmektedir) bulunmaktadır. Her iki paradigmanın ortasında, sayı doğrusunun ortasında, ise sağlığın ve hastalığın olmadığı nötr bir alan tanımlanmaktadır. Travis'e göre Wellness Paradigması ise bireyin sol uçta bulunan Tedavi Paradigmasından kurtularak sağ uçta bulunan High Level Wellness Paradigmasına doğru olan yolculuğunu temsil edecek şekilde soldan sağa doğru uzanan bir ok işareti ile birlikte gösterilmektedir. Travis'in yaklaşımında "wellness paradigması, wellness arayışını öz sorumluluğa dayanan aktif bir büyüme süreci" (Baker, 2022) olarak tanımlamaktadır. Bireyler kendi sağlıkları konusunda sorumluluk alarak seçimler yapmaktadır. Yapmış oldukları seçimler ile birlikte erken ölümlerden ve hastalık merkezli bir anlayıştan kurtularak sağlığın merkezde olduğu ve iyi bir yaşam geçirebilecekleri bir anlayışa ve yaşam biçimine doğru geçebilmektedirler.

Kendisi de bir hekim olan Travis hastalık yaklaşımlarında ise alternatif tedavilerin olabileceğini söylemekle birlikte tıbbi tedaviyi de görmezden gelmemektedir. Önerdiği sağlıklı yaşam yaklaşımı ve bu çerçevede çizdiği programlar temelde bireylerin öz gelişimine ve sorumluluğuna dayanmakta fakat tıbbi tedavi ile de

uyum içerisinde olmaktadır. Kendisinden sonra gelecek Don Ardell ise sağlıklı yaşam kavramını kurucularından daha radikal bir noktaya taşıyacaktır.

### 1.2.2.3. Don Ardell ve Bill Hettler

*Ardell High Level Wellness: An Alternative to Doctors, Drugs and Disease (Üst Düzey Sağlıklı Yaşam: Doktorlara, İlaçlara ve Hastalıklara Alternatif)* başlıklı kitabını 1977'de yayınlamıştır. Kitabın ilk bölümü şu cümleyle başlamaktadır: “*Bir diktatörlükte yaşadığınızı düşünün*” (Ardell, 1981: 1). Bölümün giriş cümlesi çağdaş Amerikan yurttaşlarına bir çağrı niteliğindedir. Gündelik yaşantılarında hareketsiz kalan, sağlıksız besinler tüketen, sadece ilaçlarla hastalıklarını tedavi etmeye çalışan ve streslerini yönetemeyen Amerikan yurttaşlarına yönelik hem bir eleştiri hem de bir çağrı yapmaktadır. Toplumsal normları yeniden üreten sağlıksız alışkanlıklar rasyonel bireylerin kabul edemeyeceği davranışlar bütünü haline gelmiş ve insanların sağlığını her gün yeniden bozmaktadır. Ancak bir tiranın yönetiminde razı olunabilecek bu koşullara Amerikan yurttaşları her gün kendi rızasıyla boyun eğmekte ve destek vermektedir. “İçsel bir zorba” gibi bireylerin sağlıksız alışkanlıklarını sürekli olarak üreten bu sisteme bir son verilmesi gerekmektedir. İradesiz kimseler olarak sistemin sürekliliğinde kaybolmuş bireyler kendi potansiyellerini bulmalı ve hayatlarını ellerine alarak sağlıklı seçimler yapmalıdır. Bu nedenle Ardell basit bir sağlıklı yaşam kitabı yazmamakta, çürümüş bir toplumda kendi iradelerini kullanmak isteyen çağdaş Amerikan yurttaşlarına seslenmektedir:

Bu kitabı, hastalığa neden olan alışkanlıklar tarafından kontrol edildiğini hisseden ve sağlık ve esenlikleri için başkalarına bağımlı olan insanlar için yazdım. Kendinizi doktorların, ilaçların ya da hastalıkların esiri gibi hissediyorsanız bu kitabı sizin için yazdım. Temel amacım, sağlıklı bir yaşam tarzının, çağdaş Amerika'daki baskın davranış kalıplarından (sigara içmek, abur cubur yemek, egzersiz yapmamak, kontrolsüz stresle yaşamak, kendi sağlığınız için hesap vermeyi reddetmek vb) elde edebileceğinizden daha fazla neşe, tatmin ve yaşama sevinci sağlayabileceğini göstermektir. (Ardell, 1981: 2)

Ardell'in sağlıklı yaşam kavramı önceki kuruculardan farklı olarak radikal bir görüntü çizmektedir. Kavramı ruhunu kaybetmiş, şekerle uyuşmuş, hareketsiz kalmış, iş stresinden bunalmış Amerikan toplumuna kendi hayatlarını ellerine alabilecekleri yeni bir davet olarak kullanılmaktadır. Ardell'in kendisi bir hekim olmamakla birlikte tıbbi tedavilere ve ilaca da doğrudan karşı değildir. Sağlıklı yaşam kavrayışında ise hastalıklar oluşmadan önce tedbir alması gereken, önleyici bir tutum benimsemiş, öngörülü ve rasyonel bir insan görüntüsü çizmektedir. Enerjilerin merkezde olduğu şifa hareketlerine, guruların kutsal olduğu topluluklara ve diğer alternatif yaklaşımlara alan amayan rasyonel, seküler bir tutumun temsilcisidir (Miller 2005; Baker, 2022). Ardell'in yaklaşımını destekleyen unsurlardan bir diğeri Amerikan sağlık sistemine yapılan yatırımın bireysel sağlığa olan etkisinin az olduğuna yönelik gzlemleriydi. Amerikan sağlık sistemlerine ayrılan bt ile bireylerin sağlıklarına yönelik etkisi arasında büyük bir boşluk olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle bireyleri daha sağlıklı kılabilecek yöntemler arasında btenin artırılması değil uyuşmuş kitlelerin uyandırılmasına ve hastalığa yönelik bakış açısının değiştirilmesine ihtiyaç bulunduğunu vurgulamaktadır. Fakat sağlıklı yaşam hareketi her ikisini de yapabilecek ve daha ilerisini gösterebilecek bir kavrayış olarak Dunn ve Travis tarafından geliştirilmiş ve farklı uygulamalarına zaten başlanmıştı. Ardell ise kendisinden önceki çalışmaları da sahiplenerek geliştirmiş olduğu sağlıklı yaşam anlayışının köklerini bu çalışmaların oluşturduğundan övünerek bahsetmektedir (1981: 6). Ardell Dr. Halbert Dunn ile hayatı boyunca yüz yüze hiç tanışamadığını fakat Dr. Travis ile Wholistic Health and Nutrition Institute'de tanışma fırsatı bulduğunu da söylemektedir. Ardell fikirlerinin sıçrama yaptığını ve olgunlaştığı önemli dönüm noktalarından birisi olarak bu buluşmayı söylemektedir. Farklı coğrafya ve ülkelerde sağlıklı yaşam teorilerini ve pratiklerini inceleyen Ardell geliştirmiş olduğu yaklaşımında on temel ilke belirlemiştir.

Hasta olmaktan, parasını ilaçlara harcamaktan ve tedavilerden bunalmış bireylerin sağlıklı yaşam ile tanışabilmesi için bu ilkelere sahip olması gerektiğini iddia etmektedir. Ardell'in kitabında bahsettiği ilkeler şu şekildedir:

1. “Kendi Sağlığınızın, Refahınızın Başkanı Sizensiniz.
2. Sihirli Kurşunları veya Anlık Çözümleri Unutun.
3. Yağ Doktorunun (Kendi sağlığı ve bedeni hakkında sorumluluk alamamış hekimler olarak kullanılmaktadır) Tavsiyelerine Kulak Asmayın.
4. Vücudunuz: Dünyanın En Büyük Şifacısıdır.
5. Tanrı Bizim İşimize Karışmamayı Kendi İş Haline Getirir.
6. Ne Roma Ne de Sağlıklı Yaşam Tarzı Bir Günde Yapılamaz.
7. Fedakârlık Yapmayın, Kendinizi İnkâr Etmeyin ya da Yıkıcı Yaşam Alışkanlıklarınızdan Vazgeçmeyin - Buna Hazır Olana Kadar.
8. Hiçbir İlaç İyi Bir İlaç Değildir - Bükülebilir Bir Kural Olarak.
9. Müşteri Olmak Hasta Olmaktan Daha İyidir.
10. Yüksek Seviyede Sağlıklı Yaşam, Düşük Seviyede Kötü Yaşamdan Daha Ödüllendiricidir.” (1981: 58)

Ardell'in ilkeleri sağlıklı ve iyi yaşam kültürünün bireylere yönelik çağrısını, davetini anlamakta oldukça faydalı bir zemin oluşturmaktadır. Sağlıklı yaşam kültüründe bireyler dünyevi ve ilahi otoritelerden kendilerini uzaklaştırmalı ve bunların araçlarına güvenmeyerek doğrudan sorumluluk almalıdır. İnsanlar ne yaratıcıdan fayda beklemeli ne de kendi sağlıkları, bedenleri hakkında sorumluluk alamamış hekimlerin (*yağ doktorları*) tavsiyelerine kulak asmalıdır. Vücutlarının iyileştirme gücüne güvenmeli, çok zor durumda kalmadıkça ilaç kullanmamalı ve anlık, sihirli çözüm vaatlerinden uzak kalmalıdır. Hazır olduğu anda karar vermeli, sağlığı hakkında sorumluluk alarak vücudunu ve hayatını doğru bir şekilde yönetmelidir. Gerektiği noktada hasta olmaktansa müşteri olmayı tercih etmelidir. Ödül, bir günde onu bekleyen geçici çözümler değil uzun vadede inşa ettiği sağlıklı bir yaşamdır.

Ardell üst düzey sağlıklı yaşam olarak *high level wellness*'ı Dunn ve Travis'in yaklaşımlarından hareketle tanımlamakta fakat onlardan farklı olarak beş boyutta açıklamaktadır. Ardell'e göre üst düzey sağlıklı yaşam “kapasiteniz dâhilinde en yüksek sağlık düzeyine ulaşmak amacıyla tasarladığınız yaşam tarzı odaklı bir yaklaşımdır”

(1981: 74). Kendinden önceki kurucuların metinlerinden hareketle bireylerin potansiyellerine vurgu yapmakta, bireysel sorumluluğu merkeze almakta ve bir yaşam tarzı olarak dinamik bir sürece atıf yapmaktadır. Hastalık olasılığını en aza indirmek ve sağlıklı bir yaşam tarzı geliştirmek için birbirine entegre boyutlar harekete geçirilmelidir. Öz sorumluluk, beslenme bilinci, stres yönetimi, fiziksel zindelik ve çevresel duyarlılık (Ardell, 1981: 74) olmak üzere sağlıklı yaşam tarzının beş boyutu vardır. Ardell'e göre bu boyutlar bütüncül bir şekilde ele alınmalı ve dengeli bir şekilde yönetilmelidir.

Global Wellness Enstitüsü'ne göre wellness hareketinin kurucularından ve yirminci yüzyıl temsilcilerinden olan bir diğer isim Bill Hettler'dir. Kendisi de bir hekim olan Hettler sağlıklı yaşam kavramına akademi içerisinde daha fazla yer açmış ve sağlıklı yaşam çalışmalarını Ulusal Sağlıklı Yaşam Enstitüsü'nü (National Wellness Institute) kurarak bir çatı altında toplamıştır. Ulusal Sağlıklı Yaşam Enstitüsü'nde kurslar ve eğitimler planlamıştır. Ayrıca ders verdiği Wisconsin Üniversitesi'nde sağlıklı yaşamı müfredata sokmuş ve akademi içerisinde "Sağlık ve Sağlıklı Yaşam Yönetimi", "Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi" ve "Sağlık ve Sağlıklı Yaşam Koçluğu" başlıklarında derslerin açılmasını sağlamıştır (Baker, 2022). Hettler de diğer öncülerini gibi sağlıklı yaşam konusunda kendi modelini geliştirmiştir. Geliştirdiği modelde duygusal, mesleki, fiziksel, sosyal, entelektüel ve ruhsal (Baker, 2022) olarak altı sağlıklı yaşam boyutu bulunmaktadır:

Ardell ve Hettler sağlıklı yaşam hareketinin farklı boyutları olduğunu düşünmekte, bu boyutları ortaya koymakta ve sağlıklı bir yaşamın uzun vadede kazanılacak alışkanlıklar bütünü olduğunda uzlaşmaktadır. Ardell kurumları bir paydaş olarak görmekten çok bireylerin sağlıklı bir yaşamı kurmaları önünde engel olan

otoriteler olarak görmektedir. Hettler ise kurumları bireylerin sağlıklı bir yaşamı kurma süreçlerinde bir paydaş olarak görmekte ve hem kurumları harekete geçirecek çalışmalar örgütlemekte hem de sağlıklı yaşam hareketine kurumsal bir kimlik kazandırmaya çalışmaktadır.

### **1.2.3. Sağlıklı Yaşam Hareketi Kurucularının Ortak Noktaları ve Ayrımları**

Wellness kültürü kökenlerini her ne kadar Uzak Doğu, Antik Yunan ve geleneksel tedavi yöntemlerine dayandırsa da modern ve seküler bir kavram olarak Amerika'da ortaya çıkmıştır (Miller, 2005; Baker, 2022) İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki tüketim çağında, Dünya Sağlık Örgütü'nün sağlık kavramına yönelik tanımını değiştirmesi ile birlikte modern sahnede kendisine yer bulmuştur. İnsanlığın bulaşıcı hastalıkları kontrol altına almaya başladığı, erken ölümlerin azaldığı ve toplum sağlığı alanında kronik hastalıkların ağırlık kazanmaya başladığı bir dönemi temsil etmektedir. Sağlığın diğer belirleyicilerinin bulaşıcı hastalıklar ile birlikte arka plana itildiği bireysel bir yaklaşıma sahiptir. Bireysel sorumluluk duygusunun yönetiminde sağlıklı bir yaşama sahip olunması için gündelik alışkanlıkların sürekli ve içsel bir denetimine yönelik vurgu taşımaktadır.

Sağlıklı yaşam hareketinin kurucuları Dunn, Travis, Ardell ve Hettler belirli konularda ortaklaşmakta fakat birçok söylem ve pratikte ayrılmaktadır. Bireysel sorumluluğun merkezde olduğu, bütüncül ve bitmek bilmeyen, aktif bir arayışa ve bireyin içsel potansiyeline yönelik anlatı kurucuların hepsinde ortaktır. Fakat tıbbi tedavi ile alternatif, geleneksel tedaviye yönelik bakış açıları; sağlıklı yaşam kavramının boyutlarına yönelik sınıflandırmaları ve kavramın enerji gibi mistik alanlar ile kurduğu ilişkide herkesin kendi modeli ve bakış açısı bulunmaktadır. Bu nedenle kavramın tanımına dair ortaklaşılabilir olsa bile yöntemine dair birçok cevap ve model

bulunmaktadır. Kavramı ortaya çıkaran ve pratikler etrafında örgütleyen ilk temsilcilerinden üçü hekimdir. Hekimlerin tıbbi tedaviye ek olarak önerdiği, bireyin tedaviyle uyumuna ve sağlıklı yaşam tarzını geliştirmesine odaklandığı bir noktayı temsil etmektedir. Bu nokta dışına taşan anlatıları olmakla birlikte tıbbi tedavinin tam olarak reddedilmesine yönelik bir yaklaşım bulunmamaktadır.

Sağlıklı yaşam hareketi yirmi birinci yüzyılda özellikle dijitalleşmenin yaygınlaşması, iletişim ağlarının gelişmesi, sosyal medyanın ortaya çıkması; kronik hastalıkların artışı, ileri yaşlı nüfusun çoğalması ve tüketim nesnelерinin artışı ile birlikte ve bütün bunların gerçekleştiği toplumsal örüntü olarak neoliberal sistemde kendi başına bir kültür haline gelmiştir. Sağlıklı yaşam kültürünün yirmi birinci yüzyıl temsilcileri ise değişmiş, çeşitlenmiş ve kendi kitlelerini ve pazarını yaratmıştır. Sağlıklı ve iyi yaşam kültürü birçok farklı yaklaşımı içerisinde eritmiş, eklektik bir görünüm ve pragmatik bir yaklaşımla ana akım haline gelmiştir.

Sağlıklı yaşam kültürünün kurucuları arasında hâkim anlatılar ve benzer pratikler görülebilmektedir. Fakat birbirini takip eden bu anlatılar arasında ayırım noktaları da mevcuttur. Kurucuların söylemleri, kimlikleri, anlatıları ve pratikleri birbirinden farklı temsiller yaratabilmektedir. Bu nedenle sağlıklı yaşam hareketinin ortaya çıktığı dönemden bugüne kadar her zaman farklı temsillere sahip olduğu, tek bir anlatısı olmadığı ve pratikler düzeyinde eklektik bir yapısı olduğu görülmektedir.

## **2. BÖLÜM: SOSYAL MEDYA VE SAĞLIKLI YAŞAM ETKİLEYİCİLERİ**

### **2.1. SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM KÜLTÜRÜ**

Sosyal medya sağlıklı yaşam etkileyicilerinin bireysel deneyimleri doğrultusunda sağlıkla ilgili bilgiler verebildiği, kendi anlatılarını kurabildiği, topluluklar inşa edebildiği ve yeteneklerini, bedenlerini sergileyerek sağlığa dair yöntemlerinin sonuçlarını gösterebildiği bir zemindir. Geleneksel medya olarak adlandırılan televizyon, radyo, gazete gibi sermaye isteyen ve içerisinde yer alabilmek için profesyonel ilişkiler ağına dâhil olmak zorunda olunan, kendi içerisinde ve toplumsal olarak denetleme mekanizmalarının yaptırım gücü (özellikle ulusal anlamda) güçlü olan iletişim araçlarından ve ortamlarından farklıdır. Farklı şirketlerin ağlar üzerinde kurmuş olduğu dijital platformlar olarak sosyal medya bireylerin gündelik yaşamlarının tamamına hitap edebilen, onları gündelik yaşamları hakkında paylaşımlara davet eden, bireylerin içerisinde bulunması için az harcama gerektiren, yaygın bir erişime sahip, denetleme mekanizmaları konusunda tartışmalı olan ve tam da bu sebeple özellikle ulusal otoriteler tarafından yaptırım alanında boşlukları bulunan, bu boşluklarda bireylerin kendi anlatılarını kurabildiği ve bireylerin takipçi sayıları doğrultusunda onları gündemde tutmaya istekli (onları diğer kişilere tavsiye eden ve böylece etkileyici olarak konumlandırabilen) bir yapıya sahiptir. Yeni medya farklı işlevlerin yakınsama süreci içerisinde bir multimedya olarak tanımlanmakta ve diğer medya türlerinden telekomünikasyon, veri iletişimi ve kitle iletişimini tek bir araçta toplaması, etkileşimi mümkün kılması ve dijital kodları kullanarak yarattığı toplumsal dönüşüm nedeniyle farklılaşmaktadır (Dijk, 2006: 8). Yeni medya bir ortam olarak karşılıklı iletişime izin veren, iletişimin her iki tarafının da katılımına açık bir yapıya sahiptir. İletişim sürecine katılımın ve etkileşimin gerçekleşmesi özellikle kültürel bir

üretim aracı olarak medyayı kullanan kişilerin fark yaratabilmesi veya yarattıkları farkı daha rahat gösterebilmesi anlamına gelebilmektedir. Geleneksel medya araçlarından farklı olarak kullanıcılar değişen bağlamlarda anlamın yeniden üretimine katılabilmekte ve etkileşime girebilmektedir. Bu nedenle sosyal medya tıbbi paradigmanın dönüşüm sürecinde bireylerin yeni sağlık paradigması ile müzakere edebileceği, anlaşmaya varabileceği veya ayırım noktaları üzerinden yerel anlam dünyalarının da etkisiyle kültürü yeniden üretilebileceği yaşamsal bir alandır.

Sosyal medyada bireysel deneyimleri, yetenekleri ve bunların biçimlendirdiği bir “meta” olarak bedenlerinin görselleri doğrultusunda sağlıklı olmak, sağlıklı kalmak ve sağlıklı yaşamak hakkında paylaşımlar yapan kullanıcılar bulunmaktadır. Bireylerin sosyal medyada sağlıkla ilgili paylaşımlar yapmalarına yönelik düzenlemeler içeren ulusal yasalar ve sağlık meslek örgütlerinin etik kuralları olmakla birlikte uluslararası şirketler olarak sosyal medya platformları bu paylaşımların yapılması konusunda esnek bir denetimi tercih etmektedir. Doğrudan, hızlı, ulusal otorite ile uzlaşmış bir şekilde denetim yapmamakta veya yapılan ulusal denetimlerin bir parçası olmamaktadır. Bu nedenle uzmanlık alanları olsun veya olmasın bireylerin sağlıkla ilgili bilgileri istedikleri gibi paylaşabildikleri ve daha sonrasında farklı nedenlerle denetlendikleri veya denetlenmedikleri bir sosyo kültürel alan olarak sosyal medya sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretilmesinde bireyler açısından ve topluluklarını kurmuş, takipçi kazanmış etkileyiciler açısından elverişli bir politik zemine de sahiptir.

Sağlıklı yaşam hareketinin bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada yeniden üretilmesinde sağlıklı yaşam etkileyicileri önemli rol oynamaktadır. Sağlıklı yaşam kültürünü bir endüstri olarak kavrayan ve içerisindeki herkesi kendisine

yabancılaşmış, meta haline gelmiş bireyler olarak gören yaklaşım tarzına bakıldığında sağlıklı yaşam etkileyicileri de piyasa merkezli, pazar odaklı ve tüketim toplumu perspektifinden okunmakta; sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde hâkim pozisyonun ortak anlam dünyasını yeniden üreten dişlilerden birisi olarak anlatılmaktadır. Bu yaklaşımda sağlıklı yaşam etkileyicileri hem endüstrinin doğrudan yapılandığı edilgen kimseler hem de etkiye buldukları kişileri doğrudan yapılandırabilen güçlü kimseler olarak çelişkili bir bütünlüğü temsil etmektedir. Ayrıca sağlıklı yaşam etkileyicileri arasındaki ayrımlar ortadan kalkmakta ve tek tipleştirilmektedirler. Homojen bir kavrayış veya “kapitalist pratikten çıkarılmış bir formül olarak” (Williams, 2013: 68) sağlıklı yaşam etkileyicileri hâkim anlatının doğrudan yapılandığı ve kitleleri yapılandıran kimseler olarak konumlandırılmaktadır. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin sağlıklı yaşam kültürü içerisinde farklılıklarını görmeyen, hepsini aynı endüstrinin bir parçası olarak kabul eden bu yaklaşım eksikli ve indirgemecedir. Sağlıklı yaşam etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile anlamın inşasında mücadele eden, uzlaşma ve kırılma noktaları bulunan özgün kimselerdir. Ortak anlamın inşasında hâkim anlatılar ile bir mücadele içerisindedir ve kültürün yeniden üretiminde hâkim anlatılarla uzlaşma ve kırılma noktalarında farklı görünümlere sahiptirler.

Sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatısı bir sosyo kültürel alan olarak sosyal medyanın kendisinde de toplumsal bir müzakere alanıdır. Sağlıklı yaşam etkileyicileri bu müzakere alanında bulunan özgün kimselerdir. Fakat sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlık endüstrisi olarak adlandırılan kavrayışta nasıl bir dişli olarak görülemeyecekse tek başlarına kültürün yeniden üretimini sağlayan bağımsız, tekil kimseler olarak da görülmemelidir. Sosyal medyanın ekonomi politik yapısı, şirket sahiplerinin politik

tercihleri, algoritmaların işleyiş mantığı ve ulusal düzenlemeler sağlıklı yaşam etkileyicilerinin paylaşımlarını kısıtlayan, kültürün yeniden üretiminde onların davranışlarını etkileyen önemli belirleyicilerdir.

Çalışmanın bu bölümünde sağlıklı yaşam etkileyicilerine yönelik iki farklı bakış açısı incelenmiştir. İlk olarak sağlıklı yaşam etkileyicilerinin kapitalist pratik formül çerçevesinde sağlıklı yaşam endüstrisinin bir dişlisi olarak nasıl yapılandırıldığı ortaya koyulmuştur. Kendi bedenlerine yabancılaşmış, sağlıklı yaşam endüstrisi içerisinde metalaşmış, sosyal medyanın algoritmalarının kontrolünde olan, farklılıkları ortadan kaybolmuş ve aynı yöntemleri kullanan kimseler olarak kurgulanan anlatı incelenmiştir. Bu bölümün ikinci aşamasında ise sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam kültürü içerisinde anlamı müzakere eden, topluluğu ile etkileşim sürecinde tavizler veren, hâkim ortak anlam dünyası ile uzlaşma ve kırılma noktaları bulunun, birbirinden farklı ve özgün kimseler olarak ele alınmıştır.

### **2.1.1. Sağlıklı Yaşam Endüstrisinde Kapitalist Pratik Formülün Kurucu Noktası: Sosyal Medya ve Sağlıklı Yaşam Etkileyicileri**

Sağlıklı yaşam hareketinin gündelik hayatın tamamına seslenebilmesinde internetin gelişimi, dijital ve sosyal ağların ortaya çıkması ve sosyal medya platformlarının hizmet vermeye başlaması oldukça etkili olmuştur. Global Wellness Enstitüsü sağlıklı yaşam hareketi için yirmi birinci yüzyılın bir dönüm noktası olduğunu vurgulamaktadır (Global Wellness Institute, 2024). Sağlık alanında artan televizyon programları ile birlikte sağlıklı yaşam temsilcileri (Dr. Mehmet Öz, Deepak Chopra ve Andrew Weil vb.) gündelik hayatın içerisinde kendilerine daha fazla alan bulabilmişler

ve evlerin içlerine kadar girebilmişlerdir. Ek olarak internetin gelişimi, sosyal ağ tabanlı sitelerin, sosyal medya platformlarının ve mobil sağlık uygulamalarının ortaya çıkması; kısaca dijitalleşme ile birlikte sağlıklı yaşam kültürü büyük bir sıçrama gerçekleştirmiş ve daha da yaygınlaşmıştır. Baker'e göre "İnternet, sağlıklı yaşam gurularının şöhrete ulaşma ve kitleleriyle ilişki kurma yöntemlerini temelden" değiştirmiştir (2022). Amerika'nın önde gelen sağlıklı yaşam temsilcileri, guruları (Baker kitabında Martha Stewart, Oprah Winfrey ve Gwyneth Paltrow'u örnek olarak göstermektedir) ekranlardan sonra yüzlerini internete dönmüşler ve internet sitesi, blog gibi araçlar üzerinden iletişim kanallarını çeşitlendirmişlerdir. Medyanın her alanında görünmeye başlayan sağlıklı yaşam temsilcileri sosyal medyanın ortaya çıkması ve gelişmesi sonucunda bu platformlarda da var olmaya başlamışlardır. Baker'in de vurguladığı üzere medyanın dijitalleşmesi ve çeşitlenmesi sağlıklı yaşam temsilcilerinin kitlelere seslenebilme yeteneğini geliştirmiş ve ilişkilene biçimlerini değiştirmiştir.

Sezgin doktor hasta arasında geleneksel olarak kurulan asimetrik ilişki biçiminin günümüzde de devam ettiğini söylemektedir (2011: 46). Sezgin'e göre hasta bireylerden hasta organlara doğru (bütünden parçaya) uzmanlaşan tıbbi bilgi var olan asimetrik iletişimi zamanla daha da derinleştirmiş, doktor hasta arasındaki iletişimi azaltmış ve hastaların bilgilenme ihtiyacı artmıştır. Doktor hasta arasındaki azalan iletişimi doldurma görevi ise medyaya ve medyayı doğru kullanması gereken sorumluluk sahibi bireylere kalmıştır. Sorumluluk sahibi bireyler ise hastalıkları hakkındaki bilgilere sadece doktorlardan değil, medyada hastalık ve sağlık alanında kendileriyle iletişim kuran sağlıklı yaşam temsilcileri de dâhil olmak üzere birçok farklı kaynaktan edinmeye çalışmaktadır.<sup>1</sup> Bireylerin sağlıklı yaşam arayışlarına cevap vermek isteyen kişiler ise

<sup>1</sup> Sezgin doktor hasta arasındaki asimetrik ilişkiyi anlatırken bu ilişkinin tek yönlü olmadığını ve diğer belirleyiciler ile birlikte düşünülmesi gerektiğini vurgulamaktadır. (2011: 46)

sosyal medya üzerinden doğrudan bireylere ulaşabilmekte ve televizyona göre daha niş kitleler yaratabilmektedir. Geleneksel medya araçlarına göre sağlıklı yaşam temsilcileri mikro ünlüler (mikro influencer) olarak kitleleriyle daha yakından ve arkadaşça bir ilişkilene biçimi kurabilmektedir (Baker, 2022). Doktor hasta ilişkisindeki asimetriyi oluşturan unsurları kıran yeni bir ilişkilene biçiminden bahsedilmektedir. Fakat dikkat edilmelidir ki hastanın veya sağlıklı bireyin ihtiyaçlarına yönelik doğru bilgiye ulaşabileceği şekilde asimetrinin tamamen kaldırıldığı iddia edilmemektedir.

Sağlıklı yaşam temsilcilerinin sosyal medyada mikro ünlüler olarak bireylerle kurdukları ilişkiyi bundan önce kurulan diğer ilişkilene biçimlerinden ayıran temel özellikler vardır. Baker bu özellikleri üç başlık altında incelemektedir: Özgünlük, erişilebilirlik ve özerklik (2022). Geleneksel medyada kameraların önünde performansıyla ve program süresiyle sınırlı aktör sosyal medyada takipçilerine “sahne arkası”nı açarak kurulan ilişkiye yeni boyut kazandırmaktadır. Gündelik hayatlarının birçok anını samimi bir şekilde ve arkadaşlık çerçevesinde sunan mikro ünlüler medyadaki çerçeveyi kırarak hedef kitleleri ile daha yakından bir ilişki kurabilmektedir. Baker mikro ünlülerin sosyal medyada takipçileri ile kurdukları ilişkiyi incelerken bu boyutu “özgünlük” başlığında değerlendirmektedir. Her mikro ünlünün biricik hikâyelerini, anılarını barındıran “gerçek” hayatlarının takipçi kitlesi ile paylaşılmasıdır. İkinci başlık olarak erişilebilirlik kapsamında ise bireylerin takip ettikleri mikro ünlülere ulaşabilme yeteneğine yönelik algılarından bahsedilmektedir. Takipçiler doğrudan veya dolaylı olarak, istedikleri zaman; rol model olarak gördükleri kişilere erişebileceklerini düşünmektedir. Bireyler sağlıklı yaşam konusunda rol model olarak gördükleri kişilere istediği zaman erişebileceğine dair bir yanlış içerisindedir ve bu yanlış doğrudan sosyal medyanın kendi vaatleri arasındadır. Konuya farklı bir

noktadan yaklaşıldığında ise televizyonda programı yayınlanan, programa katılan ünlü birisine ulaşmaya çalışmaktan daha az zahmetli olduğu ve daha çok şansları olduğu gerçeğini de değiştirmemektedir. Baker sağlıklı yaşam mikro ünlülerinin sosyal medyada takipçileri ile kurdukları ilişkiyi değerlendirirken son başlık olarak özerklik kavramını kullanmaktadır. Özerklik başlığı sağlıklı yaşam temsilcilerinin sağlık konusunda otorite kaynağı olmuş ve ana akımlaşmış yöntemlerden, uygulamalardan kendilerini ayırabilme yeteneklerini anlatmaktadır. Bu ayırım sayesinde her bir sağlıklı yaşam ünlüsü kendi anlatısını kurabilmektedir. Böyle bir ayrımı var eden noktalar olarak ise tıbbi yaklaşımın geleneksel olarak kurduğu asimetrik ilişkiler, ilaç şirketlerinin kâr odaklı yaklaşımları ve sağlık politikalarının kitlede yarattığı güvensizlikler ön plana çıkmaktadır. Sağlıklı yaşam ünlüleri zemin olarak böyle bir temelden hareketle kendi yöntemlerini ve çözüm önerilerini sunmaktadır. Takipçileri ise onların var olan otorite kaynaklarından, kâr amaçlı şirketlerden ve politikardan bağımsız olduklarını, “özerk” olduklarını düşünmektedir. Çünkü onlar kurumsallaşmış bilimin ezberlerine ve tıbbi otoritenin yaptırım gücü uygulayabileceği ilişkilere sahip değildir. Hedef kitlenin sağlıklı kalma arayışına cevap verebilecek en “özerk” reçeteler onların elindedir. Fakat Baker’e göre sağlıklı yaşam ünlüleri de “ticarileşmiş bir üretim sisteminin” parçası olarak var olabilmektedir. Sosyal medya ağlarında “çevrimiçi” olarak yapılandıkları kitle ile birlikte ulaştıkları şöhreti “kâr amaçlı bir meslek olarak” kullanmakta ve bu nedenle “influencer (ünlü, etkileyici)” olarak anılmaktadırlar. Bir adım daha ileri gidildiğinde sağlıklı yaşam ünlüleri “halk sağlığı uzmanları ve tıp uzmanlarının otoritesine rakip olmak için yerel bilgi ve uzmanlığı” (Baker, 2022) kullanan kimseler olarak görülmektedir. Baker bu tanım ile birlikte tıbbi paradigmanın eski temsilcileri ile dönüşmekte olan yeni paradigmanın temsilcileri arasında bir iktidar savaşı olduğunu vurgulamaktadır.

Sağlıklı yaşam ünlülerine (wellness influencers) dair Baker'in çerçevesi şu şekilde bir yaklaşım ortaya koymaktadır: Sağlıklı yaşam ünlüleri doktorların hasta ile kurduğu ilişkiden bağımsız olarak kendi hedef kitleleri ile daha yakın, arkadaşça bir ilişki kurabilmektedir. Kurdukları ilişki çerçevesinde oluşturmuş oldukları topluluklara yönelik iletişim faaliyetleri geliştirmekte ve bu toplulukları kâr amaçlı kullanabilmektedirler. Sağlık profesyonellerinin, ilaç şirketlerinin ve sağlık alanında politika yapıcıların temsil ettikleri otoriteden bağımsız olarak sağlıklı kalma arayışında olan bireylere yol gösterecek bağımsızlıkta bir konuma sahiptirler. Bu konumlarını koruyacak, konumlarından aldıkları güçle hedef kitlelerini genişletecek, anlatılarını yeniden üretebilecek ve para kazanabilecekleri yer ise sosyal medyadır. Baker'in sağlıklı yaşam ünlüleri tanımına yakın fakat daha geniş bir çerçevede Lawrence dijital guru medyasını (digital guru media) tanımlamaktadır (2022: 2). Lawrence dijital guru medyasını şu şekilde açıklamaktadır:

Geç modern (hiper) dijitalleşmiş toplumların göstergesi olan sağlıklı yaşam, sağlık ve zindelik taleplerine çeşitli şekillerde stratejiler ve çözümler sunmayı amaçlayan bir teknoloji parçası ve/veya çevrimiçi aktörün içerik (podcastler, videolar, bloglar, vloglar, web siteleri, makaleler, fotoğraflar veya memeler gibi) sunmasıyla (genellikle ve özellikle) karakterize edilen belirli bir yeni dijital medya türü. (2022: 2)

Lawrence dijital guru medyasını olumlu ve olumsuz bir anlam atfederek değil belirli bir toplumsallığın görüntüsünün incelenmesine yönelik olarak kullandığını vurgulamaktadır. Hiperdijitalleşmiş toplumsal bir dönemde bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek üzere dijital medya ile kurdukları ilişki bağlamında dijital guru medyası ile karşılaşmaması imkânsızdır. Dijital guru medyası bireyin bütün boş zamanına hitap edecek şekilde gelişmiş ve dijital medyanın tamamında yaygınlaşmıştır. Bu nedenle boş zamanlarını dijital medya ile ilişki kurarak geçirecek bireylerin tamamı bu medya ile ilişkiye girmekten kaçamayacaktır. Dijital medya gurularını yaratan ve ön plana çıkaran belirli bir sosyo kültürel, politik ortam bulunmaktadır. Yalanın bir hakikat görüntüsü

altına rahatlıkla gizlenebildiği post-truth çağında yaşıyor olmak, geleneksel medyada şöhret kazanmış, otorite sahibi olmuş kişilere şüphecilikle yaklaşmak, neoliberal öz sağlık yönetiminin derinleşen sorumluluk alanlarında sıranın ruhsal sağlığa gelmiş olması ve ulus ötesi enformasyonel kapitalizmin yaygınlaşması sosyo kültürel ve politik ortamın kurucu unsurlarıdır (Lawrence, 2022: 3). Lawrence da Baker gibi günümüz toplumunda derinleşen bir uzmanlık ve otorite krizinden bahsetmektedir. Bireyler sağlıkları hakkında şüpheli bir yaklaşım göstermekte, var olan politikaları ve tedavileri sorgulamakta ve “gerçeğin” peşine düşmektedirler. Sağlıklı kalma arayışlarında bireylere cevaplar ve reçeteler sunanlar ise kurumsallaşmış bilim ve onların uzmanları değil bireylerden teknolojik araçlara kadar geniş bir alanı kapsayan dijital guru medyasından gelmektedir.

### **2.1.2. Sağlıklı Yaşam Etkileyicilerinin Değişmeyen, Tek Tipleşen, Ortak Yöntemleri**

Yirmi birinci yüzyılda sağlıklı yaşam kültürü hegemonik temsilleri ve bunları her gün yeniden üreterek kimlik haline getirmiş temsilcileri ile birlikte çok sesli ve gelişkin bir görünüme sahiptir. Bu nedenle sağlıklı yaşam temsilcilerini yönelik yapılan çalışmalarda doğrudan sağlıklı yaşam kültürünün kendi adı (sağlıklı yaşam ünlüleri, etkileyicileri) tercih edilebildiği gibi farklı adlandırmalar da kullanılabilir. Dağınıklık olarak algılanabilecek bu görünümün temel nedenlerinden birisi sağlıklı yaşam kültürünün tek bir temsiliyete sahip, değişmez temsilcileri ve takipçileri olmamasıdır. Sağlıklı yaşam kültüründeki var olan anlatılar farklı anlatılarla iç içe geçmiş durumdadır. Halkaları birbirine bağlayan en önemli noktalardan biri ise bireyin kendini gerçekleştirme potansiyeline yönelik vurgudur. Sağlıklı yaşam kültürünün kurucu noktalarından birisi olan bireyin kendi potansiyelini keşfedebileceğine yönelik

vurgu, yöntemin kendisine dair bir açıklığa da işaret etmektedir. Potansiyelin nasıl ortaya çıkarılabileceğine, gerçekleştirmek için neler yapılabileceğine ve bu süreçte kimin rehberlik edeceğine yönelik büyük bir rekabet ve zenginlik vardır. Potansiyeli ortaya çıkarmak kimi zaman mutluluk gurularının eşlik ettiği bir arayış kimi zaman ise koçların liderliğinde bir arayıştır. Bu konuda yaşam koçlarından fitness eğitmenlerine ve sosyal medya ünlülerine, etkileyicilerine kadar dağılan geniş bir yelpazeden bahsedilebilmektedir. Lawrence’da görüldüğü üzere bazen sadece aktörlerin değil dijital şirketlerin ve farklı teknolojik uygulamaların da eşlik edebileceği bir arayış halini almaktadır. Bireyin potansiyelini keşfedecek, ortaya çıkaracak ve onu gerçek kılacak anlatıların temsilcileri dijital çağda her yerden her an seslenebilme potansiyeline sahiptirler.

Baker sağlıklı yaşam gurularını on dokuzuncu ve yirminci yüzyılda ortaya çıkan, yaygınlaşan yaşam koçlarının bir alt türü olarak tanımlamaktadır (2022). Sağlıklı yaşam guruları da yaşam tarzı guruları gibi yetkileri olmadan, profesyonel konumları bulunmadan ve “sıradan” diğer insanlarla aynı noktadan hedef kitlelerine seslenmektedir. Yaşam tarzı guruları gündelik hayatın tamamına seslenebilecekleri bir yelpazeye sahiptir. Kişisel gelişimin her aşamasını bilen ve sorumluluk alan kimseler olarak rehber rütbesine yükselmişlerdir. Hangi besinlerin tüketileceğinden, yemek yeme alışkanlığına; sporun neden yapılması gerektiğinden nasıl yapılacağına ve sağlıkla ilgili her konudan moda kadar birçok farklı çalışma alanında deneyimlerini paylaşmaktadır. Yaşam tarzı guruları deneyimler ile bilimsel bilgi arasında bir farklılık görmemektedir ve bilimsel bilginin yerine biricik deneyimler ışığında çözüm yolları sunabilmektedir. Baker’e göre sağlıklı yaşam gurularını yaşam tarzı gurularından ayıran temel noktalardan birisi “sağlık ve refahı artırmayı amaçlayan tüketici ürünlerinden para

kazanmaları”dır (2022). Kendi markalarını oluşturan sağlıklı yaşam guruları bu markalar etrafında çeşitli sağlık ürünlerini satarak para kazanmaktadır. Bu ürünler takviye edici gıda ve vitaminler, bitkisel yağ ve aromalar, mucize besinler, sihirli kozmetikler gibi somut materyallerden oluşmakla birlikte inzivaya çekilme, arınma gibi soyut bir zeminde kurulan anlatılar da olabilmektedir. Sağlıklı yaşam gurularının kitleleriyle ilişki kurma biçiminde sosyal medyanın aracı olması ile birlikte gurulardan farklı olarak değerlendirilebilen sağlıklı yaşam ünlüleri oluşmaktadır. Sağlıklı yaşam ünlüleri de gurular ile aynı yöntemler üzerinden sosyal medya platformları ve hesapları aracılığıyla kitlelerine seslenebilmektedir. Lawrence ise bireylerden bağımsız, dijital medyada sağlık ve zindelik hakkında rehber olan canlı cansız bütün aktörleri dijital yaşam gurusu olarak adlandırmaktadır. Lawrence’a göre bireylerin boş zamanlarının tamamında karşılaştıkları ve sürekli bir ilişki halinde oldukları bu dijital gurular analog ünlülerden (geleneksel medya ünlüleri) ve onların temsil ettikleri sağlıklı yaşam anlatılarından tamamen farklıdır. Dijital guru medyası analog ünlülere karşı “radikal bir isyanı” temsil etmekte ve ilişkilerini dijital mecralarda daha cana yakın, daha ulaşılabilir şekilde kurmaktadır. Lawrence dijital guruların yöntemlerini ise şu şekilde açıklamaktadır:

Genellikle, dijital gurular: (a) şöhretlerini (ve hatırı sayılır zenginliklerini) çeşitli dijital ve sosyal medya kanalları aracılığıyla artırmışlardır (geleneksel medya kanalları aracılığıyla meşhur olmanın aksine); (b) (ve bu nedenle şaşırtıcı olmayan bir şekilde) girişimciliğin yaşamı tamamlayan erdemlerini aktif ya da zımni olarak benimsemişlerdir; (c) materyalizm ve tüketimcilik konusunda eleştirel olma eğilimindedirler ancak nadiren tam bir kapitalizm eleştirisi yaparlar; (d) ilgilendikleri konuların bir kısmı/çoğu hakkında tavsiyelerde bulunmaya yetkin değil(dir)ler ve/veya (e) sözde entelektüel fikirleri savunurlar ve/veya eski teolojik ilkeleri derinliği olmayan şekillerde tekrarlarlar. (2022: 8)

Cederström ve Spicer’a göre bireylerin potansiyellerini açığa çıkaracak ve sağlıklı bir yaşam sürmelerini sağlayacak rehberler “koç”lardır. Gündelik hayatın birçok alanına müdahale edebilen, sınır tanımayan koçlar; bireyin hedefler koymasını ve bu

hedeflere ulaşmasını sağlarlar. “Benliği yeniden şekillendirmeye yönelik bir teknik” (Cederström ve Spicer, 2017: 26) olarak koçluk aynı zamanda bireylerin farkındalıklarının gelişmesini de sağlamaktadır. Farkındalığın geliştirilmesi yeni bir mesele olmamakla birlikte “çağdaş farkındalık” çalışmalarını diğerlerinden ayıran temel nokta “ambalajı”dır. Bu ambalaj içerisinde “Doğu spiritüalizmi, kişisel gelişim, nörobilim, teknoloji fetişizmi ve postmodern şirket jargonlarından oluşan tuhaf bir karışım” bulunmaktadır ve “yarı kurumsal yarı gündelik bir üslupla” sunulmaktadır (Cederström ve Spicer, 2017: 35). Bireylerin gündelik hayatındaki birçok noktadan varoluşsal sıkıntılarına ve toplumsal sorunların bireydeki yansımalarına kadar geniş bir zeminde aynı yöntem bir “reçete” gibi kullanılmaktadır. Bu reçetedeki çoğu bilgi doğru olmasa da “önemli olan, doğruymuş hissi uyandırmak ve bilimsel bir auraya sahip olmak”tır (Cederström ve Spicer, 2017: 35).

Sağlıklı yaşam kültürünün dağılık görüntüsüne ve yöntemsel farklılığına dair bir başka vurguyu ise Ehrenreich yapmaktadır. Ehrenreich wellness kavramını özellikle üst sınıflara ait sağlıklı yaşam pratikleri ve bu pratiklerin sunulduğu hizmet yerleri kapsamında adlandırmaktadır. Ehrenreich’e göre ekonomik olarak öngörünün kaybedildiği, kutuplu bir dünyada sağlık kavramı yerine “bulanık ve esnek bir kavram” olarak wellness (sağlıklı yaşam) kullanılmaktadır (2020: 102). Bu nedenle sağlıklı yaşam kavramını tanımlamak da yöntemlerine ışık tutmak da zordur. Her şeyin birbirine bağlı olduğu, bütünsel ve genel bir anlatıya sahip olan sağlıklı yaşam kavramında yöntemden ziyade sonuçlar ön plandadır. Rehberlerin kullandıkları aynı yöntemler bulunmaktadır ve bu aynı yöntemler bireyi kilolarından kurtarabileceği gibi kişisel olarak yenileyebilir, aradığı mutluluğa kavuşturabilir veya hedeflediği herhangi başka bir şeye ulaştırabilir. Ehrenreich’e göre bu “karman çorman pratikler ve müdahaleler”

eşliğinde gerçekleşen sağlıklı yaşam anlatısı “uyum”, “bütünlük” ve “denge” gibi anahtar kelimeleri içeren ortak bir temaya da sahiptir (2020: 103).

Martschukat “Fitness Çağı”nda bireylerin potansiyellerini açığa çıkaracak, onların benliklerini inşa edecek ve sağlıklı bir yaşam sürmelerini sağlayacak rehberleri fitness kahramanları olarak adlandırmaktadır. On dokuzuncu yüzyılda da olan fakat günümüzde görüntüleri değişmiş olan fitness kahramanları için “meydan okuma (challenge)” ve “dönüşüm” kelimeleri oldukça önemlidir. Sınırlanmış bedenlerini aşarak kendi dönüşüm süreçlerini başarıyla yönetmiş kahramanlar bir rehber olarak potansiyelini arayan kişilere seslenmektedir. Bu çağrının temelinde ise kendi dönüşüm hikâyeleri ve duyguları bulunmaktadır: “çeşitli fitness kahramanları, dertlerini, sevinçlerini ve hedeflerini anlatıyor ve bunların bizim de dertlerimiz, sevinçlerimiz, hedeflerimiz olduğunu varsayıyorlar” (Martschukat, 2024: 166). Fitness kahramanları disiplinli gündelik yaşantıları ile örnek olmaktadır. Başarılı bir sonucu garanti edecek bir bedene sahiptirler. Kendi deneyimleri etrafında ördükleri anlatılar ile birlikte bireylerin en iyi hallerini bulabilecekleri formların, ruhsal durumun ve sağlığın birer temsilcisi haline gelmektedirler. “Fitness meraklıları günümüz toplumunun kahramanlık dilinde ve kategorileriyle kavranabilecek değerlerini ve pratiklerini, hedeflerini ve beklentilerini (kelimenin tam anlamıyla) bedenlerinde cisimleştiriyorlar; meydan okumalarını kabul etmek, eyleme geçmeye istekli ve kendini feda etmeye hazır görünmek ve imkânsız kabul edilen şeyleri başarmayı istemek (Martschukat, 2024: 171)” onları kahraman yapan temel özellikleridir. Gündelik yaşamdaki tekil kahramanlık hikâyelerine sahip değillerdir. Farklı bir noktadan küçük çocukların rol modeli olabilecek başarılı bir sporcu gibi ünlülükten gelen bir kahramanlıkları da yoktur. Gündelik yaşamın monotonluğuna meydan okumuş, hiçbir engeli kabul

etmemiş, kendilerinin en iyi formunu bulmuş ve bunu bedenlerinde cisimleştirmiş kimselerdir. Bu anlamıyla bedenleri bir “hakikat” nesnesine dönüşerek söylediklerini diğer bilgi türlerinden ve uzmanlıklardan üstün kılacak bir kanıt olarak meşruiyet zemini yaratmaktadır.

Bireylerin bedenleri ve potansiyellerini keşfederek sağlıklı bir şekilde gündelik yaşamlarına devam etmelerine yönelik farklı bir anlatıya da Davis’in Mutluluk Endüstrisi adlı kitabında rastlanmaktadır (2015). Davis diğer çalışmalardan farklı olarak kapitalizmin içerisine girmiş olduğu verimlilik krizinden bahsetmektedir ve bu krizi aşmanın bir yolu olarak kurumların mutluluk kavramına yöneldiğini vurgulamaktadır. Kurumlar çalışanlarının verimliliklerini artırmak, çalışanların sağlığını artırarak sigorta şirketlerine daha az ödemek ve kârlarını maksimize etmek için mutluluk gurularına başvurmakta ve çeşitli wellness programları uygulamaktadır. Davis kurumlarda bireylerin esenliğini artırmak, sağlıklarını korumak ve sağlıklı bir yaşam sürmek için onlara rehber olacak kişileri mutluluk guruları olarak adlandırmaktadır. Mutluluk guruları bireylerin potansiyellerini açığa çıkarmada onlara yol gösterecek ve rehber olacak kimseler olarak işgücü piyasası içerisinde yerlerini almaktadır. Yüksek danışmanlık ücretleri, birbiri arkasına sıralanmış eğitimler ile birlikte bireylerin “tükenmişliği”ne çare bulacak kimseler olarak görev yapmaktadırlar. Davis mutluluk gurularının yöntemini şu şekilde açıklamaktadır:

Bu danışmanlık zinciri, bariz farkları olan çeşitli uzmanlık alanlarının birinden diğerine sorunsuzca ilerliyor. Motivasyon psikolojisi sağlık psikolojisine karışırken yer yer spor koçları ve beslenme uzmanlarının içgörülerinden yararlanılıyor, tüm bunların üstüne bir tutam da sinirbilim dedikodusu ve Budist meditasyon egzersizi ekleniyor. ‘Zindelik’, ‘mutluluk’, ‘iyimserlik’ ve ‘başarı’ ile ilgili farklı mefhumlar iç içe geçiriliyor fakat bunun neden ya da nasıl yapıldığı pek açıklanmıyor. İnsan varoluşunun tek bir ideal biçimi olduğu fikri tüm bunlara eşlik ediyor - çalışkan, mutlu, sağlıklı ve her şeyden önemlisi zengin bir varoluş. (Davis, 2015: 114)

Davis'in anlatisında dikkat çeken uzmanlık alanları arasındaki geçişkenliğin bir benzerine Byung-Chul Han'ın tanımında rastlanmaktadır. Chul Han yirmi birinci yüzyılın toplumsallığında yönetim biçimi olarak geleneksel zora dayalı iktidarın ortadan kalktığını söylemektedir. Dijitalin gelişimi ile birlikte her adımını dijital ağlarda şeffaf bir biçimde paylaşan bireyler gönüllü ve istekli olarak kendilerini sömürü mekanizmasının içerisine sokarlar. Fakat günümüzün sömürü mekanizması bireyleri itaat ettirmek üzerine kurulu değil onların özgürlüklerini sömürme üzerine kuruludur. Bu nedenle bireyler ne kadar özgür ve kendilerini gerçekleştirmiş hissederlerse iktidar da o kadar başarılı bir biçimde bireyi apolitikleştirmiş ve siyaset dışına çıkarmış olarak başarıya ulaşacaktır. Geleneksel iktidarın dönüşümü tahakküm araçlarının da dönüşümünü gerektirmektedir. Yeni dönemin tahakküm araçları dijitalleşmiş panoptikonlar olarak sosyal medyadır. Sosyal medyadaki aktörler de bu tahakküm biçiminin bir parçası olarak neoliberal tekniği benimsemektedir ve uygulamaktadır. Chul Han'ın deyimiyle "YouTube ve Instagram'daki influencerlar da neoliberal iktidar tekniklerini içselleştirir. İster seyahat ister güzellik ister fitness influencerları olsun, sürekli özgürlük, yaratıcılık ve özgünlük yeminleri ederler" (2022b: 13). Rol model olarak influencerlar bireylerin yeni rehberleri ve Chul Han'ın deyimiyle dini önderleridir. Bu anlamıyla "motive edici konuşmacılar olarak influencerlar, kurtarıcılar gibi davranırlar" (Chul Han, 2022b: 13). Bireyler bu kurtarıcılarının peşinde tereddüt etmeksizin koşarlar ve kendi potansiyellerini açığa çıkarmaları için onların önerilerine tamamen açıktırlar. Dijital medya büyük bir kiliseye, influencerların paylaşımları ise ayine dönüşür. Özellikle "Genç takipçiler, influencerların sahneledikleri günlük yaşamlarında tükettiklerini iddia ettikleri ürünleri satın alarak birer mürit olarak onların hayatlarına iştirak ederler" (Chul Han, 2022b: 13). Hayatlarına iştirak etmek isteyen müritleri için influencerların tüketim ürünleri her zaman hazırda ve geniş bir

yelpazede onları beklemektedir. Çünkü tüketim ürünleri influencerların aynı zamanda kimliklerini yapılandırmaktadır. Böylelikle kendi potansiyelleri peşinde koşan bireyler tükettikleri ürünler ile kendilerini “ölümüne gerçekleştirirken” aynı zamanda kendilerini “ölümüne tükettikleri” bir döngünün içerisinde bulurlar. Kimliği metalaştırarak kendi markalarını oluşturan influencerlar ise bu döngüyü takipçilerine karşı yaratan, yeniden üreten kimselerdir. Fakat kültürün içerisinde aynı döngüye sıkışmış kimseler olarak da yerlerini almaktadırlar.

Sağlıklı yaşam kültürünün temsilcilerinin kullandıkları yöntemin bu kadar geniş bir çerçeveye sahip olmasının temel nedenlerinden birisi sağlıklı yaşam kültürünün kendi iddiasının altını doldurma telaşdır. Bireylerin potansiyellerini açığa çıkararak sağlıklı bir yaşam sürmelerini sağlama ve sağlığı ulaşılması gereken bir hedef olarak idealize etmenin kendisi bunu gerçekleştirecek yöntemi de belirsiz kılmaktadır. Hangi yöntem, hangi bireye, ne zaman ve nasıl uygulanırsa bireyler idealize edilmiş sağlığa kendileri olarak kavuşacaklardır? Bu yöntemler uygulandığı her zaman aynı sonucu mu verecektir? Belirsizliğin bir tarafı bu telaşa ait olmakla birlikte bir diğer tarafı modernizmin kendi davetine içkindir. Çünkü Berman’ın tanımıyla “Modern olmak, bizlere serüven, güç, coşku, gelişme, kendimizi ve dünyayı dönüştürme olanakları vaat eden; ama bir yandan da sahip olduğumuz her şeyi, bildiğimiz her şeyi, olduğumuz her şeyi yok etmekle tehdit eden bir ortamda bulmaktır kendimizi” (2017: 27). Modern dünyanın kuluçkasında demlenmiş bir kavram olarak sağlıklı yaşam kültürü de bireyleri hem kendilerini aşabilecekleri bir serüvene davet etmekte hem de bu serüvene gelenlere bildikleri dünyanın sonunu müjdelemektedir. Sonunu müjdelediği dünyanın kavramlarına ve eskinin bilimine sırtını dönmüş, dijital platformların kaldırıcında kitlelerini yaratmış rehberler de bu ikili zemine ayak basmaktadır. Eskiye reddetmiş

fakat geleceği kurma iddiasında yöntemi oturtamamış rehberler, öncüler olarak yerlerini almışlardır.

Sağlıklı yaşam kültürünün temsilcilerinin kullandıkları yöntemler dağınık bir görünüme sahip olmakla birlikte belirli ortak noktalar da dikkat çekmektedir. Dijital platformları ve sosyal medyayı yoğun şekilde kullanmaktadırlar. Bireylerin potansiyellerini açığa çıkaracak arayışa ve serüvene davet ederler. Bilimsel bilgiyle ve var olan tıbbi otoriteyle aralarında bir uzlaşmazlık vardır. Yöntemlerini bilimsel olarak kurmazlar fakat bilimsel bir dil kullanmaktan çekinmezler. Konuştukları konularda uzmanlıkları yoktur ve geniş bir yelpazede konuşma yetkisini kendilerinde rahatlıkla bulabilirler. Konuştuğu konuda uzmanlığı olan kişiler ise uzmanlıklarını aldıkları bilimsel yöneme sırtını dönmüştür (Bu kişiler oradan beslenmekle birlikte orayı daha fazla beslemekten vazgeçmiş kişilerdir). Biricik deneyimlerini bilimsel bilgi ile yer değiştirerek reçete haline getirirler. Reçetelerini oluşturmuş oldukları kitlenin tamamına (aralarındaki farklılıkları göz önüne almadan) önerirler. Dijital platformlarda yaratmış oldukları kitleleri ile aralarında ticari bir ilişki vardır. Var olan ticari ilişki somut ürünlerden soyut davranış kalıplarına kadar birçok ürünü pazarlama üzerine kuruludur. Ticari ilişkilerini görünmez kılacak bir anlatıma sahiptirler. Anlatılarının temeli kendi hayatlarının dönüşüm hikâyeleridir. Bireysel sorumluluğa vurgu yaparak toplumsal yaşamın diğer belirleyicilerinin ağırlıklarını indirgerler. “Samimi” ve “içten” bir dille çerçeveslenmiş; gündelik hayatlarına odaklanmış bir iletişim stratejileri vardır. Hiyerarşik bir ilişkileneden kaçınırlar ve her zaman ulaşılabilir olduklarını vurgularlar.

Sağlıklı yaşam kültürünün temsilcilerine yönelik görünümü zenginleştiren ve dağınık kılan bir diğer temel neden ise doğrudan kültürün kendi tanımına içkindir.

Sağlıklı yaşam kültürü hakkında konuşurken sabit, tek bir temsiliyeti olan, sınırları birbirinden net şekilde ayrılmış ve temsilcileri de buna göre sınıflandırılmış bir kültürden bahsetmek olanaksızdır. Belirli ayrımlar ve ortaklıklar kurulabilmekle birlikte kültürün kendi içerisinde de dinamik bir süreç olduğu gerçeği unutulmamalıdır. Fay'ın ifadesiyle “Kültürler, tutarlı, homojen, tek sesli ya da kendi içlerinde barışık değildir. Bunlar, içkin olarak çok dilli, çatışık, değişebilir ve açıktırlar” (2001: 90). Bu nedenle sağlıklı yaşam kültürü olarak kendi içerisinde çatışmaları ve ortaklıkları olan bir görünümünden bahsedilmemektedir.

### **2.1.3. Sağlıklı Yaşam Endüstrisinin Sosyal Medya Anlayışı: Bireyin Bütün İhtiyaçlarının Pazarı ve Onları Kısıtlayan Algoritmalar**

Sosyal medya, sağlıklı yaşam temsilcilerinin (ünlülerinin, gurularının) hedef kitleleriyle kurdukları ilişkinin zemini, oluşturdukları toplulukların evi, açtıkları tezgâhın mekânsal olarak pazarıdır. Karşılıklı iletişim temelinde kurulan ilişkilerin, anlatılan hikâyelerin ve ikna edilen tüketicilerin alanıdır. Ağların üzerinde kurulmuş, bireylerin iştirak ettiği sosyal bir yaşamdır. Fuchs'un deyişiyle tekno sosyal bir yapı olarak bireyin sosyal alandaki bütün ihtiyaçlarına hitap edebilecek bir zemin, yapı sunmaktadır. Fuchs'a göre medya (2016: 65) “teknolojinin yardımıyla teknolojik yapıları ve insan faillerini bağlayan dinamik ve dönüşümsel süreçlerin üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiği bilgiyi yaratan insan faaliyetlerinin mümkün kılan ve sınırlayan enformasyon ve iletişim teknolojileri, tekno sosyal sitemlerdir.” Medya sisteminin kurucu unsurlarından birisi teknolojinin gelişmişlik seviyesinin bir sonucu olarak araçlar diğeri ise eyleyen insanlar (failler) ve onların kurdukları sosyalliktir. Günümüzde ağların üzerinde kurulan bu sosyallik biçimi medyanın geliştirmiş olduğu diğer teknolojik araçlardan farklı olarak belirli özelliklere sahiptir. Fuchs sosyal

medyanın kurucu özellikleri olarak üç başlığı ön plana çıkarmaktadır (2016: 79): “Bütünleşik Sosyallik”, “Bütünleşik Roller” ve “Sosyal Medyada Bütünleşik ve Yakınsayan İletişim”. Bütünleşik sosyallik kavramı “üç sosyallik biçiminin (biliş, iletişim, işbirliği) bütünleşik bir sosyallikte yakınsaması” (Fuchs, 2016: 79) olarak tanımlanmaktadır. Fuchs şu şekilde bir örnek vermektedir (2016: 79): “Facebook’ta bir bireyin bilişsel seviyede video gibi bir multimedya içeriği yaratması, başkalarının yorumlayabilmesi için onu paylaşması (iletişimsel seviye) ve başkalarının içeriğe müdahale etmesi ve yeniden harmanlanması ve böylece çoklu yazarlığın yeni içeriğinin ortaya çıkmasını mümkün kılması.” Bütünleşik Roller başlığında ise “bir insanın hayatının çeşitli rollerini tanımlayan kişisel profillerin oluşturulması”ndan (Fuchs, 2016: 79) bahsetmektedir. Bireyin toplumsal yaşantısındaki farklı sosyal rollerinin tekil sosyal medya profillerinde birleşmesi ve temsil edilmesi anlatılmaktadır. Son olarak ise Sosyal Medyada Bütünleşik ve Yakınsayan İletişim başlığında “Sosyal medyada, sistemler (ekonomi, devlet) ve yaşam dünyasındaki (özel alan, sosyo-ekonomik alan, sosyo-kültürel alan) davranışlarımıza ait farklı sosyal rollerdeki çeşitli sosyal faaliyetlerin (biliş, iletişim, işbirliği) tekil profillerle” (Fuchs, 2016: 80) eşleştirilmesini anlatmaktadır. Sosyal yaşantının tümünü kapsayabilen, farklı sosyal alanları içerisinde barındıran, farklı sosyallik biçimlerine hitap edebilen yapılar olarak sosyal medya platformları bireylerin “sayısız olası sosyal amaç”larına hizmet verebilmektedir.

Sosyal medya platformları birbirine çok benzer bir yapıya sahiptir ve benzer işlevler üzerine inşa edilmiştir. Aral’a göre bireylerin kararlarını ve etkileşimini etkileyen enformasyon akışı algoritmalar tarafından yönlendirilmektedir (2022: 91). Fakat bu süreç tek taraflı değildir. Bireyin neye odaklandığını “enformasyon ile bilginin dünyaya nasıl dağıldığını belirleyen makine ve insan zekâsını döngüsel etkileşimi”

(Aral, 2022: 94) olarak karşılıklı bir süreçtir. Makine zekâsı sosyal ağların üzerindeki bütün hareketleri yutarak öğrenir ve öğrendiklerine göre bireylere seçenekler sunar. Bu seçenekler reklamların yönetilmesinde, bireylerin sosyal ilişkilerinin genişletilmesinde, sağlıkla ilgili kararlar almasında etkilidir. Bireyler etkileşime girdikleri ve girmedikleri içerikler üzerinden makineyi eğitirler ve makine bir sonrakinde bireylere daha fazla etkileşime girebilecekleri öneriler geliştirmeye çalışır. Aral dijital sosyal ağların işleyiş mantığını şu şekilde açıklamaktadır:

Dijital sosyal ağlar, toplumdaki enformasyon ve etki akışını iki yolla yapılandırır. İlk olarak, dijital bağlantılara erişim sağlayarak ve bu bağlantıların yapısını arkadaş önerisi algoritmaları aracılığıyla etkileyerek insani sosyal ağın yapısını yönlendirirler. İkinci olarak, tercihlerimizle uyuşan daha isabetli modelleri kurgulamak için bağlantılarımızla ilgili verileri kullanırlar. (2022: 97)

Bireylerin nasıl bir sosyallik içerisinde bulunduğunu anlayabilmek için sosyal ağların işleyiş mantığını çözmek önemlidir. Çünkü Fuchs'un bahsettiği anlamıyla teknolojik sosyal bir sistem olarak medya bireylerin içerisinde devindiği olanakları ve kısıtları barındıran bir yapıyı temsil etmektedir. Bu nedenle bireylerin tercihlerine yönelik, olanaklarına yönelik olarak konuşabilmek için kısıtların nasıl ortaya çıktığını ve yapının nasıl oluşturulduğunu anlamak gerekmektedir. Sosyal medya algoritmaları bireylerin deneyimlerini de doğrudan etkilemektedir. Aral bu etkiyi iki kavram üzerinden açıklamaktadır: Kümelenme ve Homofili. Kümelenme kavramı “insanların sosyal ağlarındaki üçgenleri kapatma eğilimleri”nin (Aral, 2022: 99) bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. İki bireyin birbirleri arasındaki ilişkisinden hareketle aynı eğilimlere sahip olduğunu düşündüğü bir üçüncüyü bu ilişkinin bir parçası olarak kabul eden ve bireylere tanıtan algoritmanın kendisidir. Bu öneriler sonucunda geliştirilen ilişkiler “benzer insanlar arasında kümelenmeye yol” açmaktadır. Kümeler içerisinde yoğun şekilde birbirine bağlı iken diğer kümeler ile aralarında zayıf bağlantılar oluşmaktadır. Enformasyon nadiren zayıf bağlantılar üzerinden gerçekleşse de yeni olan her zaman zayıf bağlantılar üzerinden keşfedilen yeni kümelerdir. Aral'ın deyimiyile influencerlar

bu anlamıyla “sıra dışı” değil aslında “küme dışı”dırlar (2022: 101). Homofili kavramı ise bireylerin kendi eğilimlerine yakın olan bireylerle arkadaş olma eğilimini yansıtmaktadır (Aral, 2022: 101). Bireyler ideolojik görüşleri, eğitim durumları, davranış ve tercihleri, toplumsal statüleri aynı olan kimseler ile arkadaş olarak aslında homofili bir örüntü oluşturmaktadırlar. Homofili ve kümelenme kavramları algoritmaların nasıl çalıştığını ve bireylerin sosyal ağlarda nasıl yönlendirildiğini, yönlendiğini açıklamaktadır. Kavramlar aynı zamanda sosyal medyanın “neden politik kutuplaşmayı ve yankı odalarını beslemeye yardımcı olduğunu, yalan haberleri yaydığını ve pazarlama yatırımlarından büyük gelir sağladığını” da açıklamaya yardımcı olmaktadır (Aral, 2022: 97).

Algoritmalar bireylerin sosyal medyada davranışlarını ve yönelimlerini etkilemektedir. Fakat algoritmaları eğiten, oluşturan ve sosyal medyadaki döngüyü devam ettiren sadece bireylerin kurdukları ilişki ve eğittikleri makine öğrenmesi değildir. Sosyal medya platformlarının sahiplerinin yönetme stratejileri ve tercihleri de algoritmaların çalışma mantığını etkilemektedir. Gün sonunda algoritmaların nasıl çalışacağını ve hizmet vereceğini onların oluşturdukları seçenekler belirlemektedir. Örneğin Instagram siyasi içeriklerin dolaşımını diğer sosyal medya platformlarına göre daha azaltmakta, bireylerin siyasi içerikler ile ilişkilerini kontrol etmeye çalışmakta ve bireylerin siyasi paylaşımlar yapmasını teşvik etmeyecek şekilde platformu düzenlemeye çalışmaktadır. Kullanıcıların kendi iradelerinden bağımsız olarak “varsayılan ayar” şeklinde siyasi içerikleri görmelerinin engellenmesi son dönem yapılan hamlelerden sadece birisidir (Anadolu Ajansı, 2024). Instagram kullanıcılarının varsayılan ayar olarak siyasi içerikleri görmelerinin engellenmesi sosyal platformdaki

algoritmaların işlemesi açısından önemli farklılıklar yaratacaktır. Karar doğrudan Instagram yöneticilerinin nasıl bir platform görmek istediklerini de yansıtmaktadır.

#### **2.1.4. Instagram’da Sağlıklı Yaşam Etkileyicilerinin Kendilerine Yabancılaşmış ve Pazarda Metalaşmış Bedenleri**

Instagram 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından Apple işletim sistemi olan IOS için geliştirilmiş ve 2012 yılında Facebook tarafından satın alınmıştır (“Instagram”, 2024). “iPhone ve Android’de kullanılabilen ücretsiz bir fotoğraf ve video paylaşma uygulaması” (Instagram, 2024) olarak günümüzde varlığını sürdürmektedir. Instagram çıkış noktası itibariyle görsel kültüre ağırlık vermiş ve buradan beslenmiştir. Apple telefonların ekran ölçülerinde fotoğraf paylaşılması için düzenlenen arayüz tasarımları daha sonrasında androidlere ve web sitesine de uyarlanmıştır. Çıkış noktası itibariyle fotoğrafların paylaşılması üzerine kurulmuş bir sosyal medya uygulamasıdır. Zaman içerisinde farklı boyutlardaki fotoğraf ve uzunluktaki videoların da paylaşım yeri haline gelmiştir. Karacelik Instagram’ın diğer sosyal medya platformlarından farklı olarak görsel kültür ağırlıklı bir platform olduğunu şu şekilde vurgulamaktadır: “Uzun metinlerin yerini hızlıca üretilen ve tüketilen fotoğraflar” almıştır ve “fotoğraflara ve videolara eşlik eden kısa yazılar da görselliği destekleyen (*diğer*) unsurlardır” (2019: 68).

Instagram’da paylaşılan görsel içerikler sağlıklı yaşam temsilcilerinin anlatılarını beslemekte, deneyimlerini bir yöntem olarak sunabilecekleri hakikat zeminleri olarak vücutlarının görselleştirilmesini sağlamakta, liderlik edebilecekleri bir topluluk oluşturmakta ve pazarları için bir tezgâh işlevi görmektedir. Sağlıklı yaşam temsilcilerinin Instagram üzerinde paylaştıkları fotoğraflar kendileri hakkında yeni bir

gerçeklik inşa ettikleri bir kurmacadır. Her bir fotoğraf anlatılarını besleyecek şekilde yeniden kurgulanır. Anlatılarını temsil eden fotoğrafları ile kendileri arasında bir hakikat boşluğu vardır. Bu nedenle fotoğrafları her zaman kurgulanmış olan bir anlatının temsilcisi iken kendileri bu dönüşü gerçekleştirmiş bir kahraman olarak konumlanmaktadır. Kendi dönüşüm hikâyelerini yaratan kahramanlar olarak geçmişleriyle girdikleri mücadeleden başarıyla çıkmışlardır. Bu nedenle geçmişleri onların ne kadar başarılı olduklarını belli edecek şekilde yeniden kurgulanır ve kendileri tarafından işgal edilir. Sontag “Geçmişleri ellerinden alınmış olan kişiler, ister kendi ülkelerinde olsunlar ister başka ülkelerde bulunsunlar, fotoğraf çeken insanların herhâlde en ateşlileri olmuşlardır” (2023: 24) diyerek bu noktaya dikkat çekmektedir. Sağlıklı yaşam temsilcilerinin anlatılarında ortak olan noktalardan birisi de kendi hayat hikâyelerini tam ortasından bölen, önceki hayatlarına reset attıkları (Baker, 2022; Martschukat, 2024) bir dönüşüm hikâyesinin temsilcileri olmalarıdır. Fotoğraflar dönüşümün bir temsili, elde ettikleri başarının bayrağı, başarı elde etmek isteyenlere yönelik bir çağrı olarak inşa edilmektedir. Berger’in deyiimiyle “Her fotoğraf hakikate ilişkin bütünsel bir görüşü deneme, onaylama ve inşa etme aracıdır” (2022: 39). Fotoğraflardaki her bir beden ise başarılı ve başarısız denemelerin sonucu olarak deneyimlerin bir toplamı, sonunda nihai olarak zafere ulaştığını ilan eden kahramanın (fotoğrafi çeken kişinin) onayını ve yöntemlerin pazarlanması olarak anlatının yeniden üretilmesini temsil etmektedir. Bu nedenle her fotoğraf görülmeyi bekleyen bir “olay” olarak (Sontag, 2023: 24) kendisine Instagram’da yer açmaktadır. Böylece bireyler hikâyeye tanıklık etmekte, onlardan dersler çıkarmakta ve yaşantılarını çıkardıkları dersler etrafında yeniden şekillenmektedir. Fulford’un deyiimiyle “Hayat etrafa hikâyeler saçarken, hikâyeler de hayatlar yaratır” (2019: 28), yaratmaktadır.

Sağlıklı yaşam temsilcilerinin bedenlerini paylaştıkları fotoğraflar bir kurmaca olarak işlev görürler. Fotoğrafların ne zaman ve nerede çekildikleri, çekilme açıları, paylaşılma gün ve saatleri, altına ve üzerine yazılan açıklamaları ile birlikte, bir bütün olarak, “bilinçli bir tasarım”ın sonucudurlar. Sağlıklı yaşam temsilcilerinin kullandığı dilsel örüntünün aksine rastlantısal, anlık ve “öylesine” çekilmiş birer fotoğraf karesinden çok daha fazlasına işaret etmektedir. Bir kurmaca olarak gerçekliği “yapay” bir ortamda inşa etme görevini görürler ve aynı zamanda o yapay olanın hakikatle (gerçeklikle) ilişkisi içerisinde anlamlarını bulurlar, “malzemesini hayattan (gerçekten)” almışlardır (Güçbilmez, 2023: 28). Bir bütünlük içerisinde “kalıba dökülmüş, şekillendirilmiş, yoğrulmuş, tasarlanmıştır” ve Instagram üzerinden yaygınlaştırılmaktadır. Sağlıklı yaşam temsilcileri açısından anlatılarının kanıtı ve somut bir sonucu olarak bu kurmacalar üretilmektedir. Güçbilmez kurmacayı şu şekilde açıklamaktadır: “kurmacalar hayatla karıştırılma ihtimali olan ve sırf karışmasın diye bu adı vererek gerçeklikten ayırtırdığımız dinamik, yapay bütünlüklerdir” (2023: 34). Güçbilmez kurmacaların gerçeklikle olan ilişkisinde hayatın içerisinde sorularla karşılaşmayacak derecede tasarlanmış ve yapay olduğundan bahsetmektedir. Güçbilmez’e göre kurmacayı gerçeklikten ayıran temel unsurlardan birisi hayatın içerisinde sorularla karşılaşamayacak olmasıdır (2023: 34). Kurmacalar yapay bir bütünlük olarak kendi evrenlerine sahiptir ve kurmacayla ilişkiye geçenler onların bu evrenini kabul ederler. Güçbilmez’in kurmaca tanımından hareketle sağlıklı yaşam temsilcilerinin bedenlerinin bir kurmaca olarak değerlendirilmesi bu anlamıyla bir çelişki olarak görülebilir. Instagram üzerinde kurulan toplulukların sağlıklı yaşam temsilcilerine kendi yaşamlarından sorular sorması, bedenlerin bir kurmaca olarak yapılandırılmasını engelleyecek unsurlardan birisi olarak ön plana çıkabilir. Dikkat edilmesi gereken noktalardan birisi ise şudur: Sağlıklı yaşam temsilcilerinin kendileri, o

bedeni yaratmış kahramanlar olarak, bedenlerinin fotoğraflarından farklı bir temsiliyete sahiptirler. Bu nedenle sorulan sorular bedenlerinin dâhil olduğu evrene içkin olmakla birlikte doğrudan kahramanın kendisine yöneliktir. Fotoğraflar, altındaki açıklamalar ve üzerinde yazanlar ile birlikte ulaşılmak istenen sonucu temsil etmekte, kendi içerisinde bir bütünlük kurmaktadır. Tam da bu nedenle bir kurmaca olma özelliğini kaybetmemektedir.

Sağlıklı yaşam temsilcilerinin bedenleri bir kurmaca olarak anlatılarının güçlendirilmesinde önemli bir işleve sahiptirler. Anlatının oluştuğu kültürü temsil eden, yöntemi sonuca ulaştıran bilgiye güveni sağlayan zemini inşa ederler. Bu işlevlerini de kurmaca olmalarına borçludurlar: “kurmacalar, gündelik hayata bakarken gözümüzün, aklımızın, hatta topladığımız yasal kanıtların bize sağlayamayacağı kadar nesnel, kuşkudan azade bir bilgi sunar” (Güçbilmez, 2023: 152).

Sağlıklı yaşam temsilcilerinin bedenleri bir kurmaca olması nedeniyle aynı zamanda “gerçek değildir”ler (Güçbilmez, 2023: 28). Başarılı kahramanların “ifşa” (Sontag, 2023: 148) ettikleri muhteşem formülleri, elle tutulabilecek yöntemleri olarak seslendikleri topluluk için gerçekliğin ötesine de işaret etmektedir. Çünkü her bir fotoğraf karesi “görölmüş olanı kaydederken, daima ve doğası gereği, görünmeyene de işaret ederler” (Berger, 2022: 37). Emanet edildikleri topluluğun, onlarla karşılaşan bireylerin anlam dünyalarına açıktır ve kendi “anlatıları” orada çözümlenir.

## **2.2. ANLAMI MÜZAKERE ALANINA DÖNÜŞTÜRMEK**

Sağlıklı yaşam endüstrisinde etkileyiciler pazar ve tüketim çerçevesinde kavranmaktadır. Ticari ilişkilere girmiş, reklam yapan, tüketimi artıran, endüstrinin

doğrudan yeniden üreticisi konumuna sıkıştırılmaktadır. Yukarıdan aşağıya doğru üretildiği iddia edilen endüstrinin bir dişlisi, tüketim döngüsünün işlevli yeniden üreticileri olarak kendi bedenlerine yabancılaşmışlardır. Hem kendi bedenlerini endüstrinin bir metası haline getirmekte hem de takipçilerinin bedenlerini de aynı nesneleştirme sürecinin bir parçası yapmak isteyen kimseler olarak kurgulanmaktadır. Bu anlatıda etkileyiciler sağlık salgınına yakalanmış edilgen bireyler olarak görülmektedir. Fakat sağlıklı yaşam kültüründe etkileyiciler endüstrinin bir parçası ve doğrudan ürünü değildir.

Sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatıları ve söylemleri ile bir müzakere halindedir. Sağlıklı yaşam kültüründe anlam müzakere zemini olarak etkileyicilerin hâkim anlatılar ile uzlaştığı veya yerel ortak anlam dünyalarının etkisiyle kırıldığı yeniden üretim alanıdır. Kültürün hâkim anlatıları ile uzlaşan ve yeniden üretilen anlamlar da bu zeminin bir parçasıdır; uzlaşmayarak kırılan ve yeni üretilen anlamlar da bu zeminin bir parçasıdır. Bu nedenle anlam, sağlıklı yaşam kültüründe etkileyiciler için bir müzakere alanıdır.

Etkileyiciler hâkim anlatılar ile uzlaşmayarak yeni bağlamlar, anlatılar geliştirmekte ve kültürü kendi ortak anlam dünyaları etkisinde yeniden üretmektedir. Bu nedenle sağlıklı yaşam kültürü homojen, yukarıdan aşağıya doğrudan örgütlenebilen ve kapitalist bir pratik formül olarak kavranabilecek bir yapıya da sahip değildir. Kültür her etkileyicinin kendi ortak anlam dünyasından sızıntılar ile yeniden üretilmekte ve hâkim anlatısı yerel sızıntılar ile kırılmaktadır. Böylelikle sağlıklı yaşam kültürü içerisinde farklı temsiliyetler ve anlatılar ortaya çıkmaktadır. Bu anlatıların inşası ise her sağlıklı yaşam etkileyicinin paylaşımlarında ve özgün kurgusunda yeniden üretilmektedir.

### 2.2.1. Kapitalist Pratik Formülün Dışına Çıkmak ve Anlamı İnşa Etmek

Sağlıklı yaşam arayışında bireylere yönelik belirli varsayımlar yapılmakta, konular belirlenmekte ve kısıtlar ortaya konularak bir formül geliştirilmektedir. Geliştirilen bu formül bireylerin hâkim paradigma karşısında atfedilen konumunu, gelişen teknolojinin kullanımını, gelişen teknoloji sahipliğinin tercihlerini, sağlıklı yaşam temsilcilerinin anlatılarını ve bütünü içine alacak şekilde oluşan sisteme yönelik bakış açısını içermektedir. Hastalık ve bulaşıcı hastalıklar merkezli tıbbi paradigmanın dönüşümünde bireye atfedilen “salgına yakalanarak kendi hayatı karşısında âciz kalan” edilgen görüntü sağlık paradigmasında yeniden üretilmiştir. Bireyler bulaşıcı hastalıklar karşısında nasıl çaresiz ve âciz bir konumdalarsa sağlık temelli tıbbi paradigma karşısında da (her ne kadar özgürlük ve kendi bedeni üzerinde söz sahibi olma gibi tam tersi bir anlatıya sahip olsa da) âciz ve çaresiz bir konumdan değerlendirilmektedir. Bulaşıcı hastalıklardan ve onların neden olduğu salgınlardan kaçan birey sağlık peşinde koştuğu sürekli bir arayışa başlamış ve sağlık salgınına yakalanmıştır. Hâkim paradigmanın dönüşümü bireye atfedilen konumu değiştirmemiştir. Gelişen teknoloji ile birlikte bireyler sağlıklı kalma arayışlarını ağlarda, dijital platformlarda ve sosyal medyada devam ettirmektedir. Fakat ağların ve özellikle sosyal medyanın geliştirilmesi, bireyleri tuzağa düşürecek, onu edilgen kılacak ve gün sonunda onu kendi yarattığı evrene hapsedecek bir yönteme, algoritmaya sahiptir. Dijital ağ sahiplerinin yönetim tercihleri (politikaları) de bireyi şekillendiren, kısıtlayan diğer unsurlardan birisidir. Hangi gündemlerin ağlarda ne kadar yer kaplayacağına ve hükümetlerin ağ sahipleri ile geliştirdikleri ilişkinin bir sonucu olarak ağ içeriklerine müdahale boyutuna kadar ağ sahiplerinin tercihleri sosyal medyadaki içerikleri ve onların yayılımını etkilemektedir.

Geliştirilen formülün bir diğer boyutunda ise sağlıklı yaşam etkileyicileri anlatıları bulunmaktadır. Sağlıklı kalma arayışındaki bireye cevap verebilecek kimseler olarak sağlıklı yaşam etkileyicilerinin anlatıları doğrudan onlara açılan pazar tezgâhlarının örtüsü olarak görülebilmektedir. Anlatı yukarıdan aşağıya doğru tek taraflı olarak yapılandırılmakta ve anlatılan kendisi dışarıda bırakılmaktadır. Anlatının karşısında kimin bulunduğu, anlatıyla nasıl ortaklaştığına ve farklılaştığına, anlatının tamamına nasıl cevap verdiği ve gündelik hayatında anlatıyı nasıl yapılandırdığına bakılmamaktadır. Sağlıklı yaşam temsilcilerine yönelik anlatılar tek taraflı bir süreç olarak okunmakta ve karşı tarafın üzerini bir örtü gibi kaplamaktadır. Bütünü kavrayan ve onu açıklayacak yaklaşımlarda ise “endüstri”, “salgın”, “çağ”, “toplum”, “erdem” gibi yapısal ve üstten bir anlatı geliştirilmektedir. Davis’in (2018) “Mutluluk Endüstrisi”, Ehrenreich’in (2020) “Sağlık Salgını”, Martschukat’ın (2024) “Fitness Çağı”, Metzl ve Kirkland’ın (2017) “Yeni bir erdem anlayışı”, Chul Han’ın (2022a) “Palyatif Toplum”, Cederström ve Spicer’in (2017) “hastalık” olarak adlandırması bu formülün bir sonucudur.

Sağlıklı yaşam kültüründe yukarıdan aşağıya doğru işleyen anlatıda sağlıklı yaşam etkileyicilerini ve onların temsiliyetinde bireyleri içlerinden çıkamayacakları bir endüstri, toplum, çağ, erdem veya kullanılabilir diğer adlandırmalar, yapılar içerisine hapsedmek; edilgin alıcılar olarak görmek, gündelik hayatlarında yaptıkları her hareketi tahakkümün kendisini ürettiği bir parça olarak yapılandırmak ve bütünde onları kitle olarak kavramak formülün kurucu zeminidir. Williams’ın (2017: 447) vurguladığı gibi bu formül onu yapılandıranların “niyetleri” doğrultusunda kurulmaktadır:

Kişilerin kitleler olarak kavranması, onları tanıyamamaktan değil, bir formüle göre yorumlamaktan kaynaklanır. Formülümüz, bizimle aynı dili konuşan akıl sahibi canlıyı temel alabilir. Bizimle aynı deneyimleri paylaşan meraklı canlıyı temel alabilir. Ya da ayaktakımını temel alabilir ki ‘kitleler’ tam da bu noktada devreye girer: kolay

aldatılan, kaypak, sürü gibi davranan, bayağı beğeni ve alışkanlıklara sahip ayaktakımı. İşin aslı formülü bizim niyetimiz belirleyecektir. (Williams, 2017: 447)

Bireylerin içerisinde devinemeyecekleri kavranışların, formüllerin inşası bilinçli olarak üretilmektedir. Sağlıklı yaşam etkileyicilerine yönelik kurgulanan formül şu şekilde işlemektedir: Birinci olarak sağlıklı yaşam etkileyicileri hâkim anlatının doğrudan şekillendirdiği edilgin kimselerdir. İkinci olarak sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam arayışındaki bireyleri doğrudan etkileyebilen güçlü kimselerdir (ki formül burada bireyi de içine alacak şekilde genişlemekte, edilgin konumu yaygınlaştırmaktadır). Üçüncü olarak sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam arayışında aldatılan kimselerdir ve bunun farkında değildirler. Dördüncü olarak sağlıklı yaşam etkileyicilerinin ticari bir ilişki içerisinde bulunması onun endüstrideki ve anlamın inşasındaki konumunu anlamak için yeterli bir veridir. Beşinci olarak sağlıklı yaşam etkileyicilerinin davranış kalıplarını anlamak, onların etkilediği, biçimlendirdiği bireylerin davranış kalıplarını anlamak için yeterlidir. Altıncı olarak medya, sosyal medya sağlıklı yaşam etkileyicilerinin ve bireylerin sosyal bir yaşam alanı değil, endüstrinin etkileyicilere ve bireylere yönelik titizlikle kurduğu mükemmel bir tezgâh, pazardır. Son olarak sosyal medyadaki pazarın işleyişini anlamak için etkileyicilerin ve bireylerin tüketici konumlarından hareket etmek gereklidir (örneğin sosyal medya etkileyicilerinin toplulukları, takipçileri ile kurdukları ilişkide güveni merkeze alarak yapılan çalışmalarda bu yaklaşım oldukça sık kullanılmaktadır).

Formülasyonun dışına çıkmak ve bireyleri bir özne olarak kavrayabilmek için “iletişim açısından aktarıma yönelik farklı bir tutumu benimsemek” (Williams, 2017: 463) ve anlamın inşasına odaklanmak gerekmektedir. Williams’a göre “aktarım bir hükmetme girişimi değil, iletişim kurma, alımlama ve karşılık vermeyi sağlama girişimidir” (2017: 464). Aktarımın tek taraflı kurulmuş olan gücünü, tahakkümünü

kıracak olan yaklaşım iletişimi ortak bir zemin olarak görmekten ve anlamın inşasında alımlamayı da sürece dâhil etmekten geçmektedir. Williams'a göre iletişim bireyin içerisinde bulunduğu sosyal ilişkilerin pratik bir parçası olarak anlamın üretildiği ve böylece kültürün oluşturulduğu bir süreçtir (Fuchs, 2017: 749). Bu nedenledir ki bireyin sosyal ilişkilerinin tamamı ortak anlam dünyalarının bir karşılaşma zemini olarak iletişimin kendisine içkindir. Birey gündelik hayatının tamamında kendi anlam dünyası ile diğerleri arasında bir müzakere içerisinde. Bilinçli bir pratik olan iletişimin gerçekleşmesi bir yandan toplumsal anlamların üretim süreci olarak görülürken diğer yandan üretilen ortak anlam dünyaları içerisinde gerçekleşmektedir (Fuchs, 2017: 749). Sosyal ilişkilerin içerisinde bulunan öznelerin iletişim halinde olması ve anlamın üretimi doğası gereği dinamik bir süreçtir. Bu nedenle anlam Hall'ün (2017: 11) deyiimiyle “bir diyalog”tur. Aktarıcı tarafından sadece bir “kastetme pratiği” değil aynı zamanda karşı taraf için de “anlamlandırma pratiği”dir (Hall, 2017: 20).

### **2.2.2. Anlamın Müzakeresinde Sağlıklı Yaşam Etkileyicileri**

Sağlıklı yaşam etkileyicileri sosyal ilişkiler bütünü taşıyan, yaşamın örgütlendiği bir alan olarak sosyal medyada iletişimin özü gereği anlamın üretiminde ve toplumsal olarak üretilen anlamların müzakeresinde kilit bir konumdadır. Sağlık endüstrisinin yukarıdan aşağıya doğrudan aktarmak istediği hâkim anlatının muhatabıdır. Aynı yaklaşımdan kendi topluluğuna ve takipçilerine aktarmak üzere bir iletişim sürecinin de parçasıdır. Her iki iletişim süreci de toplumsal olarak üretilmiş anlamları ile iletişim temelinde ve sosyal ilişkiler içerisinde bir müzakereye açmaktadır.

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin anlam üzerindeki etkisi ise sadece kendi beklentileri ve istekleri doğrultusunda olmamaktadır. Her ne kadar sağlıklı yaşam etkileyicileri habitusları doğrultusunda eğitilmiş bakışlara, söylemlere, sosyal medya

kullanım algoritmalarına sahip olsalar da bireysel olarak yapmak istemeyebilecekleri birçok konuda takipçilerinin beklentilerine yönelik paylaşımlar yapmak, kırılımlar sergilemek zorundadır. Aynı noktadan hareketle ticari olarak gerçekleştirdikleri pazarlama kampanyalarında kurumların anlam dünyalarını yeniden üretecek şekilde takipçileri ile uzlaşmak ve topluluk dinamiğini yönetmek zorundadır. Müzakerede uzlaşmanın sağlanması pragmatik bir yaklaşıma ihtiyaç duymaktadır. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin pragmatik yaklaşımlarında sadece bu iki belirleyen göz önüne alındığında bile sağlık endüstrisinin yukarıdan aşağıya doğrudan aktarılmasını istediği, örgütlediği anlatıları kullanamayacağı, mutlaka beklentiler doğrultusunda yeniden üretmesi beklendiği görülebilmektedir.

Anlamın yeniden üretiminde toplumsal anlam dünyalarının ağırlığı önemlidir. Sağlıklı yaşam kültürü Amerika’da ve Avrupa’da ortaya çıkmış, yaygınlık kazanmış seküler bir hareket olarak değerlendirilse bile özellikle farklı yerellerin kendi anlam dünyaları ile uzlaşmak zorundadır. Uzlaşımın zemini olarak sağlıklı yaşam etkileyicileri de her zaman değişen beklentiler karşısında içeriklerini, dillerini, paylaşımlarını yenileyen, iletişim halinde olan kimseler olarak görülmelidir. Bu yaklaşım açısı sağlıklı yaşam etkileyicilerinin özgün kimseler olarak kavranmasında oldukça önemlidir. Ayrıca sağlıklı yaşam kültürünün zengin görüntüsünü, yerel anlam dünyaları ile uzlaşmış ve yeniden üretilmiş içeriklerle dolu olan sosyal medya paylaşımlarının incelenmesini hem kolaylaştıracak hem de gerçekliği ve yaşamı daha “doğru” açıklayacaktır.

### **2.2.3. Sosyal Medya ve Sağlık Başlıklarını Birlikte Düşünmek**

Sosyal medya ve sağlık başlıklarının birlikte düşünülmesi teknolojik bir araç olarak sosyal medyanın toplumsal ilişkiler ile iç içe geçtiği, muhtelif ilişkilene

biçimlerinin geliştiği bir kavrayış ile teknolojik determinist kavrayışlar arasında farklı iki ucu temsil etmektedir. Teknolojik determinist yaklaşım sosyal medyaya toplumsal ilişkileri doğrudan değiştirebilecek (değiştirmiş olan), ilişkileri belirleyebilecek, verili toplumsallığı alt üst edebilecek (etmiş olan) ve geleceği şekillendirebilecek “yüce” bir araç olarak yaklaşmaktadır. Williams’a göre teknik icatlar ile toplumsal, kültürel kurumlar arasında tersine dönmüş bir ilişkiye işaret eden bu yaklaşımda teknolojik determinizmin temel varsayımı (2021: 148) “yeni bir teknolojinin (matbaa ya da iletişim uydusu) teknik araştırma ve deneylerden ‘doğduğu’, daha sonra da içine ‘doğduğu’ sektörü ya da toplumu değiştirdiği” yönündedir. Dolayısıyla bu yönlü bir ilişki kurulduğunda özellikle kötümser bir senaryoda sosyal medyanın sağlığa yönelik bireysel algıları bozduğu, yanlış sağlık bilgilerini ortaya çıkardığı ve insanları kandırmanın bir aracı haline geldiğini söylenebilecektir. Tam tersinden iyimser bir senaryoda ise sosyal medyanın bireylerin sağlıkları ile ilgili doğru bilgileri bulabilecekleri, sağlıklarını yönetmeleri için hakikate ulaşabilecekleri, insanları gerçek sağlık bilgilerine davet eden bir araç olarak da anlatılabilecektir. Her iki yaklaşım da teknolojik indirgemeci bir kavrayış olarak sosyal medyayı olduğundan farklı bir konuma taşımaktadır. Sosyal medya platformlarını “kitle iletişim aracı” olarak konumlandıran bu yaklaşımlarda platformların aralarındaki farklar ortadan kalktığı gibi, platformların kullanıcıları da önemsizleşmektedir. Sosyal medya platformlarında kullanılan dil gündelik olandan ayrılarak teknolojik bir alanın hâkimiyetine girmekte, gerçekliğini ve temsiliyetini kaybetmektedir. Teknolojik determinist kavrayışın tam karşısında ise bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyanın toplumsal ilişkiler ile iç içe geçtiği, muhtelif ilişkilene biçimlerinin geliştiği ve homojen görüntüye sahip olmayan bir yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşımda sağlığın toplumsal görüntüsü ile benzer şekilde çelişkili, doğru ve yanlış bilgilerin bir arada bulunduğu bir ilişkiler ağına

işaret edilmektedir. Teknolojik determinist yaklaşımların sonuçlara sığrayan yöntemlerinden farklı olarak sosyal medyanın toplumsal ilişkiler ile iç içe geçtiği günümüz dünyasında özellikle sağlık alanında sosyal ve kültürel üretimde önemli bir iletişim ve üretim aracı olduğu düşünüldüğünde Williams'ın televizyon için araştırmacılara verdiği ödev bir kez daha hatırlanmalıdır (2003: 10): “televizyonun (*bugün sosyal medya olarak okunabilir*) önemli olduğu bir toplumda yapılacak acil ve pratik bir iş vardır ki, o da incelemelerin yapılması, araştırma görevinin yüklenilmesidir; dahası bu, bizim nasıl yapılması gerektiğini bildiğimiz incelemelerin ve araştırmaların yapılması işidir.”

### 3. BÖLÜM: SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM (WELLNESS) KÜLTÜRÜ

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma Türkiye’deki sağlıklı yaşam kültürü sosyal medyayı merkeze alarak nitel araştırma yöntemiyle incelemiş ve eleştirel söylem analizi çerçevesinde çözümlenmiştir. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretimindeki uzlaşmalarını ve kırımlarını incelemek, anlam üzerine düşünebilmek için çalışma kapsamında toplanan veriler eleştirel söylem analizi (*critical discourse analysis*) yöntemiyle çözümlenmiştir.

Eleştirel söylem analizi medya çalışmalarında oldukça sık kullanılan bir analiz tekniğidir. Hâkim konumun anlatısını medya aracılığıyla nasıl yaygınlaştırdığını ve nasıl yeniden ürettiğini veya kendi anlatısı doğrultusunda medya içeriklerini nasıl yapılandırdığını (yapılandırmak istediğini) ortaya koymaktadır. Verili toplumsallığın içerisinde, gündelik dilsel kullanımların hâkim konum ile uzlaşım ve kırılım noktalarını incelemektedir. Eleştirel söylem analizi dili ve anlamı toplumsal bir mücadele alanı, güç mücadelesi olarak görmektedir (Fairclough, 1989: 28 akt. Bouvier & Rasmussen, 2022: 60; Özer, 2022). Geleneksel medyanın içeriklerini oluşturma ve bunları yaygınlaştırma uygulamalarından farklı olarak sosyal medya bireylerin düşüncelerini daha rahat dile getirebilecekleri bir kullanıcı arayüzüne sahiptir. Bu nedenle “sosyal medya, sosyo-ekonomik düzenin farklı kesimlerindeki insanların egemen bakış açılarıyla nasıl müzakere ettiklerini veya bunlara nasıl meydan okuduklarını araştırma fırsatı sunmaktadır” (Rosenberg, 2011 akt. Bouvier & Rasmussen , 2022: 61). Bu nedenle sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretimine sağlıklı yaşam

etkileycilerinin reels paylaşımları üzerinden odaklanan bu çalışmada analiz yöntemi olarak eleştirel söylem analizi tercih edilmiştir.

Nitel araştırmalarda anlam merkezi konumdadır. Nitel araştırmalar “insanı anlama ve eylemlerinin yorumlanmasında kullanılmaktadır” (Güçlü, 2021: 41). Neuman’a göre nitel araştırmacılar “toplumsal süreçler ve örnek olayları kendi sosyal bağlamında inceler ve belirli ortamlarda anlam yaratımına veya yorumlarına bakarlar” (2014: 232). Nitel araştırmacılar anlamın nasıl ortaya çıktığını, nasıl yeniden üretildiğini, nasıl yorumlandığını, bağlamın anlamı nasıl şekillendirdiğini ortaya koymaya çalışmaktadır.

Nitel araştırma yöntemleri pozitivist sosyal bilim, yorumlayıcı sosyal bilim ve eleştirel sosyal bilim yaklaşımları ile birlikte kullanılabilir. Yorumlayıcı ve eleştirel sosyal bilim yaklaşımları pozitivist yaklaşımdan oldukça farklıdır. Pozitivist sosyal bilimler “insanları sayılara indirgemekle” ve “insanların gerçek yaşamlarıyla hiçbir ilgisinin bulunmaması” nedeniyle suçlanabilmektedir (Neuman, 2014: 121). Bu nedenle yorumlayıcı ve eleştirel sosyal bilimler insanları sayıya indirgememekte, onları özgün koşulları ve yaşamları içerisinde değerlendirmektedir. Eleştirel yaklaşımlar ise insanları sadece kendi bağlamlarında değerlendirmekle kalmaz “insanların koşulları değiştirmesine ve kendileri için daha iyi bir dünya kurmasına yardımcı olmak üzere maddi dünyanın gerçek yapılarını açığa çıkarmak için yüzeydeki illüzyonların ötesine geçen eleştirel bir sorgulama süreci”ne girerler (Neuman, 2013: 142).

Bu çalışma ise birden fazla nedenle eleştirel bir bakış açısına sahiptir. Öncelikle bireylerin sağlıklı yaşama ilişkin arayışlarını ve arayışların bütünü olarak örüntüyü

anlama çabası içerisinde pazar ve endüstri merkezli bir başlangıç noktası seçmemektedir. Tam aksine sağlıklı yaşam hareketini bireylerin de içerisinde bulunduğu ve yeniden örgütlediği bir ortak anlam dünyası olarak görmektedir. Çalışmada bir adım daha ileri gidilerek sağlıklı yaşam etkileyicileri bu kültür içerisindeki bireyler olarak yukarıdan aşağıya doğru işleyen bir sistemin parçası, dışı olarak değil anlamı müzakere eden kimseler olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla çalışmanın amaçlarından birisi de sağlıklı yaşam etkileyicilerinin hâkim konum ile ilişkisine eleştirel bir gözle bakabilmek, üzerlerine örtülen ve onları (doğalında herkesi) hareketsiz kılan, tek tipleştirerek hâkim konumların yeniden üretiminde dışı yapan formülleri eleştirel bir gözle incelemektir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2024'e göre 16-74 yaş arası bireylerin internet kullanım oranı 2024 yılında %88,8 olarak ölçülmüştür. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında Türkiye'nin internet kullanım oranı oldukça yüksektir. Bu nedenle internetin merkezde olduğu bir araştırma yapmak ortak anlam dünyalarının nasıl yeniden üretildiğini anlamak açısından önemlidir. İnternet tek başına bir teknoloji değil toplumsal olanın yeniden üretildiği sosyo-kültürel, medyatik de bir alandır. Çalışmanın gerçekleştirildiği sosyal medya platformu ise aynı araştırmanın sonuçlarından hareketle Türkiye'de 57.10 milyon kullanıcısı bulunan sosyal medya platformu Instagram'dır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği sosyal medya platformu olarak Instagram'ın seçilmesinin birden fazla nedeni vardır. Instagram bir sosyal medya platformu olarak hem bireyin bütün ihtiyaçlarına cevap bulabileceği bir toplumsallığı oluşturmakta hem de bireylerin ihtiyaçlarına yönelik ürünleri bulabileceği büyük bir pazarı temsil

etmektedir. Bireyin gündelik ihtiyaçlarına cevap verebildiği gibi markaların da tüketicilerini bulabileceği, reklamlarını verebileceği en aktif sosyal medya platformlarından birisidir. Instagram'ın dünya genelinde aylık 2 milyar aktif kullanıcısı bulunmaktadır (Zote, 2025). Ayrıca Instagram'da kullanıcılar en fazla reels formatındaki içeriklerle etkileşime girmektedir (Zote, 2025). Markalar da tüketicilerini bulmak, itibarlarını yönetmek veya yeni pazarlar keşfetmek için en fazla reels formatlarını tercih etmekte ve reklamlarını bu format üzerinden vermektedir. Instagram influencer (etkileyici) marketing olarak adlandırılan pazarlama faaliyetinde dünyada lider konumdadır. Instagram'daki etkileyicilerin etkileşim oranlarında format olarak yine reels paylaşımlarının en yüksek olduğu görülmektedir (Sprout Social Influencer Marketing, 2024). Ayrıca Instagram Türkiye'de de en fazla kullanılan sosyal medya platformlarından birisidir. 2024 yılında yayınlanan "Digital 2024: Turkey" raporunun açıkladığı verilere göre Türkiye'de 18 yaş üzeri nüfusun yüzde 82,8'si Instagram kullanmaktadır (Kemp, 2024). Instagram sadece Türkiye'de bireylerin en fazla kullandığı sosyal medya platformu olarak değil ayrıca sağlıklı yaşamanın en önemli kanıtlarından birisi olarak bedenlerin rahatlıkla sergilenebildiği, görsel kültürün ağırlıkta olduğu bir platform olması nedeniyle de seçilmiştir. Platformun seçilmesinin diğer nedenleri arasında ise sağlıklı yaşam temsilcilerinin (etkileyicilerinin) Instagram'ı yoğun olarak kullanması, sağlıklı yaşam anlatısı oluşturmak isteyen etkileyiciler için bütünlüklü bir imkân sağlaması, platform sahiplerinin politik kaygılarla platformu kısıtlayarak siyasi gündemlerin paylaşılmamasına müdahale etmesi ve oluşan boşluğun sağlıklı yaşam etkileyicileri için alan açabilmesi, sağlıklı yaşam temsilcilerinin (etkileyicilerinin) ticari ilişkilerini burada geliştirmesi ve bunun platform tarafından desteklenmesi gibi nedenler de etkilidir.

Instagram'daki sağlıklı yaşam kültürünü yeniden üreten sağlıklı yaşam temsilcilerini 'kapitalist pratik bir formül' çerçevesinde ele almamakta ve endüstrinin dışlilerinden birisi olarak konumlandırmayarak eleştirel bir yaklaşım benimsemektedir. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin kültürün yeniden oluşumunda anlamı bir müzakere alanına dönüştürdüğü ve uzlaşmaları, kırımları ile birlikte; yerel sızıntıların olduğu şekilde anlamı yeniden inşa ettiği iddia edilmektedir.

Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürü üzerine yapılan bu çalışmada sağlıklı yaşam etkileyicilerinin seçilmesinin temel nedeni anlamın müzakeresinde, inşasında ve ortak anlamın oluşmasında önemli bir konuma sahip olmalarıdır. Daha önce sosyal medyada etkileyiciler üzerine yapılan çalışmalarda sağlıklı yaşam endüstrisinin pazarı etkileyen güçlü etkileyicileri olarak görülen sağlıklı yaşam temsilcileri bu çalışmada endüstrinin talepleri ile müzakere eden, kendi anlam dünyalarını takipçileri ile birlikte yaratan, farklı kırımlar sergileyen kimseler olarak ele alınmaktadır.

### **3.1.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme**

Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürü üzerine yapılan bu çalışmanın evrenini Instagram'daki sağlıklı yaşam içeriklerinin ve sağlıklı yaşam etkileyicilerinin tamamı oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme ise amaca yönelik örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Amaca yönelik örneklem yönteminin seçilmesinin nedenlerinden birisi Instagram'da sağlıklı yaşam hareketinin yaygın bir kültür ve anlatı olarak birbirinden farklı temsilcileri ve etkileyicileri bulunmasıdır. Çalışma kapsamında sağlıklı yaşam etkileyicilerinin anlamı bir müzakere alanına dönüştürdüğü, sağlıklı yaşam anlatılarının yeniden üretiminde "yerel sızmaların" olduğu iddia edildiği için kültürün yeniden üretiminde bu farklılıkları en açık şekilde gösterebileceği düşünülen sağlıklı yaşam etkileyicilerinin seçilmesi gerekmektedir. Evrenin genişliği düşünüldüğünde rastlantısal

seçimlerin çalışmanın iddiası doğrultusunda istenilen ilişkiyi gösteremeyeceği düşünüldüğü için amaca yönelik örneklem yöntemi kullanılmıştır. Örneklemin belirlenmesi sürecinde çalışmaya dâhil edilme kriterleri sırasıyla şu şekildedir: Instagram kullanıcısı olması, Instagram profilinde “sağlıklı yaşam”, “sağlık”, “sağlık koçu”, “sağlıklı yaşam koçu”, “fitness koçu”, “sağlıklı yaşam tavsiyeleri” anahtar kelimelerinden biri veya birkaçının bulunması, belirlenen araştırma tarihlerinde aktif olarak içerik paylaşıyor olması ve sağlıklı yaşam ile ilgili paylaştığı içeriklerde reels videolarının olmasıdır. Sağlıklı yaşam alanında yapılan kurumsal paylaşımlar ve kurumsal pazarlama faaliyetleri ve reklamlar sağlıklı yaşam içeriklerinin bir parçası olarak görülse de çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Neuman amaca yönelik örneklemini şu şekilde tanımlamaktadır: “Araştırmacının son derece özel ve ulaşılması güç bir nüfusun olası tüm örnek olaylarını belirlemek için geniş bir yöntemler yelpazesi kullandığı rastlantısal olmayan bir örneklemdir” (2014: 322). Sosyal medyada ve özellikle Instagram’da sağlıklı yaşam kültürü oldukça yaygın ve dağınık bir görüntüye sahiptir. Eklektik ve pragmatik bir kültür olarak sağlıklı yaşam hareketinin Instagram’da birbirinden oldukça farklı temsilcileri bulunmaktadır. Takipçi sayıları, hedef kitleleri, topluluk dinamikleri, söylemleri, uygulama ve tavsiye alanları değişkenlik gösteren geniş bir kültürdür. Bu nedenle rastlantısal bir örneklemin anlamlı sonuçlar vermesi beklenmediği için amaca yönelik örneklem seçilmiştir.

Instagram’da “sağlıklı yaşam” ve “sağlık” hashtagleri, etiketleri üzerinden sorgulama yapılmıştır. Sağlıklı yaşam ve sağlık etiketleri üzerinden yapılan sorgulamalar, araştırmacının bireysel telefonundan yapıldığı için araştırmacının habitusu ve kullanım alışkanlıkları çerçevesinde hâlihazırda eğitilmiş bir algoritmanın işlediği

düşünülmüş olmakla birlikte araştırmanın temel meselesi ve sonucu arasındaki ilişkiyi bu çalışma kapsamında etkilemeyeceği için göz ardı edilmiştir. Instagram arama çubuğunda yapılan sorgu sonrasında Instagram profilinde “sağlıklı yaşam”, “sağlık”, “sağlık koçu”, “sağlıklı yaşam koçu”, “fitness koçu” ve “sağlıklı yaşam tavsiyeleri” yazan dijital içerik üreticileri örneklem kapsamına dâhil edilmiştir.

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin kendi profillerini “dijital içerik üreticisi” olarak belirtmiş olmaları araştırmanın etiği açısından önemlidir. Sosyal medyada yapılan araştırmalarda etik açısından temel problemlerden birisi araştırma yapılan örneklemin rızasının alınmasıdır (Bouvier & Rasmussen, 2022; Binark, 2018 ). Instagram kullanıcıları hesaplarını kişisel olarak (kontrollü, paylaşımların gizli olabildiği, takipçilerin onay verilerek kabul edildiği) veya dijital içerik üreticisi olarak yapılandırabilmektedir. Hesaplarını dijital içerik üreticisi olarak yapılandıran kullanıcılar Instagram tarafından paylaşımların herkese açık olarak gösterildiğini ve takip etmek isteyen kişilerin kullanıcının onayı olmadan takip edebileceğini söylemektedir (Instagram, 2024). Kullanıcılar bu uyarıları okuduktan sonra, koşulları kabul ederek hesaplarının türlerini değiştirmektedirler. Bu nedenle hesabını dijital içerik üreticisi olarak değiştiren kullanıcılar kamusal içerik üretimi yaptığının farkında, bilinçli olarak üreten ve ürettiklerinin farklı çıkar grupları tarafından incelenebileceği, araştırma konusu yapılabileceği bilincini taşıdığı varsayılan etkileyiciler olarak örnekleme dâhil edilmiştir.

Araştırma kapsamında anahtar etiketler üzerinden belirlenmiş sağlıklı yaşam etkileyicilerinden amaca yönelik örneklem çerçevesinde seçilen ve 5 kadın 5 erkek olmak üzere 10 profilin 6 aylık reelsları, geçmişe dönük olarak eleştirel söylem analizi

çerçevesinde incelenmiştir. Bu kapsamda sağlıklı yaşam etkileyicilerinin 1 Haziran 2024 ile 31 Aralık 2024 arasındaki 776 reels videosu analiz edilmiştir.

Instagram'daki reels formatı etkileyicilerin ellerindeki teknolojik cihazlarla, çoğunlukla mobil telefonları üzerinden kısa videolar oluşturabildiği ve düzenleyebildiği bir türdür. Etkileyiciler takipçileri ile iletişim kurma, yeni takipçiler kazanma, topluluk oluşturma, anlatı geliştirme ve bilgilerini paylaşma aracı olarak reels formatını oldukça sık kullanmaktadır. Hızlı tüketilebilir bir format olarak reels yeni akımların çıkmasında ve var olan içeriklerin yeniden kurgulanarak yaygın bir örüntü haline gelmesinde oldukça etkilidir. Hızlı tüketilebilir kısa videolar olarak reels formatı TikTok ve YouTube shorts gibi dünyada çok fazla kullanılan diğer platformlar tarafından da tercih edilmektedir. Sağlıklı yaşam kültürü bir endüstri olarak genellikle kadınlara yönelik söylem, tutum ve ideal bedenler etrafında incelenen ve konuşulan bir konu olarak görülmektedir. Fakat sağlıklı yaşam kültürü kadınlar ve erkekler için farklı anlatılar etrafında yeniden örgütlenmektedir. Sağlıklı yaşam kültürüne yönelik cinsiyetçi kalıpların yeniden üretilmemesi ve kültürün her iki cinsiyete yönelik farklı anlatıları bulunması nedeniyle bu çalışmada örneklem kadınlar ve erkekler için eşit temsil ilkesinde belirlenmiştir.

Sağlıklı yaşam kültürü gün geçtikçe etkisini artırmaya, sağlık konusundaki bireysel alışkanlıkları değiştirmeye ve yeni düşünce, davranış kalıpları geliştirmeye devam etmektedir. Uluslararası araştırma şirketi olan IPSOS, 50 ülkede gerçekleştirmiş olduğu araştırmalardan yola çıkarak "IPSOS Küresel Eğilimler Yeni Bir Konsensüs Arayışında: Gerilimden Niyete" başlıklı bir rapor yayınlamıştır (2024). Rapor farklı ülkelerdeki ortak tutum ve davranışları küresel eğilim olarak anlamlandırmaya ve

değişmekte olan küresel eğilimleri farklı başlıklarda ortaya koymaya çalışmaktadır. Araştırmanın işaret ettiği temel eğilimlerden birisi *bilinçli sağlık (conscientious health)* olarak adlandırılan davranış örüntülerinin ön plana çıkmış olmasıdır. Bilinçli sağlık eğilimi özellikle düşük gelirli, sağlık hizmetlerine ulaşımın zor olduğu ülkelerde bireylerin sağlık konusunda kendi kararlarını almak istemeleri, kendi kararlarını almak için arayışta oldukları, arayışın merkezinin internet olduğu ve bütünsel bir sağlık anlayışını benimsedikleri bir davranış örüntüsünü anlatmak için kullanılmaktadır (IPSOS, 2024). Kenya, Vietnam, Güney Afrika, Türkiye gibi ülkelerde bireysel sağlık arayışı daha fazla iken İspanya, Belçika, Japonya, Arjantin gibi bireylerin sağlık hizmetlerine ulaşımının rahat olduğu ülkelerde en düşük seviyededir. Ülkeler arasındaki gelişmişlik seviyesinin ve sağlık hizmetlerinin farklılığına rağmen raporda bilinçli sağlık yaklaşımının son on yıldır yükselen bir küresel eğilim olduğu vurgulanmaktadır. Rapora göre: “Dünya genelinde her on kişiden yaklaşık yedisi sağlık konularını kendi ellerine alıyor ve tamamen doktorlara bağlı kalmak yerine kişisel sağlık araştırmaları yapıyor” (IPSOS, 2024, 45). Raporda Türkiye ise bireylerin sağlıkları ile ilgili kararları kendi almak istedikleri, sağlıkları ile ilgili arayışta oldukları ülkelere birisi olarak görülmekte ve bu konuda dünya ortalamasının oldukça üzerindedir. Bu çalışma Türkiye’deki sağlıklı yaşam kültürünü 1 Haziran 2024 ile 31 Aralık 2024 arasındaki bir kesitle incelemiştir ve bu süreçte Instagram’daki sağlıklı yaşam etkileyicilerinin reels paylaşımları dikkate alınmıştır. Instagram’da sağlıklı yaşam kültürü üzerine kesitsel bir çalışma olarak gerçekleştirilmiştir. Kesitsel çalışmalar belirli bir nüfusun veya toplumsallığın zaman içerisinde, tek bir noktada analiz edilmesine dayanan gözlemsel çalışmalardır (Wang & Cheng, 2020). Sağlığın belirleyicilerini anlamak, hastalığın yaygınlığını ölçmek ve hastalığın nüfus üzerindeki

etkilerini gözlemlemek için kesitsel çalışmalar sağlık ve tıp alanında oldukça fazla kullanılmaktadır.

Günümüzde büyük bir endüstri, yaygın bir anlatının ve sosyalliğin yeniden üretiminde bir paradigma haline gelmiş sağlıklı yaşam kültürü üzerine araştırma yapmanın zorlukları ve sınırlılıkları vardır. Temel zorluklardan birisi sosyal medya hesaplarındaki dinamizm ve sosyal medya hesaplarının bireysel denetimidir. Sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayıları, paylaşılan içerikler ve içeriklerin hesapta durma süreleri değişebilmektedir. Sosyal medyada araştırma yapan bütün araştırmacılar için geçerli olan bu durum çalışma kapsamında da göz önünde bulundurulmaktadır.

Sağlıklı yaşam kültürü üzerine yapılan çalışmalarda bir diğer temel zorluk ise eklektik ve pragmatik bir kültür olarak sağlıklı yaşam hareketinin temsiliyetine yöneliktir. Çalışma kapsamında ana akım medyadaki temsiliyeti daha yaygın olan geleneksel ünlüler, reklam yasağı kapsamında olan sağlık profesyonelleri ve komplo teorileri anlatan hesaplar örneklem dışında bırakılmıştır. Reklam yasağına rağmen sağlık profesyonelleri Instagram'da sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde önemli bir role sahiptir. Fakat sağlık meslek örgütlerinin etik sınırlarını ve reklam yasağını esneten bu fiili durumlar çalışma kapsamında örneklem dışında bırakılmışlardır (Tat, 2022). Çalışma bir sosyal medya platformu olarak Instagram'da gerçekleştirildiği için ana akım veya geleneksel olarak adlandırılan medyada ünlenmiş kişiler, sanatçılar ve aktörler de çalışmanın dışarısında bırakılmışlardır. Son olarak komplo teorileri bireylerin sağlık arayışlarına yönelik anlamlı, bütünlüklü bir cevap vermekten ziyade var olan verili toplumsallığın tamamını reddedecek seviyede indirgemeci, dikkat çekmeye çalışan anlatılar olması sebebiyle çalışmanın örnekleme dışında tutulmuştur.

### 3.1.2. Araştırma Soruları

- Birinci araştırma sorusu: Bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada sağlık etkileyicilerinin (influencer) sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretilmesinde rolü nedir?
- İkinci araştırma sorusu: Sağlıklı yaşam kültürünün anlam inşasında sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile nerede uzlaşmakta nerede ayrılmaktadır?
- Üçüncü araştırma sorusu: Sosyal medyada sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam kültürü açısından piyasa merkezli, homojen bir topluluk olarak okunabilir mi?
- Dördüncü araştırma sorusu: Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcileri olarak sağlık etkileyicilerinin hâkim anlatı ile kırılma noktaları ortak anlam dünyasının inşa sürecine yönelik yerel bir sızıntı olarak değerlendirilebilir mi?

## 3.2. BULGULAR

### 3.2.1. Etkileyiciler ve Profil Hesapları

Araştırma kapsamında Instagram'da “sağlıklı yaşam”, “sağlık”, “sağlık koçu”, “sağlıklı yaşam koçu”, “fitness koçu” ve “sağlıklı yaşam tavsiyeleri” anahtar sözcüklerinde paylaşım yapan beş kadın ve beş erkek olmak üzere toplamda 10 etkileyicinin 776 reels videosu profil bilgileri ve reels içerikleri 1 Haziran - 31 Aralık 2024 tarihleri arasında, 6 aylık bir kesitle ve geriye dönük olarak incelenmiştir.

Spor, kas gelişimi, bireysel antrenman programlarına yönelik gündelik beslenme önerileri ve baba oğul ilişkisine dair içerik üreten kaslifilozof kullanıcı adıyla Salim Neseft Meriç (752 B), alternatif tedaviler, kilo verme, kadın sağlığı ve gebelik hakkında içerikler üreten dogalpratikaile (103 B), ağır antrenman programları ve kas gelişimi içerikleri üreten dumbellist kullanıcı adıyla Umut Şensoy (106 B), spor yapmak, sağlıklı beslenmek, kilo vermek ve hazır gıdaların içeriklerine yönelik bireysel farkındalığı artırmaya yönelik içerik üreten ghteamfit kullanıcı adıyla Güven Başar (142 B), kadınlara yönelik spor egzersizleri, kadınların kilo verme motivasyonları, alternatif tedavi yöntemleri içerikleri üreten birkizbirkadinbiresbiranne (57,4 B), kas geliştirme egzersizlerine yönelik bilimsel açıklamalar, omurga ve sinir rahatsızlıklarına yönelik bireysel egzersiz programları ve beslenme alışkanlıkları üzerine içerik üreten kelomerofc kullanıcı adıyla Ömer Semi Ünal (85,4 B), sağlıklı beslenme, çocuk yetiştirme ve annelik konularında içerik üreten hertarififit kullanıcı adıyla Elif Zengin (221 B), sağlıklı beslenme, özel beslenenlere yönelik menüler hazırlama, anne kız ilişkisi üzerine içerikler üreten fityummie kullanıcı adıyla Leyla Yeşilyurt (436 B), sağlıklı beslenme, sağlıklı menü hazırlama, özel beslenenlere yönelik menüler hazırlama içerikleri üreten seranintarifleri kullanıcı adıyla Sera Salfati (226 B), kas gelişimi, kilo verme, form tutma, spor yapma içerikleri üreten ssahanyagci kullanıcı adıyla Muhammed Şahan Yağcı'nın (278 B) paylaşımları çalışmaya dâhil edilmiştir (Tablo 1.).

Tablo 1: Araştırma Kapsamında İncelenen Instagram Kullanıcılarının Profil Bilgileri ve Reels Paylaşım Sayıları

	<b>Adı</b>	<b>Kullanıcı Adı</b>	<b>Profil Bilgileri</b>	<b>Takipçi Sayısı</b>	<b>1 Haziran - 31 Aralık</b>
--	------------	----------------------	-------------------------	-----------------------	------------------------------

					2024 / Reels Paylaşım Sayısı
1	Salim Nesefi Meriç	kaslifilozof	Salim Nesefi Meriç Kişisel Koç 🥇@proteinocean FİLOZOF10 🏆Yüzlerce kişiyi hayalindeki fiziğe kavuşturdum 👑Benimle birlikte en iyi versiyonuna ulaşabilirsin 🏆Değişimini başlat 🙌	752 B	78
2	Doğal ürünler / Sağlıklı Yaşam / Alternat if Tıp / KAYSE Rİ	dogalpratika ile	Doğal ürünler / Sağlıklı Yaşam / Alternatif Tıp / KAYSERİ Video İçeriği Üretici 🍀 bir çok özel bilgi ve gebelik önerileri sunuyorum 😊 danışmanlık hizmeti veriyorum ücretsiz. 🔍 hikayelerimi izlemeden geçme 📦detaylı bilgi için DM	103 B	39
3	Umut Şensoy	dumbellist	Umut Şensoy Sporcu @the_lastpull %10bicis10 @take_hiq: %10 bicis10 🤪 No💉 Yes❤️🍊 (since 2014) Fitness👤'luğu için dm 📧 11 yıllık tecrübeyle hazırlanmış programlar için dm 😊	106 B	100
4	Güven Başar	ghteamfit	Güven Başar Spor ve Egzersiz Eğitimi Sağlıklı Yaşam Uzmanı, Sporcu , Baba <b>Uzaktan Eğitim için WhatsApp</b> 🍀 @agrohealnutritionofficial G10	142 B	107
5	Hafız   Sağlıklı yaşam ve Kilo verme  Personel Trainer	birkizbirkad inbiresbiran ne	Hafız   Sağlıklı yaşam ve Kilo verme  Personel Trainer 🌟Hamilelikte alınan 37 kilo.. 🌟Bir kaç ayda giden -37 kilo 😭 🌟Bedenimizi zayıflatırken ruhumuzu besliyoruz 🙌	57,4 B	30

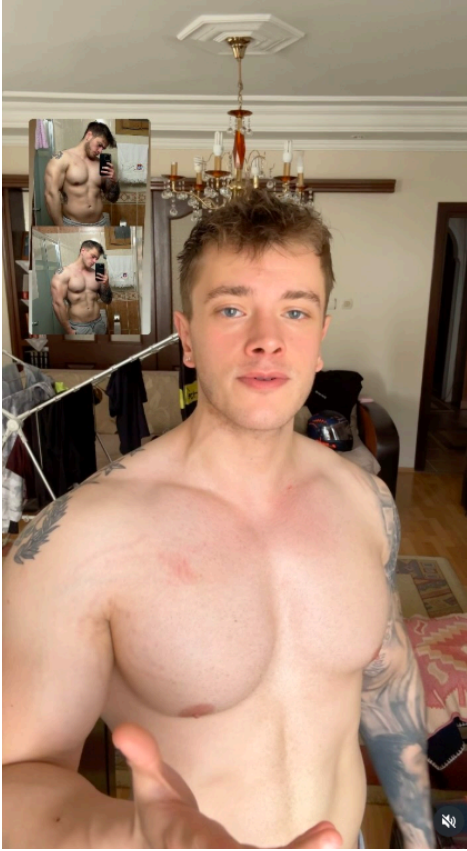
6	Ömer Semi Ünal   Hedef Mimarı	kelomerofc	Ömer Semi Ünal   Hedef Mimarı Fitness Eğitmeni Bilimi öncü alan antrenör ve diyetisyen. @legacysroad “kelömer” 📍 Danışmanlık, Reklam ve İşbirliği için DM. ✉️ omers_unal@hotmail.com linktr.ee/kelomer	85,4 B	113
7	Elif Zengin	hertarififit	Elif Zengin~Sağlıklı Yaşam~Fit Tarifler Video İçeriği Üretici Hayatın tadını sağlıklı çıkarıyorum 🥑 Burada her şey biraz ben, biraz biz! ✉️ elifff.erdgenn@gmail.com <a href="https://www.youtube.com/@hertarififit?si=GU-gU_57-Ta63uk1">youtube.com/@hertarififit?si=GU-gU_57-Ta63uk1</a>	221 B	85
8	Leyla Yeşilyurt	fityummie	Leyla Yeşilyurt Dijital İçerik Üretici Eş & Anne 💕 📍 Antalya Sağlıklı Yaşam, Sağlıklı Tarifler 🌱 ✉️ fityummie@gmail.com	436 B	69
9	Sera Salfati	seranintarifleri	Sera Salfati Dijital İçerik Üretici ✨💚Sağlıklı & Glutensiz & Şekersiz Tarifler ✨💚Dengeli Beslenme İşbirlikleri: elif@adbustersagency.com <a href="https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=8tbPippmWV_b-Irrn9YEAg0a7ANNASp2-y0">tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=8tbPippmWV_b-Irrn9YEAg0a7ANNASp2-y0</a>	226 B	16
10	Muhammed Şahan Yağcı	ssahanyagci	Muhammed Şahan Yağcı Founder of @echtaworld @proteinocean   SAHAN10 Binlerce Erkeği En Estetik Haline Ulaştırdım Benimle Çalışmaya Başlamak için DM'den KOÇLUK yaz	278 B	139



Salim Nesefti Meriç (kaslifilozof),  
21 Haziran 2024, Reels Kapağı



dogalpratikaile, 11 Ağustos 2024,  
Reels Kapağı



Umut Şensoy (dumbellist), 26 Haziran 2024  
Reels Kapağı



birkizbirkadinbiressiranne, 26 Ekim 2024  
Reels Kapağı



Güven Başar (ghteamfit), 28 Aralık 2024,  
Reels Kapağı



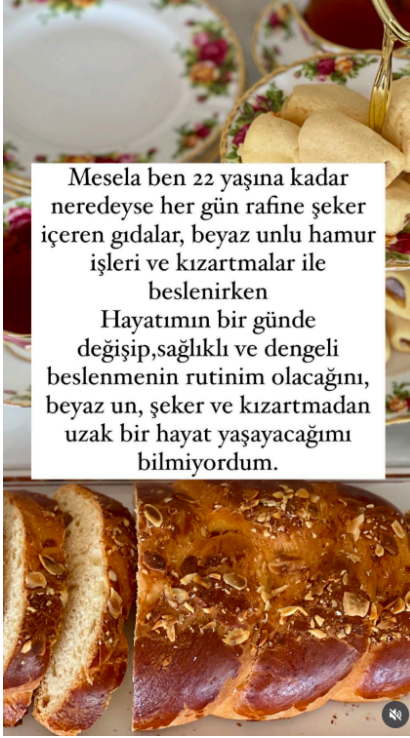
Ömer Semi Ünal (kelomerofo), 28 Kasım 2024  
Reels Kapağı



Elif Zengin (hertarififit), 10 Eylül 2024  
Reels Kapağı



Leyla Yeşilyurt (fityummie), 2 Eylül 2024  
Reels Kapağı



Mesela ben 22 yaşına kadar neredeyse her gün rafine şeker içeren gıdalar, beyaz unlu hamur işleri ve kızartmalar ile beslenirken Hayatımın bir günde değişip, sağlıklı ve dengeli beslenmenin rutinim olacağını, beyaz un, şeker ve kızartmadan uzak bir hayat yaşayacağımı bilmiyordum.

Sera Salfati (seranintarifleri), 23 Haziran 2024, Reels Kapağı



Muhammed Şahan Yağcı (ssahanyagci), 12 Aralık 2024, Reels Kapağı

### 3.2.2. Profil Fotoğrafları

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin kullandığı profil fotoğrafları takipçileri ve toplulukları ile kurmak istedikleri ilişkinin bir parçası olarak kullanılmakta; bireysel imaj ve itibarlarının yönetilmesine destek olmaktadır. Fitness ağırlıklı bir alanda içerik üreten, anlatısını bu zemine kuran erkek etkileyicilerin profil fotoğraflarını kendi formlarını sergileyecek şekilde kullandıkları görülmektedir. Meriç, Şensoy, Başar, Ünal ve Yağcı'nın profil fotoğraflarında bedenlerinin üst kısmı formlarını belli edecek şekilde sergilenmektedir. Formlarını belli edecek şekilde profil fotoğrafları kullanmak erkek etkileyiciler arasında yaygındır. Başar'ın fotoğrafında ise boynunda bir madalya olduğu ve onu ısırarak poz verdiği görülmektedir. Bu görüntüsüyle başarılı ve madalyalı bir vücut geliştiricisi imajı yaratmaktadır. Kadın sağlıklı yaşam etkileyicilerinin profil fotoğraflarında ise kendi anlatıları ile uyumlu görülebilecek farklı kullanımlar görülmektedir. Kullanıcı adı dogalpratikaile olan etkileyicinin profil fotoğrafında bir

avatar resim bulunmaktadır. Avatar resim başı kapalı bir kadın, kadını kafasından öpen gözlüklü ve traşlı bir erkek ve ellerinde tuttıkları çantadan kafası gözükecek şekilde gülen bir çocuk bulunmaktadır. Kullanıcı hesabında gerçek bir isim ve fotoğraf kullanmamaktadır. Kullanıcı adı birkizbirkadinbiressbiranne olan etkileyicinin profil fotoğrafında ise arkası dönük ve birbirine sarılan iki kişi olduğu görülmektedir. Fotoğraftaki kişilerden birisi erkek diğeri kadındır. Kadının başı kapalı olduğu görülmektedir. Her iki kullanıcının da sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde dini anlatıları daha çok kullandığı ve kendi anlatılarını da bu zeminde inşa ettiği görülmektedir. Zengin, Yeşilyurt ve Salfati'nin profil fotoğraflarında ise yüzlerinin net bir şekilde görülebileceği, gündelik fotoğrafların kullanıldığı görülmektedir.

### **3.2.3. Teknik Özellikler**

Etkileyicilerin reels videoları seslendirme ve ışık kullanımı açısından değerlendirilmiştir. Etkileyicilerin reels videolarını seslendirmede farklı yöntemler kullandığı görülmektedir. Etkileyicilerin market, fitness salonu gibi kamusal alanlarda yaptıkları çekimlerde yaka mikrofonu tercih ettiği görülmektedir. Etkileyicilerin yaka mikrofonu kullanması reels içeriklerinin daha rahat dinlenmesini ve içeriklerin daha net anlaşılmasını sağlamaktadır. Etkileyicilerin evde çektikleri reels videolarında ise genellikle kameraya bakarak konuştukları ve yaka mikrofonu kullanmadıkları görülmektedir. Bu videolarda sesin dağıldığı, yankı yaptığı, ses dengesinin tonlamalarda bozulduğu fakat izlemeye ve dinlemeye engel olmadığı görülmektedir.

Etkileyiciler reels videolarında genellikle kendi seslerini kullanmaktadır. Fakat anlatılarını kurguladıkları dinamikler doğrultusunda farklı yöntemler de kullandıkları görülmektedir. Erkek etkileyiciler reels videolarında kendi seslerini rahatlıkla kullanabilmekte fakat kadın etkileyiciler arasında özellikle anlatılarını dini içeriklerle iç

içe kurgulayan etkileyicilerin videolarında kendi seslerini kullanmadıkları görülmektedir. Bu etkileyiciler videolarında erkek sesi kullanmakta ve fon müziklerinden faydalanmaktadır. Etkileyiciler Instagram'daki akımlara katılabilmek için de reels videoları oluşturmakta ve oluşturdukları bu videolarda akımların müziklerini kullanmaktadır. Reels videolarında kullanılan seslendirme ve müziklerde Kurtlar Vadisi gibi dizilerden bölümler ve mehter marşının kullanıldığı da görülmektedir.

Sağlıklı beslenme, fit tarifler, sağlıklı menüler, diyet, kilo alma ve verme konularını ağırlıklı olarak işleyen kadın etkileyicilerin ortaya çıkan ürünlerini sunarken ışığa dikkat ettikleri görülmektedir. Hazırlanan menüler iyi ışıkta, güzel hazırlanmış tabaklar içerisinde ve güleryüzlü bir şekilde sunulmaktadır. Bu içerikleri üreten kadın etkileyicilerin görüntü ve ışık kalitesine ayrıca dikkat ettiği görülmektedir. Erkek etkileyiciler genellikle fitness salonlarında içerik üretmektedir. Fitness salonlarında, antrenmandan sonra bedenlerinin formunu göstermek için ışığı dikkatli kullandıkları ve kimi zaman da bu ışık kullanımı ile ilgili takipçilerine açıklamalar yaptıkları görülmektedir. Erkek etkileyiciler açısından ışık kullanımı formu ortaya çıkaran bir hile olarak da görülebilmektedir. Bu nedenle reels paylaşımlarının altında düşük ışıkta form kontrol etmek, ışık olmadan form göstermek, formu doğal göstermek gibi açıklamaları ayrıca yapmaktadırlar. Işık, erkek etkileyiciler açısından takipçileri ve topluluk dinamikleri için bir samimiyet göstergesine dönüşmüş durumdadır. Kadın sağlıklı yaşam etkileyicileri arasında dini içeriklerle paylaşım yapan etkileyicilerin ev içerisinde farklı alanları çekerken ışığa dikkat ettikleri, evi parlak ve temiz gösterdikleri de ayrıca görülmektedir.

### 3.2.4. Dil Bilgisi ve Emoji Kullanımı

Etkileyicilerin reels videolarının altındaki açıklamalarda, video üzerindeki yazılarda ve takipçilerine yaptıkları yorumlarda Türkçe yazım kurallarına özen göstermediği açıkça görülmektedir: *“Bambuyu azalt demedik mi olm @omerr.yilmaaz”* (Şensoy, 8 Ekim 2024), *“Beni rus zannetti Dedim Ona:”* (Şensoy, 4 Eylül 2024), *“Selamun aleyküm kardeşlerim nasilsiniz? ... Rabbime sonsuz şükürler olsun ki doğru beslenme ve düzenli doğru egzersizle HAPLARSIZ ÇAYLARSIZ VB SEYLER SİZ 67 KILOYA İNDİM henüz hedefime ulaşmış değilim Ama Rabbimin izniyle azim ve sabırla mutlaka hedefim ve hayalimdeki kiloya ineceğim...”* - (birkizbirkadinbiresbiranne, 12 Ağustos 2024), *“100bin oluyoruz sende takip desteği verirmisin.”* (dogalpratikaile, 13 Haziran 2024). Eklerin kullanımı, noktalama işaretlerinin kullanımı, büyük harflerin kullanımı, kelimelerin doğru yazımı ve kelimeler arası boşluk bırakma gibi hatalar oldukça sık yapılmaktadır. Doğru bir dil bilgisi ve cümle yapısı kullanmanın etkileyiciler açısından bir kriter olmadığı anlaşılmaktadır. Takipçilerin ve topluluğun da dil bilgisi konusunda dikkatli olmadığı ve yapılan yanlışlara yönelik bir itirazları bulunmadığı görülmektedir. Etkileyicilerin paylaşımları ve takipçilerin yorumları aktarılırken dil bilgisi kullanımları, cümle yapıları ve noktalama işaretleri doğru ve yanlışları ile birlikte, kullanıldıkları şekilde alınmıştır.

Farklı örnekler olmakla birlikte etkileyicilerin reels videolarının alt metinlerinde, içlerinde veya yorumlarda emojileri yoğun olarak kullandıkları görülmektedir. Emoji “sosyal medya, mesajlaşma, e-posta ve diğer bilgisayar aracılı iletişimlerde yaygın olarak kullanılan dijital sembollerdir. Emojiler insan duyguları, hayvanlar, coğrafya, yiyecekler ve bayraklar da dâhil olmak üzere bir dizi nesne ve fikri ifade etmek için kullanılır.” (Kendall, 2025). Etkileyiciler emojileri bireysel imaj ve itibarlarının yeniden

üretiminde, anlatıyı zenginleştirme, kendi anlatılarına uygun davranış örüntüleri geliştirmede ve görüntüler üretmede emojileri yaygın olarak kullanmaktadır. Etkileyicilerin reels videolarının altına yazdıkları açıklamalarda emojileri noktalama işareti yerine kullandığı görülmektedir. Erkek etkileyiciler kuru kafa, iğne, ilaç, kol gibi emojileri sıklıkla kullanmakta; kadın etkileyiciler ise yeşil tonların ağırlıkta olduğu emojileri tercih etmektedirler. Kadın etkileyicilerin kullandıkları emojiler arasında bitkiler, ağaçlar, yeşil kalpler, meyveler, çiçekler ve parlak renkler ön plana çıkmaktadır. Genel örüntü olarak erkek etkileyicilerin başarı, güç, tehlike gibi çağrışımları olan emojiler kullandıkları; kadın etkileyicilerin ise doğal, bitkisel, duygusal çağrışımları olan emojileri kullandıkları görülmektedir. Dini içeriklerin ağırlıkta olduğu kadın etkileyicilerin ise emojileri bedenlerini, yüzlerini kapattıkları şekilde kullandıkları görülmektedir. Erkek etkileyicilerin milliyetçi anlatımlarında ön plana çıkan emojiler arasında kurt gibi semboller de bulunmaktadır. Erkek etkileyiciler arasında az yazı ve az emoji kullanan kişiler de bulunmaktadır.

### **3.2.5. Hashtag Kullanımı**

Sosyal medya platformlarında hashtag (etiket) kullanımı bireylerin paylaştıkları içerikleri etiketlemelerine ve etiketler üzerinden aynı konu etrafında buluşmalarına olanak vermektedir. Her bir etiket, kendi konusu itibarıyla sosyal medya platformlarında kamusal bir meydan haline gelmekte ve kullanıcılar da yaptıkları her bir paylaşım ve etiket ile bu meydanı doldurmaktadır. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin de bulunduğu benzer etiketler bulunmaktadır. Sağlıklı yaşam kültürünün Türkçe paylaşımlar arasında en fazla kullanılan etiketlerinden birisi “#sağlıklıyaşam”dır. Etkileyiciler etiket olarak veya metinlerinde mutlaka sağlıklı yaşam kelimelerini kullanmaktadır. Bu etiket birleştiricidir, etkileyicilerin bir araya gelmesini sağlamaktadır ve kullanıcıların algoritmalarını eğitmekte sistem tarafından da kullanılmaktadır.

Sağlıklı yaşam etkileyicileri paylaşımlarında #sağlıklıyaşam etiketini ve sağlık, sağlıklı yaşam kelimelerini oldukça sık kullanmaktadır. Fakat özgün anlatıları, takipçileri ve toplulukları ile kurdukları ilişkide farklı etiketler de kullanabilmektedir. Araştırma kapsamında incelenen erkek sağlıklı yaşam etkileyicilerinden Şensoy ve Yağcı'nın hashtag kullanmadığı veya çok az kullandığı görülmektedir. Şensoy'un reels paylaşımlarının alt metninde hashtag kullanmadığı ve az yazı yazdığı görülmektedir. Yağcı ise hashtag kullanmamasına rağmen uzun anlatılar oluşturmakta, çok yazmakta ve yazdıkları arasında sağlık, sağlıklı yaşam kelimelerini geçirmektedir. Meriç'in paylaşımlarında #sağlıklıyaşam, #sağlıklıbeslenme, #sağlıklıtarifler, #sağlıklıyaşyoruz, #fittarifler, #kiloalmak ve #kilo vermek hashtaglerinin sıklıkla kullandığı görülmektedir. Başar ise #AktifYaşam, #SağlıkİçinHareket #FitOl, #UzaktanSporEğitimi #FitnessTürkiye, #SağlıklıYaşa, #diyet #kiloalma ve #kilo verme gibi hashtagleri kullanmayı tercih etmektedir. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinden birisi olarak Ünal'ın yaptığı paylaşımlarda bilimsel dili kullanmaktan çekinmediği ve anlatisını bu dil üzerinden kurduğu görülmektedir. Bu nedenle kullanmış olduğu hashtaglerde hastalık isimleri, tıbbi terimler ve sağlıklı yaşam kültüründen ingilizce kelimeler (uygulamalar) olduğu görülmektedir. Ünal'ın kullandığı hashtagler arasında #fitness, #farkındalık, #mindfulness, #siyatik, #fitik, #belfitığı, #supplement, #takviye, #kellik, #saç, #wellness, #tavsiye, #nabız, #sağlık, #mutluluk, #kalpsağlığı, #obezite, #yaşamsağlığı ve #mentalsağlık bulunmaktadır.

Salfati ve Yeşilyurt sağlıklı beslenme alışkanlıklarının geliştirilmesi ve gündelik yemek alışkanlıkları etrafında sağlıklı yaşam pratiklerinin oluşturulması konusunda içerik üretmektedirler. Sağlıklı yemek tarifleri, glutensiz, şekersiz ve fit tarifler yaparak

kullanıcıları ile paylaşmaktadırlar. Kullandıkları hashtagler arasında #sağlıklıyaşam, #healthyrecipes, #sağlıklıtarifler, #diet, #sezgiselbeslen, #unsuzşekersiz, #healthylifestyle, #sağlık, #motivation, #fit, #reklam, #sağlıklıbeslenme, #healthy, #food ve #superfood bulunmaktadır. Zengin de sağlıklı yemek tarifleri, fit tarifler ve sağlıklı beslenmenin ön planda olduğu paylaşımlar yapmaktadır. Zengin'in paylaşımlarında Yeşilyurt ve Salfati'den farklı olarak çocukların daha ön planda olduğu görülmekte ve bu farklılık da etiketleri dönüştürmektedir. Zengin'in kullandığı etiketler arasında #zayıflamak, #sezeryandoğum, #sezeryangöbeği, #diyetyemeğim, #diyetsizkiloverme, #diyetyemektarifleri, #diyetyapiyorum, #diyetzamanı, #doğumsonrası, #fittarifler, #şekersiz, #unsuz, #diyetsizzayıflama, #dengelibeslenme, #sağlıklıyaşam, #çocukgelişimi, #sağlıklıçocuklar, #sağlıklıyaşıyoruz, #çocukpsikolojisi, #diyetdeğilyaşamtarzı, #diyetdeğilsağlıklıyaşam, #kahvaltihazırlığı, #aralıklıoruçdiyeti #intermittentfasting, #beslenmegünlüğü, #beslenmekoçu, #temizlik, #temizlikfikirleri, #temizlikönerileri, #beslenmeçantası ve #çocukbeslenmesi bulunmaktadır.

Kullanıcı adı dogalpratikaile ve birkizbirkadinbiressbiranne olan etkileyicilerin yaptıkları paylaşımlarda dini anlatılar ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle kullandıkları etiketlerde de farklı tercihler olduğu görülmektedir. Kullanıcıların #şifa, #kadimbilgiler, #maneviyat, #sağlık, #dua, #inanç, #namaz, #huzurislamda, #motivasyon, #müslüman, #islam, #tesettür, #egzersiz, #aile, #sağlıklıbeslenme, #sağlıklıtarifler, #sağlıklıyaşam, #allah, #mükafat ve #islamaldası hashtaglerini de kullandığı görülmektedir. Ayrıca kullanıcıların tıbbi yöntemlere alternatif yöntemler önerdikleri ve bu paylaşımlarında #katarakt, #soğansuyu, #zeytinyağı, #insülin, #insüлиндirencinedireniyoruz, #pıhtılaşma, #kanpıhtılaşması, #saçbakımı, #saçdökülmesi, #kantaroniyagi, #kantaron,

#kantaronyanın faydaları, #mide, #mide ağrısının neyi getirir, #mide hastalıkları, #helikobakteri nasıl geçer ve #helikopteri gibi hastalık ve rahatsızlıklara özgü etiketler kullandıkları da görülmektedir.

Sağlıklı yaşam etkileyicileri #sağlıklı yaşam, #sağlıklı beslenme gibi genel etiketler üzerinden kültürün içerisinde kendisine alan açmakta, sosyal medyanın kamusal buluşma alanlarına dâhil olmakta ve takipçileri dışında kullanıcılara seslenebilmektedir. Etkileyiciler kendi anlatıları ve ihtiyaçları doğrultusunda hastalık isimleri, tıbbi terimler, dini referanslar, ticari işbirlikleri ve reklamlar doğrultusunda markalar ve sloganlarını da etiket olarak kullanabilmektedir. Etkileyicilerin ikisi haricinde etiket kullanımının oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Etkileyicilerin sağlıklı yaşam ve sağlık etkiletilerini sık kullandığı görülmekle birlikte sağlık içeriklerinden çok ürün yemek tarifleri, fit tarifler, antrenman bilgileri, antrenmanlarda temel hareket bilgileri ve ürün pazarlama gibi içerikler ürettiği görülmektedir.

### **3.2.6. Reels Videolarının Çekildiği Mekânlar ve Bireysel Anlatılar**

Sağlıklı yaşam etkileyicileri için sosyal medya bir sağlık pratiği olarak gündelik hayatın nasıl örgütlenebileceğini anlattıkları ilişkilenebilir. Bu nedenle gündelik yaşamlarındaki her an, mekân ve deneyim sağlık pratiğinin nasıl örgütleneceğini anlattıkları, yöntemlerini ortaya koydukları ve sonuçlarını sergiledikleri bir araca dönüşebilmektedir. Etkileyiciler için mutfakta yemek yapmak sadece yemek ve hane bireyleri açısından ihtiyaca yönelik bir faaliyet olarak görülmemekte ayrıca toplulukları ile kurdukları zeminde sağlıklı yaşam alışkanlıklarını aktarma, öğretme ve geliştirme zemini olarak da yeniden anlam kazanmaktadır. Aynı şekilde market rafları arasında dolaşarak evin ihtiyaçlarını karşılamak sadece bir alışveriş yapma faaliyeti olarak değil kendi anlatıları doğrultusunda sağlıklı yaşam pratiklerini marketlerde nasıl

uygulayabileceklerini ve nasıl örgütleyebileceklerini gösterdikleri bir eğitim videosuna dönüşebilmektedir. Kullanılan dil, tonlama ve ilişkilendirme biçimi farklılıklar gösterebilmekle birlikte birçok market videosunun didaktik bir anlatımla uyarılar içerdiği görülmektedir. Fitness salonlarında çekilen eğitim videoları bir anda pedagojik bir şiddet biçimini alabilmekte, sokakta yürürken hayatın anlamı ve bireyin rolü anlatılabilmektedir. Etkileyiciler bir pratik olarak sağlıklı yaşamın nasıl öğütlenebileceğine yönelik anlatılarını kendi davranışları ve gündelik hayatları ile birlikte her an ve her zaman gösterebilmektedirler. Bu yaklaşım da anlatıları özgün kılmakta, mekânları çeşitlendirmekte ve mekânlar ile kurulan ilişkileri zenginleştirmektedir.

Meriç'in paylaştığı olduğu reels videoları arasında sağlıklı tarifler, sağlıklı yaşam tavsiyeleri, uygun fiyatlarla yüksek proteinli besinler hazırlamak, takviye edici gıdaları doğru kullanmak, airfryer kullanımının sağlıklı olup olmaması, fitness programları, sağlıklı içecekler ve reklamını yaptığı ürünler bulunmaktadır. Ayrıca Meriç'in reels videolarının içerikleri incelendiğinde Türkiye'deki ekonomik kriz, öğrencilerin ekonomik krizde yeterli ve sağlıklı beslenmesi, erkeklerin ulaşması gereken ideal bedenler, hayat pahalılığına yönelik eleştiri ve alternatif çözümler, erkeklere yönelik cinsel sağlık bilgileri, erkekler arası deneyim paylaşımı, kadınların erkeklerden beklentilerine yönelik içerikler, kendi deneyimleri doğrultusunda kendisinden yaşça küçük erkeklere tavsiyeler ve bilimsel atıfları olan takviye edici gıda reklamları da bulunmaktadır. Meriç'in reels videolarının mekânları arasında fitness salonu, evinin mutfağı, market ve gündelik yaşamında gittiği, alışveriş yaptığı aktar bulunmaktadır.

Kullanıcı adı dogalpratikaile olan sağlıklı yaşam etkileyicisi paylaştığı reels videolarında kendisini göstermemekte ve dış ses olarak sesini çok az kullanmaktadır. Genellikle evinin bir parçasından kesitle arka plan yaptığı görseller üzerine yazılmış yazılarla reels videoları oluşturmaktadır. Kullanıcının anlatısı dini örüntülerle yapılandırılmıştır ve her paylaşımını buradaki konumu üzerinden yeniden üretmektedir. Aile ve inanç etrafında örgütlediği paylaşımlarında kadınlara yönelik gebelik tavsiyeleri, çocuk bakımı, hastalıklara karşı alternatif tedaviler, kadim bilgi olarak adlandırdığı bilgiler, gündelik hayatından ve özellikle annesinin rahatsızlıklarını giderdiğini iddia ettiği mucize çözümler, hadisler, hastalıklara iyi gelecek dualar ve hastalıklara karşı önerdiği çözümleri bulabilecekleri dükkân etiketleri bulunmaktadır.

Şensoy'un paylaşmış olduğu reels videoları arasında askerlik fotoğrafları, fitness salonundan görüntüler, evinin mutfağından ve farklı odalarından görüntüler bulunmaktadır. Kullanıcı reels videolarının içeriğinde ve alt metinlerinde erkek egemen söylemleri kullanmaktan kaçınmamaktadır. Farklı erkekleri ve erkeklik hallerini küçümseyen, onları hedef gösteren, erkek ve kadınların eşitsiz ev içi rollerini yeniden üreten bir yaklaşıma ve dile sahiptir. Paylaşımlarında mehter marşı, kurtlar vadisi müziği ve Türkçe rap'in son dönemdeki cinsiyetçi şarkılarını arka plan yaptığı ve paylaşımlarında “Brom”, “Daddy”, “Hatun”, “Manita” gibi söylemleri tercih ettiği görülmektedir. Ayrıca askerlik döneminde çektiği videoları ve fotoğrafları farklı zamanlarda paylaştığı birçok reels videosunda tekrar tekrar kullanmıştır. Bu videolar arasında roketatar ateşleme, top ateşleme, farklı silahlar taşıma ve kullanma gibi görüntüler bulunmaktadır. Kullanıcının ayrıca motosikletinin bulunduğu, motosikleti ile reels videoları çektiği ve aşırı hız yaptığı videoları da paylaştığı görülmektedir. Erkekliğin, militarizmin, Türkiye siyasal hayatının farklı dönemlerinden temsillerin,

riskli motosiklet kullanımının, ağırlık egzersizlerinin, yüksek ağırlıklı antrenmanların ve protein tozlarının iç içe geçtiği bir profile sahiptir.

Başar paylaşımlarını market reyonları arasında, fitness salonunda ve evinin farklı yerlerinde (mutfak, oturma salonu vb.) yapmaktadır. Türkiye'deki gıda denetim sistemine olan güvensizlik, Başar'ın kullanmayı tercih ettiği ve bir "terör" olarak adlandırılan gıda denetimsizliği, gıda üretim süreçlerinde kullanılan ilaçlar, farklı sağlıklı yaşam etkileyicileri ve onların anlatıları temel konuları arasındadır. Profil bilgileri arasında "baba" kimliğini ön plana çıkardığı görülmektedir. Profil bilgileri arasında baba kimliği olmasına rağmen babalık, iyi babalık ve baba olmak üzerine içeriklerinin olmadığı görülmektedir. Çocukları ile birlikte çektiği içerikler arasında işbirliği videoları bulunmaktadır.

Kullanıcı adı birkizbirkadinbireshiranne olan sağlıklı yaşam etkileyicisinin paylaşmış olduğu reels videolarında kendi görüntüsü bulunmakla birlikte videoya eklenen yazılar ve emojiler ile birlikte yüzünü kapattığı görülmektedir. Fitness salonlarında çekilen videoları olmakla birlikte bedenini ve formunu belli edecek şekilde giysiler tercih etmediği ve bedeninin tamamını kapatacak giysileri tercih ettiği görülmektedir. Kullanıcının paylaşmış olduğu reels videolarında kendisinden başka kimsenin olmadığı, arka planda ise başka kişilerin gözükmemesine önem gösterildiği ve bu nedenle videolarda kendisi dışında birisinin gözükmeyeceği görülmektedir. Reels videolarında seslendirme yapmamakta, çeşitli müziklerden ve seslerden faydalanmaktadır. Kullanıcının videoları çektiği ortamlara bakıldığında ise fitness salonunun ön planda olduğu görülmektedir. Kullanıcı yüzü gözükmeyecek şekilde

arkadan veya yüzünün gözüktüğü durumlarda kapatacak şekilde fitness salonunda aletleri kullanırken videolarını yayınlamaktadır.

Ünal paylaşımlarını fitness salonunda, ev içerisinde, masa başında, market reyolları arasında, sokakta yürürken veya parktan yapmaktadır. Ünal sosyal medyanın bireylerin beden algısını nasıl şekillendirdiğini, idealize bedenleri nasıl yeniden üretmek için yapılandırıldığını, yeme içme tercihleri üzerinden bireysel algıların nasıl şekillendirilmek istendiğini, bireysel fitness yapma motivasyonları ve akıl sağlığı gibi konuları konuşmaktadır. Ünal paylaşımlarında bilimsel bir dil kullanmakta, terimlerle konuşmaktan çekinmemekte ve paylaştığı içerikler hakkında bilimsel dergilerde yayınlanan makalelere atıflar yapmaktadır. Ayrıca diğer sağlıklı yaşam etkileyicileri ve fitness etkileyicilerinin içeriklerini de incelediği videolar da çekmektedir.

Elif Zengin'in profil bilgileri arasında sağlıklı yaşam, fit tarifler gibi anahtar kelimelerin bulunduğu görülmektedir. Zengin profilinde "Hayatın tadını sağlıklı çıkarıyorum" ve "Burada her şey biraz ben, biraz biz" cümlelerini de kullanmaktadır. Sağlıklı beslenme ve sağlıklı beslenme etrafında örgütlenmiş bir sağlıklı yaşamın nasıl kurulacağından bahsetmekte, anlatısını burada inşa etmektedir. Sağlıklı beslenme hakkında ürettiği içerikler ev ekonomisi, diyet, diyet türleri, beslenme alışkanlıkları, çocukların beslenmesi, doğum sonrası kilo verme, hayatının kontrolünü eline alarak irade ortaya koyma, hayatını dönüştürme, evin temizlenmesi ve çocuk gelişimi gibi başlıklarla ilişkilendirilmektedir. Zengin'in videolarını ev içerisinde, evin bahçesinde, markette, mutfakta, pilates stüdyosunda ve nadiren de olsa parkta çekmektedir. Videolarında genellikle hazırladığı sağlıklı menülere yönelik fotoğraflar, hazırlanma videoları ve sonuçlarının olduğu sunum görsellerini kullanmaktadır. Videolarında hem

tabaklarında hem giysilerinde canlı renkler tercih etmekte, iştah açıcı görüntüler oluşturmakta, güzel sunumlar hazırlamakta ve güler yüzle sunum yapmaktadır.

Leyla Yeşilyurt'un profil bilgileri arasında eş, anne, sağlıklı yaşam ve sağlıklı bilgiler tanımları ön plana çıkmaktadır. Kullanıcı paylaşmış olduğu reels videolarında gündelik yaşamdaki yeme içme alışkanlığının nasıl sağlıklı tarifler ile örgütlenebileceğini, sağlıklı tariflerin yapım sürecini ve son hallerini paylaşmaktadır. Kullanıcı reels videolarını evin mutfağında ve farklı köşelerinde çekmektedir. Kullanıcının kamusal alanlarda paylaşım yapmadığı görülmektedir. Kullanıcının anlattığı konular arasında fit tarifler, anne kız ilişkisi, sağlıklı yemek tarifleri, glutensiz yemek tarifleri ve bireysel sağlıklı yaşam pratikleri bulunmaktadır. Kullanıcının paylaşmış olduğu reels videolarına gelen yorumları yapan kişilerin kullanıcı isimlerine bakıldığında “sagliklibeslenenmom” ve “fitbiraile” gibi kullanıcılar dikkat çekmektedir.

Salfati'nin kullanıcı hesabı profil bilgileri arasında sağlıklı, glutensiz, şekersiz tarifler ve dengeli beslenme ön plana çıkmaktadır. Profil bilgileri arasında ayrıca Yükseköğretim Kurulu tez merkezinden bir linkin olduğu görülmektedir. Salfati sağlıklı yaşam kültürü içerisinde hem gündelik hayatın içerisinde paylaşımlar yaparak takipçileri ile etkileşime giren bir etkileyici hem de bu alanda tez yazmış birisidir. Salfati'nin bahsetmiş olduğu konular arasında sağlıklı yaşam tarifleri, sağlıklı yemekler ve farklı markalar ile işbirlikleri görülmektedir. Kullanıcının mutfaktan, ev içerisinde farklı alanlardan, fitness salonundan ve market reyonları arasından paylaşım yaptığı görülmektedir. Kullanıcının paylaşmış olduğu reels videoları arasında işbirliği olarak yapmış olduğu içerikler ön plana çıkmakta ve örneklemin çoğunu oluşturmaktadır.

Yağcı'nın paylaşmış olduğu reels videoları fitness salonunda, sokakta yürürken, market rafları arasında, beyaz tahtanın önünde ve ev içerisinde farklı noktalarda çekilmiştir. Kullanıcının reels videolarını iki erkek arasında öğrenme ilişkisi olarak kurgulanmıştır. Genellikle fitness salonunda iki erkek arasında hiyerarşik bir zeminde deneyim ve bilgi paylaşımı olarak kurgulanan videolar içerisinde pedagojik bir şiddet bulunmaktadır. Pedagojik şiddet kullanılan dil ve didaktik yöntemler ile üretilmektedir. Videolarda pedagojik şiddetin yanı sıra fiziki şiddetin de taklit edildiği görülmektedir. Kendisinden yaşça küçük bir erkeğin “abi” diyerek seslendiği ve merak ettiği soruları sorduğu, öğrendiği bilgileri söylediği video başlangıçları tokat atma görüntüsü ve sesi ile bitmektedir. Yağcı kameraya doğru tokat atıyormuş gibi yapmakta ve arkasından doğru olduğunu düşündüğü bilgileri vermektedir.

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde etkileyicilerin konuları ve onları ele alma biçimleri birbirinden oldukça farklıdır. Sağlıklı yaşam çatı başlığında birbirinden oldukça farklı görüntüler ve sesler duyulmaktadır. Kamusal alanlardan evin en mahrem köşelerine kadar etkileyicilerin kamera karşısına geçtiği görülmektedir. Kimi zaman parkta yürüyüş yaparken video çekmekte kimi zaman da evin mutfağını kullanmaktadır. Gündelik yaşamlarındaki yürüyüş rotalarını, yemeklerini, arkadaşlarını, ailelerini, mutfaklarını, gittikleri marketlerini ve çocuklarını bile “ifşa” etmektedirler. Hayatlarının tamamını içerik haline getirmekten ve bu içerikler üzerinden anlatılarını kurmaktan çekinmemektedirler. Elbette etkileyiciler içerisinde bunun tam tersi davranışlara, içeriklere ve anlatılara sahip olanlar da bulunmaktadır. Etkileyicilerin çoğu bireysel eğitimleri ve kültürel yatkınlıkları doğrultusunda filtresiz şekilde içerik çekmektedir. Konuşmalarından tavırlarına kadar gündelik hayatlarındaki gibi davranmakta, cümleler kurmakta, davranışlar sergilemekte ve içerikler üretmektedirler. Üretilen içerikleri bir

yanyla “samimi” gösteren bu örüntü diğer yanyla da oldukça özensizdir. Dijital içerik üreticileri, ünlü kişiler, etkileyiciler veya başka unvanlar altında sosyal medyada içerik üreten bu kişiler profesyonel medya ilişkilerinin bir parçası olarak geleneksel medya etiğinden oldukça uzaktır. Geleneksel medyadaki asimetrik ilişkiyi var eden kıyafet, ses, ışık, üslup, rol model olarak tutum ve davranışlara dikkat edilmesi gibi ilişkilendirme biçimlerinden kaçınmaktadırlar. Oldukları gibi davranmakta ve bunu rol model olarak takipçilerine sunmaktadırlar. Etkileyicilerin paylaşmış olduğu içeriklerin çoğunda oldukları gibi davrandıklarına yönelik vurgular yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Etkileyiciler her ne kadar samimi davranışlar ve söylemler geliştirdikleri yönünde bir imaj çizse de dışarıdan özensiz gözükse bu reelsların çekimi, kurgusu, paylaşılması, takibi ve planlaması onlar için ayrıca bir iş haline gelmiştir. Kimi etkileyicilerin bunu iş olarak gördüğü ve kendilerini farklı isimlerle (Fit-preneur vb.) adlandırdıkları da görülmektedir. Bu adlandırmalar bireysel imajlarını yapılandırılmalarını sağlamakta, rol model olarak takipçilerine kariyer planları çizmekte, anlatılarını zenginleştirmektedir. Bu adlandırmaların gösterdiği diğer bir nokta ise etkileyiciler kamera önünde olduklarının bilincindedir. Bu yönüyle de samimi olarak gözükse anlatıların, davranışların ve söylemlerin aynı zamanda kurgulandığı da düşünülebilmektedir. Etkileyiciler kameranın karşısındaki kurgularını gündelik mekânlarında ve bireysel yaşamlarındaki hareketlerine oldukça yakın olarak yeniden üretmektedir. Bu nedenle de etkileyicilerin kendi ortak anlam dünyaları rahatlıkla kurgulara sızabilmekte ve onları dönüştürebilmektedir.

### **3.3. SOSYAL MEDYADA SAĞLIKLI YAŞAM KÜLTÜRÜNÜN HÂKİM ÖRÜNTÜLERİ HEGEMONİK SÖYLEMLERİ VE AYRIM NOKTALARI**

#### **3.3.1. Hâkim Örüntü ve Hegemonik Söylem**

Sağlıklı yaşam kültüründeki hâkim anlatının ve hegemonik söylemin yeniden üretilmesinde benzer örüntüler dikkat çekmektedir. Farklı temsilciler, özgün anlatılar ve yerel sızıntıların varlığına rağmen; sağlıklı yaşam temsilcileri tarafından belirli konular, imgeler ve normlar tekrar tekrar üretilmektedir. Aynı kültür içerisindeki benzer üretimlerin, söylemlerin patikası olarak hâkim anlatı farklı sağlıklı yaşam etkileyicileri tarafından kültürün yeniden üretimindeki uzlaşma noktalarının toplamıdır. Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürü üzerine yapılan bu çalışmanın ikinci araştırma sorusu sağlıklı yaşam etkileyicilerinin hâkim anlatılarla uzlaşma noktalarıdır. Bireysel dönüşüm hikâyeleri, gençlik kürleri, sağlıklı sırlar, sağlık mucizeleri, bireysel motivasyon konuşmaları, ticari işbirlikleri, sağlıklı beslenme türleri, anlatılarda sayıların çok kullanılması gibi başlıklar farklı sağlıklı yaşam temsilcilerinin benzer şekilde yeniden ürettiği uzlaşma noktalarına işaret etmektedir. Hayatın bir anda dönüşebilir ve değiştirilebilir olması, bireyin iradesinin bütün hayatını değiştirmeye muktedir olması, değişimin bir mücadele olarak tanımlanması ve mücadele içerisinde engellere rağmen devam edilmesi ise bir bütün olarak hâkim anlatıya işaret etmektedir.

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde hâkim anlatı sadece söylemlerle ve pratiklerle kurulmamaktadır. Aynı zamanda sessiz kalınan konular, yapılmayan hareketler ve gösterilmeyen mekânlar da hâkim anlatının kurucu öğeleridir. Sağlıklı yaşam etkileyicileri arasında hayat pahalılığı ve ekonomik sıkıntıdan bahseden kimseler olmakla birlikte sağlıklı yaşam tarzı için (spor salonlarından yeterli ve dengeli beslenmeye kadar) gereken alım gücünden ve gündelik boş zamandan

bahsedilmemektedir. Bu yönüyle de akıllara sağlıklı yaşam etkileyicilerinin takipçileri kimlerdir, sorusu gelmektedir. Gündelik hayatlarının tamamını sağlıklı yaşam pratikleri etrafında örgütleyen ve çoğu zaman işlerinin bir parçası olarak bunu yapılandıran etkileyicileri kimler takip etmektedir? Etkileyicilerin takipçileri gündelik hayatlarının tamamını sağlıklı yaşam pratikleri etrafında örgütleyebilecek alım gücüne sahip midir? Eğer takipçiler sağlıklı yaşam pratiklerinin tamamını gündelik hayatlarında yeniden üretebilecek kimseler değilse neden takip etmektedir?

Sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatılarından bir diğeri sağlığın belirleyicilerinde bireysel tercihlerin ve yaşam tarzının ağırlıkta olduğuna yönelik vurgudur. Sağlığın diğer belirleyicilerinin (sosyal, ekonomik ve fiziksel çevrenin) arka plana itildiği bu anlatı etkileyicilerin de yeniden ürettiği hâkim anlatılardan bir diğeridir. Bu yönüyle de araştırmanın ikinci sorusuna verilecek cevaplar arasına bir yenisini daha eklenmektedir. Sağlıklı yaşam kültürü içerisindeki etkileyiciler sağlığın diğer belirleyicilerine yönelik içerikler üretmemekte, gündem oluşturmamakta ve bu belirleyicilerin ağırlıklarını bilinçli veya bilinçsiz olarak indirgemektedir. Elbette kimi etkileyicilerin gıda denetimi sorunu gibi konuları içerikleştirdiği görülmektedir. Fakat hâkim anlatı içerisinde sosyal, ekonomik ve fiziksel çevrenin sağlık üzerindeki ağırlığı neredeyse yok sayılmaktadır. Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde bitkisel ürünlerin, meyvelerin veya doğadan gelen ürünlerin her zaman sağlıklı olduğuna yönelik bir varsayım bulunmaktadır. Bu varsayım meyvelerin ilaçlanması, bitkisel ürünlerin kanserojen maddeler içermesi gerçeklerini göz ardı etmektedir. Sağlıklı yaşam etkileyicileri konunun bu tarafına dair sessiz kalmakta, az sayıda etkileyici yine az sayıda içerik üretmektedir.

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin hâkim anlatısını oluşturan, sağlıklı yaşam kültürünün bu topraklardaki görüntülerinden bir diğeri etkileyicilerin reelslarında siyasi parti paylaşımlarının olmamasıdır. İkinci araştırma sorusuna yönelik bir diğeri bulgu olarak siyasi parti paylaşımlarının yapılmamasının hem bu topraklardaki hâkim anlatının bir parçası olarak değerlendirilebileceği hem de farklı ülkelerdeki sağlıklı yaşam etkileyicilerinde olabilecek bir yerel sızıntıya işaret edebilmesidir. Farklı ülkelerdeki sağlıklı yaşam etkileyicilerinin siyasi parti paylaşımları yapması o ülkelerde hâkim ortak anlam dünyalarının üretilmesinde yerel sızıntılar olarak ön plana çıkabilirken Türkiye’de olmaması nedeniyle yerel sızıntılar başlığında değerlendirilmemiştir. Bu nedenle sağlıklı yaşam etkileyicilerinin sustuğu bir diğeri konu ve ortak anlam dünyasını hâkim konumdan inşa eden pratiklerden birisi olarak değerlendirilmektedir.

### **3.3.2. Uzlaşma Noktaları**

#### **3.3.2.1. Bireysel Dönüşüm Hikâyeleri**

Bireysel dönüşüm hikâyeleri sağlıklı yaşam etkileyicilerinin hayatlarını öncesi ve sonrası olarak ikiye ayırmaktadır. Etkileyiciler sağlıklı bir yaşamı seçmeden önce nasıl bir hayat sürdüğünü detaylı bir şekilde anlatmakta, sağlıklı bir yaşamı seçme motivasyonlarını ve karar verme noktalarını ortaya koymakta, sağlıklı bir yaşam pratiğinin uzun dönem boyunca nasıl yeniden üretilebileceğini bireysel deneyimlerle aktarmakta ve sağlıklı bir yaşam seçiminin sonuçlarını aynı anlatı içerisinde paylaşmaktadır. Baker’e göre sağlıklı yaşam temsilcilerinin (gurularının) dönüşüm hikâyeleri genellikle ayındır ve dört aşamadan oluşmaktadır: Reset atma, Rehber Bulma, Kişisel Dönüşüm Yolculuğu ve Kişisel Gelişim, Ruhsal Uyanış (2022: 91). İkinci araştırma sorusuna ilişkin olarak, “Sağlıklı yaşam kültürünün anlam inşasında

sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile nerede uzlaşmakta nerede ayrılmaktadır?”, çalışma kapsamında incelenen sağlıklı yaşam etkileyicilerinin bireysel dönüşüm hikâyelerinin de aynı kurguya sahip olduğu görülmektedir. Etkileyiciler hâkim anlatıyı, bilinen yollardan yeniden üretmekte fakat kendi pratikleri ve söylemleri çerçevesinde dönüştürmektedir.

Dönüşüm hikâyeleri bütüncül kurgusu, somut fotoğraf ve videoları ve motivasyon cümleleri ile birlikte sağlıklı bir yaşamın neden seçilmesi gerektiği konusunda güçlü ikna araçlarıdır. Nereden başlayacağını bilmeyen takipçilere yönelik kamusal bir daveti ve somut fotoğraflar eşliğinde sonuca yönelik bir güvenceyi içermektedir. Ayrıca takipçilerin kendi hayatları ile karşılaştırma yapabilecekleri bir çerçeve olarak da oldukça işlevseldir. Etkileyicilerin sağlıklı bir yaşamı seçme arayışındaki bireysel ve mahrem olan içsel hesaplaşmalarını takipçileri ile paylaştıkları samimi bir başlangıç noktasıdır. Her etkileyicinin bireysel dönüşümünü anlattığı bir içeriği mutlaka vardır. *“Savaşman gereken tek şey şeytanların değil... Kimle savaşman gerektiğini bil” (Yağcı, 24 Ekim 2024), “Kendini yenen yenilmezdir...” (Şensoy, 29 Temmuz 2024), “Anahtar hep sende aslında içinde biliyorsun ama kendine söylemiyorsun...” (Başar, 22 Ağustos 2024), “Her şey bir adımla başladı ... iyi ki başlamış var mı sende de bir adımla başlayan hayatını geri kazandığın yolculuklar?” (birkizbirkadinbiresbiranne, 21 Aralık 2024), “Hayat her zaman istediğimiz gibi gitmeyebilir, ki bu çok normal.” (Ünal, 6 Haziran 2024), “HAYATINI YENİDEN KODLA. 30 günlük sürecimizin ilk videosu.” (Ünal, 27 Kasım 2024), “Hayat dediğiniz bir günde bile değişebilir!” (Salfati, 23 Haziran 2024).*

Bireysel dönüşüm hikâyeleri etkileyicilerin takipçilerine ve topluluklarına yönelik kamusal bir davettir. Hayatını geri kazanmak, hayatını yeniden kodlamak, hayatını değiştirmek isteyen bireylerin sağlıksız yaşam alışkanlıkları ile savaşmaları ve yenilmez olmaları için bir başlangıç noktasına işaret etmektedir. Hayatını değiştirmek isteyen bireylere yönelik bu kamusal davet aynı zamanda bir pazarlama faaliyetidir. Etkileyiciler dönüşüm hikâyelerini sadece anlatıyı bütüncül kılmak, örnek olmak ve motive etmek için değil aynı zamanda bireylere satış yapabilmek için de kullanmaktadır. Hayatlarını nasıl dönüştüreceklerini bilmeyen bireylere bir koçluk davetidir:

Seni kurtarabilecek tek kişi var. 9 yılda çok büyük bir değişim yaşadım sadece fiziksel değil. Maddi, manevi ve hayat kalitesi olarak. Artık elimden geldiğince benim başladığım yaştaki kişilere yardımcı olmaya ve tecrübelerimi aktarmaya çalışıyorum. Fiziksel değişim yaşamak ve benimle iletişimde olmak için DM üzerinden bana KOÇLUK yazabilirsiniz. (Yağcı, 2 Ekim 2024)

Dönüşüm hikâyelerinde bireyi sağlıklı bir yaşama iten birçok neden bulunabilmektedir. Fakat hastalık deneyimleri bu nedenler arasında en güçlü belirleyiciler arasındadır. Bireylerin sağlıklı bir yaşamı neden seçmesi gerektiğini ve seçmediği zaman nelerle karşılaşabileceğini göstermektedir. Aynı zamanda sağlıklı bir yaşam mücadelesinin hedefini somutlaştırmaya da yaramaktadır. *“Harekete geç! Bir şeyleri geliştirmek için illa başımıza böyle bir durum mu gelmeli? Sağlıklı olmaya çalışmak neden birçok kişiye yük gibi geliyor?”* (Meriç, 8 Ekim 2024).

Hayat dediğiniz bir günde bile değişebilir! Benim hikayemde, çikolatayı sabah kahvaltıda bile öğün olarak yiyen, şeker bağımlısı bir çocukluk ile başlayıp, Haftanın her günü, neredeyse her öğün, beyaz unlu hamur işleri, bol tereyağlı pilavlar, kremalı soslu makarnalar, bol yağlı kızartmalar tüketen bir ergenlik ile devam ediyordu. Bir gün, önce cildim sonra da sağlığım bozulana kadar. Kan tahlillerim sonucunda karaciğer yağlanması teşhisi ile başlayan daha sonra da ilaç tedavisi ile kilo alıp, bilinçsizce kendisini aç bırakan ve sonra da ciddi bir anorexia nervosa tehlikesi atlatan bir Sera'dan, doğru doktor ve diyetisyen seçimleri ile; Sağlığına geri kavuşan, Sağlıklı yaşamı, sağlıklı ve dengeli beslenmeyi hayat tarzı haline getiren, Bu konuda tez yazmaya karar veren, Bıçak bile tutamazken, Profesyonel eğitim alıp kendi tariflerini kendi üreten, kendi yemeklerini kendi yapan, Sporunu yaklaşık 12 senedir düzenli bir şekilde yapan ve kendine koyduğu her engeli aşmaya çalışan, Sağlıklı tarifleri, okuyup, araştırıp öğrendiklerini, kendi deneyimlerini sizler ile paylaşan bir Sera'ya dönüşeceğimi tahmin bile edemezdim. #sağlık #sağlıklıbeslenme #sağlıklıyaşam #akım. (Salfati, 23 Haziran 2024, Reels Alt Metni)

Dönüşüm hikâyelerinde bir gün, bir adım, bir an gibi kararlı ve keskin hareketler görülmekte ve teşvik edilmektedir. Bireylerin sağlıklı bir yaşam örgütlemesi konusunda zamana karşı yarışması ve atak olması beklenmektedir. Fakat tam tersinden zamanı bireyin yanında konumlandırın ve dönüşümün zamanla olabileceğini anlatan, bunu bir süreç olarak yapılandıran anlatılar da bulunmaktadır.

Hayat her zaman istediğimiz gibi gitmeyebilir, ki bu çok normal. Aksilikler çevremizi sarmış olabilir, bu da çok normal. Nereye baksak, neyi düşünsek hiçbir iyilik göremiyor olabiliriz, bu da normal. Bakış açınızı değiştirin demeyeceğim, aşırı klişeleşmeye gerek yok. Neymiş hayatın pozitif yönünü görmeye çalış, her şey karamsarlık, pesimistlik değil vb. gibi söylemler insanı geriye çekebilir, zaten kişi istediği şekilde göremiyor, neden yapamadığı veya yapmakta zorlandığı bir şeyi bu söylemlerle diretiyoruz? Zor bir dönemden geçiyor olabiliriz, bu da aşırı normal ve unutmayın; herkes böyle dönemlerden geçiyor. Hayat hiçbir zaman güllük gülistanlık olmadı, olmayacak. Oluyorsa zaten orada bir sıkıntı vardır. İnişler, çıkışlar hayatın bir gerçeği. Evet, düşeceğiz. Ancak unutmamalıyız ki bu düşüşün de bir yükselişi olacak. Unutmamalıyız ki o yükselişin de bir devrilişi olacak. Şu soruyu soralım kendimize: Uçak her daim havada kalıyor mu? Hangimiz en kötü günün gecesini ağladıktan sonra hiçbir duygu hissetmediğimiz, kendimizi en saf halimizle yatırıp uykuya daldık? Sabahında belki daha kötü, belki daha iyi uyanıyoruz; ama unutmamamız gereken şey her şeyin geçiciliği. Stabil bir hayatımız olmadı, olmayacak. Her şey değişim halinde ve böyle olmaya da ebediyen devam edecek. Önemli olan şey süreçten keyif alabilmek. Ne yapıyorsak yapalım ufak detaylara OLABİLDİĞİNCE önem vermeye çalışalım her daim. Hayatın içinde gözle görülmeyen ve dünyalar kadar güzelliğe sahip o kadar çok şey var ki... Bu ufak parçalar da aynı yapbozun parçaları gibi hayatı oluşturuyor, iyisiyle kötüsüyle. Yaşam uzun bir maraton, arada bir soluklanıp durmak ve etrafa bakmaktan asla ama asla zarar gelmez. Sevgilerle... #farkındalık #mindfulness #andakalmak #motivasyon #süreç #keyif #optimist #pesimist #iyilik #kötülük. (Ünal, 6 Haziran 2024, Reels Alt Metni)

Kadın sağlıklı yaşam etkileyicilerinin dönüşüm hikâyelerinde doğum ve doğumdan sonra kilo verme önemli bir başlangıç noktası olabilmektedir. Doğum gündelik yaşam deneyimini dönüştüren, yaşamı sorgulatan ve kadınların nasıl yaşamak istediklerine karar verdikleri bir dönüm noktası olarak belirtilmektedir.

Nasıl mı? Anlatayım; İlk doğumumda yaklaşık 20 kg aldım ve doğum sonrası neredeyse hepsi duruyordu. Büyük bir yıkım oldu bu benim için sezeryan sonrası belki 2, belki 3 kg gitti diyebilirim. Doğumdan 2 ay sonra bile bana hamile misiniz diye soranlar oldu ağlaya ağlaya marketten eve geldiğimi hiç unutmam. İlk 6 ay hiç bir kilo hedefim yoktu, tamamen kızıma ve sütüme odaklandım ama tabii ağladığım günler de çok oldu. Diyet yaptım bozdu, listeler takip ettim, bıraktım, aynaya bakmak istemedim, dışarı çıkmak istedim..Emzirme bittikten sonra artık tamamen spor ve dengeli, düzenli beslenmeye döndüm. Diyetler, yasaklar yoktu artık hayatımda Aralıklı oruç sayesinde

17:00 itibariyle ağızıma bir badem tanesi bile atmadan hayat akışıma uygun bir düzen oturttum. 2. bebeğimi planlarken hep böyle devam ettim ve kalabileceğim en düşük kg da hamile kaldım Oğluş sonrası her şey daha kolay oldu. Artık sürece hakimdim, spor ve beslenmeye daha erken başlayıp 1 yıl bile dolmadan eski kiloma döndüm. Bu süre zarfında sağlıklı tarifler yapmaktan, üretmekten çok keyif aldığımı fark ettim ve 6 ay önce kamuda çalıştığım kurumdan istifa edip ayrıldım. Burada sizinle olmak Sağlıklı Yaşam ve Beslenme danışmanı olarak kariyerime devam etmek ve fayda sağlamak ne büyük keyif demem o ki ne kilo vermek çok zor, ne de hayatını değiştirmek #zayıflamak #sezeryandoğum #sezeryangöbeği #diyetemeğim #diyetsizkiloverme #diyetemektarifleri #diyetyapıyorum #diyetzamanı #doğumsonrası #fittarifler #şekersiz #unsuz #diyetsizzayıflama #dengelibeslenme #sağlıklıyaşam. (Zengin, 3 Haziran 2024, Reels Alt Metni)

Bireysel dönüşüm hikâyeleri sağlıklı yaşam kültürünün etkileyicileri açısından kurucu bir anlatıdır. Kafka'nın Dönüşüm hikâyesindeki<sup>2</sup> kurguya benzer şekilde etkileyiciler bir sabah uyanırlar<sup>3</sup> ve kendilerini sağlıklı yaşamaya karar vermiş olarak bulurlar. Gündelik hayatlarındaki “sağlıksız” alışkanlıklarının tamamını değiştirecek şekilde bir kabuk değişimidir. Eski sağlıksız bedenleri, alışkanlıkları ve hayatın getirdiklerini kabullenmiş tavırları ortadan kaybolmuştur. Yeni bedenlerin inşasında gündelik pratiklerin tamamı dönüşmekte ve hayatın getirdiklerine karşı bir mücadele başlatılmaktadır. İradeli, mücadelecisi, ne yapacağına karar vermiş, sorumlu ve inançlı kimseler olarak hayatlarına devam etmektedirler. Sağlıklı yaşam kültüründeki bireysel dönüşüm hikâyelerinin ortak anlatısı bu şekilde yeniden üretilmektedir. Her sağlıklı yaşam etkileyicisinin bu patikayı takip eden bir anlatısı mutlaka bulunmaktadır. Doğumdan sonra kilo vermek isteyen kadın etkileyicilerin bütün yaşantısını merccek altına alan bir sorgulamaya girmesi ve gündelik pratiklerinin tamamını değiştirecek şekilde sağlıklı bir yaşam tarzını benimsemesi ile kendi formunun en estetik halini arayan erkek etkileyicinin yaşadığı fiziksel değişimi bütün hayatına doğru genişletmesi hikâyeler olarak söylem ve deneyimlerin paylaşılması açısından farklılıklar göstermekle birlikte her sağlıklı yaşam etkileyicisinde bulunan bir doğum lekesidir. Bedenleri,

<sup>2</sup> Kafka'nın dönüşüm hikâyesindeki meşhur giriş şu şekildedir: “Gregor Samsa bir sabah huzursuz düşlerinden uyandığında, kendini yatağında korkunç bir haşereye dönüşmüş buldu.”(Kafka, 2016:33).

<sup>3</sup> Baker bu anı “Saw the Light” olarak betimlemekte, sağlıklı yaşam gurularının ışığı gördükleri an olarak anlatmaktadır (2022: 91).

takipçileri ve toplulukları genişledikçe anlatıları da onlarla birlikte büyümekte, detaylanmakta ve tekrar tekrar kullanılmaktadır. Etkileyicilerin biricik anlatılarının zemini olarak farklı görüntülere sahip olan bu anlatılar sadece bireysel bir imaj, itibar çalışması değil aynı zamanda bir pazarlama faaliyeti olarak da kullanılmaktadır. Bu nedenle bir tarafla etkileyicilerin dönüşümünü anlatmakta fakat diğer tarafla da dönüşmek isteyen bireylere kamusal bir çağrı yapmaktadır. Etkileyicilerin hayatlarının ayrıntılı bir şekilde hikâyeler içerisinde yer almasının temel nedenlerinden birisi dönüşmek isteyen kişilerin kendi hayatlarından bir şeyler bulmasını sağlamak ve onların olabilecekleri kişiyi göstermeye çalışmaktır. Takipçiler açısından sonunu görebildikleri bir maceraya başlamaya cüret etmeyi, topluluk açısından ortak başarı hikâyelerini yeniden üretmeyi sağlamaktadır. Sağlıklı yaşam alışkanlıkları edinmek isteyen ve bir türlü adım atamayan takipçilerin kulağına motivasyon cümleleri ile fısıldanan yeni hayatlarıdır. Yeni hayatına başlamak isteyen bireylere yönelik etkileyicilerin ortak kurgusu ve kültürün hâkim anlatısıdır.

### **3.3.2.2. Tıbbi Otoritenin Bilimsel Reçeteleri Yerine: Kürler, Sırlar, Mucizeler, Kadim Bilgiler, Alternatif Çözümler**

Sağlıklı yaşam kültürü tıp bilimi ile gerilimli bir ilişkiye sahiptir. Tıbbi otoritenin kısıtlayıcı ve bireyin kendi bedeni üzerindeki hâkimiyetini kaybettiren yöntemlerini sorgulamakta; bu yöntemler yerine ulaşılması istenilen hedeflere yönelik kendi deneyimleri doğrultusunda mitler ve mitlerin etrafında kurguladığı somut öneriler geliştirmektedir. Geliştirilen somut öneriler arasında kürler, mucizevi içecekler, iyileştiren enerjiler ve alternatif tıbbi yöntemler bulunmaktadır. Boşaltılan tıbbi otoritenin, onun nedenselliğe dayanan yöntemlerinin ve eğitilmiş uzmanlarının yeri en yakın, herkesin ulaşabildiği fakat neden sonuç ilişkisinin bulunmadığı yöntemlerle doldurulmaya çalışılmaktadır. Farklı sağlıklı yaşam etkileyicileri arasında uzmanlığı

yok sayan, nedenselliğini kaybetmiş, etkileri ölçülemeyen ve iddiasının altını dolduramayan bu ürünlerin, yöntemlerin takipçilere önerildiği görülmekte ve sağlıklı yaşam kültürünün hegemonik söylemleri burada benzer şekillerde yeniden üretilmektedir.

Bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda kimi zaman doğrudan sonuçlara işaret edilen ürünlerin önerildiği *“Gençleştiren Shake (24,4 gr Protein, 35 TL Maliyet)”* (Meriç, 6 Eylül 2024) *“Sağlık iksiri! Kolay hasta olan, enerjisi düşük ve bitkin hissediyorsan bir de HARNUP SHOT’ ı dene.”* (Meriç, 8 Kasım 2024), *“Kış boyu hastalıktan kurtaran çay yapıyoruz...”* (dogalpratikaile, 11 Aralık 2024) kimi zaman ise var olan tıbbi bilimsel çözümlerin alternatifine yönelik bir çağrı niteliği kazandığı *“...Yıllardır annemin geçmeyen agrilari dindi nasıl mı gerçekten mucize gibi bir krem...”* (dogalpratikaile, 24 Eylül 2024) görülmektedir. Farklı durumlarda ise bireylerin temel ihtiyaçlarına yönelik metafiziksel bir alandan dolayı cevaplar olarak seslenmektedir: *“Kadim bilgilere göre Ekim ayı saç kesim günlerini sizlere belirttim bugünlerde kesim yapmanız çok az dahi olsa uçlarından aldırmanız saçlarınızı güçleştirecek ve hızlı uzamasını sağlıklı bir şekilde uzamasını sağlayabilir.”* (dogalpratikaile, 9 Ekim 2024).

Bu yaklaşımların temelinde bireylerin kendi sağlıkları ve hastalıkları ile ilgili konularda uzmanlık alanlarından farklı olarak uygulayabilecekleri yöntemler ve güvenebileceklerini düşündükleri farklı otorite arayışları bulunmaktadır. Bireylerin ihtiyaçları ile yöntemlerin sonuçlarına dair bir neden sonuç ilişkisinin bulunup bulunmadığı ise bilinmemekte, sağlıklı yaşam etkileyicileri tarafından bu bilgiler paylaşılmamaktadır. Sağlıklı yaşam etkileyicileri önerdikleri ürünler ve kullandıkları dil

ile birlikte doğrudan sonuca (ağrıların iyileşmesi, yaranın kapanması, ateşin düşmesi, hastanın yürümesi vb.) işaret etmektedir. Tıbbi otoritenin bilimsel yöntemlerinden farklı olarak doğrudan sonuca sıçrayan alternatif tedavi yöntemleri sağlıklı yaşam kültüründe hem hâkim anlatı olarak görülebilmekte hem de yerel ortak anlam dünyaları etrafında örgütlenen pratikler olarak ayırım noktalarına işaret edebilmektedir. İkinci araştırma sorusunun, “Sağlıklı yaşam kültürünün anlam inşasında sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile nerede uzlaşmakta nerede ayrılmaktadır?”, iki tarafını da ilgilendiren bir başlıktır. Bulgular incelendiği zaman hâkim ortak anlam dünyalarının yeniden üretiminde belirli bir örüntüye işaret eden bir alan olarak görülmekte tam tersinden dini öğelerin kurucu olduğu güçlü yerel sızıntılar da ayırım noktasına da işaret edebilmektedir. Alternatif tedavi yöntemleri, mucize sırlar, kadim öğretiler etkileyicilerin habitusları çerçevesinde bireysel anlatılarının ve pratiklerinin değiştiği bir alandır. Kayseri’deki sağlıklı yaşam etkileyicisinin “göbeği düşük olan çocuklar”ın nasıl tedavi edilebileceğini anlatması, çörek otunu dini ve mucizevi birçok hastalığın ortak ilacı haline getirmesi ile merkez şehirlerden birinde yaşayan erkek etkileyicinin gençlik kürü paylaşması arasında fark bulunmaktadır. Etkileyiciler tıbbi bilimsel yöntemler ile ters düştikleri alanları da kendi habitusları doğrultusunda seçmektedir. Bu nedenle tıbbi bilimsel yöntemlerin reddi ve bu redde yönelik anlatıların oluşturulması hâkim bir anlatı iken yerine konulan pratik ve söylemler yerel sızıntılar olarak değerlendirilmektedir.

### **3.3.2.3. Marketlerden Mutfağa: Sağlıklı Beslenme**

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde beslenme konusu etkileyicilerin ilgi alanları, meslekleri ve uzmanlık bilgileri fark etmeksizin bir buluşma noktası olarak ön plana çıkmaktadır. Sağlıklı yaşam pratikleri kazanmak, alışkanlığa dönüştürmek ve bir yaşam tarzı olarak sürdürülebilir kılmak isteyen bireylerin yolu mutlaka mutfaktan geçmektedir. Bu nedenle etkileyicilerin reels videoları çektikleri alanlar içerisinde

mutfak ve mutfağa giden malzemelerin alındığı yerler olarak marketlerin bulunduğu görülmektedir. Etkileyiciler market reyonları arasında sağlıklı beslenme sürecinde gıdaların bilinçli olarak nasıl seçilmesi gerektiğini anlatmakta, sağlıklı yemeklerin ve menülerin hazırlanma sürecini mutfakta göstermekte ve daha sonrasında bu menülere ihtiyaç duyulan bir yaşam tarzının örgütlenmesinden bahsetmektedirler.

32 gr. Proteinli - 30 TL Maliyet. ‘Filozofun Patates Cipsi’ Sağlıklı beslenmeyi yaşam tarzı haline getirmek istiyorsan bu tarz tariflere ihtiyacın var. Her zaman katı bir düzende ilerleyemezsin bu sürdürülebilir değildir. Profilimde yüzlerce sağlıklı ve lezzetli tarifler var! (Meriç, 30 Kasım 2024).

Elbette bu yolun tam tersi de geçerlidir: Sağlıklı bir yaşam tarzının örgütlenmesinden bahsedilmekte, sağlıklı yaşam tarzı için bireysel beslenme alışkanlıklarına değinilmekte ve besinlerin alındığı yerler olarak marketlere gidilmektedir.

Etkileyiciler beslenme çatısı altında diyet, kilo alma ve verme dengesi, fit tarifler veya ucuz besleyici tarifler yaratma, günlük kalori hesaplama, antreman öncesi ve sonrası yenmesi gerekenleri paylaşma ve özel beslenmesi gerekenlere yönelik menüler oluşturma gibi birçok kılcal alanda da reçeteler önermektedir.

*“Diyette aynı şeyleri yemek zorunda değilsiniz!” (Meriç, 25 Haziran 2024), “Her istediğini ye! Günlük ihtiyacın olan toplam kalorilerinin %5-%10’luk kısmını basit şekerden almanda hiçbir sorun yok” (Meriç, 13 Kasım 2024), “...Hızlı kilo vermek için yapılacaklar” (dogalpratikaile, 4 Eylül 2024), “Kilo almak ve kilo vermek dönemlerinde...” (Başar, 5 Temmuz 2024), “... fit brownie Tarifi vereceğin inşaAllah” (birkizbirkadinbiresbiranne, 17 Haziran 2024), “Diyetle alınan tuz...” (Ünal, 3 Aralık 2024), “Sağlıklı ve fit olmayı yaşam tarzı haline getirmek...” (Salfati, 12 Temmuz*

2024), “Yağlılara Gönder. Şu saaten sonra yeme, bu zaman yeme, şunu yeme diyenlerden bıktık.” (Yağcı, 30 Kasım 2024).

Sağlıklı yaşam kültürü açısından beslenme etkileyicilerin bulunduğu ortak bir zemindir. Etkileyicilerin uzmanlık alanlarından bağımsız olarak bireysel tüketim alışkanlıkları çerçevesinde yaptıkları deneyim paylaşımları ve önerileri içerdiği için ikinci araştırma sorusundaki, “Sağlıklı yaşam kültürünün anlam inşasında sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile nerede uzlaşmakta nerede ayrılmaktadır?”, hâkim ortak anlam dünyası ile uzlaşma noktalarına işaret edebilmekte fakat deneyimlerin biricik olması, pratiklerin ve söylemlerin ayrılması nedeniyle de ayırım noktalarından birisi olarak değerlendirilmektedir. Kimi etkileyiciler didaktik anlatılar, şiddete dayalı söylem ve pratikler geliştirerek takipçilerine sağlıklı beslenme olarak kendi yöntemlerini dayatmakta kimi etkileyiciler ise güzel sunumlar, ortak duygular ve eşit bir zeminden yaptıkları çağrılar ile takipçilerini sağlıklı beslenme konusuna ikna etmeye çalışmaktadır. Ortak bir zemin olarak her etkileyicilerin mutlaka içerik ürettiği bir başlık hem de farklı içerikleri içerisinde bulunduran bir ayırım noktasıdır. Hayvansal gıdalar ile bitkisel gıdaların, glutensiz ürünler ile geleneksel beslenme alışkanlıklarının, organik ürünler ile hazırlandığı iddia edilen sofralar ile reklam etiketlerinin eşlik ettiği hazır gıdaların oluşturduğu sofraların aynı anda sağlıklı beslenmek olarak tarif edilebildiği bir alandır. Etkileyicilerin hazırladıkları içeriklerin sağlıklı olmasından çok gündelik ihtiyaçlarına yönelik pragmatist tavırları doğrultusunda sundukları öneriler olarak görülmektedir. Bu nedendir ki takipçilerinin en fazla seslerini çıkardığı alanlardan birisidir. Yirmi birinci yüzyılda nüfusu sağlıklı beslenmenin neredeyse bir ütopya haline geldiği, organik besinlerin artık bulunamadığı ve sağlıklı beslenmenin Türkiye’de alım gücü açısından çok az bir nüfus için geçerli olduğu göz ardı

edilmektedir. Etkileyiciler takipçilerinin her zaman bütün besinlere, istedikleri şekilde ulaşabildiği varsayımından hareketle içeriklerini üretmektedir. Aynı zamanda bireysel olarak kendi mutfaklarında yapılan her yemeğin de içeriğinden bağımsız olarak sağlıklı olduğunu iddia etmektedir. Kas kütlelerini artırmak isteyen bir kişinin kendi evinde yaptığı omlet sağlıklı bir menü olarak sunulmakta, yumurtaların endüstriyel olarak üretilmesi konu dışında bırakılmaktadır. Aynı şekilde bitki, meyve ve sebzenin olduğu her menünün yetişme koşullarından bağımsız olarak sağlıklı olduğu iddia edilmektedir. Toprağın kanserojen madde içermesi, insan sağlığına zarar veren ilaçların üretim aşamasında kullanılması ve sağlıksız saklama koşullarında tüketime sunulması da kimi etkileyiciler tarafından dile getirilmekle birlikte genellikle içeriklerde detaylı şekilde işlenmemektedir. Bitki, meyve ve sebze emojiilerinin kullanılması, menülerde bunların içerik olarak sunulması, bireysel mutfaklarda menülerin hazırlanması veya menülerin gündelik ihtiyaçları karşılayacak şekilde hayvansal besinleri de içermesi sağlıklı beslenme başlığı altında rahatlıkla buluşabilmekte ve kültürün hâkim anlatısını oluşturabilmektedir.

### **Motivasyon Konuşmaları**

Bireyler sağlıklı yaşam hareketi içerisinde bitmeyen bir mücadele içerisinde. Sağlık, bireylerin hayatları boyunca arayışta olacakları idealize bir konumu temsil etmektedir. Sağlıklı bir yaşama ulaşmaya çalışan bireyler ise sürekli bir mücadelenin, arayışın parçası olarak kendilerini her gün yeniden yapılandırdıkları zorlu bir hedefe doğru gitmektedirler. Bu yaklaşım sağlıklı yaşam hareketinin temel kabullerinden birisi olan bireylerin sağlıksız bir hayat sürdürdükleri ve hayatlarını değiştirmeleri gerektiği ön kabulünü de içerisinde barındırmaktadır. Bireyler kendi hayatlarını dönüştürmeli, sağlıklı yaşam arayışına girmeli, sağlıklı yaşam pratikleri kazanmalı ve bu pratikleri

örgütleyerek yaşamlarının her alanında alışkanlığa dönüştürmelidir. Bu nedenle bireylerin bir arayış halinde olmalarını sağlamak ve dönüşümlerini başlatmak için onların doğru kişiler tarafından motive edilmesi gerekmektedir. Doğru kişiler ise kendi yaşamlarında sorumluluk alarak dönüşümlerini başarmış, başardıklarını gündelik yaşamlarının her anında sosyal platformlar aracılığıyla sergileyen kimseler olarak sağlıklı yaşam etkileycileridir. Bu nedenle etkileyciler takipçilerinin ihtiyaç duyduğunu düşündüğü dönüşümü başlatmak üzere onlara liderlik yapmaktadır. Arayışın fiilen başlaması, dönüşüm sürecine girilmesi, sürecin devam ettirilmesi ve başarılı bir şekilde sonuca ulaştırılması için de güçlü motivasyon konuşmalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Etkileycilerin motivasyon konuşmaları kendi hayatlarından deneyimlerini anlattıkları hikâyeler, takipçilerini harekete geçirmeye yönelik çağrılar ve topluluklarını bir arada tutmaya yönelik anlatıları içermektedir. Anlatılar kimi zaman harekete geçmek, değişmek, kendi sistemini bulmak gibi dinamik bir süreci kimi zaman ise sabretmek, inanmak, zamanını beklemek gibi pasif bir süreci tanımlamaktadır. Motivasyon konuşmaları değişime, dönüşüme ve dünden daha farklı bir kişi olmaya yönelik bir hedef barındırmaktadır. Farklı bir kişi olmak kimi zaman dünyayı farklı algılamak gibi soyut bir kategori iken kimi zaman kilo vermeyi kapsayan fiziksel bir kategoridir. Fakat bireyi dünden daha farklı hissettirenin ne olduğu, farklılığın niteliğine yönelik somut bir kriter bulunmamaktadır. Farklı olması, hissetmesi, değiştiğini ve dönüştüğünü düşünmesi veya bunun için bir sürece başlamış olması yeterlidir.

*“Harekete geç! Bir şeyleri geliştirmek için illa başımıza böyle bir durum mu gelmeli? Sağlıklı olmaya çalışmak neden birçok kişiye yük gibi geliyor?” (Meriç, 8*

Ekim 2024), “Motivasyon sadece ilk gaza basış anıdır, herhangi bir sebepten motive olabilirsiniz.” (Ünal, 3 Temmuz 2024), “Bahaneler, insanın kendi inşa ettiği görünmez zincirlerdir.” (Ünal, 25 Aralık 2024), “Spora başlamak için birilerine özenebiliriz bizi motive eden insanlar olabilir ama kendi tarzımızı sistemimizi keşfedip oturtursak hedeflere giden yolda hız ve verim kazanırız.” (Başar, 27 Haziran 2024), “Beni bir savaşın ortasına silahsız bıraksanızda ihtiyacım olan çelikten irademdir...” (Şensoy, 19 Haziran 2024), “Kendini yenen yenilmezdir...” (Şensoy, 29 Temmuz 2024), “Bir takım taktiklerle motivasyonunu yükseltebilirsin hadi gel bir göz atalım seninle tavsiyelerin varsa yorumlara yazarsın” (Başar, 1 Temmuz 2024), “Ne yaşarsak yaşayalım hedefimize doğru ilerlememiz lazım .. Bahane üretmeden tembelliğimize karşı koyarak çünkü bahane üretmenin bizden başka kimseye zararı yok...” (birkizbirkadinbiresbiranne, 31 Temmuz 2024), “Siz Yeterki Kendinize İnanın ve Adım Atın Gerisi Gelecektir Biiznillah Motiveye İhtiyacı Olan Arkadaşınızı Etiketleyin Ve Gönderin Doğru Ve Sağlıklı Zayıflamak İçin Beni Takip Etmeyi Unutmayın (birkizbirkadinbiresbiranne, 26 Ekim 2024), “Bruce Lee'nin dediği gibi 1000 tekme 1 kere çalışan değil 1 tekme 1000 kere çalışan olmalısınız...” (Yağcı, 10 Eylül 2024), “Beklersek sıra BİZE gelmez Çocuklar büyür, iş çoğalır, iş azalır, havalar soğur.. hatırlatmak istedim Disiplin her zaman Motivasyondan büyük” (Zengin, 29 Eylül 2024).

Motivasyon konuşmalarının iki temel kurgusu vardır. Birincisi bireyleri sağlıklı bir yaşama ikna etme çabasına içkindir. Dönüşüm hikâyeleri ile birlikte ve başlangıç aşamasında söylenmektedir. İkincisi ise sağlıklı yaşama kararı vermiş bireylerin süreci devam ettirebilmelerine yöneliktir. Gündelik hayatın bütün pratiklerinin sağlıklı bir şekilde yeniden örgütlenmesinin getirdiği sorumluluğu aşmaya yönelik bir çabaya eşlik etmektedir. Her iki yaklaşım da sağlıklı yaşam etkileycilerinin sıklıkla yaptığı

paylaşımlardır. Bu nedenle sağlıklı yaşam kültürünün ortak noktalarından, hâkim anlatılarından bir diğeri olarak ikinci araştırma sorusu, “Sağlıklı yaşam kültürünün anlam inşasında sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile nerede uzlaşmakta nerede ayrılmaktadır?” ile ilgilidir. Etkileyicilerin motivasyon konuşmalarına bakıldığında sağlıklı yaşam arayışında olan bireylerin çelik iradeli, inançlı, savaşılabilen, yenilmez, sürekli çalışan ve bahane kabul etmeyen kimseler olması beklenmektedir. Özellikle kendisi ile bir mücadele içerisinde olan bireylerin her zaman daha sağlıklı ve iyi formlarını aradıkları varsayılmakta ve bireyler bitmek bilmeyen bir yolculuk içerisinde tanımlanmaktadır. Bu anlatım biçimiyle ortak bir kurguya işaret etmektedir. Fakat etkileyicilerin söylemlerinde, paylaştıkları deneyimlerde ve toplulukları ile kurdukları ilişkide farklılık göstermektedir.

#### **3.3.2.4. Ticari İlişkiler ve İşbirlikleri**

Sağlıklı yaşam etkileyicileri başta sağlık ve hızlı tüketim sektörü olmak üzere farklı markalar ve yapılar tarafından örülmüş ticari ilişkilerin değerli bir paydaşıdır. Hem sağlık alanındaki ürünlerin ve hizmetlerin hem de sağlıklı yaşam kültürünün hedefleri doğrultusunda yaşamın her alanında reklamların ve işbirliklerinin vazgeçilmez özneleridir. Sosyal medyanın yaygınlaşması ve etkileyicilerin toplulukları ile ilişkileri doğrultusunda markaların geleneksel reklam politikalarından farklı olarak etkileyiciler ile işbirliğine gittiği, açık veya örtük reklamlar kurguladığı görülmektedir. Etkileyiciler paylaşmış oldukları içeriklerde farklı markalar ile işbirliğine giderek açık veya örtülü bir şekilde reklamlarını yapmakta ve reklamların hikâyesini kendi anlatıları ile desteklemektedir. Etkileyicilerin kendi ilgi ve uzmanlık alanlarından farklı olarak özellikle mutfak merkezli, beslenme ve gıda konularının ön plana çıktığı hızlı tüketim sektörünün ürünlerini pazarladıkları işbirlikleri yaptığı görülmektedir. Etkileyiciler yapmış oldukları işbirliklerinde #işbirliği veya #reklam gibi etiketler kullanmaktadır.

Etkileyicilerin işbirliklerinde veya reklamlarda etiket kullanmaları 2021 yılında yayımlanan “Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz” doğrultusunda denetlenmektedir.

“Türkiye'nin en renkli straplerini üretmekten gurur duyuyoruz @the\_lastpull #reklam #işbirliği” (Şensoy, 14 Ağustos 2024), “Harbi yaptı mı diye saydın ve bunun doğru olduğunu gördün :) bazı adamlar kelime değil icraat yapar brom Pembe straplerle RAC10” (Şensoy, 27 Aralık 2024), “#Renault Reklam Çekimi Nevşehir - Kayseri - Renault Duster Reklam Projesi” (Başar, 4 Haziran 2024), “MLA protein ürünlerini GH10 koduyla indirimli olarak alabilirsiniz...” (Başar, 21 Temmuz 2024), “Bugün sizler için dışarıdayken yiyebileceğiniz sağlıklı yiyecekler araştırmalarımaya devam ediyorum beraber IKEA'ya gidiyoruz bakalım bizi nasıl tabaklar bekleyecek . @ikeaturkiye” (Başar, 26 Temmuz 2024), “Çoook İyisiniz... Be Healt Universe,De Her An Her Dakika Keyifle Ve Sporla Geçiyor... Levent/Beşiktaş Metro City Avm'de Şehrin Merkezi Konumunda Yeşillikler İçerisinde” (Ünal, 14 Ağustos 2024), “#işbirliği Peynirli Sebze Toplarıyla her öğüne lezzet katacak alternatif bir tarif deneyelim!” (Yeşilyurt, 9 Ekim 2024), “#işbirliği Normal hayatımda Vejeteryan beslenen biri olarak dönem dönem Vegan besleniyor ve bunun bana çok iyi geldiğini hissediyorum.” (Yeşilyurt, 8 Kasım 2024), “Karamelize Sogan Soslu Makarna... #işbirliği @pastavillatr” (Salfati, 12 Haziran 2024), “KABAK EKMEK -Glutensiz -Mayasız -Vegan... #işbirliği #reklam” (Salfati, 4 Haziran 2024), “Kötü Yemek Yapana Gönder #işbirliği #reklam içermektedir.” (Yağcı, 30 Ağustos 2024), Bugün kızlarla bahçede toplanıyoruz. Yormadan, yorulmadan nefis bir sofraya için Metro Markete gidiyorum. ... Siz de Metro mağazalarını en yakın zamanda ziyaret etmeyi unutmayın @metroturkiye #vegan #işbirliği #metrochefveggie (Zengin, 18 Temmuz 2024), “Bu makarna hiç

*pişman etmez” #BuYemekSeninHikayen #YemeğinHikayesi @filizmakarna ile #işbirliği #reklam - (Zengin, 17 Eylül 2024).*

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin işbirliği yaptıkları markalar ile ilişkilendirme biçimlerinde kişisel kodlar ön plana çıkmaktadır. Etkileyicilerin her birinin marka özelinde kendine ait bir kodu bulunmakta ve onları takip eden kişilere bu kodlar üzerinden indirim uygulanarak ayrıcalık sağlanmaktadır. Kod üzerinden kurulan satış ilişkisi geleneksel reklamlardan farklı olarak markaların aldıkları siparişi takip edebilmelerini ve reklamların geri dönüşünü nicel olarak daha rahat takip edebilmelerine de olanak vermektedir.

Etkileyicilerin işbirlikleri ve reklamları takipçileri tarafından doğrudan kabul edilmemektedir. Her reklam veya işbirliği takipçiler açısından etkileyiciye yönelik güvenin yeniden inşasında önemli bir yer tutmaktadır. Etkileyiciler bireysel imaj ve itibarlarını marka ile paylaşmakta ve tam tersinden marka da kendi imaj ve itibarını etkileyicilerin omuzlarına yüklemektedir. Bu nedenle reklamın nasıl yapılacağı, kriz durumu oluşturup oluşturmayacağı ve oluşursa nasıl müdahale edileceği gibi konular markalar ve etkileyiciler arasında önemli başlıklardır. *“Kimler böyle? Annem, çocukluğumdan beri market alışverişlerimizde rafların en ön sıradaki ürünlerini almaz ve aldurmazdı. STK tarihine baktırır ve gerçekten de çoğu zaman en öndeki ürünlerin STK tarihi en arkadaki ürüne göre daha yakın tarihli çıkardı #reels #reklam” (Salfati, 5 Temmuz 2024).* Salfati'nin paylaştığı reels videosunda bir market içerisinde olduğu ve sütlük dolabından bir ürün aradığı görülmektedir. Salfati soğuk zincir bozulmadan tüketilmesi gereken bu ürünlerin son kullanma tarihi yakın olanlarını tercih etmediğini söylemekte ve rafın arkasından son kullanma tarihi daha uzun olan ürünlere

doğru uzanmaktadır. Salfati'nin reklam olarak yaptığı bu paylaşımı takipçileri tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Salfati'nin reels videosunun altına gelen yorumlar arasında şu şekilde paylaşımların yapıldığı görülmektedir:

“sktsi daha yakın olanları daha ne uzak olanları arkaya koyuyoruz ki ürünler skt sırasına göre satılsın tarihi geçmesin. Siz arkadan ürün aldıkça sktsi yakın olanların tarihi geçiyor ve mağazanın imha oranları yükseliyor personellerin imha oranı yüzünden azar yediği yetmezmiş gibi onları alırken dağıttınız reyonları düzeltmek de işkence. Sadece 1 ay daha geç tarihi biten ürünü alacağız diye çalışanlara zorluk çıkarmaktan başka hiçbir şey yapmıyorsunuz . Bilin istedim”, “Market raflarındaki ürünler ilk giren ilk çıkar kuruluna göre dizilir. Tüm gelişmiş ülkelerdeki insanlar önce son tüketim tarihi yakın olan ürünleri satın alıp atık oranını azaltmayı amaçlar.” ve “Zaten skt sorunu da tam olarak bu yüzden oluyor sanki arkadakilerin içinde altın varmış gibi davranmanız yüzünden yaşanıyor bunlar iki ay çalıştım file markette sizin entelliğiniz yüzünden kaç kilo yoğurt ziyan oldu”

Salfati'nin ise bu paylaşımlardan birinin altına “bana ders oldu bu yorumunuz, gercekten cok ozur dilerim” yazarak cevap verdiği görülmektedir. Bu yorumun olduğu konuşma içerisinde konunun derinleştiği ve farklı bakış açıları ile birlikte konunun kamusal bir tartışmaya döndüğü görülmektedir. Bu tartışma arasında markanın ve kendisinin de itibarını koruyacak kişi yine etkileyicidir. Yeşilyurt'un “5 dakikada 3 Malzemeli Rafine şekersiz Kavunlu Bardak Tatlısı #MigrosSanalMarket #MigrostanSyle #İşbirliği” (27 Ağustos 2024) başlıklı paylaşımı da etkileyici ile topluluk arasında bir tartışmaya dönüşmüştür. Yeşilyurt'un paylaşmış olduğu reels videosunda Migros ile işbirliği yaptığı görülmektedir. Reels videosunun altına gelen yorumlar arasında “Migros zalim endüstriyel kafeslerden gelen yumurtaların satışını ret ederek hem dünyada iyi bir seda bırakmak hem de hayvansever olarak imajını düzeltmek istemez mi?”, “Merhaba Neden her geçen kötü ve kalitesiz ürünleri satmaya başladınız ...çok müşteri kaybediyorsunuz bilginize.”, “Tamam tatlı çok güzel gözüküyor ama malzemeleri satın aldığınız Migros hala endüstriyel kafesleri destekleyerek günümüzdeki en büyük hayvan işkencelerinden birine ortak oluyor.”, “Migros güvendiğim bir markaydı fakat kafeslerde eziyet gören hayvanların

*yumurtalarını sattıklarını görünce hayal kırıklığına uğradım..”, “Migros boykot marketi değil mi?????” ve “Migros sanal hemen den alışveriş yapıp kurye kapınıza gelmeden zilinize basmadan markete geri götürüyor !! Bu kadar rezil bir servis hizmeti daha yok!!! @migrossanalmarket @ticaret.bakanligi” paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. Salfati ve Yeşilyurt’un paylaşımlarında ve paylaşımlarının altında oluşan kamusal tartışma alanlarında görüldüğü üzere işbirliği veya reklam yapmak sadece etkileyicinin kontrolünde ve takipçilerinin doğrudan kabul ettiği bir paylaşım türü değildir.*

Etkileyiciler markalarla kurdukları ticari ilişkilerde sadece kendilerini değil aile bireylerini de sürecin bir parçası, ticari ilişkilerin öznesi ve markanın yüzü yapabilmektedir. “ ‘GH10’ koduyla ekstra indirim olarak hemen sipariş verebilirsin.” (Başar, 10 Ağustos 2024) paylaşımında Başar’ın çocukları ile kamera karşısına çıktığı görülmektedir. Etkileyicinin paylaşmış olduğu reels videosunda bir fıstık ezmesi markası ile işbirliği yaptığı ve markayı tanıttığı görülmektedir. Etkileyici markanın tanıtımını yaparken kendisinin yarışma hazırlığında olduğundan bahsetmekte ve bu nedenle fıstık ezmesinin tadına bakamayacağını söylemektedir. Markanın tanıtımını yapmak için kameranın karşısına küçük yaşta olan kız çocuklarını geçirdiği ve markanın imaj ve itibarını etkileyicinin sadece kendisi üzerinden değil ailesinin de imaj ve itibarını kullanarak yeniden ürettiği görülmektedir.

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde etkileyicilerin ticari işbirlikleri yapması veya reklam alması onlara yönelik belirli bir bakış açısının da kurucu zeminini (aynı kurucu zemin üçüncü araştırma sorusunu, “Sosyal medyada sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam kültürü açısından piyasa merkezli, homojen bir topluluk olarak okunabilir mi?”

da beslemektedir) oluşturmaktadır. Bu bakış açısına göre etkileyicilerin ticari işbirlikleri yapıyor olması veya reklam alması onları doğrudan sağlıklı yaşam endüstrisinin bir dişlisi haline getirmektedir. Aynı zamanda etkileyicilerin özgünlüklerini ortadan kaldırmakta ve onları tek tipleştirmektedir. Ticari ilişkilerin bir parçası olarak sağlıklı yaşam etkileyicileri endüstrinin hem ürünü hem de üretici yapmaktadır. Sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatısı doğrultusunda aynı üretim bandından çıkan bir ürün olarak kavranmaktadır. Kendi sosyal medya hesabında kurduğu üretim bandından hâkim anlatıyı yeniden üreten kişi olarak da üreticidir. Etkileyiciler yukarıdan aşağıya doğrudan örgütleyen kilit bir konumu temsil etmektedir. Etkileyicilere kilit konumu kazandıran ise ticari ilişkiler içerisinde olmasıdır. Sağlıklı yaşam temsilcilerinin kültürün yeniden üretiminde kilit bir konuma sahip olduğuna yönelik vurgu ise birinci araştırma sorusu, “Bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada sağlık etkileyicilerinin (influencer) sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretilmesinde rolü nedir?” ile ilişkilidir. Aynı zamanda birinci araştırma sorusunun beslendiği zeminlerden bir diğeridir. Sağlıklı yaşam kültüründeki etkileyicilerin ticari ilişkiler içerisinde olması bakış açısı olarak onları nesneleştiren bu anlatının (kapitalist pratik formülün) “meşru” zeminini de oluşturmaktadır. Fakat sağlıklı yaşam etkileyicilerinin yapmış oldukları işbirliklerinde ve almış oldukları reklamlarda geleneksel iletişim kanallarından farklı olarak bireylerin (takipçilerin) doğrudan sürece dâhil olabildiği görülmektedir. Bu yönüyle de etkileyicilerin topluluk dinamikleri ile uyumlu, bireysel imaj ve itibarlarını ortaya koydukları, anlatılarını bozmayacak işbirlikleri yaptığı görülmektedir. Kimi zaman aile bireylerini ve çocukları da kapsayan bu reklam sürecinde etkileyicilerin itibarları ve markanın itibarı yan yana gelmektedir. Buna rağmen etkileyicilerin reklam paylaşımlarında kimi zaman kurgularından dolayı tepki alabildiği kimi zaman ise doğrudan markanın boykot edildiği görülmektedir. Bu nedenle sağlıklı yaşam

etkileyicilerinin ticari ilişkiler içerisinde olması hâkim görüntüyü oluşturmakta, Türkiye'deki yasal düzenleme kapsamında #işbirliği ve #reklam etiketleri söylemleri ortaklaştırmaktayken bireysel kurgular ve takipçi tepkileri ayırım noktalarını oluşturmaktadır.

### **3.3.2.5. Anlatılarda Nicelin Ağırlığı: Sayılarla Konuşmak**

Sağlıklı yaşam kültüründe başarılı olmak, sağlıklı bir yaşam kurmak ve her gün bir önceki günden daha iyisine doğru devam etmek gerektiğine yönelik güçlü bir anlatı vardır. Bu anlatı bir arayış olarak sağlıklı yaşam pratiklerini bireyler açısından yarışa, savaşa ve mücadeleye dönüştürmektedir. Yarışta, savaşta veya mücadelede zamanın kullanımı kimi durumlarda bireylerin nefes alabileceği bir dost omzu olarak görülmekte kimi durumlarda ise sonucu etkileyen bir değişken olarak disiplinli bir şekilde kontrol edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Zamanı kontrol etmek ve doğrudan sonuç almak üzerine kurulu paylaşımlarda nicel yaklaşım ön plana çıkmaktadır. Sağlıklı yaşam etkileyicileri içeriklerinde ve bir bütün olarak anlatılarında nicel vurgulara ayrıca önem göstermektedir. Bu vurgular etkileyicilerin dönüşüm süreçlerini tanımlamakta, takipçi sayılarına yönelik hedefler koymalarını sağlamakta ve toplulukları ile aynı hedefte gittiklerine yönelik duyguyu pekiştirmekte, sağlıklı bir pratiğin ne kadar süre içerisinde gerçekleştirilebileceğini söylemekte, sağlıklı bir menünün fiyatını hesaplayarak ulaşılabilirliğini göstermekte, etkileyicilerin mesajlarını sadeleştirerek anlaşılabilirliğini sağlamakta, bir güç göstergesi olarak kullanılabilmekte ve bir hedef olarak tanımlanabilmektedir.

*Sağlıklı olmak denince aklınıza şu kriterler gelmeli: 1-Hormonların düzenli olmalı. 2-Organların sağlıklı olmalı. 3-İdeal yağ oranında olmalısın. 4-İdeal kas oranında olmalısın.” (Meriç, 26 Aralık 2024), “100bin oluyoruz sende takip desteği*

verirmisin.” (dogalpratikaile, 13 Haziran 2024), “...bu üç karışımın faydaları saymakla bitmez faydalı bulduysan kaydetme ve bir arkadaşını göndermeyi de unutma” (dogalpratikaile, 13 Ekim 2024), “Geçen pazartesi başladım ama 10 yıl önce” (Şensoy, 3 Temmuz 2024), “80kg ayağa kalk büyüğün geldi” (Şensoy, 22 Ekim 2024), “Selamun aleyküm kardeşlerim nasılsınız? Günleriniz nasıl geçiyor? Bugün benden yine çok sorulan sorulardan biri olan 20 kilo verirken neler yapmadınız sorusunu cevaplayacağım inşaAllah” (birkizbirkadinbiresbiranne, 10 Haziran 2024), “5 Dakikalık Mobilite Rutini” (Ünal, 13 Ağustos 2024), “2 Malzemeli 1 Dakikada Dondurma” (Yeşilyurt, 30 Haziran 2024), “3 dakikada glutensiz ekmek Unsuz - Süt ürünsüz” (Yeşilyurt, 25 Temmuz 2024), “V3.0 dönemi” (Yağcı, 4 Ekim 2024), “45 dakikadan fazla antrenman kas kaybı yaptırır. Kardiyo yaparsan kas kaybı olur gibi olaylar çok üstü kapalı ve yanlış bilgilerdir.” (Yağcı, 18 Ekim 2024), “Kabak Börek, çok Hafif ve Doyurucu üstelik evdeki 4 malzemeyle yapıyoruz, mutlaka denemelisiniz” (Zengin, 21 Haziran 2024).

Sağlıklı yaşam kültüründeki anlatıları ortaklaştıran bir diğer unsur sayılarla anlatımın yaygın olmasıdır. Sağlıklı yaşam etkileyicileri paylaşımlarında sayıları oldukça sık kullanmaktadır. Anlatıda sayıların hâkim olması etkileyicilerin takipçilerine yaptıkları işi kolay gösterme çabasının bir yansımasıdır. Sağlıklı yaşam pratiklerini her gün yeniden üretmenin ve sağlıklı yaşamayı bir yaşam tarzı haline getirmenin zaman istediğini bilen etkileyiciler sayıları işleri kolay gösteren bir aracı konumuna getirmektedir. Sağlıklı yaşam pratiklerinin konusu fark etmeksizin etkileyicilerin her konuda sayıları kullanabildiği ve bir bütün olarak değerlendirildiğinde söylemlerini şekillendirdiği görülmektedir. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin sayıları kullanması hâkim anlatıda nicelin ağırlık kazandığı bir söylemi yapılandırmakta fakat kullandıkları alanlar

ve kullanma yöntemleri farklılıklar barındırmaktadır. Etkileyicilerin bireysel hedeflerinden sağlıklı menülere kadar sayıları farklı alanlarda kullandıkları görülmektedir.

### **3.3.3. Ayrım Noktaları ve Yerel Sızıntılar**

Sağlıklı yaşam temsilcileri hâkim anlatının yeniden üretiminde uzlaşabildiği gibi biricik anlatılarını özgün kılan yerel sızıntılar da bulunmaktadır. Ekonomik kriz, yetersiz beslenme, gıda denetimi güvensizliği, erkek kardeşliği ve erkeklik anlatıları, dini öğeler, kadınlar arası dayanışma stratejileri, bilimsel çalışmalardan faydalanma, dışlama pratikleri ve milliyetçilik başlıkları dördüncü araştırma sorusunun, “Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcileri olarak sağlık etkileyicilerinin hâkim anlatı ile kırılma noktaları ortak anlam dünyasının inşa sürecine yönelik yerel bir sızıntı olarak değerlendirilebilir mi?”, bahsettiği yerel sızıntıları anlatmaktadır. Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde hâkim ortak anlam dünyalarının üretiminden ve kültürün evrensel değerlerinden ve örgütlenme tarzından farklı olarak bu topraklardaki etkileyicilerinin kendi seslerinin duyulduğu anlatılara işaret etmektedir. Sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde anlamı zenginleştiren, bu topraklara ait kılan ve buradaki gündelik yaşam ile yeniden örgütleyen içeriklerin anlatıldığı başlıklardır.

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin hâkim anlatılardan ve hegemonik söylemlerden farklı olarak anlatılarını toplumsal, ekonomik ve dini öğelerle yeniden kurguladıkları görülmektedir. Sağlıklı yaşam kültürünün anlam dünyasını genişleten, temsillerini zenginleştiren ve yerel ortak anlam dünyalarından izler taşıyan bu paylaşımlar kültürdeki diğer anlatılar ile içe içe geçmiştir. Anlamın tek taraflı olarak inşa edilmesini ve homojen bir temsilin ortaya çıkmasını engellemektedir. Her etkileyicinin bireysel ortak anlam dünyası doğrultusunda paylaşımlarda görülebilmektedir. Paylaşımların

içeriğini ve söylemlerini değiştirmekte ve kültürün yeniden üretiminde farklı anlatıların oluşmasını sağlamaktadır.

Yerel sızıntılar sadece hegemonik temsilleri ve söylemleri değiştirmemektedir. Kültürün yeniden üretiminde, yarının hegemonik söylem ve pratiklerinin oluşmasında yeni zeminler, anlam dünyaları da yaratmaktadır. Temsilcilerin söylemlerini, pratiklerini dönüştürmekte, anlamı çeşitlendirmekte ve toplulukların dinamiğini etkilemektedir. Ayrıca evrensel bir kültür olarak sağlıklı yaşam hareketinin bu topraklardaki anlam dünyasını da temsil etmektedir.

### **3.3.3.1. Türkiye'nin İçerisinde Bulunduğu Ekonomik Kriz, Yetersiz Beslenme ve Gıda Denetimi Güvensizliği**

Sağlıklı yaşam etkileyicileri sadece bireysel dönüşüm hikâyelerinden, beslenme alışkanlıklarından, kilo alma ve verme süreçlerinden, fit tariflerden, antrenmanlardan, iyi bir vücudun nasıl yapılacağından bahsetmemekte ve motivasyon konuşmaları yapmamaktadır. Bu konulardan farklı olarak yaşadıkları ülkenin içerisinde bulunduğu toplumsal ve ekonomik koşullar hakkında da görüşlerini dile getirmekte, anlatılarını bu zeminlerden de inşa etmektedir. Türkiye'nin içerisinde bulunduğu ekonomik kriz ve sonuçları hakkında paylaşımlar yapmakta, ekonomik kriz sürecinde öğrencilerin alım güçleri doğrultusunda ulaşabileceği menüleri içerik haline getirmekte, Türkiye'de gıda denetim sorunu olduğundan bahsetmekte ve hayat pahalılığında şikâyet etmektedir.

Sondaki tepki Türkiye'nin %99'unun tepkisi (bence) Badem ezmesi tarifinin gelme zamanı geldi, fiyatlar şaka gibi ya. Ezmeleri sıraya aldım, yakında dışarıdan ezme yemicez. Kilosu 1400 TL nedir arkadaş ya? Badem la bu badem, neyse sakinim. #kiloalmakistiyorum #kilovermekistiyorum #sağlıklıbeslenme #sağlıklıtarifler #kaslifilozof #filozofunmutfagicom #filozofchallenge “Sondaki tepki Türkiye'nin %99'unun tepkisi (bence). (Meriç, 15 Eylül 2024, Reels Alt Metni)

Kaç para, kaç para, kaç para. Dış ses: 220 gr badem ezmesi 309 TL. Birim fiyatı 1400 yani kilosu 1400 TL. Ben mi bir şeyleri kaçırıyorum. Ben bayadır badem ezmesi almıyorum gerçi. Çok pahalı geldi bana ya. Yemem nedir yani. (Meriç, 15 Eylül 2024, Reels İçeriği)

Meriç, Türkiye'nin içerisinde bulunduğu ekonomik sıkıntıdan ve hayat pahalılığından bahsetmekte, reels içeriklerinde hayat pahalılığına yönelik tepkilerini göstermektedir *“Sondaki tepki Türkiye'nin özeti.”* (Meriç, 14 Eylül 2024), *“62 gr. Protein / 22,75 TL ‘Yeşil Köfte’ Hem ekonomik hem de yüksek protein”* (Meriç, 5 Aralık 2024), Ayrıca hedef kitle olarak belirlediği öğrencilere yönelik ekonomik menüleri detaylı bir şekilde paylaşmaktadır. Meriç öğrencilere yönelik hazırladığı ekonomik menü paylaşımlarında onları azarladığı bir dil kullanmaktadır.

Öğrenci bir gardaşa gönder ki saçma sapan beslenmesinler. Öğrenci gardaşlarım sizin diğer herkesten daha iyi beslenmeniz gerek. Okuyan, öğrenen, üreten beyinlerin iyi beslenmesi önemli, Kendinize yazık etmeyin çöp gıdalarla beslenmeyin. Siz düşündüğünüzden daha kıymetlisiniz bunu unutmayın. Makro Değerler: Protein: 42,97 Karbonhidrat: 83,86 Yağ: 18,63 Kalori: 668 Maliyet: 31,6 TL Malzemeler: -100 gram lor peyniri (7 çorba kaşığı) -2 tam yumurta (100 gram) -75 gram tam buğday unu (5 yemek kaşığı) -Yarım su bardağı yoğurt (100 ml.) -1 çorba kaşığı harnup pekmezi (15 gram) -1 çorba kaşığı bal (21 gram) -Yarım paket kabartma tozu (5 gram) -1 tatlı kaşığı kakao (5 gram) -1 tatlı kaşığı zeytinyağ (5 gram) Yapılışı: 1)Lor peyniri ile yoğurdu karıştırıcıya koyup 30 saniye karıştırın, lor krema haline gelsin 2)Tüm malzemeleri ekleyip 45 saniye daha karıştırın 3)Yanmaz yapışmaz tavaya zeytinyağını ekleyerek tüm yüzeye yayın ve üzerine harcı dökün 4)Tavanın üstünü kapatarak altını kısık ateşe alın 5)7-8 dakika sonra kontrol ederek istenen kıvama geldiye diğer yüzeyi çevirin 6)4-5 dk diğer yüzü de pişirin, hazır #kiloalmak #kilovermek #taşımalkatırlar #reklam. (Meriç, 30 Eylül 2024, Reels Alt Metni)

Öğrenci gardaşlarım okulda bir çikolata bir meyve suyuyla gün geçiriyorsunuz ve bu saçma sapan ürünlere 40 - 50 lira para harcıyorsunuz. Onun yerine 31 TL'ye 43 gr protein içeren şu pankeki yapıyorsunuz. Okulda çıkarıyorsunuz çantandan yiyorsunuz. Dış Ses: Genç kardeşlerim böyle güzel tarifler varken gidip kantinden ordan burdan böyle saçma sapan paketli ürünler yemeyin. Bunlar zihniniz de etkiliyor siz bu ülkenin geleceğisiniz ve kıymetlisiniz. Onun için ne yediğinize ne içtiğinize çok dikkat edin. Okula böyle güzel tarifler getirin ki hem fiziğiniz hem de zihniniz gelişsin. (Meriç, 30 Eylül 2024, Reels içeriği)

Başar'ın paylaşımlarında Türkiye'deki gıda denetimi sorunu ön plana çıkmaktadır. Başar Türkiye'deki gıdaların sağlıklı olup olmadığı konusunda bir güvensizlik içerisinde olduğunu dile getirmektedir. Bu konudaki duygu ve düşüncelerini

takepçileri ile farklı dönemlerde paylaşmaktadır: *“Marketlerden gıda satın alırken”* (Başar, 4 Kasım 2024), *“Meyve yıkanmaz ise üzerindeki koruyucu tarım ilaçları pastaya bulaşacak”* (Başar, 12 Haziran 2024), *“Suyunu değil meyveyi tercih edelim kutuların üstüne iyice okuyalım meyve suyu içiyoruz diye şekerli su içmeyelim.”* (Başar, 8 Ağustos 2024), *“Okullar açılırken bir uyarıda bulunmadan geçemeyeceğim çocuklarımızı denetlenmeyen kantinlerden uzak tutalım...”* (Başar, 5 Eylül 2024), *“Okullar açılırken bir uyarıda bulunmadan geçemeyeceğim çocuklarımızı denetlenmeyen kantinlerden uzak tutalım sevdiği abur cuburlar değil besleyici ürünlerle donatalım çantasını üşenmeyelim biz hazırlayalım.”* - (Başar, 5 Eylül 2024), *“...mutfağına sokmanı tavsiye etmediğim ürünlerin bir serisini başlatıyorum umarım faydası olur.”* (Başar, 7 Eylül 2024), *“Konserve gıdalar uzun süre dayanmasıyla pratiktir ancak BPA içeren kutu kaplamaları ve yüksek sodyum gibi katkılar sağlık riskleri oluşturabilir.”* (Başar, 5 Kasım 2024).

Başar paylaşımlarında Avrupa ve Türkiye’de gıda içeriklerinin farklı olduğunu söylemekte ve bu konuda takipçilerini uyardığı görülmektedir.

Hadi bu konuyu birlikte tartışalım... Ah antrenmanın ortasındayız yine nefes nefeseyiz. Merak etmeyin arkadaşlar sağlığım yerinde. Böyle antrenmanın arasında aklıma bir şey geliyor, çekiyorum. Merak etmeyin. Bazen böyle garip garip yorumlar geliyor. Nefesi yetmiyor gereksiz fazla büyük falan filan diye. Böyle bir şey yok. Şimdi bugün, ben size bir soru soracağım. Geçen gün yine bir video izliyorum. Videoda Avrupa’ya giden normalde glutene karşı intoleransı olan bir adam orada hamur işi yiyor ve etkilenmediğini söylüyor. Beyaz unla alakalı bu. Şimdi Türkiye’de biz beyaz unu yiyoruz ve inanılmaz etkileniyorum. Ben mesela etkileniyorum yani gluteni kaldıramıyorum. Sizce neden? Sizce neden bizim ülkemizdeki beyaz un bizde alerjik reaksiyon yapıyor? Hadi yorumlara bunu yazın bakalım. (Başar, 3 Haziran 2024, Reels Alt Metni)

Şimdi beni kaygılandıran haberler okuyorum sürekli farkında mısınız? Son günlerde hemen hemen her gün internette, televizyonda sahte yiyeceklerle alakalı haberler çıkıyor. Ondan bilmem ne eti çıkıyor onun içerisinde aslında o yok deniyor. Zeytinyağının içerisine bilmem ne katıldığı hatta zeytinyağı olmayan ürünlerin aromayla zeytinyağı diye kakalandığı bir devir yaşıyoruz. O yüzden arkadaşlar sizden rica ediyorum hani zor geliyor olabilir ama şu etiket okuma ve kaynağını araştırma işinde biraz paranoyakça davranmamız gerekiyor galiba artık çünkü maalesef ülkemizde bu iş doğru düzgün denetlenmiyor. Denetlense bile denetlense bile hızlı bir aksiyon alınmıyor. Belki bürokrasiye takılıyor belki başka sebeplerden o yüzden bu iş bize düşüyor. Yani kendi sağlığımız için, ailemizin, çocuklarımızın sağlığı için çok iyi

araştırarak bazı şeyleri tüketmemiz lazım. Lütfen etiket okumayı ihmal etmeyin! (Başar, 4 Kasım 2024, Reels İçeriği)

Başar'ın paylaşımlarında dikkat çeken bir diğer konu ise bireylerin gıdaları nasıl tüketmesi gerektiğini anlattığı didaktik paylaşımlardır.

Marketlerden gıda satın alırken, ürünlerin son kullanma tarihine dikkat etmek çok önemlidir; tarih geçmiş ya da yaklaşmış ürünlerden kaçınılmalıdır. Ambalajın bütünlüğünü kontrol ederek, delik, yırtık veya şişkin ambalajlı ürünleri tercih etmemek gerekir, çünkü bu durum ürünün bozulmuş olabileceğine işaret eder. Soğuk zincirde tutulması gereken ürünlerin uygun sıcaklıklarda muhafaza edildiğinden emin olunmalı ve alışverişin sonunda alınarak hızla buzdolabına yerleştirilmelidir. Ayrıca, etiketlerdeki içerik bilgisi ve alerjen uyarıları dikkatlice incelenmelidir. Organik veya doğal ibareli ürünlerde de, güvenilir sertifikalara sahip olup olmadıklarına bakmak önemlidir. #SporcuGünlüğü #EvdeSpor #AktifYaşam #SporMotivasyon #SağlıklıİçinHareket #FitOl #GünlükAntrenman #SporTavsiyeleri #UzaktanSporEğitimi #FitnessTürkiye #SporEğitmeni #SporVideoları #SağlıklıYaşa #FitKalmak #SporcuBeslenmesi #KuvvetAntrenmanı #KardiyoZamanı #SporYapEvde #AntrenmanGünlüğü #SporRutinim #diyet #kiloalma #kilo verme #underarmour #fittarifler #sekersizatlı #peanutbutter #fıstıkezmesi. (Başar, 4 Kasım 2024, Reels Alt Metni)

Başar paylaşımlarında takipçileri ile Türkiye'deki gıda denetimi konusunda dertleşmekte, belirli bilgiler vererek takipçilerinin fikirlerini merak ettiğini söylemektedir. Takipçilerinden gelen cevaplar ve ilgi doğrultusunda Başar paylaşımlarını ve anlatısını aynı alanda devam ettirmekte, topluluk dinamiğini bu tartışma başlığında yeniden üretmektedir. Başar'dan farklı olarak diğer etkileyicilerde de aynı konunun işlendiği görülmektedir: “*Kimler böyle?*” (Salfati, 5 Temmuz 2024).

Türkiye'deki hayat pahalılığı, gıda denetim sistemine ve aktörlerine olan güvensizlik, ekonomik krizler ve kırılgan grupların etkilenme biçimleri sağlıklı yaşam temsilcileri tarafından reels paylaşımlarında işlenmektedir. Yaptıkları diğer paylaşımlardan farklı olarak bu tür konular anlatılarını zenginleştirmekte, kimliklerini inşa etmekte ve söylemlerini farklı kılmaktadır. Sağlıklı yaşam temsilcilerine yönelik etrafında olup bitenlerle ilgilenmeyen, bunları içerik haline getirmeyen ve sadece sağlıklı davranış örüntülerinden bahseden kimseler imajını da sorgulatmaktadır. Etkileyicilerin paylaşımlarında didaktik ve şiddete dayalı bir anlatım tarzı da

görülmektedir. Takipçileri, hedef kitleleri veya toplulukları ile kurdukları ilişkide hiyerarşik bir zemini inşa edebilecek, farklı konumlar atfedilebilecek bu tür kullanımların tercih edilmesi de sosyal medyanın tek başına eşit bir zemin olarak kavranamayacağına işaret etmektedir.

### **3.3.3.2. Erkek Kardeşliği ve Erkeklik Anlatıları**

Bir iktidar olarak erkeklik pratik ve söylem düzeyinde her ülkede farklı örüntüye ve görüntülere sahiptir. Erkeklik toplumsal ilişkilerle ve aktörlerle iç içe geçen gündelik pratikler, işgal edilmiş hegemon konumlar ve tahakkümü yeniden üreten pratik ve söylemlerle her gün, gündelik yaşamın tamamını etkilemektedir. Erkeklik hem gündelik yaşamın biricik örgütlenmesi nedeniyle hem de farklı coğrafyalarda, iktidarlarda ve ekonomik modellerdeki değişik örüntüleri ile ortak anlam dünyaları için yerel bir unsurdur. Bu nedenle Amerika ve Avrupa merkezli bir anlatı olarak inşa edilen sağlıklı yaşam kültürünün içerisindeki Türk erkek etkileyicilerin paylaşımları erkeklik kategorisinde yerel bir sızıntı örneğidir.

Erkek sağlıklı yaşam etkileyicileri takipçi kitlesi ile kurdukları ilişkinin zeminini militarist, milliyetçi, hiyerarşik, cinsiyetçi, şiddete dayalı ve farklı erkekliklere tahammülsüz bir konumdan kurmakta ve sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde hem erkek egemen olan hem de yerel olan bu örüntüden beslenmektedir.

Erkek sağlıklı yaşam etkileyicileri diğer erkek etkileyiciler ile örtük bir dayanışma ve erkek kardeşliği içerisinde. Doğrudan reklamını yapmadan fakat onların içeriklerini yorumlayarak, içeriklerini kendi kitlelerine tanıtarak, onları etiketleyerek veya onları da videolara dâhil ederek etkileyici olmak için gerekli topluluğa ulaşmasını sağlayacak yolları açmakta, takipçi kazandırmakta, satışlarını

artırmakta ve bireysel itibarlarını onlarla paylaşmaktadırlar: “@kadirhknk şefin elinden harika bir lezzet tattım.” (Meriç, 25 Eylül 2024), “Sürpriz tarif gelsin mi? Hasan abiden formülü aldım.” (Meriç, 4 Ekim 2024), “Bambuyu azalt demedik mi olm @omerr.yilmaaz” (Şensoy, 8 Ekim 2024), “Atakan kardeşimle ile keyifli bir yolculuğa başladık adım adım neler yaptığımızı nasıl yaptığımızı sizlerle paylaşacağız” (Başar, 11 Kasım 2024), “@drhamidaydin İle birlikte YouTube kanalında harika bir video hazırladık beslenme alışkanlıkları ile ilgili kendisinin de görüşlerini almak istedim. Buradan da size kesitler sunmaya çalışacağım.” (Başar, 2 Aralık 2024), “Detaylı şekilde Bottoms-Up Kettlebell Hold” (Ünal, 20 Kasım 2024). Erkek kardeşliği “brom”, “kral”, “reis”, “abi”, “oğlum”, “hacılar” gibi farklı hitap şekillerine sahiptir. Erkek sağlıklı yaşam etkileyicilerin paylaşımlarında bu dayanışma ve hitap şekli açık bir şekilde görülmektedir: “Güçlü bir erkek kendini savunur,daha güçlü bir erkeğe başkalarını... Güçsüz brom kalmayana kadar bu sayfa var olacaktır, ordumuz güçleniyor brom.” (Şensoy, 2 Eylül 2024). Şensoy’un paylaştığı reels videosunda pratiklerle ve söylemlerle kurulan bu erkek kardeşliğinin orduya benzetilmesi de ayrıca dikkat çekicidir. Erkekler hâkim konumdaki güçlerini kendi içlerinde paylaşarak bir ordu gibi toplumsal hayattaki hegemon konumları sürekli olarak ellerinde tutacakları bir dayanışma ağını da örgütlemektedir.

Erkek sağlıklı yaşam etkileyicilerinin paylaşımlarında militarizm ve savaş söylemi kimi zaman ulusal bir soruna yönelik eylemler ve söylemler bütünü olarak özellikle askerlik anıları ile birlikte üretilirken kimi zaman da fitness sürecinde vücudun organlarının gelişimi için yapılan eylemler ve söylemler bütünü olarak yer almaktadır. Şensoy’un paylaşımlarında savaş bir tarafıyla bireysel bir askerlik anısı olarak Türkiye’nin Irak sınırında devam eden bir sürece işaret etmekte diğer yandan “Türk

*ırkının*” iç ve dış düşmanlara karşı verdiği mücadele olarak anlam kazanmaktadır. “*Evet dostlar bazı anlar unutulmaz... Şanlı Üniformamıza yakışan bir askerlik yaptık çok şükür, Yeri geldi yorulduk,yeri geldi eğlendik, bir çok insanla tanıştık, bu anıları PARAYLA satın alamazsınız.*” (Şensoy, 22 Temmuz 2024). Şensoy’un paylaştığı reels videosunda askerlik görevi sırasında çektiği farklı fotoğraflar görülmektedir. Gösterilen fotoğraflar arasında elinde ağır silahları tuttuğu görülmekte, bir elinde silah bir elinde bıçak tuttuğu başka bir fotoğraf, roketatarı ateşlediği bir fotoğraf, diğer asker arkadaşlarıyla çekildiği fotoğraflar, ağzında sigara ve elinde silah tuttuğu başka bir fotoğraf daha görülmektedir. Reels videosunun ilk karesinde “*Irak sınırında askerlik nasıldı? Harika*” yazısı ve reels alt metninde Türk bayrağı emojisi görülmektedir. Şensoy’un paylaştığı “*90 kg curl olmaz bu terörist form: - Gülümse gömüyorum*” (20 Temmuz 2024) başlıklı reels videosunda bir fitness salonunda bulunduğu ve ağır bir antrenman yaptığı görülmektedir. Daha sonra Şensoy’un askerdeyken bir topu ateşlediği video görüntü gösterilmektedir. Kullanıcının paylaşımının altına takipçileri tarafından “*Hedef bölge İsrail*”, “*TOPÇU’NUN ATEŞİ AYDINLATIR GECEYİ*”, “*Hedef Bölge gerçekten İsrail*” ve “*savaş hazırlık*” yorumları yapılmıştır. Etkileyicinin paylaştığı “*10 yılda bu fiziği mi yaptın?*” (Şensoy, 18 Temmuz 2024) başlıklı reels videosunda ise fitness yaparak elde ettiği vücudu ile askerlik anısını birleştirdiği görülmektedir. Reels videosu incelendiğinde ilk olarak etkileyicinin üzeri çıplak, formunu belli edecek şekilde bir fotoğrafı bulunmakta ve daha sonra “*10 yılda bu fiziği mi yaptın?*” yazısı gözükmektedir. Yazının arkasından giren video görüntüde ise bir askerin roketatarı ateşlediği görülmektedir.

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde savaş söylemi erkek etkileyiciler tarafından farklı bağlamlarda ve sık bir şekilde kullanılabilir. Meriç’in paylaşımında

mutfakta sağlıklı bir yemek yapmak için verilen mücadelenin adı iken “*Böyle pratik bilgiler biliyorsanız yorumlarda belirtin boşuna savaş vermeyelim mutfakta.*” (11 Haziran 2024) Yağcı, Ünal ve Başar’ın paylaşımlarında sağlıklı bir yaşam kurmak için verilen topyekun bir mücadeleye (kimi durumlarda vücudun organları arasında verilen bir mücadeleye) dönüşmektedir “*Savaşman gereken tek şey şeytanların değil... Kimle savaşman gerektiğini bil*” (Yağcı, 24 Ekim 2024), “*Gel beraber #selülit lere savaş açalım reçeteyi uygula selülitlere veda et*” (Başar, 20 Haziran 2024), “*Zannediyorsun ki sadece kettlebell’i tutuyorsun, ama ayak bileğinden el bileğine kadar bütün vücudun bir savaş halinde. Bu savaşta en çok omuz kasların kazanıyor...*” (Ünal, 20 Kasım 2024).

Erkek sağlıklı yaşam etkileyicileri için hiyerarşik ilişkilene ve iletişim çoğu zaman deneyim paylaşımı, dayanışma ve şiddet etrafında örgütlenmektedir. Erkek sağlıklı yaşam etkileyicileri farklı erkekliklere karşı tahammülsüz ve şiddete dayalı bir ilişkilene ve iletişim biçimi ortaya koymaktadır. Bu ilişkilene biçimi farklı hiyerarşik pozisyonların kendisinden aşağıda olduğunu düşündüğü kişilere karşı şiddet ve küfür gibi uç noktalara savrulabilmektedir. “*Natural brolarım beni anladı g\*tten yiyenler bu ne böyle diyor*” (Şensoy, 1 Haziran 2024), “*Yeni nesil beslenme Tarifleri vs yaşamak için avlanan adam - Lanet olsun brom bütün nesil mutfakta harcanyor gymdeki ağır dumbellar ise üstü tozlu bir şekilde kahramanını bekliyor...*” (Şensoy, 20 Haziran 2024).

Ya dostlar, gözünüzü seveyim ya, bu nedir ya adamlar tarif tarif vereceğim diye her şeyi karıştırıyor ya. Valla öldük anasını satayım. Yeter brom. Yok ondan sos yaptım onu ona ekledim bunu buna karıştırdım her şeyi bir araya getirince güzel bir şey olmuyor dostum Powerpuff girls mü yapıyorsun anasını satayım ya. Mutfakta bu kadar vakit geçirilir mi oğlum. Yani şunu, protein tozunu direkt karıştırıp iç diye shaker yapmışlar anladın mı amacına ulaştın bro yani buna onu koy bunu çıkar bunu bas onu ona sık poşetle bilmem ne. Kral bize gelmez. Biz vahşi adamlarız. Kusura bakmayın geliriz eve deriz ki hatun yemek nerede, açız. Ondan sonra bakar ne yaptı kurufasulye aa afiyet olsun babacım. Ne var tavuk. Daha çok afiyet olsun anladın mı. E ne olacak yani böyle

olacak yani anladın mı. Ha, canın dondurma mı çekti tatlı yemek için. Bununla bu kadar uğraşacağıma bir dondurma yerim kardeşim tamam mı orada .... Bir kez daha fazladan havaya atarım olay dengelenir. O yüzden brom ne yapacaksın antrenmanla problemleri çözeceksin. Ki antrenmanların sağlamsa dumbellist'i takip ediyorsan brom yemekle ilgili sorun yaşamazsın brom. Dondurma yemek istiyorsan dondurma yersin. Nutella yemek istiyorsan nutella yersin. Anladın mı. Hamburger yemek istiyorsan hamburger yersin ve güzel görünmeye devam edersin. Lanet olası matematik ... şov yapmayın oğlum. (Şensoy, 20 Haziran 2024, Reels İçeriği)

Hiyerarşik ilişkilene kendisinden yaşça küçük erkeklere karşı şiddet zemininde kendisinden yaşça büyük kişilerle de saygı zemininde deneyim ve bilgi aktarımı sağlamaktadır. Yağcı'nın reels videolarının tamamının kurgusunda kendisine "abi" diyen başka bir erkeğe tokat atarak (tokat attığı videoda görülmemekte, efekt ile birlikte temsil edilmektedir) bildiklerini paylaştığı görülmektedir. "Yağ Yakana Gönder" (Yağcı, 13 Haziran 2024) başlıklı reels videosunda Yağcı'nın bir fitness salonunda olduğu ve makinelerden birine yaslanarak kameraya doğru baktığı görülmektedir. Yağcı'ya "abi ben yağ yakıyorum ya bunu 30 tekrar yaptım mı ya?" sorusu başka bir erkek tarafından (kamerada gözükmemektedir) sorulmaktadır. Kullanıcı soruyu soran kişiye doğru (kameraya doğru) tokat atarak konuyu açıklamaya başlamaktadır. Reels videosunun altına gelen yorumlarda "abi seni seviyorum", "Abi seni çok seviyorum saygılarımla", "abi tokat attığın için izliyoruz biliyon dimi", "Abi yeter şamaroğlan döndük aq" ve "Reis diyete daha yeni başladım" paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. Yağcı'nın "Kardiyo Yapmayana Gönder" (20 Ağustos 2024) başlıklı reels videosunda ise yine dış bir erkek sesinin "Abi naptıyorsun sen ya, antrenmandan sonra kardiyo mu yapılır?" sorusunu sorduğu duyulmaktadır. Yağcı soruyu soran kişiyi eliyle yanına çağırmakta ve kameraya doğru tokat atmaktadır. Daha sonra bu bilginin yanlış olduğunu söylemekte ve kardiyo yapmanın kalp sağlığı ve estetik bir fizik ile ilişkisini kendi argümanları ile açıklamaya çalışmaktadır. Reels videosunun altına gelen yorumlar arasında "Abi bana da tokat atar mısın", "Yeterli besin ve düzgün spor yapıyorsa kardiyo çalıştırmadığınız küçük kas bölgelerini de çalıştırıp daha sıkı

*gözükmeniz sağlar hacılar erkek adam kardiyo mu yapar diyip sonra ben niye estetik durmuyom trene başlıcam diye ağlamayın”, “Abi benide tokatla” ve “Hocam ayda en sağlıklı kaç kilo vermemiz lazım?”* paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. Hiyerarşik ilişkilene biçimi kendisinden yaşça büyük erkeklere de saygı zemininde yaklaşmaktadır: *“Çay bağımlıları için harika bir tarif. Babam tam bir çay tiryakisi olduğu için bu tarifi onunla çektim.”* (Meriç, 4 Aralık 2024). Bir hiyerarşik ilişkilene ve iletişim biçimi olarak erkeklik sadece yaş üzerinden hegemon konumunu belirlememekte, farklı belirleyiciler ile birlikte bu konumu inşa etmektedir. Bu örneklerde ise diğer belirleyicilerden farklı olarak yaş değişkeninin ön plana çıkarıldığı görülmektedir.

Erkek etkileyicilerin ürettikleri içeriklerde bilgi ve deneyim paylaşımı başka erkeklerle farklı konularda da devam etmektedir. Bu konular arasında hastalık ve sağlık bilgisi de vardır. Yağcı'nın *“Az Dinlenene Gönder”* (Yağcı, 13 Ağustos 2024) başlıklı reels videosunun konusu spor yaparken set aralarında dinlenme süreleridir. Reels videosunun altına gelen yorumlar arasında *“Arkadaşlar kanimda CK orani çok yuksekmiş biraz daha artarsa kas yıkımı olurmuş ne yapabilirim yardımcı olabilecek var mi”, “Ayn brom çok haklısın ben 2dk filan dinleniyorum yanlışsa da yanlış napalım nabız çok yüksek oluyor normale dönmesi 30/40sn den çok fazla sürüyor önce sağlık dikkat etmek gerekir Şahan a selam takibe devam”, “Abi ben sırt çalışırken boynum çok ağrıyor ara verdim hala boynum ağrıyor çözümü nedir ne yapabilirim”* ve *“Military Shoulder Press total kaç kiloda çalışıyordun hocam. 75 ile sete girerken sakatlandı tam 50 gün oldu düzelmedi”* paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. Ayrıca erkekler arası bilgi ve deneyim paylaşımlarında cinsellik konusu da ön plandadır. *“Sürpriz tarif gelsin*

mi? Hasan abiden formülü aldım.” (Meriç, 4 Ekim 2024) başlıklı reels paylaşımı örnek olarak verilebilir:

Hasan abiden formülü aldım. Sizce bu formülün ana maddesi ne? Hasan abiyle özel bir formül üzerinde çalışıyoruz. Gerekli AR-GE’yi yaptık. Şu an deniyorum enerjim ve gücüm baya arttı. Doğal yöntemlerle başta testosteron olmak üzere vücuttaki birçok yapıcı hormonu arttırmak için güzel bir karışım var. Zaten Hasan abi yıllardır satıyormuş ama bir dokunuş yapmazsam olmaz tabi :) Hem kas gelişimi hem de sağlıklı kilo alımı için uygulanabilir faydalı bir içerik olacak, ilgili bir arkadaşınıza gönderin ki onların da fikirlerini alabileyim. #vücutgeliştirme #kiloalmakistiyorum #kiloalma. (Meriç, 4 Ekim 2024 Reels Alt Metni)

(Meriç) Abi bu vücut geliştirmek isteyenlere özel bir macunun var mı? (Meriç kameraya dönerek göz kırpar.) (Hasan) Ben yapıyorum onu. (Meriç) Harbi mi, formülü gizli mi? (Hasan) Gizli. (Meriç) Formülünü veremez misin abi bana. Formülünü versen bana da sosyal medya bir çalkalansa he. (Hasan) Onun formülünü daha sonra ben sana mesaj atarım. (Meriç) Acayip bir formül geliyor. Anabolik steroidler bitecek. (Meriç, 4 Ekim 2024 Reels İçeriği)

Erkek etkileyiciler cinselliği sadece bilgi ve deneyimlerini paylaştığı bir alan olarak inşa etmemekte topluluk dinamiklerini de buradan yapılandırmaktadır. Yağcı’nın “Düşük ışıktaki form kontrol” (7 Eylül 2024) başlıklı reels videosunun altına gelen yorumlar topluluk dinamiği olarak cinselliğin nasıl inşa edildiğini göstermektedir. Yağcı’nın paylaşmış olduğu reels videosunda bedeninin üstünde giysi olmadan formunu sergilediği görülmektedir. Reels videosunun üzerinde ise “İçerik istekleriniz ve tüm sorularınız” yazılı bir Instagram hikâye anket paylaşımı kutusu olduğu ve cevap bölümünün altına “ÇIPLAK VİDEO” yazıldığı görülmektedir. Reels videosunda ise müzik olarak “i like the way you kiss me (slowed down)” eklenmiştir. Reels videosunun altına gelen yorumlar arasında “Abi çıplak dendi yalnız”, “Abi harbi zamanı geldi bekliyoooo”, “Abi çıplak diyoz şort var ayıp ediyon”, “Çıplak değil ki altı da çıkar abi” ve “Abi çıplak video demiş aşağıda göstere” paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir.

Bir pratik ve söylemler bütünü olarak erkeklik sağlıklı yaşam kültürü içerisindeki güçlü yerel sızmalardan birisi olarak etkileyicilerin paylaşımlarında ön

plana çıkmakta ve dördüncü araştırma sorusuna, “Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcileri olarak sağlık etkileyicilerinin hâkim anlatı ile kırılma noktaları ortak anlam dünyasının inşa sürecine yönelik yerel bir sızıntı olarak değerlendirilebilir mi?” cevap vermektedir. Sağlıklı yaşam kültürünün kendi anlatısı ile iç içe geçebilmekte ve hem kendisini hem de anlatıyı yeniden üretebilmektedir. Erkek sağlıklı yaşam etkileyicilerinin erkekler arası dayanışma pratikleri, erkek takipçileri ile kurdukları ilişkiler, hesaplarında izin verdikleri söylemlerle birlikte oluşan topluluk dinamikleri, kadın etkileyicilere yönelik dışlayıcı pratikleri, kadınların toplumsal rollerine yönelik cinsiyetçi anlatıyı yeniden kuran paylaşımları, milliyetçi ideolojiyi yeniden üretmeleri, cinsiyetçi söylemleri ve şiddet temelinde kurdukları hiyerarşik ilişkilene biçimleri sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde güçlü yerel sızıntılar olarak işlemektedir. Erkek etkileyicilerin fitness salonlarındaki videolarından mutfaktaki söylemlerine ve kadın etkileyicilere yönelik tutumlarına kadar yaygın bir zemine sahiptir. Farklı erkek etkileyiciler tarafından yeniden üretilen bu anlatı sağlıklı yaşam kültürünün Türkiye’deki görüntüsünü de özgün kılmakta ve diğerlerinden ayırmaktadır.

### **3.3.3.3. Milliyetçilik**

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin milliyetçi tavır ve tutumları sağlıklı yaşam kültürü ile iç içe geçmiştir. Etkileyiciler milliyetçi sembolleri ve anlamları kullanmaktan çekinmemekte, anlatılarını milliyetçi bir motifle inşa edebilmekte ve bunu bir topluluk dinamiği haline getirebilmektedir. Her ne kadar sağlıklı yaşam kültürü ile milliyetçiliğin topluma bakışları ve toplum içerisindeki bireylerin konumuna dönük yaklaşımları farklı olsa da milliyetçilik sağlıklı yaşam etkileyicilerinin paylaşımlarında “yumuşak” kullanımlarından “*Nasıl dili pas tutmuş bir adam Türk şarabının tadından bir şey anlamazsa...*” (Ünal, 9 Ağustos 2024) “sert” kullanımlarına kadar geniş bir yelpazede kendisine yer bulmaktadır. Spor salonunda geçirilen zamanda kan, ter ve gözyaşı; ulus,

ırk ve vatan kavramları ile iç içe geçmektedir. Damlayan her bir ter metaforik olarak düşmana vurulan bir darbe olarak anlam kazanmakta ve topluluk tarafından bu kavram kümesi etrafında yeniden inşa edilmektedir. Şensoy'un 30 Ağustos Zafer Bayramından önce paylaştığı reels milliyetçi tavır ve tutumların sağlıklı yaşam kültürü ile nasıl iç içe geçtiğini ve topluluğun bir dinamiği olarak nasıl yeniden üretildiğini göstermektedir.

Gençler cesaretimizi takviye ve idame eden sizlersiniz. Siz, almakta olduğunuz terbiye ve irfan ile insanlık ve medeniyetin, vatan sevgisinin, fikir hürriyetinin en kıymetli timsali olacaksınız. Yükselen yeni nesil, istikbal sizsiniz. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak sizsiniz. MUSTAFA KEMAL ATATÜRK. (Şensoy, 28 Ağustos 2024, Reels Alt Metni)

Şensoy'un paylaşmış olduğu reels videosunda barfiks çektiği görülmektedir. Reels videosunun üzerinde ve alt metninde Türk bayrağı olduğu görülmekte ve "Er Turan - Turk Kani" parçası çalmaktadır. Reels videosunun altında ise "*Elhamdülillah müslüman türküz*" ve "*TerminaTürk*" gibi yorumların olduğu, yorumların içerisinde kurt ve Türk bayrağı emojisinin kullanıldığı görülmektedir. Şensoy'un "Beni rus zannetti Dedim Ona:" (Şensoy, 4 Eylül 2024) başlıklı reels videosunda ise kendi ilk olarak kendi fotoğrafı ekranda gözükmekte ve daha sonra elinde silah tuttuğu askerlik fotoğrafı ile görüntü değişmektedir. Değişen görüntü üzerinde "*Altaylar'dan Tuna'ya Yavrum*" yazısının yazdığı görülmektedir. Fotoğrafın değişmesi ile birlikte kurt uluması sesi de duyulmaktadır. Reels videosunun alt metninde ve "*Altaylar'dan Tuna'ya Yavrum*" yazısının sonunda Türk bayrağı olduğu görülmektedir. Gelen yorumlar arasında kurt ve Türk bayrağı emojileri ve "*Türk erkeği*" yorumları bulunmaktadır. Şensoy'un "*Öyle 140-160 kg olup yapmaya benzemez bw: 78,5*" (7 Eylül 2024) başlıklı reels videosunda ise 60 kilogramlık dumbellar ile antrenman yaptığı görülmekte ve arkada Türkiye'de bir dönem yayınlanmış devlet, mafya, siyaset ilişkilerini anlatan Kurtlar Vadisi adlı diziden bir müzik ve konuşmalar olduğu duyulmaktadır. Ayrıca reels videosu üzerinde "*Amerikada bizon etiyle beslenen bodycilere karşı karadenizde mısır ekmeği yoğurtla antrenmana giden adamların kurduğu min. Üstünlük;*" yazısının yer aldığı da

görülmektedir. Milliyetçi duygu durumu dumbell, antrenman, Kurtlar Vadisi müziği, Amerika, Trabzon ve mısır ekmeği kelimelerini yan yana getirmiş ve sağlıklı yaşam pratiklerinin gündelik hayatta nasıl örgütlenebileceğini göstermek üzere sıraya dizilmiştir. Bu milliyetçi yaklaşımların ve söylemlerin bir sınırı bulunmamaktadır. Şensoy “Yeşilin en güzel tonu” (15 Ekim 2024) başlığıyla paylaştığı reels videosunda yeşil motosikletinin yanında durduğu bir fotoğraf gözükmektedir. Reels videosu “*Abi bu yeşil sevdası nereden geliyor?*” yazısının bulunduğu bir görüntü ile başlamakta ve askerlik fotoğrafları ile devam etmektedir. Gelen yorumlar arasında “*NESİLLER YEŞİL TORBALAR SARI TOROSLAR BEYAZ*”, “*Hz. Muhammedinde en sevdiği renk yeşilmiş bir yerde duymuştum*” ve “*yeşili sev, doğuyu koru*” gibi paylaşımların yapıldığı ve Türk bayrağı emojisinin kullanıldığı görülmektedir. Hem milliyetçi hem dini öğeler ile birlikte topluluk dinamiği üretilmekte, etkileyici bu dinamiğe alan açmakta ve anlam dünyasını bunun üzerinden yeniden örgütlemektedir.

Milliyetçilik genellikle erkek etkileyicilerin sağlıklı yaşam kültürü içerisinde araladığı kapılardan içeri girmekte ve bulabildiği her boşlukta kolektif olarak (takipçiler ile birlikte) yeniden üretilmektedir. Türkiye'nin farklı siyasi dönemlerindeki kurumsal veya paramiliter milliyetçi pratiklerin örtük veya açıkça övüldüğü paylaşımların yapıldığı görülmektedir. Sağlıklı yaşam kültürünün bir anlatısı olarak bedenine iyi bakmak, bedenin ve hayatın üzerinde bireysel sorumluluk almak gibi yaklaşımlar yerini düşmanla mücadele edecek makina olarak bedenlerin gelişimine bırakmaktadır. Bedenler birer makine gibi eğitilmekte, makinelerle uyumlu hareketleri takipçileri tarafından alkışlanmakta ve günü geldiğinde kullanılmak üzere her gün bakımı yapılan silaha dönüştürülmektedir. Milliyetçi yaklaşımlar sağlıklı yaşam kültürünün kurucu anlatılarından en güçlü zemini olan bireyselliğe yönelik bir tehdit olarak kültürün

içerisine sızmaktadır. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin paylaşımlarında ön plana çıkan milliyetçi vurgular kültürün yeniden üretiminde yerel sızıntı örnekleri olarak dördüncü araştırma sorusunu, “Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcileri olarak sağlık etkileyicilerinin hâkim anlatı ile kırılma noktaları ortak anlam dünyasının inşa sürecine yönelik yerel bir sızıntı olarak değerlendirilebilir mi?” destekleyen önemli bir başlıktır. Öngörülemeyen, ayrımcı, kolektif davranışla meşrulaşan ve yeniden üretilen bir zemini kültür içerisinde yeniden yaratmaktadır. Milliyetçi pratiklerin bir ulus ve ırk anlatısı etrafında gelişmesi sağlıklı yaşam kültürünün evrensel anlatısını da hedef almakta ve herkesin iyiliği ve sağlığı için geliştirildiği düşünülen pratikleri farklı hedeflere doğru çevirmektedir. Bir ulusun veya ırkın bütün gücü ele geçirme çabasının gündelik propagandasına doğru genişlemektedir. Sağlıklı yaşam kültürü içerisindeki etkileyicilerin bedenlerine yabancılaştığına ve metalaştırdığına yönelik anlatıyı farklı bir bağlamda yeniden üretmektedir. Bu bağlam her yerelde anlatıyı şekillendiren farklı örüntüler göstermektedir.

#### **3.3.3.4. Kadınlar Arası Dayanışma Stratejileri: Çocuk Bakımı, Ev İçi Üretim ve Bakım Yükünü Paylaşma, Hastalık ve Hasta Bakım Yükünü Paylaşma**

Sağlıklı yaşam kültüründe bireylerin gündelik yaşamlarında beslenme pratikleri ile onların sağlıkları arasında güçlü bir bağ kurulmaktadır. Sağlığın diğer belirleyicilerinden farklı olarak beslenme oldukça önemli bir başlık haline gelmekte ve değişkenler arasında kimi zaman en öne çıkabilecek şekilde ağırlık kazanabilmektedir. Sağlıklı yaşam temsilcileri de kendi hedef kitleleri ve toplulukları ile kurdukları ilişkide bireylerin sağlıklarına dikkat etmeleri için hangi tür besinleri tüketmeleri gerektiği, besinleri nereden temin edecekleri ve nasıl tüketmeleri gerektiğini ayrıntılı olarak anlatmaktadır. Fakat bu anlatı her sağlıklı yaşam temsilcisi için paylaşımlarını şekillendiren farklı kurucu özellikler barındırmaktadır.

Sağlıklı beslenme erkek sağlıklı yaşam temsilcileri için bireysel, spor merkezli, kas kütesinin artırılmasına yönelik gıdaların ölçülerek tüketilmesi ve hayvansal gıdaların ağırlıkta olduğu bir yeme içme düzenine işaret edebilmektedir. Fakat kadın sağlıklı yaşam temsilcileri için aile bireylerinin tamamının beslenmesini içeren, ev içi yeniden üretimi sağlarken her bireyin sağlıklı bir yaşam kurması için gündelik olarak yemesi gerektiği düşünülen gıdaların olduğu bir bakım emeğine ve planlamaya işaret edebilmektedir.

Siz hangi tarife uyguluyorsunuz yorumlara bekliyorum. Çocuklarınız okula başladı. Rabbim hepsine zihin açıklığı nasip etsin. DM'den bir çok soru alıyorum bununla ilgili hemen size bir video hazırlayayım dedim en doğaldan açıklamaya bırakıyorum tarifi. (dogalpratikaile, 17 Eylül 2024)

Yeşilyurt'un "*Cheesecake Cookie Rafine Şekersiz - Glutensiz*" (2 Haziran 2024) başlıklı reels videosunda glutensiz cheesecake cookienin yapılış süreci kesitlerle gösterilmektedir. Reels videosunun alt metninde cookienin yapılmasına yönelik ayrıntılı bir açıklama bulunmakla birlikte reels videosunun içerisinde de yapılış süreci gösterilmektedir. Videonun altına gelen yorumlar arasında "*Evdeki muzları değerlendirmek için kızıma ne yapsam diye düşünürken artık cevabını biliyorum*" ve "*Emeğinize sağlık oğlum için yapıcım Muz yerine ne koyabiliriz*" paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. Yeşilyurt'un paylaştığı "*2 Malzemeli 1 Dakikada Dondurma*" (30 Haziran 2024) başlıklı başka bir reels videosunda ise evde dondurma yapımı anlatılmakta ve yapılış sürecinden kesitler gözükmektedir. Reels videosunun altına gelen yorumlar arasında "*Kızım dondurmaya çok seviyor hemen deneyelim*" ve "*fitbiraile*" kullanıcısının yaptığı "*Uraz buna bayılacak deneyeceğim*" paylaşımları görülmektedir. Zengin'in "*Sadece 3 malzemeli, Glutensiz anne kurabiyeleri hazırladım*" (16 Aralık 2024) başlıklı reels paylaşımının altına gelen yorumlar arasında "*Elif canım her tarifin çok iyi ama biraz da çok olacak şekilde olsalar yani şöyle tepsi*

*dolsa da ailece doya doya yesek” ve “Çocuklara yapıcız şart oldu” paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. Yeşilyurt’un “Zeytinyağlı Rafine Şekersiz Anne Keki” (17 Eylül 2024) başlıklı bir diğer paylaşımı da kadın sağlıklı yaşam etkileyicileri için ev içi rollerden kaynaklanan beklentilerin getirdiği yükü paylaşmanın takipçiler ve topluluğun dinamiği açısından ne kadar güçlü bir ortak duygu olduğu görülmektedir. Yeşilyurt reels videosunda bir zeytinyağı markası ile yapmış olduğu işbirliğini göstermektedir. Reels videosunun altına gelen yorumlar arasında “Çok güzel görünüyor gerçekten böyle daha sağlıklı oldu anne keki ve çocukların beslenmesine koymak için çok iyi fikir inşallah ilk fırsatta denerim beslenmeye koymak için”, “Hiç zeytinyağı ile denememistim (kokar diye) miniklere ara öğün olarak besleyici bir alternatif ellerine sağlık kuzum”, “Kokusuu geldi sanki sınımsız yuva kokusu çocukların okuldan eve gelmesini bekleyen anne kokusu” ve “Ahhh aradığım tarif çoğunu denedim gerçekten harikasınız glutensiz beslediğim için tarifleriniz kurtarıcı yarın ilk iş denemeli ellerinize sağlık”, “Lohusa kilolarım giderken sağlıklı ve güzel bir alternatif olacak” paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir.*

Ev içi yeniden üretim ve bakım emeği aile içerisindeki bütün bireylerin sağlıklı bir yaşam sürmesi konusunda bireysel özgünlükleri de kapsamaktadır. Bireysel özgünlükler kimi zaman hasta olan çocukların özel beslenmelerine yönelik menüler hazırlama kimi zaman ise aile bireylerinin tamamına yönelik planları kapsamaktadır. Yeşilyurt paylaşmış olduğu “Rafine şekersiz, fırınlanmış Churros Glütensiz - Vegan - Süt ürünsüz” (25 Ağustos 2024) başlıklı reels videosunda glutensiz, süt ürünsüz, vegan bir churros tatlısı yaptığını anlatmakta ve yapılış sürecini göstermektedir. Reels videosunun altına gelen yorumlar arasında “En sevdiğimiz ailece, sağlıklı olunca artık sık sık yaparım. Ellerinize sağlık”, “Denedim ölçüleri iki katına çıkarıp bizim aile

*büyük 8 tane yetmez dedim tadına bile bakmadan bitirdi çocuklar ellerinize sağlık. Allah razı olsun sayenizde tüm tatlara sağlıklı ulaşabiliyoruz” ve “İşte buu öyle çok istiyordum ki bunu tatmak ama bazı ürünleri tüketememek engeldi bize kocaman teşekkür ediyoruz sana”, “Glutenden kurtardık şekere saplandık çünkü o da yasak”, “Hangi glutensiz unla yaptığınızı belirtmeniz gerekirdi. Ben size güvenip karabuğday unu kullandım ama maalesef olmadı.”* paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. Salfati'nin *“Sağlıklı-Glutensiz-Şekersiz-Düşük Kalorili ve Hedefe Yönelik Tarifler için takip ediniz ve takipte kalınız lütfen.”* (19 Haziran 2024) paylaşmış olduğu reels videosuna gelen yorumlar arasında *“Elinize sağlık. Yulaf ezmesi yerine ne kullanabilirim. Çölyaklıyım”* ve *“Ellerinize sağlık, 70 yasındayım, Dr. Onerisi ile glutensiz gıdalara başladım, Çok zorlanıyorum. Ama basaracağım.”* paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. Kullanıcı adı dogalpratikaile olan etkileyicinin annesinin ağrıları için kullandığı “mucize krem” de aile içerisinde cinsiyetlendirilmiş bakım emeğinin bir parçası olarak ön plana çıkmaktadır.

...Yıllardır annemin geçmeyen ağrıları dindi nasıl mı gerçekten mucize gibi bir krem içerisinde kuyruk yağ kremi alabalık yağ 21 çeşit baharat 21 çeşit de özel aroma terapi yağları bulunmakta detaylı bilgi için hangi rahatsızlıklarınız var yorum yazın sizlere dönüş yapacağım. (dogalpratikaile, 24 Eylül 2024, Reels Alt Metni)

Kadın etkileyicilerin reels videolarında paylaştığı tarifler incelendiğinde ise bireysel menülerin daha ön planda olduğu; genellikle sebze, meyve ağırlıklı, “fit” tabakların paylaşıldığı görülmektedir. Şekersiz tüketimler, glutensiz ürünler ve az yemeye yönelik bir beslenme düzenine işaret edilmektedir: *“Çıtır Tatlı Patatesten Cacık Salata -Glutensiz -Glisemik indeksi düşük -Uzun süre tokluk sağlayan;”* (Salfati, 9 Temmuz 2024), *“Ananaslı Matcha -Şekersiz & Vegan”* (Salfati, 14 Ağustos 2024), *“Doyurucu & en lezzetli salata”* (Yeşilyurt, 27 Haziran 2024), *“5 dakikada 3 Malzemeli*

*Rafine Şekersiz Kavunlu Bardak Tatlısı” (Yeşilyurt, 27 Ağustos 2024), Şekersiz, Unsuz, Yumurtasız, Yağsız Nefis bi kekle” (Zengin, 1 Kasım 2024).*

Cinsiyetlendirilmiş iş bölümü ev içi yeniden üretimde diğer birçok konuda olduğu gibi çocukların gündelik bakımlarının sorumluluğunu da annelere yüklemektedir. Bu nedenle farklı anlatılara sahip kadın etkileycilerin reels videolarında çocuklar ortak bir konu olarak görülebilmektedir.

Selamun aleyküm kardeşlerim nasılsınız günleriniz nasıl geçiyor? Elhamdulillah bugünüm dolu dolu geçti ... Video çekmek çocukla çok zahmetli olsada. Siz değerli kardeşlerim için böyle bir video çekmek istedim. Ne yaşarsak yaşayalım hedefimize doğru ilerlememiz lazım .. Bahane üretmeden tembelliğimize karşı koyarak çünkü bahane üretmenin bizden başka kimseye zararı yok .... Önce emeğe beğeni yorum yaparsınız artık. Peki sizin ne gibi hedefleriniz var? Yorumlar kısmına yazın bakalım. İhtiyaçı olan birine göndermeyi ve beni takip etmeyi unutmayın. (birkizbirkadınbiresbiranne, 31 Temmuz 2024)

Bugünü buraya anı olarak bırakmak istedim sakın, ve en doğal sabah. Kız çocukları sizce de büyüdükçe annenin en yakın arkadaşı haline gelmiyorlar mı? Birlikte evi toplamak bile daha eğlenceli hale geliyor #sunday #vlog. (Yeşilyurt, 3 Kasım 2024)

İki çocuğun mu var diyorlar, sen aç geziyorsundur diyorlar, hangi diyet listesini takip ediyorsun diyorlar, tabi evdesin spor da yaparsın rahatsın diyorlar valla diyorlar da diyorlar.. Siz de benim gibi sadece kendinize güvenin, sadece kendinize inanın. Çocuklarla daha zor, çalışırken daha zor, evde ayrı zor, çocuksuz ayrı zor demem o ki herkesin, her şeyin var bi zoru kolayı. Mesaili çalışırken bir dönem gece pilates yapıyordum bir dönem ezanla kalkıyordum spor yapıp beslenme çantamı hazırlayıp, iki çocuğu hazırlayıp 8:30 mesaisine yetişiyordum. Tarifleri bazen gece bazen gözümü açar açmaz çekiyordum. Uzun yıllar bankacıydım, şimdi sağlıklı yaşam ve beslenme koçuyum. Mentörlük yaparak hayatlara dokunuyorum. Bireysel fayda sağlamak efsanevi bir hazmış bunu tadıyorum. Belki liste yazmayan bir diyetisyen olurum. Belki gastronomi okurum belki de bir pilates eğitmeni olurum . Hayat Enerjini doğru yere harcadığın sürece karşılığını er ya da geç veriyor. Şimdi tatildeyim erken kalkıp egzersiz yapıyorum. Yatmadan cilt bakımına kuru fırçalama ekliyorum. Bazen az bazen çok ama kendimi hiç elden bırakmıyorum. Çocuklara pankek yaparken kendime yumurta salatası yapıyorum. Spora giderken arkamdan ağlarsa onları da götürüyorum. Bakın her zaman bi şekilde bir yol var. Ben yapabiliyorsam sen de yapabilirsin. O zaman tam da şimdi. #spor #motivation #egzersiz #egzersizgunlugu #sağlıklı #sağlıklıyemekler #şekersiz #unsuzşekersiz #sporşart #egzersizvediyet #sağlıklıyaşam #sağlıklıyaşıyoruz #sağlıklitarifler #fittarifler #fitlezzetler (Zengin, 5 Temmuz 2024, Reels Alt Metni).

Erkek sağlıklı yaşam etkileycilerinin çocukların bakımına yönelik cinsiyetçi iş bölümünü doğallaştırdığı ve yeniden ürettiği paylaşımlar da bulunmaktadır.

En güzel yemek anne yemeğidir. Çalışan insanlar için zor biliyorum ama biraz çaba sarf etmemiz gerekiyor şöyle düşünün çocuklarımız büyüyen makinalar şu an o makinaların

içerisine hangi malzemeyi koyarsanız ileride o kadar daha kaliteli makinaları haline gelecek o yüzden beslenme onlar için çok önemli ufak tefek dokunuşlarla onların sıhhatli gıdalara ulaşmasını sağlayabiliriz. (Başar, 8 Ekim 2024, Reels Alt Metni)

Sağlıklı yaşam gündelik hayattaki birçok konuda olduğu gibi aile zemininden hareketle de kurulabilmektedir. Cinsiyetlendirilmiş ev içi üretimin yoğun planına eklenen yeni bir başlık ve bakım emeğinde yeni bir vicdani yük haline gelebilmektedir. Kadınlar hem ev içi yeniden üretimi bütün boyutlarıyla gerçekleştirmek hem de bunu sağlıklı yöntemlerle yapmak sorumluluğunu hissetmekte ve gündelik yükleri ağırlaşmaktadır: *“sevgili anneler biliyorsunuz ki çocuğunuzun boyu gelişimi kemik gelişimi bizler için çok önemlidir özellikle kalsiyum açısından zengin beslenmeleri gerek” (dogalpratikaile, 11 Kasım 2024).*

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin Instagram hesapları ve hesapların etrafında örülen ağlar yalnızca sağlıklı yaşam endüstrisini ve endüstrinin idealize ettiği bedenleri yeniden üretmemektedir. Sağlık ve hızlı tüketim endüstrinin ürünlerini pazarlayan işbirliklerinin, reklamların yanında cinsiyetlendirilmiş ev içi üretim yükünü paylaşmaya yönelik bir dayanışma ağı da oluşturmaktadır. Paylaşımların merkezinde bireysel bilgi ve deneyimler doğrultusunda oluşturulan menüler, çocuk bakım stratejileri, çocuklarla birlikte geçirilen gündelik zaman, çocuk yetiştirme, anne kız ilişkisi, ev içi bakım emeği, ev içerisinde özel gereksinimli bireylere yönelik reçeteler, ev temizliğinde işleri kolaylaştıracak yeni yöntemler de bulunmaktadır. Kadınlar arası dayanışma ağı olarak örgütlenen bu bilgi ve deneyim paylaşımları bir yandan kadınların gündelik yaşamlarında cinsiyetlendirilmiş iş bölümünden kaynaklanan yüklerini hafifletmekte diğer yandan var olan yüklerini de artırmaktadır. Kadınlar ev içindeki bireylere yemek hazırlamakla “sorumlu” kişiler olmanın yanı sıra ev içindeki bireylere sağlıklı yemek hazırlamakla da sorumlu kişiler olarak bu menüleri takip etmekte ve aile bireyelerine

sağlıklı, yeni menüler hazırlamaktadır. Hazırlanan yeni ve sağlıklı menülerin vazgeçilmez kurucu öğeleri arasında olan “glutensiz” vurgusu ayrıca dikkat çekmektedir. Kadın sağlıklı yaşam etkileyicileri başta olmak üzere kültür içerisinde glutensiz menü hazırlamak sağlıklı beslenmenin birinci kuralı haline gelmiştir. Glutensiz, şekersiz, ev yapımı ve bitkisel anahtar kelimeleri etrafında örgütlenen yeni bir beslenme kültürünün oluşturulduğu görülmektedir. Yeni oluşturulan bu beslenme kültüründe ise bireylerin alım güçleri ve ürünlere erişimleri sorgulanmamakta; menünün ekonomik boyutu göz ardı edilmektedir.

### 3.3.3.5. Dini Öğeler

Türkiye’de sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde etkileyicileri en özgün kılan yerel başlıklardan birisi dini öğelerdir. Amerika ve Avrupa merkezli, seküler bir anlatı olarak sağlıklı yaşam kültürü Türkiye’de dindar kişiler tarafından sahiplenilebilmekte, din sağlıklı yaşam kültürü için kurucu bir noktaya getirilebilmekte ve kültür bu çatı altında yeniden üretilebilmektedir. Bu etkileyiciler sağlıklı yaşam kültürünün hâkim temsilleri ve hegemonik söylemleri ile doğrudan uzlaşmamaktadır. Instagram hesaplarında kişisel isimlerini yazmamakta, bedenlerini ve yüzlerini göstermemekte, çektikleri videolarda kendi seslerini kullanmamakta ve topluluk ile dinamiklerini farklı bağlamlarda kurmaktadır. Sağlıklı yaşam kültürünün bireye çizdiği sağlıklı, erdemli, çelik iradeli yolu benimsemekte fakat hâkim anlam dünyasını kendi dini değerleri üzerinden yeniden tanımlamaktadır. “*Bir hedef için buradayız içi boş aktivlik için değil*” (birkizbirkadinbiresbiranne, 16 Ekim 2024) başlıklı reels videosunda sağlıklı yaşam kültürünün motivasyon konuşması ile dini öğelerin nasıl iç içe geçerek eklektik bir söylem oluşturduğu rahatlıkla görülebilmektedir:

Evrene teşekkür etme / Meditasyon yapma / Zikir yap! / Hedef Belirleme / Niyet belirle / Erken uyanma / Sabah namazını kıl / Sağlıklı beslenme / Peygamber (sav) gibi beslen / Evrene teşekkür etme / Allah’a teşekkür et / Egzersiz yapma / Bedenine bir emanetmiş

gibi davran / Doğanın tadını çıkarma / Yaratılmışlara teşekkür et / Rutinleri takip etme / Beş vakit namaza göre planla / Bir amaç için buradasın /İçi boş bir aktiflik için değil!  
(birkizbirkadinbiresbiranne, 16 Ekim 2024)

Kullanıcı adı birkizbirkadinbiranne olan etkileyici paylaşımlarında sağlıklı yaşam kültürünün temel motivasyonlarını tek tek yeniden yorumlamaktadır. Kültürün temel motivasyonları olan sağlıklı beslenme, aktif bir yaşam, egzersiz, amaç edinme, rutin oluşturma ve hedef belirleme etkileyici tarafından kabul edilmemekte ve hepsinin yeri dini pratiklerle değiştirilmektedir. Anlatının tamamı dini pratikler ve temsilcileri etrafında kurulmaktadır. Sağlıklı beslenme tek başına bir hedef olarak değil artık oruç tutarken sağlıklı beslenme bir hedef olarak ortaya koyulmaktadır. Sağlık arayışında olan bireylerin aktif tavırları yerini hidayet arayışında olan müminlerin sağlıklı davranışlarına bırakmaktadır.

Selamünaleyküm kardeşlerim iyisinizdir inşaAllah Bu videoyu değerli takipçi kardeşlerim ve danışanlarım için çektim. Detaylara başlamadan önce bu videoyu ihtiyacı olan kardeşinize göndermeyi kaybetmemek için kaydetmeyi ve emeğim için beğenmeyi unutmayın Gelelim detaylı açıklamaya... Bir günde 4 kg vermek mümkün mü ? Hayır bu mümkün değil !!! Bir günde 4 kg veremezsiniz!! Ve bir günde 4 kg da alamazsınız!! 16 Temmuz doğum günümüdü aşure gününe denk geldiği için de oruçluydum Biliyorsunuz akşam ezanı çok geç okunuyor ve ben doğum günüm sebebiyle saat 21:00 dan 22:00 a kadar yeme Faslı devam etti ve ben full karbonhidrat yedim hikayem de paylaştım zaten pasta börek sarma kısır yedim ondan sonra hareket etmedim fazla su da içmedim ve uyudum .. 17 Temmuz sabahı uyandıgımda AŞIRI ÖDEM toplamıştım tartıdaki artıyı videoda görüyorsunuz zaten .. ben de o ödemi atmam için spor yaptım 2 saat yürüyüş yaptım 4 litre su içtim çok sağlıklı ve dengeli beslendim günümü çok hareketli geçirdim elhamdülillah VE BUGÜN ESKİ KİLOMA GERİ DÖNDÜM Değerli kardeşlerim yediklerimiz bize kilo aldırmasın bize kilo aldırma hareketli yaşamımız ve dengeleme yapmadığımızdır!!!! Danışanlarım da bir gün önce kaçamak yapıyorlar ertesi gün tartıdaki artıyı görünce paniğe düşüyorlar ve diğer kadınlar da öyle bu sefer de diğer kadınlar battı balık yan gidercesine bir gün önceki sağlıksız beslenmeyi devam ettiriyorlar bu yüzden de o ödem vücuttan atılmıyor ve günlük kalorinin üzerine çıktığımız hareket egzersiz yürüyüş yapmadığımız için de kilo alıyor ve almaya devam ediyoruz. Lütfen güzel kardeşlerim biz insanız her gün sağlıklı beslenmeyebiliriz ama lütfen ertesi günü pes ederek moralinizi düşürmeyin çok sağlıklı ve dengeli beslenerek hareketinizi arttırın !!! Sağlıklı ve kalıcı kilo vermek istiyorsanız beni takip etmeyi unutmayın. #reklam #markagözüktüğü için reklam #kiloverme #kiloveriyorum #pesetmek yok #hedef #hareket #yürüyüş #egzersiz.  
(birkizbirkadinbiresbiranne, 18 Temmuz 2024, Reels Alt Metni)

Sağlıklı yaşam kültürü içerisindeki tıbbi gerilim dini anlatılar ile birlikte yerini tamamen alternatif çözümlere bırakmaktadır. Seküler tıp şemsiyesi içerisindeki kanıtli yöntemler kullanılmamaktadır. Alternatif yöntemler kimi zaman uzman olmayan kişilerin



sizden ricam başkalarının fayda sağlaması için beğenmeyi yorum yapmayı kaydetmeyi bir arkadaşınıza göndermeyi unutmayın mutlaka beni takip edin. Kaynak;saah müslim ,2202} #keşfet #kesfet #motivasyon #motivasyonsözleri #muslim #hayat #dünya #insan #huzurislamda #huzur #mutluluk #inanç #namaz #müslüman #hadis #hastag #dua #dualipa #sağlık #baçağrısı #kayseri. (dogalpratikaile, 2 Temmuz 2024).

Dini anlatılarla iç içe geçmiş bir sağlıklı yaşam kültüründe ağrı bireyin takip etmesi gereken, hastalık belirtisi olabilecek tehlikeli bir işaret değildir. Hastalık ise müminlerin Allah'ı hatırlayarak sabretmesi ve şifa vermesi için dua edeceği yeni bir vesile; ev içerisindeki olanaklarla ortadan kaldırılabilecek geçici bir durum olarak anlam kazanmaktadır. Etkileyici ağrıya yönelik bu anlatısında dini bir kaynak da kullanılmaktadır. Dini bilgilere yönelik kaynaklar isim ve tarih verilerek açıkça kullanılabilirliği gibi doğruluğunu teyit etmenin zor olduğu dini bilgiler de kullanılmaktadır: *“Peygamber efendimiz aleyhissalatu vesselam bize kuru üzüm yememizi tavsiye etmiştir.”* (dogalpratikaile, 12 Ekim 2024). Etkileyicinin profilinde ve kullandığı etiketler arasında Kayseri'nin olduğu görülmektedir. Yerelde, dini anlatılarla iç içe geçen, bilimsel kavrayışları reddeden bir sağlıklı yaşam anlatısı inşa edilmektedir.

Dini anlatılarda kadın toplumsal rol olarak ev ve annelik ile eşleştirilmektedir. Kullanıcıların seçmiş oldukları isimlere bakıldığında birisinin dogalpratikaile diğerinin de birkizbirkadinbiesbiranne olduğu görülmektedir. Kadını bireysel olarak eş, anne ve toplumsal olarak aile üzerinden başka bir konuma bağlı kimse olarak tanımlamaktadırlar. Kadınlar açısından çocuğa sahip olmak toplumsal olarak tanınmak açısından da önemli olarak görüldüğü için çocuk sahibi olmaya yönelik reels paylaşımları yapıldığı görülmektedir: *“Beğenmeden geçme lütfen, birçok insana ulaşması için beğeniler çok önemli desteğin gerek hayra vesile ol çocuk sahibi olmak isteyen bir arkadaşına gönder.”* (dogalpratikaile, 26 Haziran 2024), *“...özellikle gebe kalmak isteyen hanımlar veya gebe olan hanımlar günde iki adet bu hurmadan tüketmeleri gerek bu kadar net söylüyorum neden mi...”* (dogalpratikaile, 14 Aralık

2024), “2024 son cuması bugün. Allahım gebe kalmak isteyen tüm hanımlara,, ve özellikle tüm danışanlarıma,, bu sene en kısa sürede gebelik, sağlıklı, hayırlı bir şekilde bir evlat nasip eyle beni buna vesile eyle, amin” (dogalpratikaile, 27 Aralık 2024).

Dini öğeler her zaman anlatının tamamını şekillendirmemekte kimi zaman bireysel ve tekil kullanımlar da görülmektedir. Yağcı “İyi yolculuklar... Hesapta kısıtlama var. Mesaj ve yorumlara dönemiyorum. Yorum atarsanız sevinirim.” (18 Temmuz 2024) başlıklı reels videosuna “Teymullah - Kardan Aydınlık” müziğini eklemiştir. Yağcı hesabındaki kısıtlamayı kaldırmak ve hesabını canlandırmak için paylaştığı reels videosunda barfiks çekmektedir. Hayatındaki zorluklarla baş ederken çözüme giden yolda dini atıflı şarkı paylaşması da ayrıca dikkat çekicidir. Zengin’in “Yılbaşı Kurabiyesi” (2 Aralık 2024) başlıklı reels paylaşımına gelen yorumlar arasında “Yılbaşı Noel kutlamıyoruz biz ama öğrencilerime anaokulunda yaptırabilirim diye düşündüm” yorumunun yapıldığı görülmektedir. Zengin’in paylaşımına gelen yorumda takipçisinin noel ile yılbaşı arasındaki ayrımın kendisinden bağımsız olarak dini hassasiyetini belirtmek için bir tepki verdiği düşünülmektedir.

Türkiye’de, sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünü yeniden üreten yerel sızıntıların en önemli başlıklarından birisi dini öğelerdir. Dini anlatı sağlıklı yaşam kültürü için kurucu bir noktaya gelebilmesi ve içeriklerin tamamını etkileyen yerel bir örtü olarak kullanılabilmesi nedeniyle dördüncü araştırma sorusunu, “Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün temsilcileri olarak sağlık etkileyicilerinin hâkim anlatı ile kırılma noktaları ortak anlam dünyasının inşa sürecine yönelik yerel bir sızıntı olarak değerlendirilebilir mi?” yanıtlamaktadır. Anlatının tamamını dönüştüren, kültür içerisinde bireyin konumunu ve arayışına yönelik hedeflerini değiştiren baskın bir yerel

sızıntıdır. Sağlıklı yaşam kültürü içerisindeki birey kendi potansiyelini bulma ve onu geliştirme üzerine sağlıklı yaşam pratiklerini benimsememektedir. Birey kendisine emanet edilen bedene iyi bakmak, iyi bir eş, anne olmak üzere sağlıklı yaşam pratiklerini benimsemektedir. Sağlıklı yaşam kültüründeki bireyin bedenine yabancılaşmasını farklı bağlamlarda yeniden kurmaktadır. Ayrıca bireyin potansiyelini gerçekleştirme önündeki engellerden birisi olarak ortaya çıkmaktadır. Her iki başlıkta da sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatıları olan bireyin potansiyelini gerçekleştirme önündeki tek engel kendisidir ve birey daha estetik bir vücuda sahip olmak için sağlıklı yaşam alışkanlıkları edinmelidir anlatılarını da boşa çıkarmaktadır. Bireyin sağlıklı yaşam pratikleri ve söylemleri ile farklı bir ilişkilendirme biçimini yeniden üretmektedir. Sağlıklı yaşam kültürü içerisindeki bireyin bedenine yabancılaşması gibi sonuçlardan ortaya konulan hâkim anlatıların kaynaklarına yönelik anlatının zenginliğini de ortaya çıkarmaktadır.

Dini öğelerin kurucu olduğu sağlıklı yaşam kültürü paylaşımları olarak reels videolarının kurguları ve anlatısı da değişmektedir. Etkileyicinin kendi bedenini ve yüzünü göstermediği, çocukları ile birlikte kamera önüne geçmediği, evindeki mahrem yerlerden videolar çekmediği bir paylaşım stratejisine sahip olduğu görülmektedir. Etkileyici reels videolarında kendi sesini kullanmamakta ve kadın etkileyiciler ise reels videolarında erkek sesi kullanmaktadır.

Sağlıklı yaşam kültürü üzerine yapılan çalışmalarda araştırmacıların büyük şehirlerde ve bireysel akademik çevrelerindeki habituslarının engellediği temsilleri ortaya çıkarmak ve yelpazeyi genişletmek açısından dini öğelerin baskın olduğu etkileyicilerin kültürün yeniden üretimindeki rollerinin ortaya koyulması da ayrıca

önemlidir. Geniş yelpazeden farklı temsilleri incelemek, Türkiye’de, sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretimindeki yerel sızıntıları da açıkça gösterebilecektir.

### 3.3.3.6. Bilimsel Çalışmalardan Faydalanma

Sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatısı bilimsel verilerle uzlaşmış, bilimin otoritesini ve yöntemlerini kabul eden, bilimsel terimler ve kaynaklar kullanan bir kurguya sahip değildir. Birey merkezli, motivasyonel konuşmaların ve dönüşüm hikâyelerinin olduğu, uzmanlık bilgisi yerine deneyimlerin ön plana çıktığı, sorunlara yönelik yöntemlerin değil sonuçlara sıçrayan çözümlerin konuşulduğu bir kurgusu vardır. Bu nedenle bilimsel paylaşımlar, atıflar ve terimler sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatısının kırıldığı yerlerdir: *“Konserve gıdalar uzun süre dayanmasıyla pratiktir ancak BPA içeren kutu kaplamaları ve yüksek sodyum gibi katkılar sağlık riskleri oluşturabilir. Sağlıklı kullanım için BPA içermeyen ve düşük sodyumlu ürünler tercih edilmeli; mümkünse taze veya dondurulmuş alternatiflere yönelinmelidir.”* (Başar, 5 Kasım 2024), *“BPA (Bisfenol A), genellikle polikarbonat plastik şişelerde...”* (Başar, 9 Kasım 2024), *“Steroid kullanıp bırakırsan ne olur ... ?”* - (Başar, 30 Aralık 2024), *“HIIT (High Intensity Interval Training) ve LISS (Low Intensity Steady State Cardio)...”* (Ünal, 15 Ağustos 2024), *Core kasları sadece karın kaslarından ibaret değil; gövdemizin tüm stabilitesini sağlayan güçlü bir merkezdir. Lumbo-Pelvic-Hip Complex (LPHC) denilen bölgeyi destekleyerek postürün iyileşmesi ve korunması sağlanır, spor performansını artırır ve yaralanma riskini azaltır. LPHC'nin Önemi (PMID: 38065044)...”* (Ünal, 9 Eylül 2024).

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin reels paylaşımlarında yorumlarda buluşma çağrıları ve canlı yayınlar ortak bir zeminin inşasına, eşitler arası ilişkiye davet etmekte fakat tam tersinden bilimsel dil kullanımı hiyerarşik ilişkilene zeminini yeniden üretmek etkileyiciler ile takipçileri arasında otoriter bir boşluk yaratmaktadır. Kimi örneklerde etkileyicilerin bilimsel bir kitap yazar gibi reels alt metinleri yazdığı görülmektedir. Etkileyiciler bir konu seçmekte, terimler kullanmakta, maddelere ayırmakta ve uzun uzun konuyu anlatmaktadır.

Özellikle masa başında çok vakit geçirmek, sürekli telefona bakmak ve tekdüze yaşam biçimimiz yüzünden omurgamızı kullanmıyoruz. Kullanmamamız sonucunda da postürümüzde bozulmalarla ve boyun, bel, sırt ağrılarıyla karşılaşyoruz. Yapmamız gerekenler temelde basit: 1. Torakal Ekstansiyon •Torakal ekstansiyon, sırtın orta kısmındaki omurların geriye doğru hareketini ifade eder. •Bu hareket, omurganın doğal kavisini koruyarak duruşun iyileştirilmesine yardımcı olur. •Günlük yaşamda sıkça öne eğildiğimiz için torakal ekstansiyon hareketleri yapmak, omurganın ve göğüs kafesinin konumunu düzelterek daha etkili nefes alma mekanikleri geliştirmemizi sağlayabilir. •Göğüs kafesinin konumu ise akciğer kapasitesini arttırarak daha derin nefesler alarak vücudumuzdaki dokulara oksijen alımını kolaylaştırabilir. •Sonuç olarak da stres azalımı ve rahatlama görülebilir. 2. Torakal Rotasyon •Torakal rotasyon, gövdenin üst kısmının sağa veya sola dönmesini ifade eder. •Bu hareket, omurganın esnekliğini arttırarak kaslardaki gerginliği azaltır ve omurga sağlığını destekler. •Torakal rotasyon egzersizleri, özellikle masa başı çalışanlar için sıkça önerilir, çünkü bu egzersizler sırt ağrılarını azaltmada etkilidir. 3. Omurga Fleksiyonu •Omurga fleksiyonu, sırtın öne doğru bükülmesini ifade eder. •Bu hareket, omurganın esnekliğini ve hareket kabiliyetini arttırarak bel ve sırt ağrılarını hafifletir. •Omurga fleksiyonu egzersizleri, günlük yaşamda sıkça karşılaşılan duruş bozukluklarını düzeltmek ve omurga sağlığını korumak için uygulanabilir. Bu üç önemli hareket paternini düzenli olarak yapmak, sırt ağrılarımızı azaltmamızda ve omurga sağlığımızı korumada büyük rol oynar. #sırt #boyun #bel #boyunağrısı #belağrısı #ağrı #egzersiz #omurga #göğüskafesi #mobilizasyon #mobilité #yaralanma #sakatlık #önlem. (Ünal, 2 Haziran 2024, Reels Alt Metni)

Zengin'in kilo verme sürecinde uyguladığı otofajiyi programını anlattığı reels paylaşımı da aynı kurgudan beslenmektedir: “Geçen yaptığım ankette fark ettim ki Otofajiyile ilgili biraz sohbet etmeliyiz” (13 Haziran 2024). Zengin paylaşımında bilimsel terimler kullanmakta, bunları uzun uzun açıklamakta ve bireylerin dikkat etmesi gereken konularda uyarılar yapmaktadır.

Otofaji; kelime anlamı ‘vücudun kendi kendini yemesi’ dir. Hücrelerin kendi kendilerini temizleme, yenileme ve çeşitli durumlarla başa çıkması sürecini ifade eder. Benim geçmiş yıllarda önemsedüğün tek şey; nasıl görüldüğümdü. Hangi kıyafetin içinde nasıl

göründüğüm beslenme düzenimi belirledi ve hep diyetler, listeler, yasaklar, ödülleri döngüsü içinde kaldım. Tüm bu denemeleri şimdi kötüleyemem çünkü onlar sayesinde anladım ki bu sonu gelmeyen kısır sistemden çıkmak için benim yolum akşam öğününü en erkene çekmek (17:00-18:00)ve sonrasında bir badem tanesi bile yememek çünkü ancak bu sayede özel (selektif)otofaji gerçekleşir. Selektif otofajinin devreye girmesi için vücutun stres altında (yiyecek eksikliği) olduğunu algılaması gerekir. Dolayısıyla bir şey yerseniz sağlıklı ya da sağlıksız oluşundan bağımsız olarak otofajinin temizlik kapasitesini düşürmüş olursunuz. gün içinde abartmadan yemek, doğa da olmayan hiç bir şeyi yememek. En önemli noktalardan biri de 23:00 gibi güzel bir uykuya dalmak. Anlattıklarım benim hikayem ve bana iyi gelenler. Açlığa sadece kilo verme odaklı bakmak yerine vücudun kendi kendini yenilemesi için fırsat vermek olarak bakmakta fayda var. Tabi ; hamileler, emzirenler, çocuklar ve herhangi bir sağlık sorunu olanlar mutlaka doktorlarına danışmalıdır. Spor, günlük faaliyetler konusu da başka bir videonun konusu olsun. #otofaji #aralıklıoruç #aralıklıoruçdiyeti #intermittentfasting #glutensiz #şekersiz #unsuz #bolsu #sağlık #sağlıklıbeslenme #diyetsizkiloverme #diyetsizyayıflama #yasaksızdiyet #beslenmeönerileri #sağlıklıyaşıyoruz #sağlıklıtarifler #sağlıklıcilt #beslenmegünlüğü #beslenmekoçu. (Zengin, 13 Haziran 2024, Reels Alt Metni)

Sağlıklı yaşam etkileyicileri ile takipçileri arasında ilişki zeminini hiyerarşik olarak yapılandıran bir diğer paylaşım kurgusu bilimsel makalelere yönelik atıflardır: *“Konuyla ilgili referans bir araştırma bilgisini buraya koydum fazlası için biraz sizde klavye çalıştırırsınız. E. A. Dennis, et al. (2009). Water Consumption Increases Weight Loss During A Hypocaloric Diet Intervention In Middle-Aged And Older Adults. Wiley, sf: 300-307. doi: 10.1038/oby.2009.235.” - (Başar, 5 Ekim 2024). Ünal’ın “Creatine Monohydrate formunun saç döküp dökmediğini anlatmaya çalıştım sizlere.” (17 Haziran 2024) başlıklı reels videosunda ise saç dökülme ve kreatin kullanma arasındaki ilişki farklı makalelerden atıfla anlatılmaktadır. Konu hakkındaki makaleler başlıkları, yazarları ve yayımlandıkları dergiler gözükecek şekilde reels videosuna eklenmiştir. Reels videosu içerisinde hormonların kimyasal yapıları şemalarla gösterilmekte ve işlevleri bilimsel bir dille açıklanmaktadır. Videonun altında “makalelerle desteklenmiş bir video. tebrikler hocam” ve “Hocam doğru bilgiler için teşekkürler” yorumlarının yapıldığı görülmektedir. Videonun makalelerle desteklenmiş olması takipçiler açısından verilen bilginin doğru olduğuna yönelik bir güven vermektedir. Etkileyicinin gösterilen kimyasal şemayı aktarabilme yetkinliği, takipçilerin okuryazarlık düzeyleri ve anlam*

kapasitelerinden bağımsız olarak bilimsel bir dil kullanımının takdir edildiği görülmektedir. Etkileyiciler bireysel itibarlarını bu güven ve takdir zemininde kurmakta, yönetmektedir. Salfati'nin sağlıklı yaşam hakkında yazmış olduğu yüksek lisans tezini profil bilgileri arasında Yükseköğretim Kurulu linki ile koyması da aynı hiyerarşik zemini yapılandırmakta ve bireysel itibarını beslemektedir. Bilimsel makaleler üzerinden yapılandırılan bu zeminler ve bireysel itibarlar ise gün sonunda ticari ilişkilerin bir parçası olarak da değerlendirilmektedir.

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde bilimsel dil kullanımı etkileyiciler ve takipçiler arasında hiyerarşik bir ilişkilene zeminini yaratmakta ve kullanım biçimine bağlı olarak gündelik hayatın tıbbileştirilmesini sağlamaktadır. Gündelik hayatın tıbbileştirilmesi sağlıklı yaşam kültüründe tıbbin otoritesinin ve yöntemlerinin eleştirildiği hâkim anlatı ile uyumamaktadır. Tam tersine Foucault'un da bahsettiği üzere gündelik yaşamın tıbbileştirilmesi tıbbin otoritesini genişletmekte ve bedenleri nesneleştirerek tıbbi yöntemleri meşrulaştırmaktadır. Sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatısı ise bireylerin yabancılaştıkları bedenlerini ve yaşamlarını tekrar keşfedebilecekleri bir arayışa çıkmaları ve arayışın kurucu zemininin sağlık olmasıdır. Bilimsel dil kullanımı ve tıbbileştirme sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatısını kırmakta ve etkileyiciler ile takipçileri arasında boşluk oluşturmaktadır. Bu boşluk her yerel anlatıda etkileyicilerin kendi ortak anlam dünyaları ile doldurulmakta ve söylemleri ile çeşitlenmektedir. Türkiye'de ise etkileyicilerin paylaşımlarında tıbbi terimleri kullanarak bu boşluğu doldurduğu görülmektedir. Fakat tıbbi terimlerin kullanıldığı alanlar farklılık gösterebilmektedir. Kimi zaman tıbbi otoriteler açısından tartışmalı olan konuların terimlerle açıklanmaya çalışıldığı görülmekte kimi zaman ise spor hareketlerinin çok detaylı bir anlatımının tıbbi terimlerle yapıldığı görülmektedir. Tıbbi terminolojinin

hâkim olduğu bu yaklaşımlar etkileyicilerin ortak anlam dünyalarının belirleyici olduğu yerel sızıntılardan, bireysel kurgularından kaynaklanmaktadır ve ikinci araştırma sorusundaki, “Sağlıklı yaşam kültürünün anlam inşasında sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile nerede uzlaşmakta nerede ayrılmaktadır?”, ayırım noktalarından birisini temsil etmektedir.

### 3.3.3.7. Dışlama Pratikleri

Sağlıklı yaşam etkileyicileri hâkim anlatılar ve hegemonik söylemler etrafında birleştirilmeye çalışılmaktadır. Etkileyiciler homojen bir topluluk olarak kavranmakta ve sağlıklı yaşam kültürünün üretiminde tek ses çıkaran kimseler olarak görülmektedir. Fakat sağlıklı yaşam kültüründe etkileyiciler arasında dışlama pratiklerinin oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Dışlama pratiklerinin üç farklı şekilde işlediği görülmektedir. Birincisi etkileyicilerin doğrudan başka etkileyicileri izleyerek eleştirdiği içerikler yayınlamasıdır. Bu tür bir içerikler başka etkileyicileri ismiyle, görüntüsüyle ve anlatısıyla doğrudan hedef göstererek yapılmaktadır.

Göbek Eritene Gönder Açıklamayı Oku. Göbek eritmek, kilo vermek çok fazla ilgi çeken bir konu olduğu için zamanla böyle “kilo verdiren” “göbek eriten” videolar fazlaca önümüze çıkıyor. Asıl göbek eriten şey, yıllardır aynı olan ve değişmeyen kalori açığıdır. Kalori açığına uyuyorsanız, antrenman ve kardiyo da yapıyorsanız bu tür uydurma kürlere ihtiyacınız olmayacak. Vermek istediğiniz kiloları verebileceksiniz. Eğer kalori açığınızı nasıl yapacağınızı ve nasıl antrenman yapmanız gerektiğini bilmiyorsanız, beni takip edip profilimden “GÖBEK” yazmanız yeterli. (Yağcı, 13 Temmuz 2024, Reels Alt Metni)

Yağcı'nın paylaşmış olduğu reels videosunda bir market içerisinde olduğu görülmektedir. Kamerayı tutan kişinin elinde bulunan telefonda bir kadın etkileyicinin Instagram'da paylaşmış olduğu “5 günde göbek eriten kür” başlıklı videosu görülmektedir. Kamerayı tutan kişi videoyu izledikten sonra Yağcı'ya göbek yağı eritmek için tarçının yerini sormaktadır ve Yağcı kameraya doğru tokat atarak “göbek eritmenin” yöntemini anlatmaktadır. Ünal'ın paylaşmış olduğu reels videosunda ise

arka planda vücut geliştirme ile ilgilenen bir başka erkek antrenörün konuştuğu ve ön planda kendisinin görüntüsü ile o konuşmayı yorumladığı görülmektedir.

Her “bilim” kelimesini kullanana inanmamak gerek. Sadece sosyal medya değil, televizyonda veya herhangi bir kaynakta da gördüğümüz herhangi bir konuyu araştırmadan kesin doğru dememeliyiz. Videodaki arkadaşı aşağılama amacım yoktur, sadece meslektaşlarımın bir miktar daha özverili ve işine sadık hareket etmeleri gerektiğinin taraftarıyım. Saygılarla, #bilim #protein #yemek #proteintozu #beslenme #fitness #gym #wellness #sağlıklıbeslenme #sağlıklıyaşam. (Ünal, 21 Ağustos 2024, Reels Alt Metni)

Ünal’ın videosunda arka planda konuşan kişinin görüntüsünün net olmadığı fakat sesinin net bir şekilde duyulduğu görülmektedir. Ünal ise elinde bir telefon tutarak konuşan kişinin videosunu oradan izlediğini belli etmektedir. Reels videosunun konusu protein kullanımında bireysel dozdur. Kullanıcı arka planda konuşan kişinin söylemiş olduklarına şaşırma, düşünme gibi anlık tepkiler vermektedir. Arka planda konuşan kişi üç cümle söyledikten sonra ekrana fitness salonunda bir sehpa oturan Ünal gelmektedir ve o kişinin söylediklerini makaleler ile birlikte yorumlamaktadır. Makalelerin yazarları, başlıkları ve yayımlandıkları dergiler belli olacak şekilde ekrana getirildiği görülmektedir. Reels videosu kullanıcının “sosyal medyada gördüğünüz her şeye inanmamanız gerekiyor” uyarısı ile bitmektedir. Ünal’ın hazırladığı içerik kurgusu ve söylemleri ile birlikte didaktik bir kamu spotu gibi gözükmektedir.

Dışlama pratiklerinin ikinci üretim şeklinde etkileyiciler bir hedef göstermeden, dolaylı olarak, genel konuşmalar ile birlikte sağlıklı yaşam kültüründeki diğer etkileyicileri eleştirmektedir: “Sizce bu değişim doğal mı? Naturel bir arkasına gönder. İşin şakası bir yana herkesin algısı iyice bozuldu, fitness sektöründe ciddi bir algı ve manipülasyon var.” (Meriç, 10 Ekim 2024).

Ne kadar iyi bildiğimiz değil ne kadar çok insana ulaştığımız benim için daha değerli. Fitness influencer’larının yaptığı bir hatadan bahsedeceğim şimdi. Arkadaşlar toplumumuzun çoğu sportif konulara hakim değil. Ama bazı gençler var çok araştırıyor diyor ki işte o öyle olmaz detaylarına giriyor falan ama bizim toplumumuzun yüzde 90’ı

var ki inanın en basit şeylere bile ihtiyaçları var. Ben bu sayfada bunlara çok yer vermeye çalışıyorum. Basit çözümler üretirmeye çalışıyorum insanlara ve basit bilgiler vermeye çalışıyorum. Çünkü görüyorum ki saloncu olduğum için gerçekten insanlar buna hakim değil ve ne yapacaklarını bilmiyorlar. O yüzden namaz kılıyorum tesbihi nereye koyayım kısmında değil önce bir sistemin içerisine girmekle alakalı ona adapte olmakla alakalı kendinizi konsantre etmeniz gerekiyor. Bunlara dikkat edin. Bu sayfada bunlarla alakalı daha çok şey bulacaksınız. (Başar, 29 Haziran 2024, Reels İçeriği)

Başar'ın ve Meriç'in reels videolarının içerikleri bir etkileyiciye yönelik değil, kültür içerisindeki herkese genel olarak bir seslenme olarak kurgulanmıştır. Dışlama pratiklerinin üçüncü üretim şeklinde ise etkileyicilere yönelik takipçileri, toplulukları veya buldukları sosyal medya platformunun kullanıcıları tarafından üretilmektedir:

“Selamun aleyküm değerli kardeşlerim iyisinizdir inşaAllah BUGÜN BENİ TAKİP EDEN KARDEŞLERİMDEN BENİ DESTEKLEMELERİNİ İSTİYORUM...”

(birkizbirkadinbiressbiranne, 9 Eylül 2024)

Selamun aleyküm değerli kardeşlerim iyisinizdir inşaAllah. Bugün Beni Takip Eden Kardeşlerimden Beni Desteklemelerini İstiyorum Bu Videoyu Beğenin Yorum Yapın Kendinize Ve Bize Benzeyen Kardeşlerimizi Etiketleyin Ve Onlara Gönderin !! Ki Değişik İnsanların Önüne Videom Düşmesin !!! Bayadır paylaşım yapamadım çünkü son zamanlar sayfam öyle saldırı altında ki Videolarımın altına öyle kötü yorumlar yazıyorlar onunla yetinmeyip Dm den t\*cız mesajlarla saldırıyorlar bana ister istemez üzüldüğümü beni en çok üzen hemcinslerimin beni daha kötü eleştirmeleri ... Neyse Rabbim hepimizi hidayete erdirmiş #reklam #hedef #islam #islamiasaldırı #kiloverme #sağlık #sağlıklıbeslenme #motivation #namaz #aile. (birkizbirkadinbiressbiranne, 9 Eylül 2024, Reels Alt Metni)

(Reels'da konuşma veya seslendirme bulunmamaktadır. Videodaki farklı resimlere ses efektleri eşlik etmektedir. Video içeriğinde farklı yorumlardan bir kolaj yapılmıştır. İlk önce ekrana yorumlar gelmektedir.)

“Kafayı din ile yiyenlerin durumu...”, “Salondakiler korkup kaçtı sanırım dabbe bilmem kaç cınları kadını bağlamış fghsj”, “Haram sümeyy haram. Çöp poşetine benzemişsin yine hergun ku gibi. Aman mazallah yuzunu falan yaşlı muslumanlar gorur azar, abazalık gecirir. İyiki kapatmissin hahdhahdhs”, “Suri esad bom bom”, “Spor yapman caiz mi?”, “Şaka gibisiniz. Hem kendinizi kısıtlıyorsunuz hemde kısıtladığınız hayatınızla herşeye özenip yapmaya çalışıyorsunuz.”

(Video şu şekilde devam etmektedir)

“Şaka gibisiniz. Hem kendinizi kısıtlıyorsunuz hemde kısıtladığınız hayatınızla herşeye özenip yapmaya çalışıyorsunuz.” Kısıtlamak mı??? Sizce de öyle mi ? The most correct and free religion is Islam!!!... En doğru ve özgür din islamdır!!! (birkizbirkadinbiressbiranne, 9 Eylül 2024, Reels İçeriği)

Dışlama pratikleri sağlıklı yaşam etkileyicileri için kimlik yaratma ve kendi anlatılarını oluşturma sürecinin de bir parçasıdır. Eleştiri yaptıkları reels paylaşımlarının

sonunda genellikle kendi sayfalarına yönelik bir davet bulunmaktadır: *“Bu sayfada bunlarla alakalı daha çok şey bulacaksınız” (Başar, 29 Haziran 2024, Reels İçeriği), “...nasıl antrenman yapmanız gerektiğini bilmiyorsanız, beni takip edip profilimden “GÖBEK” yazmanız yeterli. “Göbek Eritene Gönder” (Yağcı, 13 Temmuz 2024).*

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde etkileyicilere yönelik homojen bir kavrayış bulunmaktadır. Yukarıdan aşağıya doğru örgütlendiği varsayılan endüstrinin etkileyicileri de tek tipleştirerek yeniden ürettiği düşünülmekte ve takipçilerini de aynı şekilde üretmelerini beklemektedir. Üçüncü araştırma sorusu da, “Sosyal medyada sağlıklı yaşam etkileyicileri sağlıklı yaşam kültürü açısından piyasa merkezli, homojen bir topluluk olarak okunabilir mi?”, bu zeminden beslenmekle birlikte araştırma sonucu elde edilen bulgularda sağlıklı yaşam etkileyicilerinin birbirlerini dışlayarak bireysel kimliklerini yapılandırdığını, anlatılarını şekillendirdiğini ve kültürü yeniden ürettiği görülmektedir. Homojen olarak kavranan etkileyicilerin çok farklı anlatı ve davranışlara sahip olduğu görülmektedir. Özellikle Türkiye’de yerel bir sızıntı olarak verilebilecek örneklerden birisi dini öğelerin kurucu olduğu sağlıklı yaşam anlatısına ve etkileyicilerine yönelik dışlama pratikleridir. Bu pratiklerin özellikle ses tonu ve söylemi Türkiye’nin içerisinde bulunduğu sosyal ve siyasal olaylar dışarıda bırakılarak anlaşılammamaktadır. Türkiye’de sağlıklı yaşam etkileyicilerinin dışlama pratikleri incelendiğinde bilimsel çalışmaların kimi zaman övüldüğü kimi zaman eleştirildiği de görülmektedir. Aynı konu bağlamında içerik üreten erkek etkileyicilerin bilimsel çalışmalar temelinde birbirine karşı dışlayıcı pratikler geliştirdiği ve geliştirdikleri bu pratikleri yaş üzerinden meşrulaştırmaya çalıştıkları da görülmektedir. Ardell’in materyalist yaklaşımına benzer şekilde bireyin kendi olanakları çerçevesinde yaptıklarını bir temel olarak gören ve bu temelden hareket eden etkileyicilerin de

kürlere ve mucizelere karşı dışlayıcı söylem ve pratikler geliştirdiği görülmektedir. Dışlayıcı pratiklerin temelinde cinsiyet ayrımı, bilimsel bakış açısı, yaş, milliyetçi tutum, ticari ilişkiler, dini öğeler gibi değişkenler bulunmaktadır. Bu değişkenlere bağlı olarak pratikler ve söylemler üretilmektedir. Böylelikle hem sağlıklı yaşam kültürünün Türkiye'deki etkileyicileri kendi içlerinde farklılıklara sahip bir görüntü vermekte hem de homojen bir topluluk olarak kavranmasının önüne geçilmektedir.

### **3.3.4. Bulguların Değerlendirilmesi**

Sağlıklı yaşam (wellness) kültürünün günümüzdeki görüntüsü ve toplumsal görüntüsü kapitalist pratik bir formül etrafında yorumlanmakta ve değerlendirilmektedir. Yapılandırılan bu formülün birinci parçası tıbbi paradigmanın bulaşıcı hastalıklar döneminde halka ve insanlara aldatılan, çaresiz kimseler olarak bakan kitlesel kavrayışı ödünç almasıdır. Illich'in (2019) hekim kökenli salgın, iatrojenez, olarak adlandırdığı ve Foucault'un biyopolitik bir denetim ve tahakküm alanı olarak tanımladığı tıbbi yöntemler ve temsilcileri bu kavrayışın temelini oluşturmaktadır. Bulaşıcı hastalıklarla mücadele etmeye çalışan insanlığın kendisini tıbbi otoriteye tam teslim ettiği, bedenlerin sağlık profesyonelleri için bir öğrenme alanına dönüştüğü ve bireylerin bedenlerine yabancılaştığı bir dönem olarak anlatılmaktadır. Sağlıklı yaşam kültürünün bugünkü görüntüsünü anlatabilmek için yapılandırılan kapitalist pratik formül de bu kavrayışı doğrudan almakta fakat bulaşıcı hastalıkların merkezde olduğu anlatıda sağlığı merkeze koymaktadır.

Bulaşıcı hastalıklar döneminde tıbbi otoriteye koşulsuz teslim edilmiş, nesneleştirilmiş, bireyin yabancılaştığı ve sağlık endüstrisinin bir metası haline gelmiş bedenler günümüzde sağlık (wellness) hareketine aynı şekilde koşulsuz şartsız teslim edilmektedir. Ehrenreich'e göre (2020) bu görüntü uzun yaşama sevdasında olan

bireylerin sağlık peşinde yabancılaştığı bedenlerini tükettiğı bir “sağlık salgını” haline gelmiştir. Önceki yüzyılda bulaşıcı hastalıkların ele geçirdiğı bedenler artık sağlık tarafından ele geçirilmiştir. Bireyleri günden güne tüketmekte olan bu salgının kurucu zemini sağlıklı yaşam (wellness) hareketidir. Bireyler bedenlerine yabancılaşmış, bedenleri sağlıklı yaşam endüstrisi tarafından ele geçirilmiş, metalaştırılmış ve sömürölmektedir. Bireylerin dün tıbbi otorite ve yöntemler altında ezilen, tahakküm altına alınan bedenleri artık sağlıklı yaşam hareketi tarafından ezilmektedir. Âciz, güçsüz, aldatılmaya müsait, kalabalık bir toplam olarak bireyler ise bu yapıların kurgularına karşı çıkamamaktadır. Bireylerin salgına yakalanmak dışında bir şansları yoktur. Ehrenreich’te “Sağlık Salgını” olarak adlandırılan bu toplumsal görüntü Martschukat’da (2024) “Fitness Çağı”, Byung Chul Han’da Palyatif Toplum (2022a), Davis’de (2018) “Mutluluk Endüstrisi” olarak isim değiştirmektedir. Cederström & Spicer’da (2017) ve Metzl’de (2017) ise ideolojik, ahlaki bir kurucu zemin olarak sağlığın yeni bir toplumsal örgütlenmeyi inşa ettiğı anlatılmaktadır.

Sağlıklı yaşam kültürü etrafında örgütlenen kapitalist pratik formölün bireyleri âciz, aldatılan kalabalıklar olarak kavrayan ilk parçası bu kavrayışın devam ettirilmesi ve yeniden üretilmesine yönelik olarak tahakküm tekniklerine odaklanmaktadır. Foucault’ta (2021) biyopolitik bir rejim olarak inşa edilen tahakküm sağlıklı yaşam kültürünün ele geçirdiğı toplumsallıkta psikopolitik bir tahakküme (Chul Han, 2019) dönüşmekte; psikosomatik yöntemlerle (Davis, 2018) içsel bir diktatörlüğün yönetiminde bireyleri sömürmektedir. Neoliberal toplumsal tahayyölün bireyleri baskılayarak değil serbest bırakarak, seçim yapmalarına izin vererek kendilerini sömürecek zeminleri onlara sunduğı bir toplumsal görüntü anlatılmakta ve bu görüntü bireyin içsel kararları ve disiplini ile yeniden üretilmektedir. Kapitalist pratik formölün

ikinci parçası sağlıklı yaşam hareketi tarafından ezilen bireylerin içsel bir tahakküm geliştirerek sömürüyü kendi rızaları ile ürettiklerine yönelik bu anlatıdır.

Gündelik yaşamın tamamını ele geçiren ve bireylerin pratiklerinden söylemlerine kadar her şeyi ince bir strateji doğrultusunda yapılandığı ve yeniden ürettiği iddia edilen bu kapitalist pratik formül üçüncü parçasında ise sağlıklı yaşam hareketinin bireyleri pasif, nihilist bireylere çevirdiği ve toplumu depolitize ettiği (Cederström ve Spicer, 2017), siyasetten arındırarak acıdan kaçan bir toplum oluşturduğu (Byung Chul Han 2022a), kapitalizmin yeni birikim stratejisinde verimliliği artırmaya yarayan ve toplumu apolitize eden bir yöntem olduğu (Davis, 2018) anlatılmaktadır. Kapitalist pratik formül çerçevesinde sağlıklı yaşam (wellness) hareketi toplumu apolitize eden, tahakkümü yönetenler açısından yeniden kuran, bireyleri pasif, âciz, edilgen kimseler olarak kavrayan bir akla sahiptir. Gerçekleştirilen çalışmanın temel bulgularından birisi sağlıklı yaşam kültürünün siyasetten arındırılmış ve ideolojiden arındırılmış bir alan olmadığını göstermektedir. Sağlıklı yaşam kültürü içerisindeki yerel sızıntıların doğrudan ideolojik olarak üretilebildiği (milliyetçilik, dini öğeler, kadın dayanışma stratejileri) görülmektedir. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin kimi zaman doğrudan görüntüler, emojiler, söylemler ve pratiklerle örgütlediği kimi zaman ise örtük olarak yeniden ürettiği sağlıklı yaşam kültürü siyasetten arındırılmış bir alan değildir. Çalışmanın bulguları arasında olan yerel sızıntıların da gösterdiği üzere belirli siyasal eğilimlerin rahatlıkla görüldüğü ve bunlarla birlikte yeniden üretilen bir kültürdür. Bu nedenle sağlıklı yaşam kültürünün apolitize ettiği düşünülen yöntem ve pratiklerin kendisi siyasete içkin olarak apolitik bir zemin yaratamazlar. Bireyleri de apolitik bir zeminde tahakkümün parçası haline getiremezler. Fakat bireylerin sömürülmesinde ve tahakküm altına alınmasında kapitalizmin kendisini korumak için

geliştirdiği ve yeniden ürettiği tahakküm pratiklerinin ve söylemlerinin bir parçası haline gelebilirler ve bunu bilinçli bir şekilde yeniden üretebilirler. Sağlıklı yaşam kültürünün kapitalist pratik formül etrafında kavranışının iki temel ayağı burada yıkılmaktadır: Bireyler edilgen kimseler değildir ve apolitik bir zemin olmadığı için bunu da yeniden üretemezler. Bireyler, öznel olarak kendi ortak anlam dünyaları etrafında kültürü yeniden üretirler ve bunu da kültürle uzlaştıkları ve kırıldıkları noktalar üzerinden yaparlar.

Sağlıklı yaşam kültürünün kapitalist pratik bir formül etrafında kavranışının diğer işbirlikçisi dijital platformlar ve sosyal medyanın endüstriyi doğrudan üretebilen, endüstrinin hâkim anlatısını sabah akşam propaganda eden, endüstrinin içinde doğmuş ve gelişmiş başka şirketlere ait yapılar olarak bireyleri tahakküm altına alan ve endüstrinin mallarını satan kocaman bir pazar olarak kavranmasıdır (Ehrenreich, 2020; Davis, 2018; Byung Chul Han, 2022a, 2022b, 2019; Martschukat 2024). Kapitalist pratik formül sağlıklı yaşam hareketinin sosyal medyayı hâkim anlatılarını yukarıdan aşağıya doğru örgütlediği işlevli bir araç olarak tanımlamaktadır. Sağlıklı yaşam hareketi bir endüstri olarak kavranmakta ve sosyal medya endüstrinin bir dışlisi olarak hâkim anlatının ve pratiklerin üretilmesinde yerini almaktadır. Bireylerin elinden özgürlüğünü alan, düşünme yeteneklerini alan, onları âciz bir konuma sokan ve konumu pekiştiren çok iyi yapılandırılmış ve dizginleri de kendilerinde olan bir araç, pazar olarak kavranmaktadır. Fakat teknoloji sosyal sistemler olarak (Fuchs, 2016) sosyal medya bireyler için sadece bir araç değil aynı zamanda sosyalliğin tamamını örgütleyebildikleri araçlar ve alanlardır. Sosyal medya bireylerin sadece ürün satın aldığı ve verdiği pazar yerinden çok daha fazlasına işaret etmektedir. Bireylerin sosyalliğini örgütledikleri alanlardır ve kullanımına yönelik sınırları yoktur. Gündelik yaşamların tamamına hitap

eden sosyal yapılardır. Aynı zamanda Aral'ın (2022) da bahsettiği üzere algoritmaları (işleyiş yöntemleri) kullanıcılar tarafından biçimlendirilmeye müsaittir. Bu nedenle sağlıklı yaşam endüstrisinin yukarıdan aşağıya doğru, hâkim anlatıların kırılmadan ve istenildiği şekilde üretildiğini; dijital araçların ve sosyal medyanın bir alan olarak bunu doğrudan yapılandığı anlatısı da yanlıştır. Kapitalist pratik formülün niyetlerinden bir diğeri olarak gerçekliği saklamaktadır. Çalışmanın temel bulgularından bir diğeri ise tam bu noktada ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürü hâkim anlatıları (bireysel dönüşüm hikâyeleri, mucize kürler, sırlar ve enerjiler, sağlıklı beslenme önerileri, işbirlikleri ve reklamlar, sayılarla kurulan söylemler) barındırdığı kadar yerel sızıntıları da (milliyetçiliğin kültür içerisinde var olabildiği, kadınlar arası dayanışma stratejilerinin geliştirilebildiği, farklı dini anlatıların hâkim söylemleri değiştirerek kurucu bir noktaya gelebildiği, hegemonik erkekliğin yeniden üretiminde işlevli bir zemin olabildiği, bilimsel anlatıların kendisine yer bulabildiği, etkileyiciler arasında dışlayıcı pratiklerin gelişebildiği ve ülkelerin içerisinde bulunduğu duruma karşı bir itiraz noktası haline gelebildiği örnekler gibi) içermektedir.

Sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünü yukarıdan aşağıya doğru örgütlenen, pazar ve birey temelli bir endüstri olarak kavrayan kapitalist pratik formülü kıran bu bulguların bulunduğu yerler ise sağlıklı yaşam etkileyicilerinin profilleridir. Kavramları biraz daha yerinde kullanacak olursak sağlıklı yaşam etkileyicilerinin sağlıklı yaşam kültüründeki hâkim anlatı ve pratikleri kendi ortak anlam dünyaları çerçevesinde ve anlam zemininde yeniden ürettikleri görülmektedir. Hâkim anlamı bir müzakere alanına çeviren bu süreçte sağlıklı yaşam etkileyicileri hâkim anlatı ile uzlaşabilen ve ona karşı kırılımlar sergileyen özgün kimselerdir. Sağlıklı yaşam kültürünü kapitalist bir pratik formül etrafında kurgulayan ve endüstrinin merkezde olduğu yaklaşımların anlattığı

üzere bedenlerine yabancılaşmış, ticari işbirliklerinin ve reklamların etkisi altında kendisi de metalaşmış, doğrudan hâkim anlatıların şekillendirdiği kimseler değildir. Sağlıklı yaşam etkileyicileri hâkim anlatıyı anlam zemininde müzakere alanına çeken ve onunla uzlaşan veya ayrılan kimselerdir. Bu nedenle çalışmanın bulgularında görülebileceği gibi farklı anlatılara ve zengin bir görüntüye sahiptir. Bir adım daha atılacak olursa, sağlıklı yaşam kültürü içerisinde etkileyiciler kültürün yeniden üretiminde yerel ortak anlam dünyaları ile birlikte kültürü bu topraklara ait kılan etkileyicilerdir ve birbirlerinden farklı kişilerdir. Homojen bir topluluk olarak kavranıp, endüstrinin pazarcıları haline getirilemezler. Kendi ortak anlam dünyalarının etkisinde anlamı yeniden örgütleyen kimseler olarak zengin bir görüntüye sahiptirler. Çalışmanın örnekleminde de aynı zenginlik görülebilmektedir. Kayseri’de sağlıklı yaşam kültürünü dini öğelerin etkisinde yeniden üreten etkileyici ile kapitalist pratik formülün niyeti etrafında şekillenmiş etkileyici anlatısı bir değildir. Bu nedenle sağlıklı yaşam etkileyicilerinin sağlıklı yaşam kültürü içerisindeki rollerini sorgulayan, homojen bir topluluk olarak kavranıp kavranamayacağını merak eden araştırma sorularının da cevapları buradadır.

Çalışmanın bulguları sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün kapitalist bir pratik formül etrafında kavranamayacağını açıkça göstermektedir. Sağlıklı yaşam kültürünün Amerika ve Avrupa merkezli, seküler hâkim anlatısı ayaklarını bastığı toprağın ortak anlam dünyalarının etkisi altında ve farklı kişilerin temsiliyetinde zengin bir görüntü kazanmaktadır. Âciz, edilgen ve kalabalıklar içerisinde kaybolmuş bedenine yabancılaşmış bireylerin yerini hâkim anlatıyı bir müzakere alanına çeviren özgün bireyler almakta ve özne olarak kendi ortak anlam dünyaları etrafında anlamı yeniden

üretmektedir. Bu nedenle sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatsı kadar yerel sızıntılarla birlikte yeniden örgütlenen anlamları da hareketi temsil etmektedir.

## SONUÇ

Hastalık kavramının merkezde olduğu, sağlığın çevresel ve toplumsal belirleyicilerinin ağırlıkta olduğu tıbbi paradigma dđnüşüm sürecindedir. Sağlığın bireysel belirleyicilerinin ağırlık kazandığı, bireysel iyi olma haline yönelik arayışların yaşamın tamamına uygulandığı ve sağlığın bir hedef olarak idealize bir konuma yerleştirildiği yeni bir tıbbi paradigma yapılandırılmaktadır. Sağlıklı yaşam (wellness) hareketi olarak yapılandırılan yeni paradigmada hastalık, çevresel ve toplumsal olarak bireyi etkileyen, içerisine çeken bir kavram olarak değil; bireyin kendi tercihlerinin sonucu olarak karşı karşıya kaldığı bir sonuç olarak dđnüşmektedir. Yeni paradigmada bireyin ödevleri arasında hastalıktan kaçınmak veya sadece tedavi olmak yoktur. Birey yaşamının her anında sağlığını dđřünmesi, sağlıklı kalmak için bilinçli tercihler yapması ve yaşamının tamamını sağlıklı pratikler etrafında örgütlemesi gereken sorumluluk sahibi kimse olarak anlam kazanmaktadır.

Sağlıklı yaşam hareketi içerisinde bireyin sağlığına yönelik sorumluluğu durağan bir konum olarak değil aktif bir arayış olarak görülmektedir. Birey kendi sağlığına yönelik engelleri ortadan kaldırmak, sağlığı ve bedeni üzerindeki otoritelerden kendisini özgürleştirmek, bedenini nesneleştiren yöntemlerden kurtulmak ve gündelik olarak sağlıksız bütün pratiklerini dđnüşürmek zorundadır. Hem pratik hem söylem düzeyinde, hayatının her anında sağlığı kurucu bir zemin olarak görmelidir. Bu nedenle geleneksel sağlık kaynaklarından farklı olarak yeni arayışın bir parçası da sağlıklı kalmaya yönelik farklı yöntem ve deneyimlerin aktarıldığı yeni kaynaklar olarak dijital alanlar ve sosyal medyadır.

Sosyal medya sağlıklı yaşam hareketi için kaldıraç görevi görmüştür. Sağlıklı yaşam hareketinin kendisini tanıtmada, anlatısını zenginleştirmesinde, temsilcilerinin çoğalmasında ve farklı temsiliyetler kazanmasında zengin bir topraktır. Geleneksel sağlık kaynakları olarak sağlık kuruluşları ve uzmanların söylediklerinden ayrı bir sese sahiptir. Halkın içinden, kendi sağlığını kazanmış ve başkalarına da sağlıklarını nasıl kazanabileceklerini anlatan, bunun yöntemlerini sunan kişiler bulunmaktadır. Sağlığın yeni kaynakları olarak bu kişiler etkileyiciler (influencerlar) olarak adlandırılmaktadır.

Etkileyiciler geleneksel sağlık kaynaklarından farklı olarak bireysel deneyimler, bireysel bilgiler ve mitler etrafında yeni bir sağlık anlatısı inşa etmektedir. Etkileyicilerin inşa ettikleri sağlık anlatısının temelinde sağlıklı yaşam hareketi bulunmaktadır. Etkileyiciler de kendilerini sağlıklı yaşam hareketinin bir temsilcisi olarak görmekte ve anlatmaktadır. Bireysel dönüşüm hikâyeleri, motivasyon konuşmaları, reklam ve işbirlikleri, sergiledikleri estetik bedenleri ve tabakları eşliğinde sağlıklı yaşam pratiklerini bir kültür olarak yeniden üretmektedir.

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde etkileyicilere yönelik kapitalist pratik formülden inşa edilmiş bir bakış açısı vardır. Bu bakış açısında sağlıklı yaşam hareketi bir kültür olarak değil endüstri olarak kavranmaktadır. Sağlıklı yaşam endüstrisi metalarını hâkim anlatılar ve hegemonik söylemler etrafında yarattığı tezgâhlarda satmakta ve etkileyicileri de bu tezgâhların başına koymaktadır. Etkileyiciler hem tezgâhların başında kimseler olarak metaları satarlar hem de kendileri hâkim anlatıların ve hegemonik söylemlerin yeniden üretilmesinde endüstrinin bir metasıdır. Etkileyicilerin sosyal medya hesaplarında işbirlikleri yapması ve reklam alması da bu anlatının bir kanıtı olarak sunulmaktadır. Endüstrinin yukarıdan aşağıya pratikler ve

söylemler düzeyinde örgütlediği kimseler veya ürettikleri metalar olarak etkileyiciler bu anlatıdan çok daha fazlasıdır.

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde etkileyiciler hâkim anlatılar ve hegemonik söylemlerle uzlaşma sağlayan ve kendi ortak anlam dünyaları etkisinde kırılımlar sergileyen kimselerdir. Yukarıdan aşağıya doğru doğrudan örgütlediği iddia edilen endüstrinin bir metası değildir. Etkileyiciler yukarıdan aşağıya doğru gelen pratikler ve söylemleri anlam zemininde müzakereye açan özgün kişilerdir. Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde anlam etkileyicilerin yeniden üretebildiği, kendi anlatıları ile şekillendirebildiği ve farklı temsilcileri ile genişletebildiği bir müzakere alanıdır. Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin kendi ortak anlam dünyaları ile birlikte yeniden tanımlanır ve hâkim anlatıda delikler açar. Hâkim anlatıyı dönüştürür, ona yeni anlamlar katar ve kendi değerleri ile birlikte yeniden üretir.

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin anlamı bir müzakere alanına dönüştürmesi ve yeniden üretimde kendi ortak anlam dünyaları ile birlikte inşa etmesi kültürün homojen olarak kavranmasını da engellemektedir. Sağlıklı yaşam kültürü hâkim anlatı ve söylemlerin etkisinde bütün etkileyicileri tek tipleştirerek kendisini yeniden üreten tek bir temsiliyete sahip değildir. Farklı sağlıklı yaşam etkileyicilerinin anlamı yeniden üretmesi ile birlikte farklı temsiliyetler, anlatılar, söylemler ve pratikler kazanır. Anlatıyı oluşturan temel zemin ise etkileyicilerin ortak anlam dünyalarıdır.

Sağlıklı yaşam etkileyicilerinin ortak anlam dünyaları sağlıklı yaşam kültürünün evrensel anlatısı içerisindeki yerel sızıntılardır. Amerika ve Avrupa merkezli, seküler bir kültür olarak sağlıklı yaşam hareketi etkileyicilerinin temsiliyetinde, her yerelde farklı

şekillerde örgütlenmektedir. Pratikler ve söylemler etrafında örgütlenen bu kültürde hâkim anlatılar ve söylemlerin yanında etkileyicilerin ortak anlam dünyalarının etkilediği yerel sızıntılar da bulunmaktadır. Yerel sızıntılar kültürün yeniden üretiminde kendi anlatıları, söylemleri ve temsilcileri ile birlikte kültürü şekillendirmektedir. Homojen, tek merkezli ve tek tip temsilciye sahip sağlıklı yaşam kültürü anlatısını da bozmaktadır.

Sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretilmesinde anlatıyı değiştiren yerel sızıntılar etkileyicilerin yaşadığı ülkenin içerisinde bulunduğu toplumsal ve ekonomik sorunlarla birlikte ortaya çıkabilmektedir. Ekonomik kriz, gıda denetimsizliği, hayat pahalılığı ve kırılgan toplumsal grupların (öğrencilerin) beslenme bütçeleri ve tercihleri hakkında içerikler üretildiği görülmektedir. Sağlıklı yaşam kültürünün evrensel imajı, hâkim anlatıları ve hegemonik söylemleri arasında bu başlıklara rastlanmamaktadır. Erkeklik anlatıları, milliyetçilik, kadınlar arası dayanışma stratejileri, dini öğeler, bilimsel çalışmalardan faydalanma ve etkileyiciler arası dışlama pratikleri de diğer yerel sızıntılardır. Türk ulusunun ve ırkının iç ve dış düşmanlarına karşı verdiği mücadele, Kayseri'deki sağlıklı yaşam etkileyicisinin dini kurucu bir başlık olarak konumlandığı paylaşımları, erkekliğin bu topraklardaki örüntüsü, kadınların gündelik yaşamlarındaki sorumluluğu paylaştığı içerikleri ve etkileyicilerin birbirlerine yönelik şiddete varabilecek kadar genişlettiği dışlama pratiklerini de sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatıları ve hegemonik söylemleri arasında bulmak imkânsızdır. Buradan hareketle sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürünün görüntüsünü etkileyiciler üzerinden ortaya koyan, özgün kimseler olarak etkileyicilerin hâkim ortak anlam dünyası ile uzlaşa ve kırılım noktalarını gösteren, kırılım noktalarını hâkim ortak anlam dünyası içerisinde yerel sızıntılar olarak değerlendiren bu çalışmada; sağlıklı yaşam

etkileyicilerinin kendi ortak anlam dünyaları ile hâkim ortak anlam dünyası arasındaki ilişki, ilişkide hâkim pratik ve söylemlerin yeniden üretimi, yerel sızmalar ve yerel sızmalar eşliğinde anlamın yeniden inşası ve kültürün yeniden üretimi ortaya konulmuştur.

Sağlıklı yaşam anahtar etiketleri üzerinden gerçekleştirilen çalışmada amaca yönelik örneklem çerçevesinde seçilen ve 5 kadın 5 erkek olmak üzere 10 profilin 6 aylık reelsları, geçmişe dönük olarak eleştirel söylem analizi çerçevesinde incelenmiştir. Bu kapsamda sağlıklı yaşam etkileyicilerinin 1 Haziran 2024 ile 31 Aralık 2024 arasındaki 776 reels videosu analiz edilmiştir. Bulgular göstermektedir ki sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürü birbirinden oldukça farklı temsilcilere sahiptir. Farklı sağlıklı yaşam temsilcileri bireysel anlatıları, deneyimleri ve yöntemleri ile birlikte sağlıklı yaşam kültürünü her gün yeniden üretmektedir. Sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretilmesinde didaktik anlatılar, şiddet zemininde inşa edilmiş söylemler, alternatif tedavi olduğu iddia edilen yöntemler, kürler, mucizeler, dualar, hastaların bakım yükünü hafifleten dayanışmalar, sağlıklı tabaklar, işbirlikleri, reklamlar, sayılar, meyveler, sebzeler, motosikletler, çaydanlıklar, fit bedene sahip erkekler, bedenlerini göstermekten kaçınan kadınlar, seslerini kullanmayan kadınlar, erkekliği ile gurur duyanlar, markalar, tepki gösteren takipçiler, alkışlayan takipçiler, çocuklar, aileler, askerlik anıları ve avokadolar iç içe geçmiştir. Kültürü hâkim anlatılar ve hegemonik söylemler etrafında kavramak bu görüntüyü görmezden gelmektir. Bu görüntüyü görmezden gelerek sağlıklı yaşam kültürü üzerine çalışmak ise indirgemeciliktir. Sosyalliğin örgütlenmesinde ve yaşamın kurulmasında gerçekliğin yitimidir.

Sağlık ve hastalık söylem ve pratiklerinin toplumsal örgütlenmesinde yeni anlam dünyalarını yaratan paradigmatik değişimi kapitalist pratik formülü yıkararak gerçeklik içerisinde kavramanın ayrıca önemi bulunmaktadır. Bulaşıcı hastalıklar döneminde inşa edilen halk sağlığı yaklaşımının yeniden örgütlenmesinde toplumsal zeminin genişletilmesi için etkileyicilerin önemli bir rolü bulunmaktadır. Etkileyicilerin sağlığın sosyal, ekonomik ve fiziksel çevre gibi diğer belirleyicileri hakkında konuşması, erişilebilir sağlık politikalarını savunması ve her insanın sağlık hakkını temel bir hak olarak örgütlemesi dönüşmekte olan yeni paradigmanın kurucu zeminlerini tartışmaya açacaktır. Bireysel sağlık anlatılarının sınırını sadece COVID-19 penceresinden değil insanlığın ortak birikiminden yararlanarak tartışılmasını sağlayacak ve yarına halk sağlığı yaklaşımının taşınmasında önemli bir toplumsal destek sağlayacaktır. Etkileyicileri kapitalist pratik formül etrafında örgütleyerek neoliberal sağlık politikalarına yedekleyen siyasi yaklaşımı da kıracaktır. Böylelikle neoliberal sağlık politikalarının hâkim olduğuna ve toplum tarafından desteklendiğine yönelik ideolojik argümanların kırılmasını da ortaya çıkaracaktır. Yarının sağlık politikalarında kurucu değerlerin halk sağlığı yaklaşımından hareketle inşa edilmesini sağlayacak ittifaklar olarak sağlıklı yaşam etkileyicilerine yönelik çalışmaların genişletilmesi bu nedenle ayrıca gereklidir.

Sağlıklı yaşam kültürü üzerine yapılan bu çalışmada sağlık profesyonelleri de kapsam dışında bırakılmıştır. Fakat çalışma gerçekleştirilirken görülmüştür ki sağlık profesyonelleri sağlıklı yaşam kültürünün üretiminde özellikle sosyal medyada yaygın bir görüntüye sahiptir. Sağlık profesyonelleri tıbbi otoritenin bilimsel yöntemleri ile derdi olan sağlıklı yaşam hareketinin içerisinde bireysel sağlık kavrayışını merkeze alarak kültürü yeniden üretmektedir. Bu nedenle sağlıklı yaşam kültürü üzerine

yapılacak farklı çalışmalarda sağlık profesyonellerinin de ayrıca incelenmesi gerekmektedir.

Sağlıklı yaşam kültürü üzerine yapılacak çalışmaların genişletilmesi önemlidir. Kültürün yeniden üretiminde etkileyiciler hâkim anlatıyı sadece aynı söylem ve pratikler etrafında üretmemektedir. Etkileyicilerin konuşmadıkları konular, sessiz kaldıkları alanlar ve yapmadıkları pratikler de hâkim konunun yeniden üretimine dâhildir. Etkileyicilerin hazırladıkları tabakların, ve önerdikleri gündelik yaşam pratiklerinin ekonomik maliyetine yönelik sessiz kaldıkları; sağlığın sosyal, ekonomik ve fiziksel çevre olarak adlandırılan diğer belirleyicilerini indirgedikleri görülmektedir. Sağlığın diğer belirleyicilerinin birey sağlığı üzerindeki etkisini indirgemeye yönelik içsel motivasyonlarının da incelenmesi gerekmektedir.

Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde yeterince çalışılmamış diğer alanlardan birisi sağlıklı yaşam etkileyicilerinin takipçilerinin motivasyonları ve etkileyicilere yönelik bakış açılarıdır. Sağlıklı yaşam kültürünü birey ve pazar merkezinde kuran kapitalist pratik formül etkileyicilere de takipçilerine ve topluluklarına karşı güçlü bir konum atfetmektedir. Bu çalışmada etkileyicilerin konumunun güçlü olmadığını, zeminin takipçiler ile birlikte oluşturulduğunu ve reklamların geleneksel medya kanallarından farklı olarak tartışılabildiği görülmüştür. Etkileyicilerin güçlü konumlarının takipçileri tarafından sarsılabildiği ve konumun da kırılabilir olduğu görülmekle birlikte yapılandırılmaya çalışılan kapitalist pratik formülde daha fazla delik açılabilmesi için takipçilerin seslerinin duyulmasına, çalışmaların zenginleştirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır.

Son söz olarak, sağlıklı yaşam kültürünün sosyal medyada farklı etkileyicilere ve anlatılara sahip olduğu görülmekte ve kültürün yeniden üretiminde etkileyicilerin kendi ortak anlam dünyaları ile i içe yeni anlamlar yarattığı, var olanları genişlettiği, yerel pratikler ve söylemler örgütlediği görülmektedir. Bu görüntü de sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatılar ve söylemler etrafında kavranamayacağını göstermektedir.

## KAYNAKÇA

- Aral, S. (2022). *Furya Makinesi: Sosyal Medya Seçimlerimizi, Ekonomimizi ve Sağlığımızı Nasıl Bozuyor?* (S. H. Özçelik, Çev.). Tellekt.
- Ardell, D. B. (1981). *High Level Wellness: An Alternative to Doctors, Drugs, and Disease*. Bantam Books.
- Baker, S. A. (2022). *Wellness Culture: How the Wellness Movement has Been Used to Empower, Profit and Misinform*. Emerald Publishing.
- Berman, M. (2017). *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor: Modernite Deneyimi* (Ü. Altuğ & Ü. Peker, Çev.). İletişim Yayınları.
- Berger, J. (2022). *Bir Fotoğrafi Anlamak* (G. Dyer, Der., B. Eyüboğlu, Çev.). Metis Yayınları.
- Bourse, M., & Yücel, H. (2020). *Kültürel Çalışmaları Anlamak* (2nd ed.). İletişim Yayınları.
- Bouvier, G., & Rasmussen, J. (2022). *Qualitative Research Using Social Media*. Routledge.
- Bozkurt, F. (2014). *Sağlıklı Yaşam (Wellness) Pazarlamasında Kişisel Değerlerle Sağlığın Tanımının Sağlıklı Yaşam Tarzı Üzerinde Etkisi ve Bir Araştırma* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Cederström, C., & Spicer, A. (2017). *Sağlık Hastalığı: Güncel Bir Sendrom* (E. Gökyaran, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Cockerham, W. C. (2022). *Sağlığın ve Hastalığın Toplumsal Nedenleri* (E. T. Akı, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon Temsil Kültür: 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri*. Ütopya Yayınevi.
- Davies, W. (2018). *Mutluluk Endüstrisi* (M. Çavdar, Çev.). Sel Yayıncılık.
- Dijk, J. van. (2006). *The Network Society: Social Aspects of New Media* (2nd ed.). Sage Publications.
- Dunn, H. L. (1972). *High - Level Wellness: A collection of twenty-nine short talks on different aspects of the theme "High-Level Wellness for Man and Society."* R. W. BEATTY.
- Ehrenreich, B. (2020). *Sağlık Salgını: Uzun Yaşama Sevdamız Nelere Mal Oluyor?* (D. Kizen, Çev.). Mundi Kitap.

- Erdem, Z. D. (2024). *Instagram'da Sağlıklı Yaşam Uygulamalarının Benimsenmesi Üzerinde İçerik Üreticisi Özelliklerinin Etkisinin Kuşaklar Arası İncelemesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Boğaziçi Üniversitesi.
- Fay, B. (2001). *Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi: Çokkültürlü Bir Yaklaşım* (İ. Türkmen, Trans.). Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2021). *Kliniğin Doğuşu: Tıbbi Bakışın Arkeolojisi* (İ. Uysal, Çev.). Dergah Yayınları.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş* (D. Saraçoğlu & İ. Kalaycı, Çev.). NotaBene Yayınları.
- Fulford, R. (2019). *Anlatının Gücü: Kitle Kültürü Çağında Hikayecilik* (E. Kardelen, Çev.). Kolektif Kitap Yayınları.
- Görücü, Z. (2022). *Sosyal Medyada Kimlik İnşası: Hegemonik Erkeklik Bağlamında Instagram Babaları Üzerinden Erkekliğin Yeniden Üretimi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Güç, Ç. (2024). *Kadınların Instagram'da Sağlık ve Yaşam Kültürü: Feminist Bir Perspektiften Eleştirel Bir Analiz* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi.
- Güçbilmez, B. (2023). *Anne Ben Düştüm Mü? Kurmacalara Neden Muhtacız?: Kurmaca-Gerçek İlişkisi Üzerine Bir Deneme*. Kolektif Kitap Yayınları.
- Güçlü, İ. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri: Teknik-Yaklaşım-Uygulama*. Nika Yayınevi.
- Gülcan, D. (2023). *Kadınların Sağlıklı Bedeni Kavrayışı: Instagram Örneği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Hall, S. (2017). *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları* (İ. Dündar, Çev.). Pinhan Yayıncılık.
- Han, B.-C. (2022a). *Palyatif Toplum: Günümüzde Acı* (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Han, B.-C. (2022b). *Enfokrası: Dijitalleşme ve Demokrasinin Krizi* (M. Özdemir, Çev.) Ketebe Yayınları.
- Han, B.-C. (2021). *Şeffaflık Toplumu* (H. Barışcan, Çev.) Metis Yayınları.
- Han, B.-C. (2019). *Psikopolitika: Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri* (H. Barışcan, Çev.) Metis Yayınları.
- Han, B.-C. (2023) *Ötekini Kovmak: Günümüzde Toplum, Algı ve İletişim* (M. Özdemir, Çev.) Ketebe Yayınları.

*Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*, 2024. (2024, Ağustos 27). TÜİK. Son Erişim Tarihi: Mart 3, 2025, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492)

Hamzaoğlu, O. (2013). Dünyada Sağlık Reformu Türkiye'de Sağlıkta Dönüşüm: Gerçekler ve Belgeleri. *Toplum ve Hekim*, 28(3), 172-180.

Illich, I. (2019). *Sağlığın Gaspı* (S. Sertabiboğlu, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

*Instagram'da içerik üreticisi hesabı nasıl oluşturulur?* (2024). Instagram. Son Erişim Tarihi Şubat 26, 2025, <https://help.instagram.com/2358103564437429>

*IPSOS GLOBAL TRENDS IN SEARCH OF A NEW CONSENSUS: FROM TENSION TO INTENTION*. (2024, Şubat). IPSOS.

*İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar* (S. Çelenk, Derl.). (2021). Dipnot Yayınları.

İşçen, S. M. (2024). *Tüketicilerin Sağlık ve Zindeliğe Yönelik Tutumları: Motivasyonların, Engellerin ve Sosyal Medya Etkileyicilerinin Etkisinin İncelenmesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İzmir Ekonomi Üniversitesi.

Kafka, F. (2016). *Dönüşüm* (T. Bora, Çev.). İletişim Yayınları.

Karaçelik, Y. (2019). *Instagram: Görsel Kültür ve Fotoğrafın İzinde*. Nota Bene Yayınları.

Kaya, S. T. (2024). *Sosyal Medya Ve Güzellik Algısı: Instagram'da Filtre Kullanımı* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.

Kendall, E. (2025, Mart 30). *emoji*. *Encyclopedia Britannica*. Son Erişim Tarihi: 19 Nisan 2025 <https://www.britannica.com/topic/emoji>

Kemp, S. (2024, Şubat 23). *Digital 2024: Turkey*. Son Erişim Tarihi: Şubat 25, 2025, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>

Köse, E. K. (2024). *Instagram'daki Influencer Pazarlama Özelinde Skinfluencerların Kitleleri Üzerinden Güven İnşası Ve Güvenin Kitle Açısından Önemi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.

Lawrence, S. (Ed.). (2022). *Digital Wellness, Health And Fitness Influencers: Critical Perspectives On Digital Guru Media*. Routledge.

Macit, A. (2020). *Bir Güzellik Miti Olarak Kozmetiğin Yeni Medyada Algı Yararısı: Instagram'da Influencer* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Başkent Üniversitesi.

Martschukat, J. (2024). *Fitness Çağı: Beden Nasıl Başarı ve Performansın Simgesi Haline Geldi?* (E. Özbek, Trans.). İletişim Yayınları.

Metzl, J. M., & Kirkland, A. (Eds.). (2017). *Yeni Bir Erdeme Dönüşen Sağlığa Karşı* (N. Elhüseyni, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.

Miller, J. W. (2005). Wellness: The History and Development of a Concept. *Spektrum Freizeit*, 1, 84-102.

Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Cilt 1. Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (S. Özge, Çev.; 7th ed.). Yayın Odası.

Özbay, C., Terzioğlu, A., & Yasin, Y. (Eds.). (2018). *Neoliberalizm ve Mahremiyet: Türkiye'de Beden Sağlık ve Cinsellik*. Metis Yayınları.

Özer, Ö. (2022). Eleştirel Söylem Çözümlemesi: Haber Örnekleri Üzerine Bir İnceleme. *Etkileşim*, (9), 36-54.

Sejfula, M. (2023). *Biyopolitika Bağlamında Sosyal Medyada Beden Aşağılama Ve Beden Olumlama: Instagram Üzerine Netnografik Bir İnceleme* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.

Sezgin, D. (2011). *Tibbileştirilen Yaşam Bireyselleştirilen Sağlık*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Sezgin, D. (2016). Sağlıkta Dönüşüm: Sağlık Paradigması ve Medya. *Toplum ve Hekim*, 31(2), 101-109.

Sontag, S. (2023). *Fotoğraf Üzerine* (O. Akınhay, Çev.). Can Yayınları.

Tat, A. N. (2022). *Instagram'da sağlık: En çok takip edilen sosyal medya etkileyicisi hekimlerin profesyonel hesaplarının içerik ve etik yönünden değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Erciyes Üniversitesi.

Turner, G. (2016). *İngiliz Kültürel Çalışmaları* (D. Özçetin & B. Özçetin, Çev.). Heretik Yayınları.

Ulutaş, Ç. Ü. (2011). *Türkiye'de Sağlık Emek Sürecinin Dönüşümü: Proleterleşme ve Profesyonelleşme Tartışmaları Işığında*. Nota Bene Yayınları.

Uygan, Ö. (2023). *Sosyal Medyada Yeniden Yönlendirilen Nefret Söylemi: Instagram'da Güzellik Etkileyen Kişilerin Analizi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Yeditepe Üniversitesi.

*Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (M. Binark, Derl.; 3rd ed.). (2018). Ayrıntı Yayınları.

Zeitoun, J. D. (2024). *Sağlığın Tarihi: Uzayan Ömrümüz ve Geleceğimiz* (Y. A. Dalar, Çev.). Türkiye İş Bankası Yayınları.

Zote, J. (2025, Şubat 21). *26 Instagram stats you need to know for 2025*. Son Erişim Tarihi: Şubat 26, 2025, <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>

Wang, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-Sectional Studies Strengths, Weaknesses, and Recommendations. *CHEST*, 158, 65-71. <https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>  
*What consumers want from influencer marketing*. (2024). Sproutsocial.

*What is wellness?* (n.d.). Son Erişim Tarihi: Ekim 21, 2023, <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/>

Williams, R. (2017). *Kültür ve Toplum: 1780-1950* (U. Kocabaşoğlu, Çev.). İletişim Yayınları, İstanbul.

Williams, R. (1993). *Kültür* (S. Aydın, Çev.) İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

Williams, R. (1990). *Marksizm ve Edebiyat* (E. Tarım, Çev.). Adam Yayınları.

Williams, R. (2013). *Kültür ve Materyalizm* (F. B. Aydar, Çev.). Sel Yayıncılık.

Williams, R. (2003). *Televizyon Teknoloji ve Kültürel Biçim* (A. U. Türkbağ, Çev.). Dost Kitabevi Yayınları.

Williams, R. (2021). *Modernizmin Siyaseti* (B. Şannan Çev.; 2nd ed.). Sel Yayıncılık.

## ÖZET

Sağlıklı yaşam (wellness) kültürünün günümüzdeki görüntüsü ve toplumsal örüntüsü kapitalist pratik bir formül etrafında yorumlanmakta ve değerlendirilmektedir. Yapılandırılan bu formül tıbbi paradigmanın bulaşıcı hastalıklar döneminde halka ve insanlara aldatılan, çaresiz kimseler olarak bakan kitlesel kavrayışını ödünç almakta ve sağlık merkezinde yeniden inşa etmektedir. Bulaşıcı hastalıklar döneminde tıbbi otoriteye koşulsuz teslim edilmiş, nesneleştirilmiş, bireyin yabancılaştığı ve sağlık endüstrisinin bir metası haline gelmiş bedenler günümüzde sağlıklı yaşam (wellness) hareketine aynı şekilde koşulsuz şartsız teslim edilmektedir. Kapitalist pratik formül çerçevesinde sağlıklı yaşam (wellness) hareketi toplumu apolitize eden, tahakkümü yönetenler açısından yeniden kuran; bireyleri pasif, âciz, edilgen kimseler olarak kavrayan bir akla sahiptir. Sosyal medya sağlıklı yaşam endüstrisinin hâkim anlatılarını yukarıdan aşağıya doğru örgütlediği işlevli bir araç olarak tanımlanmaktadır. Sağlıklı yaşam etkileyicileri ise piyasa merkezli, pazar odaklı ve tüketim toplumu perspektifinden okunmakta; sağlıklı yaşam kültürünün yeniden üretiminde hâkim pozisyonun ortak anlam dünyasını yeniden üreten dişlilerden birisi olarak anlatılmaktadır. Homojen bir kavrayış veya kapitalist pratikten çıkarılmış bir formül olarak sağlıklı yaşam etkileyicileri hâkim anlatının doğrudan yapılandırdığı ve kitleleri yapılandıran kimseler olarak konumlandırılmaktadır. Kapitalist pratik formülün bu kavrayışı indirgemecidir. Sağlık etkileyicileri hâkim ortak anlam dünyası ile anlamın inşasında mücadele eden ve hâkim kültür ile uzlaşma ve kırılma noktaları bulunan özgün kimselerdir. Ortak anlamın inşasında hâkim anlatılar ile bir mücadele içerisindedir ve kültürün üretiminde hâkim anlatılarla uzlaşma ve kırılma noktalarında farklı görüntülere sahiptirler. Sağlık etkileyicilerinin bir kültürel üretim aracı olarak sosyal medyada sağlıklı yaşam başlığında, hâkim ortak anlam dünyası ile anlamın inşası

sürecindeki kırılmaları ve uzlaşmaları, onların anlatıları ve söylemleri üzerinden eleştirel söylem analizi çerçevesinde çözümleyen bu çalışmada Instagram’da “sağlıklı yaşam”, “sağlık”, “sağlık koçu”, “sağlıklı yaşam koçu”, “fitness koçu” ve “sağlıklı yaşam tavsiyeleri” anahtar sözcüklerinde paylaşım yapan beş kadın ve beş erkek olmak üzere toplamda 10 sağlıklı yaşam etkileyicisinin 776 reels videosu 1 Haziran - 31 Aralık 2024 tarihleri arasında, 6 aylık bir kesitle ve geriye dönük olarak incelenmiştir. Çalışmanın temel bulgusu sosyal medyada sağlıklı yaşam kültürü hâkim anlatıları (bireysel dönüşüm hikâyeleri, mucize kürler, sırlar ve enerjiler, sağlıklı beslenme önerileri, işbirlikleri ve reklamlar, sayılarla kurulan söylemler) barındırdığı kadar yerel sızıntıları da (milliyetçiliğin kültür içerisinde var olabildiği, kadınlar arası dayanışma stratejilerinin geliştirilebildiği, farklı dini anlatıların hâkim söylemleri değiştirerek kurucu bir noktaya gelebildiği, hegemonik erkekliğin yeniden üretiminde işlevli bir zemin olabildiği, bilimsel anlatıların kendisine yer bulabildiği, etkileyiciler arasında dışlayıcı pratiklerin gelişebildiği ve ülkelerin içerisinde bulunduğu duruma karşı bir itiraz noktası haline gelebildiği örnekler gibi) içermektedir. Sağlıklı yaşam kültürü içerisinde etkileyiciler kültürün yeniden üretiminde yerel ortak anlam dünyaları ile birlikte kültürü bu topraklara ait kılan özgün kimselerdir. Homojen bir topluluk olarak kavranıp endüstrinin pazarcıları haline getirilemeyecek kadar birbirlerinden farklı kişilerdir. Sağlıklı yaşam kültürünün sosyal medyada farklı etkileyicilere ve anlatılara sahip olduğu ve kültürün yeniden üretiminde etkileyicilerin kendi ortak anlam dünyaları ile iç içe yeni anlamlar yarattığı, var olanları genişlettiği, yerel pratikler ve söylemler örgütlediği görülmektedir. Bu görüntü de sağlıklı yaşam kültürünün hâkim anlatılar ve söylemler etrafında kavranamayacağını göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlıklı Yaşam, Wellness, Sosyal Medya, Etkileyiciler, Kültür.

## ABSTRACT

The current image and social pattern of wellness culture is interpreted and evaluated around a capitalist practical formula. This formula during the period of infectious diseases borrows the medical paradigm's mass conception of the public and people as deceived, helpless and reconstructs it in the health centre. Bodies that were unconditionally surrendered to medical authority during the period of infectious diseases, objectified, alienated from the individual and turned into a commodity of the health industry, are today unconditionally surrendered to the wellness movement in the same way. Within the framework of the capitalist practical formula, the wellness movement has a mind that depoliticizes society, reconstructs domination from the point of view of those who rule, and understands individuals as passive, helpless, manageable people. Social media is defined as a functional tool through which the wellness industry organises its dominant narratives from top to bottom. Wellness influencers are considered from a market-centred, market-oriented and consumer society perspective; they are described as one of the gears that reproduce the common meaning world of the dominant position in the reproduction of wellness culture. As a homogenous conception or a formula derived from capitalist practice, wellness influencers are positioned as those who are directly structured by the dominant narrative and who structure the masses. This conception of the formula of capitalist practice is reductionist. Wellness influencers are unique individuals who struggle with the dominant world of common meaning in the construction of meaning and have points of compromise and rupture with the dominant culture. They are in a struggle with dominant narratives in the construction of common meaning and have different images at the points of compromise and break with dominant narratives in the production of culture. In this study, which analyses the ruptures and compromises in the construction process of meaning with the dominant world of common meaning in the title of wellness on social media as a cultural production tool of wellness influencers, within the framework of critical discourse analysis through their narratives and discourses, 'wellness' on Instagram, 776 reels of videos of a total of 10 wellness influencers, five women and five men, sharing the keywords 'health', 'health coach', 'wellness coach', 'fitness coach' and 'wellness advice' were retrospectively analysed with a 6-month cross-section between the 1st of June and the 31st of December 2024. The main finding of the study is that wellness culture on social media contains dominant narratives (individual

transformation stories, miracle cures, secrets and energies, healthy nutrition recommendations, collaborations and advertisements, discourses established with numbers) as well as local leakages (nationalism can exist within the culture, solidarity strategies between women can be developed, The examples include examples where different religious narratives can become a constitutive point by changing the dominant discourses, can be a functional ground in the reproduction of hegemonic masculinity, scientific narratives can find a place for themselves, exclusionary practices can develop among influencers and become a point of objection against the situation in which countries are in). Within the culture of wellness, influencers are unique people who make the culture belong to these lands with their local common worlds of meaning in the reproduction of culture. They are too different from each other to be understood as a homogenous community and turned into marketers of the industry. It is seen that wellness culture has different influencers and narratives in social media, and in the reproduction of culture, influencers create new meanings intertwined with their own common meaning worlds, expand existing ones, and organise local practices and discourses. This image shows that wellness culture cannot be understood around dominant narratives and discourses.

**Keywords:** Wellness, Influencers, Wellness Influencers, Social Media, Culture.