

Üniversite Öğrencilerinin Kozmetik Cerrahi Kabul Düzeyleri ve Etkileyen Faktörler

Cosmetic Surgery Acceptance Levels of University Students and Affecting Factors

Niran ÇOBAN¹

ÖZ

Dünya genelinde kozmetik cerrahiye olan talep hızla artmaktadır. Günümüzde medyanın etkisi sonucunda bireylerin beden imajına yönelik düşüncesi değişmekte ve bunun sonunda kozmetik cerrahiye yönelik tutumları farklılaşmaktadır. Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin kozmetik cerrahi kabul durumları ve etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Tanımlayıcı tipteki araştırma Eylül 2022–Ocak 2023 tarihleri arasında, bir vakıf üniversitesinde lisans veya ön lisans düzeyinde öğrenim görmekte olan, 326 öğrenci ile tamamlandı. Araştırma verileri Tanıtıcı Özellikler Formu ve Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği kullanılarak çevrimiçi ortamda toplandı. Öğrencilerin yaş ortalaması $20,89\pm 4,51$ (min=18; maks=50)'dir. Öğrencilerin Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği puan ortalaması $54,917\pm 20,363$ (min=15; maks=102) bulundu. Ölçek alt boyut puan ortalamalarının ise; Kişisel Boyut $21,666\pm 8,143$ (min=5; maks=35), Sosyal Boyut $13,163\pm 7,794$ (min=5; maks=35), ve Düşünceler Boyutu $20,089\pm 8,130$ (min=5; maks=35) olduğu saptandı. Çalışma sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanma durumu, sosyal medyada geçirilen süre, sosyal medyada estetik cerrahi takip etme, sosyal medyada filtre kullanma sıklığı, kozmetik malzemelere ayrılan aylık bütçe miktarı ve estetik cerrahi olmayı isteme durumlarının öğrencilerin kozmetik cerrahi kabul düzeylerini arttırdığı belirlendi.

Anahtar Kelimeler: Cerrahi, Kozmetik Cerrahi, Öğrenci, Üniversite.

ABSTRACT

The demand for cosmetic surgery is increasing rapidly worldwide. Today, as a result of the influence of the media, people's ideas about body image are changing and, as a result, their attitudes towards cosmetic surgery are becoming more diverse. The aim of this study is to determine the acceptance status of cosmetic surgery among university students and the factors affecting it. The descriptive study was completed between September 2022 and January 2023 with 326 students studying at a foundation university at the undergraduate or associate degree level. Data were collected online using the Descriptive Characteristics Form and Cosmetic Surgery Acceptance Scale. The mean age of the students was 20.89 ± 4.51 years (min=18; max=50). The mean Cosmetic Surgery Acceptance Scale score was 54.917 ± 20.363 (min=15; max=102). The mean scores of the sub-dimensions of the scale were as follows: Personal Dimension $21,666\pm 8,143$ (min=5; max=35), Social Dimension $13,163\pm 7,794$ (min=5; max=35), and Thoughts Dimension $20,089\pm 8,130$ (min=5; max=35). As a result of the study, it was determined that the status of using social media, the time spent on social media, following aesthetic surgeons on social media, the frequency of using filters on social media, the amount of monthly budget allocated to cosmetic materials and the desire to have aesthetic surgery increased the acceptance levels of cosmetic surgery.

Keywords: Surgery, Cosmetic Surgery, Student, University.

Araştırma TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projelerini Destekleme Programı tarafından desteklenmiştir.

Araştırmanın yürütülebilmesi için İstanbul Gedik Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulundan (Tarih:21.09.2022 / Karar No:383) etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırma Altınbaş Üniversitesi 1. Ulusal Sağlık Hizmetleri ve Bilimleri Kongresi'nde sözel bildiri olarak sunulmuştur.

¹ Doktor Öğretim Üyesi, Niran ÇOBAN, Cerrahi Hastalıklar Hemşireliği, İstanbul Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik, nirancoban@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1926-5362

İletişim / Corresponding Author: Niran ÇOBAN
e-posta/e-mail: nirancoban@gmail.com

Geliş Tarihi / Received: 28.12.2023
Kabul Tarihi/Accepted: 02.04.2024

GİRİŞ

İnsanlar yaşamları boyunca kendi görünüşlerinin diğer insanlar üzerinde nasıl bir izlenim bıraktığını merak etmektedir.¹ Fiziksel görünüme verilen önem nedeniyle bireyler hoş ve beğenilir olmak, genç görünmek, toplum içerisinde rağbet görmek için yoğun çaba ve uğraş içerisine girmektedir. Bu gibi nedenlerle bireyler beden imajlarına yönelik olumsuz düşünceleri ile baş edebilmek için kozmetik cerrahiye yönelebilmektedir.²

Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği'nin (International Society of Aesthetic Plastic Surgery) verilerine göre 2019 yılında Dünya'da 11.363.569 cerrahi ve 13.618.735 cerrahi olmayan estetik amaçlı işlem gerçekleştirildiği ve söz konusu artışın gelişen teknolojinin bir sonucu olduğu belirtilmektedir.^{2,4,5}

Günümüzde tıp ve teknolojinin hızla gelişmesi sayesinde perioperatif süreçte yaşanan ağrı ve komplikasyonlar en aza indirgenmiştir. Ek olarak kozmetik cerrahinin günümüzde daha az maliyetli olması sebebiyle farklı ekonomik düzeydeki bireylerin de kozmetik cerrahiye kolayca ulaşması sağlanmıştır. Bunun sonucunda kozmetik cerrahi her kesimden bireye hitap eden müdahaleler haline gelmiştir.⁶

Öte yandan gelişen teknoloji ile beraber içinde bulunduğumuz yüzyılda sosyal medya platformlarının aktif olarak kullanılmasının kozmetik cerrahiye olan talebi arttırdığı

belirtilmektedir. Genç yaşta bireylerin özellikle sosyal medya platformları aracılığıyla kozmetik cerrahiye ilgiyle takip ettiği bilinmektedir.^{2,7}

Kozmetik cerrahi ile bireylerin beden imajının düzeltilmesi, memnuniyet ve psikolojik durumlarında iyileşme sağlanmasının hedeflenmesine karşın; ameliyat sonrası kronik ağrı, anksiyete, depresyon, düşük benlik saygısı ve cerrahi sonrası psikolojik rahatsızlık gibi olumsuz sonuçlara da neden olabilmektedir.⁸⁻⁹ Özellikle son yıllarda artan kozmetik cerrahi başvuruları ve ameliyat sonrası bireylerde karşılaşılabilecek olası sorunlar göz önünde bulundurulduğunda söz konusu süreçte cerrahi hemşirelerin önemli rol ve sorumlulukları olduğu düşünülmektedir.

Kozmetik cerrahi konusunda farklı çalışmalar bulunsa da üniversite öğrencilerinin kozmetik cerrahi kabul düzeylerini inceleyen çalışmalar sınırlıdır.⁹⁻²⁰ Bu araştırma üniversite öğrencilerinin kozmetik cerrahi kabul düzeyleri ve etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır:

- Üniversite öğrencilerinin kozmetik cerrahi kabul düzeyleri nedir?
- Üniversite öğrencilerinin tanıtıcı özellikleri ile kozmetik cerrahi kabul düzeyleri arasında fark var mıdır?

MATERYAL VE METOT

Araştırmanın Tipi

Bu araştırma tanımlayıcı tipte bir çalışmadır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, İstanbul'daki bir vakıf üniversitesinin lisans ve ön lisans programlarında 2022-2023 eğitim-öğretim yılı güz döneminde öğrenim gören 3426 öğrenci oluşturdu. Araştırma örneğine dahil edilecek öğrenci sayısını belirlemek için

güç analizi yapıldı. Örneklem hesaplaması için Raosoft örneklem hesaplama programı ile yapılan güç analizi sonucunda %95 güven aralığı ve %5 hata payı en az 251 öğrenci ile araştırmanın yürütülmesi gerektiği planlandı. Araştırma, Eylül 2022-Ocak 2023 tarihleri arasında araştırmaya katılmayı kabul eden ve anket formunu eksiksiz tamamlayan 326 öğrenci ile tamamlandı.

Veri Toplama Formları

Bu araştırmanın verileri Tanıtıcı Özellikler Soru Formu ve Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği kullanılarak elde edildi.

Tanıtıcı Özellikler Soru Formu

Araştırmacılar tarafından literatüre dayalı olarak hazırlanan Tanıtıcı Özellikler Soru Formu yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim durumu, estetiğe yönelik düşünce ve kozmetik alışkanlıklara yönelik bilgileri içeren 15 sorudan oluşmaktadır.²¹⁻²⁴

Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği (KCKÖ)

Estetik-Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği (KCKÖ) 2005 yılında Henderson-King ve Henderson-King tarafından geliştirilmiştir.²⁵ Ölçeğin ülkemizdeki geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Karaca ve ark., (2017) tarafından yapılmıştır.²⁴ Ölçek 15 madde 3 alt boyuttan oluşmakta olup likert tiptedir. Ölçeğin Kişisel, Sosyal ve Düşünceler Alt Boyutları bulunmaktadır. Yalnızca 10. Madde olumsuz ifade içermesi sebebiyle ters kodlanmaktadır. KCKÖ puan aralığı 15-105'tir. Alt boyutlar ve ölçek toplam puanının yükselmesi estetik cerrahiye ilişkin tutumların olumlu olduğunu göstermektedir. Henderson-King'in çalışmasında ölçeğin iç tutarlılığının yüksek (Cronbach alfa .91 ile .93 arasında) olduğu bildirilmektedir.²⁵ Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,92 bulunmuştur.

Verilerin Toplanması

Veriler, araştırmacılar tarafından Google Forms üzerinden oluşturulan anketin bağlantısı araştırmanın yürütüleceği vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilere sosyal paylaşım ağları üzerinden iletilerek elde edildi. Hazırlanan anketin birinci bölümünde çalışmanın amacı ve kapsamını içeren gönüllü olur formu yer aldı. Anketin ikinci bölümünde ise Tanıtıcı Özellikler Soru Formu ve KCKÖ'ne ait sorular yer aldı. Araştırmaya, 2022-2023 öğretim yılı güz

döneminde önlisans ve lisans programlarında öğrenim gören, araştırmaya katılmaya gönüllü olan, akıllı telefon/ bilgisayar kullanabilen ve internet erişimine sahip olan öğrenciler dahil edildi. Gönüllü olur formunu onaylayarak anket sorularını cevaplayan öğrencilerin yanıtları değerlendirildi. Anket sorularını yanıtlama süresi yaklaşık 5- 7 dakikadır.

Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmanın yürütülebilmesi için İstanbul Gedik Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulundan (Tarih:21.09.2022/Karar No:383) etik kurul onayı alındı. Araştırmaya davet edilen tüm katılımcılara araştırma hakkında bilgi verildi ve onamları alındı. Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği'nin kullanılabilmesi için ölçeğin Türkçe uyarlamasını yapan yazardan e-mail aracılığıyla izin alındı.

Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma verilerinin analizinde Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 22.0 for Windows, SPSS Inc., Chicago, IL) programı kullanıldı. İstatistiksel anlamlılığın göstergesi olarak $p < 0,05$ kabul edildi. Verilerin analizinde parametrik yöntemler kullanılmıştır. Öğrencilerin tanımlayıcı özelliklerine göre ölçek düzeylerindeki farklılaşmaların incelenmesinde t-testi, tek yönlü varyans analizi (Anova) ve post hoc (Tukey, LSD) analizlerinden faydalanılmıştır. Araştırma değişkenlerinin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek üzere Kurtosis (Basıklık) ve Skewness (Çarpıklık) değerleri incelenmiştir.

Araştırmanın Kısıtlılıkları

Bu çalışma tek merkezli bir çalışma olduğu ve çalışmanın yapıldığı üniversite ile sınırlı olduğu için tüm üniversite öğrencilerine genellenemez.

Destekleyen Kuruluş

Bu araştırma TÜBİTAK 2209-A tarafından desteklenmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmadan elde edilen veriler incelendiğinde; öğrencilerin yaş ortalaması

20,890±4,510 yıl (min=18; maks=50) olarak saptandı. Öğrencilerin %88'i kadın ve

%93,3'ü bekarıdır. Öğrencilerin öğrenim görmekte olduğu bölümler incelendiğinde; %22,4'ü Beslenme ve Diyetetik, %22,7'si Fizyoterapi ve Rehabilitasyon, %28,8'i Hemşirelik, %9,8 Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik, %16,3'ü ise diğer bölümlerde öğrenim görmektedir. Öğrencilerin %80,4'ü çekirdek aileye sahip ve %62,9'unun ise gelirinin giderine denk olduğu saptandı (Tablo 1).

Tablo 1. Öğrencilerin Tanımlayıcı Özelliklerinin Dağılımı (N=326)

Değişkenler	n	%
Yaş (20,89±4,51)		
20 yaş ve altı	236	72,4
20 yaş ve üzeri	90	27,6
Cinsiyet		
Erkek	39	12,0
Kadın	287	88,0
Medeni durum		
Evli	22	6,7
Bekar	304	93,3
Bölüm		
Beslenme ve Diyetetik	73	22,4
Fizyoterapi ve Rehabilitasyon	74	22,7
Hemşirelik	94	28,8
Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik	32	9,8
Diğer*	53	16,3
Aile tipi		
Çekirdek aile	262	80,4
Geniş aile	64	19,6
Gelir düzeyi		
Gelir giderden az	85	26,1
Gelir gidere denk	205	62,9
Gelir giderden fazla	36	11,0

/: Yüzde, *: Mühendislik, mimarlık, hukuk vb.

Öğrencilerin %84'ünün en fazla Instagram kullandığı ve %41,7'sinin ise günde ortalama 5 saat üzeri sosyal medyada vakit geçirdiği belirlendi. Öğrencilerin %74,8'inin sosyal medyada herhangi bir estetik cerrahi hekimini takip etmediği saptandı. Estetik operasyon olmayı isteyen %30,1 oranında öğrenci bulunurken en sık istenilen estetik cerrahi işleminin %49,4 oran ile burun estetiği olduğu belirlendi. Öğrencilerin %45,4'ünün sosyal medyada fotoğraf ve/veya video çekerken nadiren filtre kullandığı saptandı. Öğrencilerin %37,7'sinin gün içerisinde 4-5 defa aynaya bakma ihtiyacı duyduğu,

%42,6'sının ise aylık kozmetik malzeme için 0-100 TL bütçe ayırdığı belirlendi (Tablo 2).

Tablo 2. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Estetiğe Yönelik Görüşlerinin Dağılımı (N=326)

Değişkenler	n	%
Aktif kullanılan sosyal medya		
Instagram	274	84,0
Youtube	28	8,6
Diğer*	24	7,4
Sosyal medyada günde ortalama geçirilen süre		
Günde 0-2 saat	66	20,2
Günde 3-4 saat	124	38,0
Günde 5 saat ve üzeri	136	41,7
Sosyal medyada estetik cerrah hekimleri takip etme durumu		
Evet	82	25,2
Hayır	244	74,8
Estetik cerrahi/müdahale olmayı isteme durumu		
Evet	98	30,1
Hayır	158	48,5
Kararsız	70	21,5
En çok yapılması istenilen estetik cerrahi/müdahale		
Burun estetiği	83	49,4
Diş estetiği	24	14,3
Dudak estetiği	22	13,1
Liposuction	9	5,4
Meme estetiği	15	8,9
Yüz-boyun Germe	15	8,9
Bir hastalık nedeniyle estetik tercih etme durumu		
Evet	111	34,0
Hayır	215	66,0
Sosyal medyada fotoğraf ve/veya video çekerken filtre kullanma sıklığı		
Hiçbir zaman	84	25,8
Nadiren	148	45,4
Sık sık	65	19,9
Her zaman	29	8,9
Kozmetik için ayrılan aylık bütçe		
0-100 TL	139	42,6
101-300 TL	127	39,0
301 TL ve üzeri	60	18,4
Gün içerisinde aynaya bakma sıklığı		
1-3 defa	87	26,7
4-5 defa	113	37,7
6-9 defa	56	17,2
10 ve üzeri	70	31,5

/: Pinterest, Twitter, Tiktok vb.

Öğrencilerin KCKÖ puan ortalaması 54,917±20,363 (min=15; maks=102), Kişisel Alt Boyut puan ortalaması 21,666±8,143 (min=5; maks=35), Sosyal Alt Boyut puan ortalaması 13,163±7,794 (min=5; maks=35), Düşünceler Alt Boyut puan ortalaması 20,089±8,130 (min=5; maks=35) olarak saptandı (Tablo 3).

Tablo 3. Öğrencilerin Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamaları (N=326)

Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği Alt Boyutları	Ort	Ss	Min.	Maks.	Kurtosis	Skewness	Alpha
Kişisel Alt Boyut	21,666	8,143	5,000	35,000	-0,826	-0,371	0,894
Sosyal Alt Boyut	13,163	7,794	5,000	35,000	0,257	1,030	0,894
Düşünceler Alt Boyut	20,089	8,130	5,000	35,000	-1,111	0,019	0,839
Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği Toplam	54,917	20,363	15,000	102,000	-0,834	0,176	0,922

Öğrencilerin tanıtıcı özellikleri ile KCKÖ puanları arasındaki ilişki değerlendirildiğinde; erkeklerin kozmetik cerrahi kabul ölçeği Düşünceler Alt Boyut puan ortalaması, kadınlardan anlamlı düzeyde düşük bulundu (Tablo 4).

Öğrencilerin aktif kullandığı sosyal medya platformlarına göre KCKÖ toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuş olup; diğer sosyal medya kullanıcılarının (Pinterest, Twitter, Tiktok vb.) puan ortalamalarının Instagram ve YouTube kullananlardan yüksek olduğu saptandı ($p<0.05$) (Tablo 4).

Sosyal medyada geçirilen süre ile KCKÖ ve alt boyutlarında anlamlı farklılık saptandı. Sosyal medyada günlük 3-4 saat vakit geçiren öğrencilerin KCKÖ toplam puan ortalamaları 0-2 saat vakit geçirenlerden, 0-2 saat vakit geçirenlerin KCKÖ toplam puan ortalamalarının ise 5 saat ve üzeri vakit geçirenlerden anlamlı derece yüksek olduğu belirlendi ($p<0.05$) (Tablo 4).

Öğrencilerin sosyal medyada fotoğraf ve/veya video çekerken filtre kullanma sıklığı ile KCKÖ toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuş olup; sık sık filtre kullananların puan ortalamalarının hiçbir zaman kullanmayanlara ve nadiren kullananlara göre yüksek olduğu saptandı ($p<0.05$). Benzer şekilde ölçek alt boyutlarında da anlamlı farklılık olduğu belirlendi (Tablo 4).

Sosyal medyada estetik cerrahi takip etme durumu ile KCKÖ toplam puanı ve alt boyutları değerlendirildiğinde; estetik cerrahi takip edenlerin ölçek toplam ve alt boyut puan ortalamalarının takip etmeyenlerden yüksek

olduğu bulundu ($p<0.05$). Benzer şekilde ölçek alt boyutlarında da anlamlı farklılık saptandı (Tablo 4).

Hastalık nedeniyle estetik operasyon olmak isteyen öğrencilerin KCKÖ Düşünceler Alt Boyut puan ortalamalarının, hastalık nedeni olmaksızın estetik olmak isteyenlerden yüksek olduğu saptandı ($p<0.05$) (Tablo 4).

Öğrencilerin kozmetik malzeme için aylık ayırdıkları bütçe ile KCKÖ toplam puan ortalamaları ve alt boyut puan ortalamaları arasında anlamlı fark saptandı. 101-300 TL ve 301 TL ve üzeri bütçe ayıran öğrencilerin KCKÖ toplam puan ortalamalarının 0-100 TL ayıranlardan yüksek olduğu belirlendi ($p<0.05$). Alt Boyut puan ortalamaları değerlendirildiğinde; 101-300 TL ve 301 TL ve üzeri bütçe ayıran öğrencilerin KCKÖ Kişisel Alt Boyut ve Sosyal Alt Boyut puan ortalamalarının 0-100 TL ayıranlardan yüksek olduğu belirlendi ($p<0.05$). Düşünceler Alt Boyutu'nda ise; 101-300 TL ve 301 TL ve üzeri bütçe ayıran öğrencilerin puan ortalamalarının 0-100 TL ayıranlardan yüksek bulunurken, 301 TL ve üzeri bütçe ayıran öğrencilerin Düşünceler Alt Boyutu puan ortalamaları da 101-300 TL ayıran öğrencilerden yüksek bulundu ($p<0.05$).

Gün içerisinde aynaya bakma sıklığı ile KCKÖ ve alt boyutlarında anlamlı farklılık saptandı. Buna göre; KCKÖ toplam, Kişisel Alt Boyut ve Düşünceler Alt Boyutu puan ortalamaları değerlendirildiğinde; günde 4-5 defa, 6-9 defa ve 10 defa üzeri aynaya bakma ihtiyacı duyan öğrencilerin KCKÖ toplam ve Kişisel Alt Boyut puan ortalamalarının günde 1-3 defa aynaya bakanlardan yüksek olduğu saptandı ($p<0.05$).

Tablo 4. Öğrencilerin Tanıtıcı Özellikleri ile Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (N=326)

Demografik Özellikler		N	Kozmetik Cerrahi Kabul Ölçeği Toplam Ort ± SS	Kişisel Alt Boyut Ort ± SS	Sosyal Alt Boyut Ort ± SS	Düşünceler Alt Boyut Ort ± SS
Cinsiyet	Erkek	39	50,385±23,827	18,949±9,771	14,615±9,549	16,821±6,797
	Kadın	287	55,533±19,814	22,035±7,843	12,965±7,522	20,533±8,205
			F=-1,484 p=0,139	F=-2,234 p=0,065	F=1,242 p=0,306	F=-2,702 p=0,007
Aktif kullanılan sosyal medya	Instagram	274	54,427±20,220	21,617±8,158	12,975±7,738	19,836±8,151
	Youtube	28	51,143±19,575	19,393±8,029	12,393±7,922	19,357±7,607
	Diğer (Pinterest, Twitter, Tiktok vb)	24	64,917±20,787	24,875±7,368	16,208±7,945	23,833±7,845
				F=3,507 p=0,031 PostHoc=3>1, 3>2 (p<0.05)	F=2,996 p=0,051	F=2,063 p=0,129
Sosyal medyada ortalama vakit geçirme süresi	Günde 0-2 saat	66	47,667±18,806	19,364±8,114	11,561±6,999	16,742±7,135
	Günde 3-4 saat	124	54,307±20,517	21,718±7,644	13,000±7,931	19,589±8,391
	Günde 5 saat ve üzeri	136	58,993±20,041	22,735±8,422	14,088±7,949	22,169±7,772
				F=7,230 p=0,001 PostHoc=2>1, 3>1 (p<0.05)	F=3,881 p=0,022 PostHoc=3>1 (p<0.05)	F=2,401 p=0,092
Sosyal medyada fotoğraf ve/veya video çekerken filtre kullanma sıklığı	Hiçbir zaman	84	51,071±21,486	20,762±8,352	12,619±8,676	17,691±8,207
	Nadiren	148	53,500±19,100	21,439±8,097	12,122±6,762	19,939±8,040
	Sık sık	65	61,692±18,941	23,415±7,254	14,631±7,831	23,646±7,511
	Her zaman	29	58,103±23,174	21,517±9,406	16,759±8,753	19,828±7,241
			F=3,979 p=0,008 PostHoc=3>1, 3>2 (p<0.05)	F=1,392 p=0,245	F=3,948 p=0,009 PostHoc=4>1, 3>2, 4>2 (p<0.05)	F=6,976 p=0,000 PostHoc=2>1, 3>1, 3>2, 3>4 (p<0.05)
Estetik cerrah hekimleri takip etme	Evet	82	64,000±21,339	24,073±8,679	16,646±8,932	23,281±7,258
	Hayır	244	51,865±19,121	20,857±7,807	11,992±7,012	19,016±8,140
			t=4,826 p=0,000	t=3,137 p=0,002	t=4,837 p=0,000	t=4,213 p=0,000
Estetik cerrahi/müdahale olmayı isteme durumu	Evet	98	67,674±19,849	25,051±8,077	16,745±8,532	25,878±6,940
	Hayır	158	44,108±16,982	18,620±7,979	10,525±6,539	14,962±6,465
	Kararsız	70	61,457±14,177	23,800±5,795	14,100±7,171	23,557±5,342
				F=62,044 p=0,000 PostHoc=1>2, 3>2, 1>3 (p<0.05)	F=25,189 p=0,000 PostHoc=1>2, 3>2 (p<0.05)	F=22,544 p=0,000 PostHoc=1>2, 3>2, 1>3 (p<0.05)
Kozmetik için ayrılan aylık bütçe	0-100 TL	139	49,273±18,633	19,942±7,888	11,554±6,522	17,777±8,080
	101-300 TL	127	57,260±19,569	22,835±7,670	13,780±8,054	20,646±7,510
	301 TL ve üzeri	60	63,033±22,369	23,183±9,045	15,583±9,147	24,267±7,741
				F=11,663 p=0,000 PostHoc=2>1, 3>1 (p<0.05)	F=5,619 p=0,004 PostHoc=2>1, 3>1 (p<0.05)	6,463 0,002 2>1, 3>1 (p<0.05)
Gün içerisinde aynaya bakma sıklığı	1-3 defa	87	46,253±20,458	18,391±8,431	11,425±7,469	16,437±7,711
	4-5 defa	113	56,690±20,056	22,097±7,613	14,080±8,069	20,513±7,826
	6-9 defa	56	57,696±18,240	23,000±7,284	12,518±7,122	22,179±7,602
	10 defa ve üzeri	70	60,600±19,351	23,971±8,165	14,357±7,967	22,271±8,140
			F=8,214 p=0,000 PosHoc=2>1, 3>1, 4>1 (p<0.05)	F=7,606 p=0,000 PosHoc=2>1, 3>1, 4>1 (p<0.05)	F=2,679 p=0,047 PosHoc=2>1, 4>1 (p<0.05)	F=9,571 p=0,000 PosHoc=2>1, 3>1, 4>1 (p<0.05)

Günümüzde teknoloji ve sağlık alanında yaşanan gelişmeler ile ameliyat sonrası komplikasyonlar en aza indirgenmiş, cerrahiye olan güven artmıştır. Bu durumun bir sonucu olarak da elektif cerrahi olan kozmetik cerrahiye talep artmıştır.^{6,10-11} Ayrıca artan sosyal medya kullanımı, estetik cerrahinin pozitif sonuçları ve değişen güzellik algısı gibi farklı faktörlerin de kozmetik cerrahiye olan eğilimi arttırdığı düşünülmektedir. Bu doğrultuda araştırmada üniversitede öğrenim gören öğrencilerinin kozmetik cerrahi kabul düzeyi ve etkileyen faktörler değerlendirildi.

Araştırmamıza katılan öğrencilerin yaş ortalamaları 20,89±4,51 ve büyük çoğunluğu kadındır. Benzer çalışmalarda da katılımcıların büyük kısmının kadın olduğu ve yaş ortalamalarının benzer aralıkta olduğu görülmektedir.^{3,7,12}

Araştırmada kullanılan KCKÖ toplam puan ortalamasının yüksek olduğu bulundu (54,917±20,363). Ayrıca ölçek alt boyutlarından, Kişisel Boyut (21,666±8,143), Sosyal Boyut (13,163±7,794), Düşünceler Boyutu (20,089±8,130) puan ortalamaları da yüksek düzeyde bulundu. Literatür değerlendirildiğinde farklı çalışmalarda da katılımcıların kozmetik cerrahi kabul düzeyleri yüksek bulunmuştur.^{3,7,12} Çalışmamızın bulguları literatürü destekler niteliktedir.

Lunde (2013) tarafından yapılan araştırmada genç erkeklerin sosyal nedenlerden dolayı estetik ameliyatlara başvurma eğiliminde oldukları, genç kadınların ise en güçlü motivasyonunun estetik ameliyatlara olduğu belirtilmektedir.²⁶ Literatür incelendiğinde sıklıkla kadınların kozmetik cerrahiye olan tutumlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.^{3,7} Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre KCKÖ toplam, Kişisel Alt Boyut ve Sosyal Alt Boyut puan ortalamalarında fark bulunmazken, kadın öğrencilerin KCKÖ Düşünceler Alt Boyutu puan ortalamalarının erkek öğrencilerden yüksek olduğu belirlendi. Bu durum kadınların kozmetik cerrahiye yönelik olumlu tutumlarını yansıtırken, erkeklerin de

estetik cerrahiye olan eğiliminin yüksek olduğunu göstermektedir.

Sosyal ağlar, dijital olarak geliştirilmiş olan bireylerin çeşitli etkiler ve filtreler aracılığıyla kendilerini en iyi hissettikleri haliyle görmeyi kolaylaştıran platformlardır. Ayrıca günümüz toplumunda, medya tarafından fiziksel görünümün önemi ve ideal beden kavramı bireyler için oldukça ikna edicidir.¹³⁻¹⁴ Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya platformlarından Instagram'ı tercih ettiği belirlenirken, diğer sosyal medya platformlarını (TikTok, Twitter, Pinterest vb) kullanan öğrencilerin kozmetik cerrahi kabul düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlendi. Benzer şekilde genç kadınların kozmetik prosedürleri kabulünde sosyal medyanın rolü üzerine yapılan çalışmada, sosyal medyada paylaşılan gönderileri izlemenin kozmetik tedavilere olan eğilimi arttırdığı belirtilmiştir.¹⁵ Bu kapsamda araştırma bulgusu literatür tarafından desteklenmektedir.

Sosyal medya platformlarının günümüzde bireylerin yaşamlarının bir parçası haline geldiği ve oldukça fazla zaman harcandığı görülmektedir.¹⁶ Araştırmaya katılan öğrencilerin yarısına yakınının günde beş saat ve üzeri süre ile sosyal medyada vakit geçirdiği belirlenmiş olup, sosyal medyada vakit geçirme süresi arttıkça KCKÖ toplam puanı ve ölçek alt boyutlarından Kişisel Boyut ve Düşünceler Boyutu puan ortalamalarının da yükseldiği belirlendi. Benzer şekilde farklı çalışmalarda da sosyal medya kullanımının estetik cerrahiye yönelik tutumları etkilediği ve sosyal medya kullanımı arttıkça estetik cerrahi yaptırma eğiliminin arttığı belirtilmiştir.¹⁶⁻¹⁸

Genç bireyler arasında estetik cerrahiye olan eğilimin artması ve normalleşmesinin, sosyal medya içerisinde yer alan ve resimlerin dijital olarak geliştirilmesini sağlayan filtrelerin kullanılması sayesinde olabileceği belirtilmektedir.¹⁹ Araştırmaya katılan öğrencilerden sosyal medya paylaşımlarında sık sık filtre kullananların KCKÖ toplam, Sosyal Boyut ve Düşünceler Boyut puan ortalamaları yüksek bulundu. Literatür incelendiğinde farklı araştırmalarda da filtre

kullanımının genç yetişkinlerin kozmetik cerrahi kabulünü arttırdığı belirtilmektedir.^{12,20} Bu araştırmanın bulgusunun literatür ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Günümüzde sosyal medya platformlarında sıklıkla estetik cerrahların, cerrahiden elde edilen olumlu sonuçları paylaştığı görülmekte olup birçok sosyal medya kullanıcısı tarafından ilgiyle takip edildiği düşünülmektedir.⁷ Araştırmaya katılan öğrencilerin yarısından azının sosyal medyada estetik cerrah hekimleri takip ettiği belirlenirken, estetik cerrah takip edenlerin KCKÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarının yüksek olduğu belirlendi. Benzer şekilde Arab ve ark. (2019) sosyal medyadan etkilenenlerin %66'sının estetik cerrahları sosyal medya platformlarında takip ettiğini ortaya koymuştur.⁷ Sosyal medyada estetik cerrahlar tarafından yapılan paylaşımların bireylerin estetik cerrahiye yönelik eğilimini arttırdığı söylenebilir.

Araştırmada öğrencilerin yarısından azının estetik operasyon olmayı istediği belirlenirken, estetik operasyon olmak isteyen öğrencilerin KCKÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarının yüksek olduğu belirlendi. Literatür incelendiğinde estetik cerrahi geçirmek isteyen kişilerin sosyal medya, ebeveyn, arkadaş ve partnerlerinin olumsuz görüşleri ile olumsuz beden imajı algısı olduğunu göstermektedir.²¹⁻²² Bu kapsamda öğrencilerde olumlu beden imajı algısının geliştirilmesi gerektiği söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlasının kozmetik malzeme için aylık belirli miktarlarda para harcadığı belirlenirken 301 Türk lirası ve üzeri harcama yapanların KCKÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarının yüksek olduğu belirlendi. Bireylerin vücutlarının bir başkası tarafından beğenilmesi amacıyla fiziksel görünüme

yaptıkları finansal harcamaların kozmetik cerrahi kabulü ile ilişkili olduğu bilinmektedir.²⁷ Bireylerin fiziksel olarak daha güzel görünüm elde etmek, beğenildiklerini duymak için kozmetik malzeme kullanımına eğilim gösterdiği ve bu durumun ise kozmetik cerrahiye olan yönelimi arttırdığı söylenebilir.

Yüz için en temel ve etkili değerlendirme aracı aynadır.²⁸ Gün içerisinde fiziksel görünümü değerlendirmek veya düzeltmek amacıyla aynaya bakma istediği doğabilmektedir. Araştırmamıza katılan öğrencilerden günde on ve üzeri sayıda aynaya bakanların KCKÖ puan ve alt boyut puanlarının yüksek olduğu belirlendi. Bireylerin iyi olma halinin yüzlerinin görünümündeki olumlu algı üzerinde önemli etkiye sahip olabileceği belirtilmektedir.²⁹ Öğrencilerin gün içerisinde aynaya bakma ihtiyacı göz önünde bulundurulduğunda, olumlu beden imajı algısının geliştirilmesine yönelik müdahalelere ihtiyaç duyulduğu söylenebilir.

Kozmetik cerrahiye olan talebin gün geçtikçe arttığı bilinmektedir. Kozmetik cerrahi bazen bir hastalık nedeniyle yapılması gerekirken çoğu zaman kişinin tercihine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun bir hastalık durumu olmaksızın kozmetik cerrahi olmak istedikleri belirlendi. Hastalık nedeniyle gerçekleşmeyen kozmetik cerrahi ameliyatlarında bireylerin beklentisi farklılık gösterebilmektedir.³⁰ Bu durum ise ameliyat sonrası anksiyete, depresyon, düşük benlik saygısı ve cerrahi sonrası psikolojik rahatsızlıklara neden olabilmektedir.⁸⁻⁹ Dolayısıyla bu bireylerde cerrahi hemşirelerinin hastalarını iyi tanıması ve bakımın holistik olarak sağlanması önemli olup, ameliyat sonrası karşılaşılabilecek olumsuzlukları önleyeceği düşünülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonucunda, sosyal medya kullanımının öğrencilerin kozmetik cerrahiye eğilimini arttırdığı, sosyal medyada beş saat ve üzeri vakit geçiren, estetik cerrahi yapan hekimi takip eden, fotoğraf paylaşırken filtre

kullanan, estetik cerrahi olmak isteyen ve kozmetik malzemeye daha fazla bütçe ayıran öğrencilerin kozmetik cerrahiye olan kabul düzeylerinin yüksek olduğu görüldü. Çalışmanın sonuçlarına göre kozmetik cerrahi

yaptırmak isteyen öğrencilerin psikososyal olarak desteklenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Özellikle üniversite öğrencilerinin ele alındığı bu araştırma sonuçları doğrultusunda akademisyenler tarafından; sosyal medyanın bilinçli kullanımını, sosyal medyada geçirilen sürenin azaltılması, olumlu beden imajının geliştirilmesine yönelik girişimler yapılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Sıklıkla hastalık nedeni olmaksızın gerçekleştirilmesi istenilen kozmetik cerrahinin ameliyat sonrası bireyler üzerindeki olası olumsuz etkileri göz önünde bulundurulduğunda ise cerrahi hemşirelerinin hastalarını holistik olarak değerlendirmesinin ameliyat sonrası olumlu beden imajı algısı, benlik saygısı ve yaşam kalitesinin yükselmesi açısından önemlidir.

KAYNAKLAR

1. Yorulmaz, M. ve Kurutçu, Ş. (2019). "Vücut Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkisinin İncelenmesi". *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 195-208.
2. Wang, Y., Chu, X., Nie, J., Gu, X. and Lei, L. (2021). "Selfie-Editing, Facial Dissatisfaction, and Cosmetic Surgery Consideration Among Chinese Adolescents: A Longitudinal Study". *Current Psychology*, 1-11. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01280-4>
3. Di Gesto, C., Nerini, A., Policardo, G.R. and Matera, C. (2022). "Predictors of Acceptance of Cosmetic Surgery: Instagram Images-Based Activities, Appearance Comparison and Body Dissatisfaction Among Women". *Aesthetic Plastic Surgery*, 46 (1), 502-512. <https://doi.org/10.1007/s00266-021-02546-3>
4. ISAPS. ISAPS International Survey on Aesthetic / Cosmetic Procedures Performed in 2019 [Internet]. [cited 2021 Dec 26]. Available From: <https://www.isaps.org/wp>
5. Türk, G.D. ve Bayrakçı, S. (2020). "Sosyal Medya ve Toplumda Değişen Estetik İşlem Yaptırma Algısı". *Academic Journal of Information Technology*, 10 (39), 118-135. <https://Doi.Org/10.5824/Ajit-E.2019.4.00>
6. Dean, N., Foley, K. and Ward, P. (2018). "Defining Cosmetic Surgery". *Australasian Journal of Plastic Surgery*, 1 (1), 95-103.
7. Arab, K., Barasain, O., Altaweel, A., Alkhayyal, J., Alshiha, L., Barasain, R. and Alshaalan, H. (2019). "Influence of Social Media on the Decision to Undergo a Cosmetic Procedure". *Plastic and Reconstructive Surgery Global Open*, 7 (8). <https://doi.org/10.1097%2FPGOX.0000000000002333>
8. Matera, C., Nerini, A. and Stefanile, C. (2018). "Why Are Men Interested in Cosmetic Surgery Procedures? Examining the Role of Different Forms of Peer Influence, Social Comparison, Internalization, and Body Dissatisfaction". *Body Image*, 26, 74-77. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.003>
9. Wu, Y., Alleva, J.M. and Mulken, S. (2020). "Factor Analysis and Psychometric Properties of the Chinese Translation of the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale". *Body Image*, 33, 244-256. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.009>
10. Di Mattei, V.E., Bagliacca, E.P., Ambrosi, A., Lanfranchi, L., Preis, F.B. and Sarno, L. (2015). "The Impact of Cosmetic Plastic Surgery on Body Image and Psychological Well-Being: A Preliminary Study". *International Journal of Psychology & Behavior Analysis*, 1 (1), 103-08. <http://dx.doi.org/10.15344/2455-3867/2015/103>
11. Di Mattei, V., Bagliacca, E., Lavezzari, L., Di Pierro, R., Carnelli, L., Zucchi, P. and Sarno, L. (2015). "Body Image and Personality in Aesthetic Plastic Surgery: A Case-Control Study". *Open Journal of Medical Psychology*, 4 (2), 35-44. <http://dx.doi.org/10.4236/ojmp.2015.42004>
12. Chen, J., Ishii, M., Bater, K.L., Darrach, H., Liao, D., Huynh, P.P. and Ishii, L.E. (2019). "Association Between the Use of Social Media and Photograph Editing Applications, Self-Esteem, and Cosmetic Surgery Acceptance". *JAMA Facial Plastic Surgery*, 21 (5), 361-367. <https://doi.org/10.1001/jamafacial.2019.0328>
13. Seidman, G. (2013). "Self-Presentation and Belonging on Facebook: How Personality Influences Social Media use and Motivations". *Personality and Individual Differences*, 54 (3), 402-407. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.10.009>
14. Sun, Q. (2020). "Selfie Editing and Consideration of Cosmetic Surgery Among Young Chinese Women: The Role of Self-Objectification and Facial Dissatisfaction". *Sex Role*, 84, 670-679. <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01191-5>
15. Arif, M., Nazeer, J. and Naseem, Z. (2022). "Role of Social Media for the Adoption of Cosmetic Procedures Among Young Pakistani Women". *Journal of Development & Social Sciences*, 3 (2), 996-1006. [https://doi.org/10.47205/jdss.2022\(3-II\)89](https://doi.org/10.47205/jdss.2022(3-II)89)
16. De Vries, D.A., Peter, J., Nikken, P. and De Graaf, H. (2014). "The Effect of Social Network Site Use on Appearance Investment and Desire for Cosmetic Surgery Among Adolescent Boys and Girls". *Sex Roles*, 71 (9-10), 283-295. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0412-6>
17. Markey, C.N. and Markey, P.M. (2009). "Correlates of Young Women's Interest in Obtaining Cosmetic Surgery". *Sex Roles*, 61 (3-4), 158-166. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9625-5>
18. Walker, C.E., Krumhuber, E.G., Dayan, S. and Furnham, A. (2021). "Effects of Social Media Use on Desire for Cosmetic Surgery Among Young Women". *Current Psychology*, 40 (7), 3355-3364. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00282-1>
19. Tremblay, S.C., Tremblay, S.E. and Poirier, P. (2021). "From Filters to Fillers: An Active Inference Approach to Body Image Distortion in the Selfie Era". *AI & Society*, 36 (1), 33-48. <https://doi.org/10.1007/s00146-020-01015-w>
20. Varman, R.M., Van Spronsen, N., Ivos, M. and Demke, J. (2021). "Social Media Filter Use and Interest to Pursue Cosmetic Facial Plastic Procedures". *The American Journal of Cosmetic Surgery*, 38 (3), 181-186.
21. Haas, C.F., Angela Champion, B.S.N. and Danielle Secor, B.S.N. (2008). "Motivating Factors for Seeking Cosmetic Surgery: A Synthesis of the Literature. *Plastic Aesthetic Nursing*", 28, 177-182. <https://doi.org/10.1097/psn.0b013e31818ea832>
22. Callaghan, G.M., Lopez A., Wong L., Northcross J. and Anderson K.R. (2011). "Predicting Consideration of Cosmetic Surgery in a College Population: A Continuum of Body Image Disturbance and the Importance of Coping Strategies". *Body Image*, 8, 267-274. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.04.002>

23. Vally, Z, D'Souza, C.G, Habeeb, H. and El Hichami, F. (2020). "An Investigation of the Association Between Body Appreciation, Need for Self-Expression, and Interest in Cosmetic Enhancing Procedures". *Perspectives in Psychiatric Care*, 56, 330–337. <https://doi.org/10.1111/ppc.12435>
24. Karaca, S, Karakoç, A, Onan, N. and Kadioğlu, H. (2017). "Validity and Reliability of the Turkish Version of the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale". *Journal of Psychiatric Nursing*, 8 (1), 17-22. <https://dx.doi.org/10.14744/phd.2017.72692>
25. Henderson-King, D. and Henderson-King, E. (2005). "Acceptance of Cosmetic Surgery: Scale Development and Validation". *Body Image*, 2 (2), 137-149.
26. Lunde, C. (2013). "Acceptance of Cosmetic Surgery, Body Appreciation, Body İdeal Internalization, and Fashion Blog Reading Among Late Adolescents in Sweden". *Body Image*, 10, 632–635. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.06.007>
27. Sevim, S. ve Sevim, B.A. (2014). "21. Yüzyılın İlk On Yılında Estetik Cerrahinin Yükselişi: ABD Örneği". *Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi*, 10 (4), 68-88.
28. Sezgin, B, Findikcioglu, K, Kaya, B, Sibar, S. and Yavuzer, R. (2012). "Mirror on the Wall: A Study of Women's Perception of Facial Features as they Age". *Aesthetic Surgery Journal*, 32 (4), 421-425. <https://doi.org/10.1177/1090820X12442083>
29. Springer, I.N, Schulze, M, Wiltfang, J, Niederberger, U, Russo, P.A, Möller, B. and Wolfart, S. (2012). "Facial Self-Perception, Well-Being, and Aesthetic Surgery". *Annals of Plastic Surgery*, 69 (5),503-9. <https://doi.org/10.1097/sap.0b013e3182223d42>
30. Groesz, L.M, Levine, M.P. and Murnen, S.K. (2002). "The Effect of Experimental Presentation of Thin Media Images on Body Satisfaction: A Meta-Analytic Review". *International Journal of Eating Disorders*, 31 (1), 1–16. <https://doi.org/10.1002/eat.10005>