

# Güzellik Sadece Güç müdür? Derlem Tabanlı Bir Metafor İncelemesi

Mehmet Aygüneş<sup>1</sup>

ORCID: <sup>1</sup>0000-0002-0327-6905

<sup>1</sup>*İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Dilbilim Bölümü, Fatih, 34104, İstanbul*

<sup>1</sup>*mehmet.aygunes@istanbul.edu.tr*

*(Received 2 June 2022; Accepted 14 November 2022)*

---

**ÖZ:** Aşkın kavramsallaştırılmasında güzelliğin önemli olduğu bilinmektedir (Kövecses,1986). Bu çalışmada güzelliğin nasıl kavramsallaştırıldığı belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede çalışmada 73.268 sözcükten oluşan bir bütüncü üzerinden, dilde güzellik ile ilgili hangi metaforların bulunduğu ve bunların ne tür kaynak alanlarla eşleştiği araştırılmıştır. Çalışmada gözlemlenen iki temel kavramsal metafor; GÜZELLİK, FİZİKSEL BİR NESNEDİR (%59,38) ve GÜZELLİK, GÜÇTÜR (% 20.52) metaforlarıdır. Gücün güzelliğin kavramsallaşması için önemli olduğunu belirten Kövecses (1986)'e ek olarak bu çalışma, gücün güzelliğin kavramsallaştırılmasında tek kaynak alan olmadığını göstermektedir. Aslında güzelliğin kavramsallaşmasında fiziksel bir nesne olarak güzellik, bir güç olarak güzellikten daha büyük bir yer tutmaktadır. Derlemede ortaya çıkan diğer daha az anlamlı metaforlar ise güzelliğin bir yer (%8,29), bir giz (%6,11), bir bitki (%3,4) veya bir besin (%2,18) olarak kavramsallaşmasını içermektedir. Dahası güzelliğin bir olay yapısı sunduğunda kaynak ve hedef alan arasında çok boyutlu bir eşleşmenin olduğu, güzelliğin büyük zincirin parçası olması durumunda ise, kaynak ve hedef alan arasındaki tek bir özelliğin eşleşmesinin olduğu gözlenmiştir.

**Anahtar sözcükler:** güzellik, kavramsal metafor kuramı, kaynak alan, hedef alan

## Is Beauty Just Force? A Corpus-Based Metaphor Analysis

**ABSTRACT:** It is well known that beauty is important for the conceptualization of love (Kövecses,1986). This study aims to determine how beauty is

<http://dx.doi.org/10.18492/dad.1125115>

*Dilbilim Araştırmaları Dergisi, 2022/2, 247-280*

© 2022 Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.

conceptualized. In particular, using a corpus consisting of 73,268 tokens, we investigate what metaphors of beauty are significant in language, and what kinds of source domains it can be mapped onto. The two most important conceptual metaphors that emerged from the study were BEAUTY IS A PHYSICAL OBJECT (59.38%) and BEAUTY IS FORCE (20.52 %). In addition to Kövecses (1986) who claimed that beauty as a force metaphor is important for its conceptualization, this study illustrates that force is not the only significant source domain in the conceptualization of beauty. In fact, beauty as a physical object occupies a larger place in the conceptualization of beauty than beauty as a force. Other less significant metaphors that emerged from the corpus were, beauty is a place (8.29 %), a secret (6.11%), a plant (3.4%), or a nutrient (2.18%). Moreover, it was found that, when beauty is an event structure, a multidimensional mapping is observed between source and target domain, while, when beauty is part of a great chain, the mapping is expressed in terms of a single feature between the source and the target domain.

*Keywords:* beauty, conceptual metaphor theory, source domain, target domain

---

## 1 Giriş

Saltzberg ve Chrisler (1997) güzelliğin nesnel bir biçimde ölçülemeyeceğini ve güzelliğin esasen başkalarının değerlendirmelerinin bir sonucu olduğunu ifade etmektedir. Güzelliğin ölçülmesinde ya da tanımlanmasındaki güçlük, onun çok bileşenli bir özellik olmasının yanı sıra içerisinde bulunulan dönemin, toplumun güzellik algısına derinden etki etmesiyle de ilintilidir. Bu çok boyutluluğundan dolayı güzellik felsefeden psikolojiye, cerrahiden pazarlamaya kadar pek çok alanın incelediği konulardan birisi olmuştur. Dahası güzellik incelemeleri insanın fiziksel görünümüne ilişkin algılarla da sınırlı kalmamıştır. Sözgelimi yiyeceklerin tercihinde GÜZEL İYİDİR, ÇİRKİN RİSKLİDİR yargısının bulunduğu (Griffin ve Langlois, 2006), yiyeceklere ilişkin ÇİRKİN KÖTÜDÜR algısının bulunmasının yiyecek israfına neden olduğu (Göbel ve diğ., 2015; Petit ve diğ., 2020), bu algının değiştirilmesinin yiyecek israfının önlenmesinde önemli rol oynayabileceği belirtilmektedir (Castagna ve diğ., 2021).

Fiziksel güzelliği konu alan çalışmalarda güzelliğin nasıl algılandığı, güzelliği oluşturan bileşenlerin neler olduğu temel inceleme konuları olmuştur. Çalışmalarda güzellik algısının sinirbilimsel temellerinin (iMRG için; Bohr, ve diğ., 2013; TMS için; Cazzato, V., Mele, S. ve Urgesi, S., 2014; Gz Takibi için; Erçin, E., 2019; Fausta ve diğ., 2019) güzellik hissinin zelliklerinin (Brielman ve diğ., 2021) incelendiği dikkat çekmektedir. Bashour (2006) sadece yüz güzelliğini konu alan üç binden fazla çalışmanın bulunduğunu ifade etmektedir. Ryan (2018) hiçbirisi temelde hayatta kalma ile ilgili olmamasına karşın bedensel varlığı cinsel açıdan daha güzel ve çekici kılmak için kozmetik

sektörüne her yıl milyarlarca dolar yatırım yapıldığını belirtmektedir. Dolayısıyla güzelliğin ve güzellik algısının iş dünyası için de oldukça önemli olduğu ve iş dünyasına etkilerinin de incelendiği (Caki ve Solmaz, 2013; Danthinnea ve diğ., 2022) görülmektedir.

Güzelliğin bu kadar farklı alanda ele alınması ve bu kadar fazla sayıda çalışmaya konu olması güzellik algısının gerek birey yaşamındaki gerek sosyal yaşamdaki gerekse ekonomik ilişkilerdeki öneminden kaynaklanmaktadır. Çekiciliğin (dolayısıyla güzelliğin) sosyal hiyerarşi (Belmi ve Neale, 2014), sosyal değerlendirme (Tsukiura ve Cabeza, 2011) yaşa bağlı kalıplaşmış yargıların oluşumunda (Palumbo ve diğ., 2017) etkisinin olduğu öne sürülmektedir. Çalışmalarda güzellik, özellikle kadın güzelliği, söz konusu olduğunda bireylerin hem içsel güzelliğe hem de dışsal güzelliğe vurgu yaptıkları (Ip, 2003; Man, 2000; Ma, 2022) Çinli kadınlarda, kadın güzelliği algısında iç ve dış güzelliğin ayrılmaz parçalar olarak kodlandığı (Ma, 2022) belirtmektedir. Buna göre, kadınların dış güzellik stratejileri, güç kazanmak için güzellik standartlarına ve cinsiyet normlarına uyum sağlamayı içermektedir. Bununla birlikte, katılımcılar dış güzelliğin ve bunun sağladığı sosyal faydaların yaşla birlikte azaldığını fark ettiğinden, iç güzelliği geliştirerek de güçlenmeye çalışmaktadır. Fiziksel güzellik ile ilgili olarak ayrıca 10 ülkede toplam 32.000 kadının katıldığı bir çalışmada, kadınların sadece %2'sinin kendilerini güzel olarak değerlendirdiği ve yarısından fazlasının kendilerini “iğrenç” bulduğu ifade edilmektedir (Dove Campaign for Real Beauty, 2004).

Güzelliğin bireyin psikolojik, sosyolojik hayatına bu etkileri dikkate alındığında dahası güzellik çevresinde şekillenen ekonominin büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda, güzelliğin bilişsel olarak nasıl kavramsallaştığı da merak konusu haline gelmektedir.

### *1.1 Kavramsal Metafor Kuramı ve Güzellik Metaforu*

Kavramsal Metafor Kuramı (KMK) ilk olarak Lakoff ve Johnson (1980) tarafından ortaya konulmuştur. Kövecses (2017) kavramsal metaforun soyut olan bir deneyim alanının genellikle somut olan bir başkası yoluyla anlamak olarak tanımlanabileceğini ve bu tanımın kavramsal metaforları hem bir alanı (domain) anlamının bilişsel sürecini içerdiği için süreci hem de sonuçta ortaya çıkan bir kavramsal örüntü olduğu için de bir ürünü içerdiğini belirtmektedir. Metaforik sistem içerisinde temel olarak kaynak alan ve hedef alan olmak üzere iki alan bulunmaktadır. Hedef alan, kaynak alanı kullanarak anlamaya çalışılan alanı ifade etmektedir (Kövecses, 2002) ve metaforik olarak anlaşılan bir dizi soyut durumu (durumlar, değişimler, süreçler, eylemler, nedenler, amaçlar ve anlamlar gibi) içermektedir (Lakoff ve Johnson, 1999). Kaynak alan ise, başka bir kavramsal alanı (hedef alanı) anlamak için kullandığımız kavramsal alanı ifade

edilmektedir (Kövecses, 2002). Örneğın “He had a head start in life” (Hayata bir başlangıç yaptı.) gibi bir dilsel ifade de YAŞAM BİR YOLCULUKTUR kavramsal metaforu bulunmaktadır (Kövecses, 2002). Hedef alanı oluşturan “yaşam”, kaynak alanı oluşturan “yolculuk”tan daha soyuttur ve genel olarak, KMK’nın, YAŞAM BİR YOLCULUKTUR metaforunda olduğu gibi daha fiziksel (somut) olan alanların daha soyut hedefler için kaynak alanlar olarak hizmet etmesi söz konusudur (Kövecses, 2017). Sonuç olarak, KMK’de metaforlar bilişsel bir ürün olarak görülmekte ve düşüncelerimizin büyük bir bölümünün kavramsal metaforlara dayandığı ifade edilmektedir (Demjén ve Semino, 2017). Dolayısıyla, Lakoff ve Johnson (1980) metaforların edebiyatta kullanılan bir araç olmanın ötesinde daha büyük bir özelliğe sahip olduğunu ve metaforların insan düşünme sisteminin temel görünümünü ifade ettiğini belirtmektedir.

Kövecses (1986) gerek ‘sevme’ kavramının doğasını daha iyi anlamamıza yardımcı olduğu için gerekse ‘aşk’ ilişkisini anlama, deneyimleme ve yaşama şeklimizde belirleyici faktörlerden biri olduğu için ‘güzellik’ kavramının oldukça önemli olduğunu ve güzelliğın aşkın kavramsallaştırılmasında önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Aşkın kavramsallaşmasına ilişkin alanyazında pek çok çalışma bulunmasına karşın (Lakoff ve Johnson, 1980; Kövecses, 1988; Kövecses, 2002; Adıgüzel, 2020; Aksan ve Kantar, 2007; Aksan ve Kantar, 2008; Schröder, 2009 vb.) aşkın kavramsallaşmasında önemli rol oynadığı belirtilen güzelliğın kavramsallaşması ile ilgili belirlemeler oldukça sınırlıdır.

Kövecses (1986) güzellik ile ilgili olarak GÜZELLİK (FİZİKSEL ve PSİKOLOJİK) BİR GÜÇTÜR<sup>1</sup> metaforunun bulunduğunu ve güzelliğe ilişkin bu metafora bağılı olarak da BEĞENMEK, BU GÜCE BİR TEPKİDİR metaforunun şekillendiğini belirtmektedir:

- (1) *She bowled me over. ‘Beni boğdu.’*
- (2) *Who’s that attractive man over there? ‘Şuradaki çekici adam kim?’*
- (3) *She’s a dazzling beauty. ‘O, göz kamaştırıcı bir güzellik.’*
- (4) *I was hypnotized by her beauty. ‘Güzelliğı karşısında hipnotize oldum.’*
- (5) *What a bombshell! ‘Ne bomba!’*
- (6) *I was knocked off my feet. ‘Ayaklarım yerden kesildi.’*
- (7) *She’s enchanting. ‘O büyüleyici.’*
- (8) *Look at all these glamour girls here! ‘Buradaki tüm bu çekici kızlara bakın!’*
- (9) *She’s dressed to kill. ‘Öldürmek için giyinmiş.’*

Kövecses (1986:68)

<sup>1</sup> Bu çalışmada “güç” ifadesi İngilizcedeki “force” ifadesinin karşılığı olarak kullanılmaktadır.

Buna göre güzellik, manyetik bir güç (çekicilik), fiziksel bir güç (bombalamak, öldürmek, ayaklarını yerden kesmek), güçlü bir ışık (göz kamaştırıcılık) ve metafizik bir güç (hipnotize etme, büyüleme) gibi farklı güç formlarında bulunabilmektedir. Ancak tüm bu farklı türden güçler, güzelliğin onu gözlemleyen kişi üzerinde bir etki yaratması açısından ortaklaşmaktadır. Söz konusu etkiler, bu metaforunda bir kişi üzerinde etki yaratarak, karşıdaki kişide bu etki sebebiyle beğenmenin oluşmasına neden olmaktadır. Diğer bir deyişle, güzelliğin bir güç olmasına bağlı olarak beğenme kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, beğenme edilgen bir durumdur ve güzelliğin gücünün yarattığı (zorunlu) bir sonuçtur. Kövecses (1986) ikinci olarak güzelliğin yarattığı gücün bireyin bilişsel, fiziksel kontrolünü kaybetmesine neden olduğunu ve aşkın da güzelliğe bu açıdan benzer bir biçimde kavramsallaştığını ifade etmektedir. Güzellik bireyin fiziksel ve bilişsel kontrolünü kaybetmesine neden olan bir gücü ifade etmekte ve bu güç nedeniyle kontrolünü kaybeden birey edilgenleşmekte, doğal olarak bu gücün etkisi altında hareket etmekte ve beğenme de ancak bu güce bağlı ikincil bir durum olarak (tepki olarak) ortaya çıkabilmektedir.

Kövecses (1986) sevmenin başka bir türünün, bir şeyin göze hoş gelmesi olduğunu belirtmektedir. Dahası, göze hoş gelen şeyin ise, güzellik ile ilişkili olduğunu ve bunun bize aşk ile ilgili en yaygın inanç olan AŞKIN NESNESİ GÜZELDİR metaforunu verdiği belirtilmektedir:

- (10) *Let's go, beautiful. 'Hadi gidelim güzelim.'*  
 (11) *Hi, cutie! 'Selam sevimli şey!'*  
 (12) *Well, gorgeous? 'Güzel mi?'*  
 (13) *Shall we go, angel-face? 'Gidelim mi melek yüzlü?'*

Kövecses (1986:67)

Anderson (2017) Romeo ve Juliet'te (2. Perde 1. Sahne) "Juliet güneştir" örneğinden hareketle, buradaki kavramsal metaforun GÜZELLİK BİR IŞIKTIR olduğunu ve dahası bu metaforun MUTLULUK BİR IŞIKTIR kadar yaygın olduğu belirtilmektedir. Holme (2004) Shakespeare'de ayrıca GÜZELLİK BİR ÇİÇEKTİR metaforunun bulunduğu, çiçeğin solması ile güzelliğin kaybolması arasında ilişki kurulduğunu ifade eder. Diğer bir deyişle, çiçeğin kısa ömürlü doğası ile güzelliğin kısa ömürlü doğası arasında bir eşleşme ilişkisi söz konusudur.

Sonuç olarak, alanyazında güzelliğin, aşk ve sevmenin kavramsallaşmasında önemli rol oynadığı ve edebi eserlerdeki kullanımlar da dikkate alındığında güzellik ile ilgili olarak GÜZELLİK (FİZİKSEL ve PSİKOLOJİK) BİR GÜÇTÜR, AŞKIN NESNESİ GÜZELDİR, GÜZELLİK BİR IŞIKTIR ve GÜZELLİK BİR ÇİÇEKTİR kavramsal metaforlarının bulunduğu belirtilmektedir. Kövecses (1986) sevme ve aşk ile güçlü bir ilişkisi

olması hatta bu kavramların oluşmasını sağlayan tetikleyici bir kavram olması nedeniyle, GÜZELLİK ile ilgili metaforların kavranmasının güzelliğe bir tepki olarak oluşan sevmeye ve aşkı da daha yakından anlamamıza neden olacağını belirtmektedir. Bu çalışmada güzelliğin Türkçede nasıl kavramsallaştığını incelemek amaçlanmıştır. Dolayısıyla bu çalışmada güzelliğin aşk ilişkisi içerisinde bir güç olmasının dışında diğer kaynak alanlarla ilişki kurup kurmadığı incelenmekte, Türkçe derlem üzerinden güzellik ile ilgili metaforların niceliksel ve niteliksel özelliklerinin tartışılması amaçlanmaktadır.

## 2 Yöntem

### 2.1 Derlem

Bu çalışmada iki temel derlem kullanılmıştır. Birinci olarak toplam 50 milyon sözcükten oluşan Türkçe Ulusal Derlemi (Aksan ve diğ., 2012; Aksan, ve diğ., 2015) içerisinde “güzel? (güzeli, güzellik, güzelleşmek vb)”, “kadın?” anahtar kelimeler kullanılarak güzelliğin metaforik ifade biçiminin inceleneceği 51.812 sözcükten oluşan bir alt derlem (TUD) oluşturulmuştur. İkinci olarak, güzellik ile ilgili çeşitli bloglar, web sayfaları, facebook sayfaları gibi dijital ortamdaki yazılı veriden toplam 21.456 sözcükten oluşan bir derlem (Güzellik araştırması için derlem [GAD]) oluşturulmuştur.<sup>2</sup> Dolayısıyla, bu çalışmada güzellik ile ilgili toplam 73.268 sözcükten oluşan bir derlem oluşturulmuş ve incelemeler bu derlem üzerinden gerçekleştirilmiştir. Derlemde yer alan metinlerin tamamı Türkçedir. Web sayfaları ve bloglarda genellikle bireylerin güzellik için önerileri yer almakta ya da çeşitli markaların kozmetik ürünleri tanıtılarak bireylerin bunları nasıl daha etkili kullanılabileceği paylaşılmaktadır. Çevrimiçi forumlarda da güzellik ile ilgili tartışmaların yer aldığı görülmektedir. Kim (2009) çevrimiçi platformlardaki güzellik ile ilgili tartışmalarda bireylerin birbirlerini psikososyal açıdan desteklediklerini ve bu ortamların bireylerin kişisel beden ve güzellik algılarına ilişkin daha pozitif bir tutum sergilemelerine katkı sunduklarını belirtmektedir. Bununla birlikte, Twitterda genellikle bireylerin gündemdeki güzellik konuları ile ilgili değerlendirmelerini paylaştığı, Facebook sayfalarında ise, kişisel değerlendirmelerinin yanı sıra çeşitli güzellik önerilerinin yer aldığı dikkat çekmektedir.

Analiz sürecindeki etik süreçlerle ilgili olarak Semino ve diğ.’de (2018) belirtilen kriterler temel alınmıştır. Semino ve diğ. (2018) bir kişinin web üzerinde genel görüşe açık olan bir foruma gönderdiği herhangi bir şeyin, anonimlik tamamen korunduğu sürece, bireysel katılımcıdan bilgilendirilmiş

<sup>2</sup> Çalışmanın “Bulgular” bölümünde aktarılan örneklerde TUD kısaltması ilgili örneğin Türkçe Ulusal Derleminden alındığını GAD kısaltması ise, bu çalışma için oluşturulan Güzellik Araştırması için Derlemden alındığını ifade etmektedir.

onay alınmadan araştırma materyali olarak kullanılabilceği konusunda bir fikir birliği olduğunu belirtmektedir. Bu çerçevede anonimliğin sağlanması için, derlem içerisinde yer alan ve bu çalışmada örnek olarak kullanılan ifadelerde özel bir isim bulunması durumunda, bu isimler Türkçede en çok kullanılan isimlerden biri olan kadınlar için “Fatma”, erkekler için ise, “Mehmet” adı ile değiştirilmiştir. Tümce bağlamı anonimliği ihlal edecek nitelikte olması durumunda tümcenin anlamı ve metafor yapısı bozulmadan değişimler yapılmıştır.

## 2.2 Analiz

Güzellik çok boyutlu bir konudur. Bu çok boyutluluğun bir sonucu olarak doğa güzelliklerinden, ilahi güzelliklerden bahsedebiliriz. İnsan söz konusu olduğunda ise, fiziksel güzelliğin yanı sıra ahlak, erdem, davranış biçimleri gibi manevi özellikler de insanın içsel güzellikleri olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı fiziksel güzelliğe ilişkin metaforları tartışmak olduğu için derlemdeki insana ait fiziksel güzellik dışındaki ifadeler elenmiştir. Şüphesiz bireyin fiziksel güzellik algısında sadece fiziksel özellikler etkili olmamaktadır. Sözelimi bireyin sahip olduğu mizah anlayışı, iletişim becerileri (Purvis, Dabbs, ve Hopper, 1984) ya da kozmetik ürünleri kullanma biçimi, giyim tarzı (Cash, Rissi ve Chapman, 1985) gibi özellikleri de doğrudan güzellik/çekicilik algısına etki etmektedir. Bu etmenler dışlanarak sadece fiziksel güzellik konu alındığında ise göz, kaş, saç, vücut gibi beden parçaları ya da kozmetik, makyaj gibi süreçlere ilişkin metaforlar da gözlenmektedir. Ancak bu çalışmanın konusu doğrudan vücut bölümlerinin, kozmetiğin nasıl kavramsallaştığını ya da bireyin kişilik özelliklerinin güzellik algısı üzerindeki etkisini incelemek olmadığı için bu konulardaki ifadeler/metaforlar da kapsam dışı bırakılmıştır. Dolayısıyla, bu çalışmada hedef alanda sadece fiziksel güzelliğin yer aldığı ifadeler incelenmiştir.

Metaforların belirlenmesinde Pragglejaz Grubunun önerdiği Metafor Belirleme Prosedürü (Pragglejaz group, 2007) uygulanmıştır. Bu çerçevede metaforların belirlenmesinde özetle şu aşamalar izlenmiştir: Metnin genel anlamına erişmek için metin okunmuştur. Metinde yer alan tümceler ve bu tümceleri oluşturan her bir sözcük belirlenmiştir. Daha sonra sözcüklerin metin bağlamında kullanıldıkları anlamları tespit edilmiştir. Her bir sözcük için ilgili metindeki anlamına göre diğer bağlamlarda eşzamanlı daha temel bir anlamının bulunup bulunmadığı sorgulanmıştır. Temel anlamın belirlenmesinde daha somut olma, bedenle ilgili eylemleri içermeye, daha az belirsizlik içermeye, tarihsel olarak daha eski olma gibi ipuçları dikkate alınmıştır. Buna göre metinde geçen sözcükler ilgili metin dışında daha temel-eşzamanlı bir anlama sahipse bu sözcükler metaforik olarak işaretlenmiştir.

Metafor içeren ifadeler belirlendikten sonra ilgili ifadelerdeki kaynak alan (ör; deprem/afet), hedef alan (Güzellik) ve kavramsal metafor (ör; GÜZELLİK BİR DOĞAL AFETTİR) belirlenmiştir. Kavramsal metaforların belirlenmesinde alanyazındaki konu ile ilgili mevcut belirlemeler referans alınmıştır. Daha sonra ilgili kavramsal metaforlar içerdikleri kaynak alan açısından çeşitli kümeler oluşturulmuştur. Metaforların belirlenmesi ve kümelendirilmesi süreci MAXQDA 2020 yazılımı aracılığı ile çalışmanın yazarı tarafından gerçekleştirilmiştir.

### 3 Bulgular

Derlemde güzelliğın kavramsallaşma biçimlerine bakıldığında, güzelliğın oldukça farklı içeriklerdeki kaynak alanlarla eşleştiğı görölmektedir. Bu kaynak alanlar “güç ile ilişkili olma”, “bir nesne olma ya da nesnen belirli bir özelliğı olma”, “mekan olma”, “besin olma”, “bitki olma” ve “gizli (yazılı ya da sözlü) bilgi olma” özellikleri açısından gruplandırılmıştır. Buna göre derlemde en çok %59.38 oranında GÜZELLİK FİZİKSEL BİR NESNEDİR metaforunun, ikinci olarak %20.52 oranında GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR metaforunun ve üçüncü olarak %8.29 oranında GÜZELLİK (ULAŞILMAK İSTENEN) BİR YERDİR metaforunun yer aldığı görölmektedir (Tablo 1).

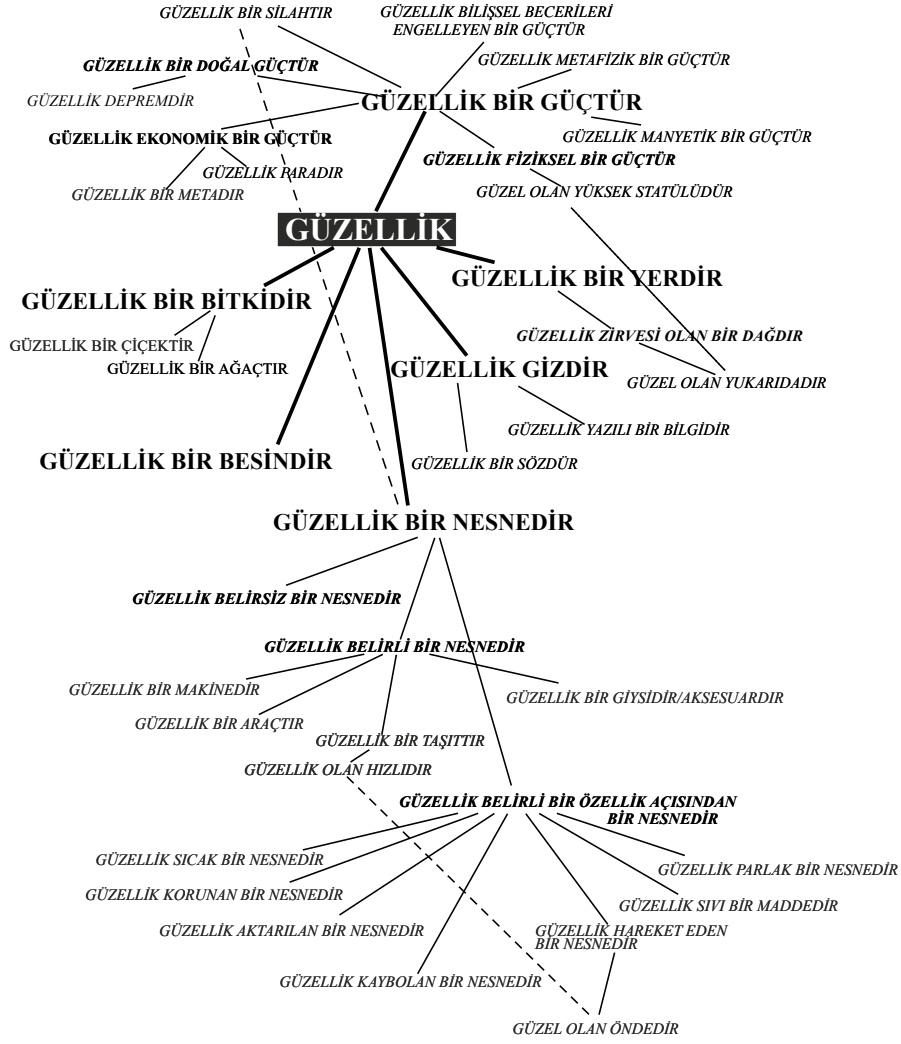
Tablo 1. Güzellik ile ilgili derlemde tespit edilen ana kavramsal metaforlar

Metafor	N	%
GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR	47	20.52
GÜZELLİK FİZİKSEL BİR NESNEDİR	136	
- GÜZELLİK BELİRİSİZ BİR NESNEDİR	(56)	59.38
- GÜZELLİK BELİRLİ BİR NESNEDİR	(39)	
- GÜZELLİK (BELİRLİ BİR ÖZELLİK AÇISINDAN) BİR NESNEDİR	(41)	
GÜZELLİK BİR BİTKİDİR	8	3.49
GÜZELLİK GİZDİR	14	6.11
GÜZELLİK (ULAŞILMAK İSTENEN) BİR YERDİR	19	8.29
GÜZELLİK BİR BESİNDİR	5	2.18
<b>TOPLAM</b>	<b>173</b>	<b>%100</b>

Bu ana kavramsal metaforların altında güzellik hedef alanı ile eşleşen pek çok farklı kaynak alanın bulunduğı görölmektedir. Bu kavramsal metaforlar şu şekilde şematize edilebilir<sup>3</sup>:

<sup>3</sup> Şüphesiz Şekil 1’de 6 temel metafor içerisinde kümelendirilen metaforlar birden fazla ana metafor içerisinde kümelendirilebilir. Sözelimi GÜZELLİK BİR SİLAHTIR





Şekil 1. Güzellik hedef alanını içeren metaforlar

kavramsal metaforu **GÜZELLİK BİR NESNEDİR** ana metaforu altında da kümelendirilebilir. Ancak güzelliğin silahın bir güç nesnesi olması öncelikli olarak güç ile ilişkili görüldüğü için bu alt kavramsal metafora **GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR** ana metaforu altında yer verilmiştir.

### 3.1 GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR

GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR ana metaforu altında 7 temel kavramsal metafor kümelenmektedir (Tablo 2). Derlemde bu kavramsal metaforlardan en fazla GÜZELLİK METAFİZİK BİR GÜÇTÜR<sup>4</sup> metaforu görülmektedir. GÜZELLİK METAFİZİK BİR GÜÇTÜR metaforunda hedef alan olan güzellik ile kaynak alan olan metafizik güç arasında kurulan ilişkide sözcüksel olarak “büyüle-” eylemi temel rol oynamaktadır. Buna göre, güzellik, karşısında bulunanı büyüleyerek, onun üzerinde metafizik bir güç uygulamaktadır. Böylece güzelliğin çevresinde yer alanlar güzelliğin etkisi altında kalarak edilgen bir konuma girmektedir:

- (14) “*Mehmet’in yeni sevgilisi büyüledi.*” (GAD)  
 (15) “*Eminim bu güzellik karşısında büyülenecektik.*” (TUD)  
 (16) “*Bizi biraz önce güzelliğiyle büyüleyen sınıf arkadaşımız değişkenliğiyle şok etmişti bu sefer de.*” (TUD)

Güzellik ile ilgili olarak gerek GÜZELLİK BİR METADIR gerekse GÜZELLİK PARADIR metaforlarını kapsayan GÜZELLİK EKONOMİK BİR GÜÇTÜR kavramsal metaforunun GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR başlığı altında sıklığı en fazla olan (%21.27) ikinci kavramsal metafor olduğu görülmektedir (Tablo 2). GÜZELLİK PARADIR metaforunda güzelliğin etkili bir biçimde kullanılmaması ifade edilmekte ve “harcamak”, “boş şeyler için harcamak” eylemleri ile karşılanmaktadır. Güzelliğin etkili bir biçimde kullanılmaması ve güzelliğin kaybedilmesi paranın anlamsız bir şey için harcanması ile eşleşmektedir:

- (17) “*Güzelliğini harcadı.*” (GAD)  
 (18) “*Şu an çok güzelsindir saçma sapan şeylerle güzelliğini harcama.*” (GAD)

Güzelliğin ekonomi ile ilişkili bir diğer durum da GÜZELLİK BİR METADIR metaforudur. Güzelliğin maddi karşılığı iki durumu ifade etmektedir. Birinci olarak güzelliğin elde edilmesi için harcanan zahmetler, katlanılan durumlar birer ekonomik bedel olarak kavramsallaşmaktadır. İkinci olarak, güzel olmanın

<sup>4</sup> Alan yazında “metafizik” yerine “büyülü (magical)” ifadesi kullanılmaktadır (bkz. Kövecses, 1986). Ancak “metafizik” ifadesi doğa üstü bütün süreçleri ifade ettiği ve dolayısıyla daha kapsayıcı olduğu için bu çalışmada GÜZELLİK BÜYÜLÜ BİR GÜÇTÜR ifadesi yerine GÜZELLİK METAFİZİK BİR GÜÇTÜR ifadesi tercih edilmiştir.

yarattığı genellikle de olumsuz sonuçlar bir ekonomik bedel olarak ifade edilmektedir. Diğer bir deyişle, ilkinde güzelliği elde etmek için ödenen bedeller söz konusuysen ikincisinde güzel olmanın yarattığı bedeller söz konusudur:

(19) “Bu güzelliğin bedeli de çok değil aslına bakılırsa” (TUD)

(20) “... herkes güzelliğinin bedelini ödemek ister...” (TUD)

Buna ek olarak, GÜZELLİK BİR METADIR metaforu içerisinde güzelliğin bir ekonomik artı değer, zenginlik olarak ifade edildiği de dikkat çekmektedir.

(21) “Güzellik, özenle korunması gereken bir zenginliktir.” (TUD)

(22) “Fatma'nın inanılmaz bir rahatlık, bir gizli mutluluk içinde, aşırı güzelliğinin sömürülmeye yatkınlığına yenilmeyen bir oyunla tıkr tıkr işleyişi...” (TUD)

GÜZELLİK FİZİKSEL BİR GÜÇTÜR kavramsal metaforunda güzellik hedef alanı kaynak alanla “yıkamak”, “dövmek”, “çarpamak”, “yormak” gibi fiziksel güç ifade eden eylemler yoluyla ilişki kurmaktadır. Söz konusu eylemler, güzelliğin ilişki içerisinde olduğu kişilere fiziksel güç eylemleri uygulayarak bu kişileri edilgen hale getirmekte ve çevrenin güzelliğinin etkisi altına girmesini sağlamaktadır. Kimi durumlarda uygulanan şiddetin aynı zamanda bir iktidar ilişkisi de kurduğu dikkat çekmektedir. Bu örneklerde güzellik karşısındaki kişiye “baş eğdirerek” (bkz. 27) üzerinde mutlak bir otorite kurmaktadır. Dolayısıyla bu durumda güzel olmak ile sosyal sınıf, statü açısından daha yukarıda olmak arasında ilişki kurulduğu görülmektedir. Bu durum GÜZEL OLAN YÜKSEK STATÜLÜDÜR kavramsallaşmasının da var olduğunu, bu kavramsallaşmanın da temel olarak GÜZEL OLAN YUKARIDADIR kavramsallaşmasıyla ilişkili olduğunu göstermektedir:

(23) “Fatma ... güzelliği ile ... sosyal medyayı yıktı geçti.” (GAD)

(24) “Güzellik yorar.” (TUD)

(25) “Öyle sade bir şıklık içindeydi ki, “Benim güzelliğim döver hepimizi.” diyen bir elbiseyle gelmişti. (TUD)

(26) “Güzellik ilk bakışta çarpıcı olabilir ama sempati sürekli etkilidir.” (TUD)

(27) “Sonra Mehmet'e çeviriyor ... baş eğdirici güzellikteki yüzünü.” (TUD)

Güzellik, güç eylemleri üzerinden fiziksel güç ile kurduğu ilişkinin dışında birtakım güç nesnelileri de ilişkilendirilmektedir. GÜZELLİK BİR SİLAHTIR

metaforunda güzellik belirli bir amaca ulaşmak için kullanılan silah olarak kavramsallaşmaktadır:

- (28) “*Kadınların bu en önemli güzellik silahının kullanım kurallarından haberdar mısınız!*” (GAD)  
 (29) “*Güzelliğinden başka silahı ve desteğiyoktur.*” (TUD)  
 (30) “*... Fatma'nın başlangıçta en büyük silahı gzelliğiyken, en önemli avantajı ise cesaretidir.*” (TUD)

Güzellik, metafizik ve fiziksel bir g olmanın yanı sıra çeşitli formlardaki g biçimleri olarak da kavramsallaşmaktadır. GÜZELLİK MANYETİK BİR GÜÇTÜR metaforunda, güzelliğinin manyetik bir alan oluşturması ve bu alan içerisinde karşıdaki kişiye bir çekim gücü uygulayarak bu kişinin edilgen hale getirilmesi söz konusudur. Bu kavramsal metaforda, güzellik ile kaynak alan olan manyetik güç arasında “ekmek”, “ekim yaratmak”, “ekici olmak” sözcükleri temel rol oynamaktadır:

- (31) “*Nasıl ki güzellik karşı koyulamaz bir çekim yaratıyorsa mizah da en az güzellik kadar etki yapar.*” (TUD)  
 (32) “*... dışsal ve geçici güzellik fetişize ediliyor.*” (TUD)  
 (33) “*... her Őeyden önemlisi çekici bir erkekti ...*” (TUD)

Türkçe gündelik dilde “O kadar güzel ki, bir (doğal) afet.” örneğinde olduğu gibi güzellik özellikle bir doğal afet niteliğinde bir doğal g olarak sıklıkla ifade edilmektedir. Bu kullanımda doğal afetin niteliğiyken (sel, deprem, yangın vb) açık biçimde belirtilmemekte, güzellik ile yıkıcı olma arasında bir ilişki kurulmaktadır. Ancak bu çalışmada oluşturulan derlemde GÜZELLİK BİR DOĞAL GÜÇTÜR kavramsal metaforunun genel olarak doğal gücü değil, özel olarak depremi ifade ettiğiyken grlmektedir. Bu örneklere kaynak alan ile hedef alan arasındaki ilişki büyük oranda “sallamak” eylemi ile kurulmaktadır:

- (34) “*Fatma, gzelliğiyken Bodrum'u salladı.*” (GAD)  
 (35) “*... sevgilisinin gzelliğiyken sosyal medyayı salladı.*” (GAD)

Son olarak, GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR ana metaforu altında GÜZELLİK BİLİŞSEL BECERİYİYENGELEYYEN BİR GÜÇTÜR metaforu yer almaktadır. Güzelliğinin bu metaforik yapı içerisinde temel olarak üst düzey bilişsel becerileri engelleyici gücü ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan güzellik dşnmeyiyken engelleyen, kimi zaman konuşma becerisini engelleyen bir g olarak belirginlik kazanmaktadır:

- (36) “*Gzelliğiyken aklımı başımdan aldı.*” (GAD)

(37) “Güzelliğin etkisinden kurtulunca bunu düşünebildi.” (TUD)

(38) “Kadının güzelliği karşısında dilimiz tutuluyor.” (TUD)

GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR ana metaforu altında yer alan kavramsal metaforlar ve bunların dağılımı şu şekildedir:

Tablo 2. GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR ana metaforu altında yer alan kavramsal metaforlar

Metafor	Örnek	N	%
GÜZELLİK MANYETİK BİR GÜÇTÜR	<i>Güzellik karşı koyulamaz bir çekim yaratıyor</i>	5	10.63
GÜZELLİK FİZİKSEL BİR GÜÇTÜR	<i>Benim güzelliğim döver hepinizi</i>	7	14.89
GÜZELLİK METAFİZİK BİR GÜÇTÜR	<i>Bu güzellik karşısında büyülenecektik.</i>	11	23.40
GÜZELLİK BİR SİLAHTIR	<i>Güzelliğinden başka silahı ve desteği yoktur</i>	7	14.89
GÜZELLİK BİLİŞSEL BECERİYİ ENGELLEYEN BİR GÜÇTÜR	<i>Güzelliği aklımı başımdan aldı.</i>	4	8.51
GÜZELLİK BİR DOĞAL GÜÇTÜR (DEPREMDİR)	<i>Fatma, Güzelliğiyle Bodrum'u salladı.</i>	3	6.38
GÜZELLİK EKONOMİK BİR GÜÇTÜR	<i>Güzellik, özenle korunması gereken bir zenginlikti</i>	10 (4)	21.27
GÜZELLİK BİR METADIR	<i>Güzelliğini harcadı.</i>	(6)	
<b>TOPLAM</b>		<b>47</b>	<b>%100</b>

### 3.2 GÜZELLİK FİZİKSEL BİR NESNEDİR

Güzelliğin birtakım güç unsurlarıyla eşleşmesinin yanı sıra, daha büyük oranda, GÜZELLİK FİZİKSEL BİR NESNEDİR ana kavramsal metaforu altında çeşitli nesnelere eşleştiği görülmektedir. Güzelliğin nesneleşmesinde üç farklı görünüm bulunmaktadır. Buna göre güzellik, fiziksel bir nesne olarak kavramsallaşmakta ancak gerek nesne gerekse özellik açısından bir belirsizlik bulunmaktadır. İkinci olarak, güzelliğin belirli bir nesneyle eşleşmektedir. Dolayısıyla gerek eşleşilen nesne gerekse hangi özellik açısından bu nesneyle eşleşmenin gerçekleştiği bellidir. Son olarak güzelliğin belirsiz bir nesnenin belirli bir özelliği ile eşleştiği görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. GÜZELLİK BİR NESNEDİR kavramsal metaforunun görünümleri

Metafor	N	%
GÜZELLİK (BELİRSİZ) BİR NESNEDİR	56	41.17
GÜZELLİK (BELİRLİ) BİR NESNEDİR	39	28.67
GÜZELLİK (BELİRLİ BİR ÖZELLİK AÇISINDAN) BİR NESNEDİR	41	30.14
<b>TOPLAM</b>	<b>136</b>	<b>%100</b>

### 3.2.1 GÜZELLİK (BELİRSİZ) BİR NESNEDİR

GÜZELLİK FİZİKSEL BİR NESNEDİR ana metaforu içerisinde şekillenen metaforların önemli bir bölümünün (%41.17) sadece belirsiz fiziksel bir nesne olma özelliğini ifade ettiği, diğer bir deyişle, makine olma, taşıt olma gibi özelleşme göstermediği dikkat çekmektedir. Bu kavramsallaşmada güzellik somutlaşmakta ancak bu somutlaşma belirsiz bir özellik göstermektedir:

- (39) “Eşimizin bin tane güzelliği vardır” (TUD)  
 (40) “Genç bir kadının güzelliğini saklamaya çalışması, doğal sürece müdahale etmektir.” (TUD)  
 (41) “Nerede güzellik? Güzellik nerede, ben nerede?” (TUD)  
 (42) “şimdi yeni farımı süreyim de güzelliğime güzellik katayım.” (TUD)

### 3.2.2 GÜZELLİK (BELİRLİ) BİR NESNEDİR

GÜZELLİK FİZİKSEL BİR NESNEDİR ana metaforunda güzellik özelleşmemiş, genel nitelikli fiziksel bir nesne olarak kavramsallaşmasının yanı sıra GÜZELLİK BİR MAKİNE, GÜZELLİK BİR ARAÇTIR, GÜZELLİK BİR GİYSİDİR/AKSESUARDIR, GÜZELLİK BİR TAŞITTIR kavramsal metaforlarıyla belirli somut bir nesnelere eşleştiği görülmektedir (Tablo 4). Bir bütün olarak GÜZELLİK (BELİRLİ) BİR NESNEDİR metaforu altında şekillenen metaforlar, güzelliğin fiziksel nesne olarak kavramsallaşmasının % 28.67’sini oluşturmaktadır (Tablo 3).

Güzelliğin belirsiz bir somutlaşmadan belirli bir somutlaşmaya geçişteki ilişkin ilk örnekler GÜZELLİK BİR ARAÇTIR kavramsal metaforunda görülmektedir. Bu kavramsal metaforunda güzellik detayları belirlenmemiş olsa da belirli bir amaca hizmet etmek için kullanılan araç olarak kavramsallaşmaktadır. Bu kavramsallaştırmada “güzelliğin bir amaç için kullanılması” ifade edilmektedir:

- (43) “Güzel olduğumu söyledi. Hiçbir işe yaramıyor dedim. O da kullanmamışsın demek ki, dedi.” (GAD)

(44) "Öyleyse, güzelliğini kullan! Varlıklı birini bul." (TUD)

Güzellik tanımlanması zor, göreceli bir kavram olmakla birlikte, bireylerin sahip olduğu güzellik karşılaştırılabilir. Bir kişinin sahip olduğu güzelliğin diğerinden daha fazla olduğunun ifade edilmesinde GÜZELLİK BİR TAŞITTIR metaforunun kullanıldığı görülmektedir. Buna göre, güzelliği fazla olan bireyler kendilerine göre daha az güzelliğe sahip olanları sollayarak geçmektedir. Bu durumda güzellik hem bir taşıt özelliği göstermekte hem de daha güzel olan diğer alternatifleri geçtiği için GÜZEL OLAN HIZLIDIR ve GÜZEL OLAN ÖNDEDİR alt metaforlarının da zorunlu olarak var olduğunu göstermektedir:

(45) "Güzelliği teyzesini sollar!" (GAD)

(46) "Fatma'nın kızı güzelliğiyle annesini geçti." (GAD)

GÜZELLİK BİR MAKİNE DİR kavramsal metaforunda genellikle hedef alan olan makinenin "bozulması" ile güzelliğin etkisinin ortadan kalkması arasında ilişki kurulmaktadır. Dolayısıyla, güzelliğin bozulması, makinenin bozulmasında olduğu gibi, güzelliğin sahip olduğu işlevleri yerine getirememesini ifade etmektedir. Bununla birlikte, güzellik normal bir şekilde çalışan bir makine iken diğer bir ifadeyle, kendi işlevini yerine getirirken kimi unsurların güzelliğin bu işleyişine olumsuz etkisi bulunmaktadır:

(47) "Sivilce güzelliği bozar mı, sizce cidden?" (GAD)

(48) "Sigara güzelliği bozar ! Dikkat edin." (GAD)

GÜZELLİK BİR GİYSİ DİR/AKSESUARDIR kavramsal metaforunda güzelliğin bireyin üstünde olup olmaması ifade edilmekte, bu yolla da güzelliğin belirli koşullarda bireyde bulunabileceği, bu koşulların sağlanmaması durumunda ise bireyde bulunmayacağı vurgulanmaktadır:

(49) "Güzellik uykumdan uyandım ve gene güzelliğim üstümde." (GAD)

(50) "Müthiş güzelliği üstündeydi." (TUD)

Tablo 4. GÜZELLİK (BELİRLİ) BİR NESNE DİR ana metaforu altında yer alan kavramsal metaforlar

Metafor	Örnek	N	%
GÜZELLİK BİR ARAÇTIR	Güzelliğini kullan.	8	23.52
GÜZELLİK BİR MAKİNE DİR	Güzelliğim bozuldu.	7	20.58
GÜZELLİK BİR TAŞITTIR	Güzelliği herkesi sollar.	17	50
GÜZELLİK BİR GİYSİ DİR/ AKSESUARDIR	Güzelliği üstündeydi.	2	5.88
<b>TOPLAM</b>		<b>34</b>	<b>%100</b>

### 3.2.3 GÜZELLİK (BELİRLİ BİR ÖZELLİK) AÇISINDAN BİR NESNEDİR

Güzelliğin kimi durumlarda GÜZELLİK TAŞITTIR kavramsal metaforundaki gibi bir durumun aksine belirli bir nene ile eşleşmediği, bunun yerine belirsiz bir nesnenin belirli bir özelliği ile eşleştiği dikkat çekmektedir. GÜZELLİK BELİRLİ BİR ÖZELLİK AÇISINDAN BİR NESNEDİR metafor grubunda temel olarak güzelliğin tam olarak belirli olmayan ancak “parlak olma”, “sıcak olma”, “aktarıma”, “korunma” gibi birtakım niteliklere sahip nesnelere bu niteliklerdeki eşleşme açısından ilişki kurduğu dikkat çekmektedir. Bu tür metaforlar, derlemde güzelliğin nesne olarak ifade edildiği metaforların % 30.14’ünü oluşturmaktadır.

GÜZELLİK PARLAK BİR NESNEDİR metaforunda güzellik ile parlak bir nesne arasında bu parlaklık açısından bir ilişki kurulmaktadır.

(51) “Kadınların parlak güzelliklerine doğru çekildikleri için mi?” (TUD)

(52) “Fatma, son dönemin hem güzelliği hem de performansı ile parlayan isimleri arasında.” (GAD)

Güzelliğin nesne olarak kavramsallaştığındaki bir diğer görünümde nesnelere kaybolması ile kurduğu ilişkidir. Buna göre, GÜZELLİK KAYBOLAN BİR NESNEDİR. Bu kaybetme kimi zaman güzelliğin tamamen kaybolması olarak karşımıza çıkarken kimi zaman da, güzelliğin bir kısmının kaybolması biçiminde şekillenmektedir. Güzellik kayb olduğu gibi kimi zaman bulunan bir nesne olarak da kavramsallaşmaktadır:

(53) “Sevgilisi de eski güzelliğini kaybetmeye başlıyordu” (TUD)

(54) “Bu güzelliği, doğallığını yitirmemiş olmasından kaynaklanıyor.” (TUD)

(55) “Hayır bir şey, değil tüm güzelliğim kayboldu.” (TUD)

(56) “Bulduğum şey bir güzellik.” (TUD)

Güzellik nesneleştiğinde kimi durumlarda sıcaklık özelliğinin temel alındığı dikkat çekmekte, GÜZELLİK SICAK BİR NESNEDİR kavramsal metaforunun oluştuğu görülmektedir. Güzelliğin sıcak bir nesne olması büyük oranda sıcaklığın fazlalığı nedeniyle karşısında yer alan kişiyi yakması ya da bu kişide sıcaklık kaynaklı bir durum değişikliği yaratılarak onun erimesine neden olunması ile ilişkilendirilmektedir:

(57) “... Kış Olimpiyatları'nda güzelliğiyle buzları eriten Fatma ile tanışın!” (GAD)

(58) “Bedensel güzelliği bütün güzelleri, hayali güzelliği



*önümdeki nesnel güzelleri eritiyordu.” (TUD)*

GÜZELLİK SIVI BİR MADDEDİR metaforunda, güzellik hedef alan olarak akışkan bir sıvı ile ilişki kurmakta ve bu şekilde güzelliğin miktarındaki fazlalık ifade edilmektedir. GÜZELLİK SIVI BİR MADDEDİR metaforu bir öncül olarak İNSAN BİR KAPTIR metaforunu zorunlu kılmaktadır. Çünkü güzellik sıvı bir madde olarak kavramsallaştığında içerisinde bulunduğu kabı (insanı) dolduran dahası bu kaptan taşan bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır:

(59) *“2012 podyumlarından güzellik akıyor.” (GAD)*

(60) *“Adeta güzelliğin aktığı Fatma ise kısa sürede binlerce beğeni ve yorum aldı!” (GAD)*

Ancak kimi kullanımlarda ise, güzelliğin katı bir maddeden eriyerek sıvı maddeye dönüştüğü de ifade edilmektedir. Buradaki güzelliğin sıvı özelliği ise ilk durumun tam tersine, güzelliğin yarattığı güçlü etkiyi değil, güzelliğin etkisini kaybetmesini ifade etmektedir:

(61) *“Kem gözler eritmiş güzelliğini.” (GAD)*

GÜZELLİK AKTARILAN BİR NESNEDİR kavramsal metaforunda ise güzelliğin alınan ve verilen bir nesne olması ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla bu metaforunda güzellik kişiler arasında ya da tanrıdan insana aktarılan bir nesne olarak kavramsallaşmaktadır:

(62) *“Bana deseler ki, sana gençlik vereceğiz, güzellik vereceğiz, zenginlik vereceğiz.” (TUD)*

(63) *“Böylece halk arasında yaygın olan “Güzelliğini annesinden, zekasını babasından aldı.” sözü ile “saçı*

(64) *“Baksana Fatma, kız, ne boy, ne bos, Allah verirse bu kadar güzellik verir.” (TUD)*

GÜZELLİK KORUNAN BİR NESNEDİR metaforunda ise, güzelliğin korunan, korunması gereken bir nesne olarak kavramsallaştığı dikkat çekmektedir:

(65) *“Annesinin, hâlâ güzelliğini koruyan ellerini seyre koyuldu.” (TUD)*

(66) *“Cilt güzelliğini korumak için öneriler” (GAD)*

GÜZELLİK BİR TAŞITTIR metaforu dışında güzelliğin hareket ile ilişkisindeki bir diğer görünüm güzelliğin bireye doğru hareket etmesi ya da tam tersi yönde bireyden başlayarak daha uzağa doğru hareket etmesi biçiminde gerçekleşmektedir. Güzelliğin dışarıdan bireye doğru hareket etmesi

“güzelleşmek” olarak ifade edilirken, bireyden ayrılarak dışarıya doğru hareket etmesi güzelliğin artık bulunmamasını, etkisini kaybetmesini ifade etmektedir. GÜZELLİK HAREKET EDEN BİR NESNEDİR metaforunda hedef alanın gerek “gelmek” gerek “gitmek” ile ifade edildiği durumda da hareket ile ilişkilendiği görölmektedir. Bu harekette bireyi merkezde konumlandırırsak hareket, merkezden dışarıya ya da dışarıdan merkeze doğru gerçekleşmektedir:

- (67) “Sana bir güzelliğ gelmiş” (GAD)
- (68) “Yüzüne bir güzelliğ gelmiş senin” (GAD)
- (69) “Bu kızın o eski güzelliği gitmiş .” (GAD)
- (70) “Güzelliğ gelip geçici abi.” (GAD)

Yön açısından değerlendirildiğinde gerek kavramsal olarak güzelliğin gerekse güzelliğe sahip olan bireylerin önde olma ile ilişkilendirildiği görölmektedir. Burada da karşımıza GÜZELLİK ÖNDEDİR/GÜZEL OLAN ÖNDEDİR, GÜZEL OLMAYAN GERİDEDİR kavramsal metaforu çıkmaktadır. Güzel olan aynı zamanda alternatiflerine göre daha dikkat çekici olarak algılandığı için bu durum bilişsel açıdan, odaklanılan nesne olan güzeli, diğer alternatiflere göre daha önde algılanmasına neden olmaktadır. Bu kavramsal metaforunda büyük oranda “önde olmak”, “öne çıkmak”, “ön plana çıkmak”, “öne gelmek” gibi eylemlerle kullanılmaktadır:

- (71) “Akıl hediye edenler de vardır ama güzelliğ en önde gelir hep.” (TUD)
- (72) “Hollywood’da birçok genç ve güzelliği ile öne çıkan aktris bulunuyor.” (GAD)
- (73) “Kimi zaman var olan güzelliği daha da ön plana çıkarmak ve ‘kusursuz’ bir görünüme sahip olmak gerekebilir.” (GAD)
- (74) “Fatma, yani Ayşe gibi çekiciliği ve güzelliği ön planda olmayan biri olsaydı mesele değişirdi.” (TUD)

Kimi durumlarda ise, güzelliğin önde olmasını sağlayan makyaj ya da yüze ilişkin parçaların belirginlik kazandığı görölmektedir:

- (75) “Gözlerin güzelliğini makyajla öne çıkarmak, gözlerdeki derin anlamın altını çizmektir.” (TUD)

Tablo 5. GÜZELLİK (BELİRLİ BİR ÖZELLİK AÇISINDAN) BİR NESNEDİR ana metaforu altında yer alan kavramsal metaforlar

Metafor	Örnek	N	%
GÜZELLİK PARLAK BİR NESNEDİR.	<i>Güzelliğinin pırlatası bütün dikkatleri çekiyordu.</i>	4	9.75
GÜZELLİK KAYBOLAN BİR NESNEDİR.	<i>Fatma'nın güzelliği kaybolmuş.</i>	9	21.95
GÜZELLİK SICAK BİR NESNEDİR	<i>Güzelliği herkesi eritti.</i>	3	7.31
GÜZELLİK AKTARILAN BİR NESNEDİR	<i>Güzelliğini annesinden almış.</i>	3	7.31
GÜZELLİK KORUNAN BİR NESNEDİR	<i>Cilt güzelliğini korumak için öneriler.</i>	2	4.87
GÜZELLİK SIVI BİR MADDEDİR	<i>2012 podyumlarından güzellik 'akıyor'</i>	5	12.19
GÜZELLİK HAREKET EDEN NESNEDİR	<i>Sana bir güzellik gelmiş.</i>		
(GÜZELLİK ÖNDEDİR/GÜZEL OLAN ÖNDEDİR)	<i>Hollywood'da birçok genç ve güzelliği ile öne çıkan aktris bulunuyor</i>	15	36.58
<b>TOPLAM</b>		<b>41</b>	<b>%100</b>

### 3.3 GÜZELLİK (ULAŞILMAK İSTENEN) BİR YERDİR

GÜZELLİK (ULAŞILMAK İSTENEN) BİR YERDİR kavramsal metaforunda güzellik ulaşılmak istenen hedef yer olarak kavramsallaşmaktadır. Bu kavramsallaştırma kapsamında GÜZELLİK (ULAŞILMAK İSTENEN) BİR YERDİR metaforunun yanı sıra güzelliğin daha somut bir mekân olan dağ ile ilişki kurarak GÜZELLİK ZİRVESİ OLAN BİR DAĞDIR metaforunun bulunduğu da görülmektedir (Şekil 1):

(76) “Kalıcı güzelliğe doğal yollarla ulaşmak mümkün” (GAD)

(77) “Güzelliğe ulaşmak çoğu zaman zahmetli, çileli ve maliyetli bir süreç almaktadır.” (GAD)

Buna ek olarak, derlemede “güzellik” ile “karşısında” sözcüklerinin bir eşdizimlilik oluşturabildiği dikkat çekmektedir. Burada güzelliğin diğer bireyleri etkisine alabilmek için pozisyon olarak karşıda olma ile konumlandırıldığı görülmektedir.

(78) “Kadının güzelliği karşısında dilimiz tutuluyor.” (TUD)

Güzellik ile ilgili metaforlarda bir diğer görünüm GÜZELLİK ZİRVESİ OLAN BİR DAĞDIR biçimindeki kavramsallaşmadır. Bu kavramsallaşmada güzellik bir derecelilik ifade etmekte ve zirve, güzellik için erişilebilecek son noktayı göstermektedir. Dolayısıyla, güzellik açısından bireylerin en güzel görünümü sağlaması, zirve noktaya ulaşmayı ifade etmektedir:

(79) “Cildiniz Güzelliğinin zirvesinde.” (GAD)

(80) “Bazı küçük ipuçları sayesinde 30’lu ve 40’lı yaşlarda güzelliğinizin zirvesine çıkın.” (GAD)

GÜZELLİK ZİRVESİ OLAN BİR DAĞDIR kavramsal metaforu, güzelliğin bu kavramsallaşma biçiminde GÜZEL OLAN ÖNDEDİR metaforuna ek olarak GÜZEL OLAN YUKARIDADIR metaforunun bulunduğunu da göstermektedir. Çünkü GÜZELLİK BİR DAĞDIR metaforunda zirveye çıkmak ile güzelleşmek arasında bir ilişki kurulmaktadır. Dolayısıyla, güzellik açısından ileri-geri yön ilişkisine ek olarak yukarı-aşağı ilişkisinin de bulunduğu görülmektedir.

Tablo 6. GÜZELLİK ULAşILMAK İSTENEN BİR YERDİR ana metaforu altında yer alan kavramsal metaforlar

Metafor	Örnek	N	%
GÜZELLİK (ULAşILMAK İSTENEN)BİR YERDİR	“Kahcı güzelliğe doğal yollarla ulaşmak mümkün.”	19	70.37
GÜZELLİK ZİRVESİ OLAN BİR DAĞDIR	“Bazı küçük ipuçları sayesinde 30’lu ve 40’lı yaşlarda güzelliğinizin zirvesine çıkın.”	8	29.62
<b>TOPLAM</b>		<b>27</b>	<b>%100</b>

### 3.4 GÜZELLİK BİR BİTKİDİR

GÜZELLİK BİR BİTKİDİR ana metaforunun altında büyük oranda “solmak” eylemi üzerinden güzellik ile çiçek arasında ilişki kurulduğu ve GÜZELLİK BİR ÇİÇEKTİR metaforunun kullanıldığı görülmektedir. Sadece bir örnekte ise güzelliğin başka bir bitki formu olan ağaç ile eşleştiği ve GÜZELLİK BİR AĞAÇTIR metaforunun şekillendiği görülmektedir:

(81) “Güzelliğiniz soğuk havalarda solmasın.” (GAD)

(82) “... Persephone’dan solan güzelliği yerine getiren

- sihirli yığından bir kutu almasını buyurmuş.*” (GAD)  
 (83) *“Her şey ölçülü güzelliğin dalında olgunlaşır.”* (TUD)

Tablo 7. GÜZELLİK BİR BİTKİDİR ana metaforu altında yer alan kavramsal metaforlar

Metafor	Örnek	N	%
GÜZELLİK BİR ÇİÇEKTİR	<i>Güzelliğiniz soğuk havalarda solmasın</i>	7	87.5
GÜZELLİK BİR AĞAÇTIR	<i>Her şey güzelliğin dalında olgunlaşır.</i>	1	12.5
<b>TOPLAM</b>		<b>8</b>	<b>%100</b>

### 3.5 GÜZELLİK BİR GİZDİR / GÜZELLİK YAZILI BİR BİLGİDİR/SÖZDÜR

GÜZELLİK BİR GİZDİR metaforunda hedef alanla ilgili olarak “sır” sözcüğü ile ilişki kurulduğu ve bireyi güzel yapan şeylerin (bilginin) pek çok kimse tarafından bilinmediği, herkesle paylaşılmadığı ve dolayısıyla bunun gizli bir bilgi olduğu vurgulanmaktadır:

- (84) *“Güzellik sırlarıyla karşıdayız!”* (GAD)  
 (85) *“Fatma’nın en büyük güzellik sırrı, düzenli olarak cilt bakımı yapması.”* (GAD)  
 (86) *“Doğal güzelliği ortaya çıkarmanın 5 yolu”* (GAD)  
 (87) *“Kadının güzelliği doğru bakımla ortaya çıkar.”* (GAD)

GÜZELLİK BİR SÖZDÜR metaforu temel olarak güzelliğin sözle aktarılması ile ilintilidir. Güzelliğin bireyler arasında dolaşımının sağlanmasının bir yolu onun söze dönüşerek bireyler arasında aktarılmasıdır. Buna ek olarak, güzelliğin birtakım fiziksel unsurlardan okunan bir bilgi olması da ifade edilmektedir. Bu durumda, güzelliği oluşturan kimi fiziksel, ruhsal özellikler, güzelliğin göstergeleri haline gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, güzellik bilgisi sözgelimi birer yazı karakterlerine dönüşen “benler”den, “ruhsal özelliklerden” okunabilmektedir. Bu durumda GÜZELLİK YAZILI BİLGİDİR kavramsal metaforu karşımıza çıkmaktadır:

- (88) *“... güzelliği dillerde dolaşan, genç ve zengin bir kadın idi.”*  
 (TUD)  
 (89) *“Bir kadının güzelliği; yüzündeki benlerden değil içinde sakladığı ruhundan okunur.”* (TUD)

Metafor	Örnek	N	%
GÜZELLİK GİZDİR	<i>güzellik sırlarıyla karşıdayız</i>	11	78.57
GÜZELLİK BİR SÖZDÜR	<i>... güzelliği dillerde dolaşan, genç ve zengin bir kadın idi</i>	2	14.28
GÜZELLİK YAZILI BİLGİDİR	<i>Bir kadının güzelliği; yüzündeki benlerden değil içinde sakladığı ruhundan okunur</i>	1	7.14
<b>TOPLAM</b>		<b>14</b>	<b>%100</b>

Tablo 8. GÜZELLİK GİZDİR ana metaforu altında yer alan kavramsal metaforlar

### 3.6 GÜZELLİK BİR BESİNDİR

GÜZELLİK BİR BESİNDİR kavramsal metaforu güzellik ile ilgili kavramsal metaforların %2.18'ini oluşturmaktadır. Bu kavramsal metaforda güzelliğin bir besinin tat özelliği ile ilişki kurularak kavramsallaştığı görülmektedir. Buna göre güzellik tatlı ya da tatsız olabilir. Bilindiği gibi, Türkçede erkek argosunda “(bir kadının) tadına bakmak” onunla birliktelik yaşamak anlamında kullanılmaktadır. Buna ek olarak güzelliğin işlevini yerine getirememesi diğer bir deyişle, maddi/manevi güç sağlayamaması onun gerek tat vermemesi gerekse besleyici olmaması açısından besin olarak işlevsizliğini ifade etmektedir. Bu durumda güzellik tatsız ve karın doyurmayan bir besine dönüşmektedir:

- (90) “... bu güzelliğin tadına varmak ...” (TUD)  
(91) “Güzelliğe gelince, güzellik karın doyurmuyor.” (TUD)  
(92) “Kusursuz güzellik bana göre tatsızdı.” (TUD)

## 4 Tartışma

Kövecses (1986) güzelliğin aşkın kavramsallaşmasında önemli bir yerinin olduğunu ve güzellik ile ilgili olarak GÜZELLİK (FİZİKSEL ve PSİKOLOJİK) BİR GÜÇTÜR metaforunun bulunduğu belirtmektedir. Buna karşın, güzelliğin ne tür kaynak alanlarla ilişki kurarak kavramsallaştığını gösteren kapsamlı bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmada Türkçe derlem üzerinden fiziksel güzelliğin eşleştiği kaynak alanların ve bu çerçevede oluşan metaforların belirlenmesi hedeflenmiştir.

Çalışmada GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR, GÜZELLİK BİR NESNEDİR, GÜZELLİK BELİRLİ BİR ÖZELLİK AÇISINDAN BİR NESNEDİR, GÜZELLİK BİR BİTKİDİR, GÜZELLİK GİZDİR, GÜZELLİK BESİNDİR VE GÜZELLİK (ULAŞILMAK İSTENEN) BİR YERDİR ana kavramsal metaforları çerçevesinde şekillenen pek çok metaforun olduğu, dolayısıyla

güzellik hedef alanının eşleştiği kaynak alanların oldukça zengin bir görünüm sunduğu belirlenmiştir.

Güzellik hedef alanı ile kaynak alanlar arasındaki kimi etkileşimlerin GÜZELLEŞME BİR YOLCULUKTUR kavramsallaştırmasında olduğu gibi çok boyutlu bir eşleşme sunduğu diğer bir ifadeyle, hedef alanın pek çok alt özelliğinin kaynak alanın açıklanmasında kullanıldığı dikkat çekmektedir. Ancak güzelliğin özellikle nesnelere girdiği etkileşimde kaynak alanın özelliklerinin sınırlı bir bölümünün güzelliğin kavramsallaşmasında etkili olduğu dikkat çekmektedir. Kövecses (2002) kimi durumlarda Olay Yapısı Metaforu (Event Structure Metaphor) ile Büyük Zincir Metaforu (Great Chain Metaphor) arasında bir örtüşme olabileceğini, bu durumda kavramların karşımıza hem “olaylar” (olay yapısı) hem de “şeyler” (büyük zincir parçaları) olarak çıkabileceğini belirtmektedir. Güzelliğin Türkçedeki kavramsallaşmasında da hem olay kaynaklarının hem de nesne kaynaklarının kullanıldığı görülmektedir. Dolayısıyla Güzelliğin kavramsallaşmasında Olay Yapısı Metaforları ve Büyük Zincir Metaforlarının birlikte kullanılması söz konusudur.

#### 4.1 Güzellik ve Güç İlişkisi

Gerek benzerlik temelli metaforlar gerekse birincil metaforlar gibi pek çok kavramsal metafor “imge şemaları” üzerine kuruludur. Dahası, bu metaforlar tekrarlayan deneyimlerimiz sayesinde oluşan soyut, kavram öncesi yapılarıdır. (Johnson 1987; Lakoff 1987). Kurucu nitelikli bu ön kavramsal yapılardan birinin de “güç” olduğu belirtilmektedir (Talmy, 1988; Kövecses, 2017). Diğer bir deyişle, güç, kavramsal metaforların altında yatan temel imge şemalarından biri olarak tanımlanmaktadır (Johnson, 1987; Lakoff, 1987; Talmy, 1988). Talmy (1988) “güç dinamiğinin” varlıkların güce göre nasıl etkileşime girdiği ile ilgili olduğunu ve bu kavramın; *i*) gücün uygulanması, *ii*) bu tür bir zorlamaya karşı direnç ve *iii*) bu direncin üstesinden gelinmesi, *iv*) gücün bloke edilmesi ve *v*) bu blokajın kaldırılması gibi kavramları içerdiğini belirtmektedir. Buna ek olarak, güç dinamiklerinin fiziksel, psikolojik, sosyal, çıkarımsal, söylemsel bir biçimde ortaya çıkabildiği belirtilmektedir. Dolayısıyla, güç şeması şu etmenleri içermektedir: Güç Varlıkları (odak güç [agonist], karşı güç [antagonist]), İçsel Kuvvet Eğilimi (eyleme doğru, eylemsizliğe doğru), Güç Etkileşiminin Sonucu (eylem, eylemsizlik), Güç Dengesi (daha güçlü varlık, daha zayıf varlık) (Kövecses, 2000).

Gücün temel imge şemalarından birisi olması nedeniyle, kavramsal metaforlar içerisinde gücün kaynak alan olarak sıklıkla yer aldığı ve X, BİR GÜÇTÜR ana metaforu altında X, FİZİKSEL BİR GÜÇTÜR, X, MANYETİK BİR GÜÇTÜR gibi gücün farklı görünümünün kaynak alan olarak kullanıldığı

görülmektedir. Alanyazında özellikle duygu durumu anlatımında gücün hedef alan olduğu belli başlı kavramsal metaforlar şu şekildedir:

1. AŞK FİZİKSEL BİR GÜÇTÜR (Lakoff, G. ve Johnson, M., 1980)
  - 1.1. AŞK YIKICI BİR GÜÇTÜR (Aksan ve Kantar, 2008; Adıgüzel, M. F., 2020).
  - 1.2. AŞK ÖLÜMCÜL BİR GÜÇTÜR (Aksan ve Kantar, 2008)
  - 1.3. AŞK DOĞAL BİR GÜÇTÜR (Kövecses, Z., 2000)
2. NEDENLER BİR GÜÇTÜR (Kövecses, Z., 2017)
3. EVLİLİK İLİŞKİSİ FİZİKSEL BİR GÜÇTÜR (Gibbs, R. W., 1997).
4. DUYGU BİR GÜÇTÜR (Kövecses, Z., 2000)
  - 4.1. DUYGU MEKANİK BİR GÜÇTÜR
  - 4.2. DUYGU MANYETİK BİR GÜÇTÜR
  - 4.3. HÜZÜN BİR DOĞAL GÜÇTÜR
  - 4.4. HÜZÜN FİZİKSEL BİR GÜÇTÜR
  - 4.5. MUTLULUK BİR DOĞAL GÜÇTÜR
5. CİNSEL ARZU BİR GÜÇTÜR (Kövecses, Z., 2002)
  - 5.1. CİNSEL ARZU FİZİKSEL BİR GÜÇTÜR
  - 5.2. CİNSEL ARZU ELEKTRİKSEL BİR GÜÇTÜR
  - 5.3. CİNSEL ARZU MANYETİK BİR GÜÇTÜR
6. ÖNYARGI BİR GÜÇTÜR (Coll-Florit ve diğ.,2021)
7. DEPRESYON BİR GÜÇTÜR (Coll-Florit ve diğ.,2021)

Weitz (2001) güzel olmak ile güç arasında bir ilişki olduğunu ifade etmekte ve birtakım güzellik standartlarına uyum sağlamının kadınların güç kazanmasının en yaygın yolu olduğunu belirtmektedir. Kövecses (1986) güzelligin bir güç olarak metaforlaşmasında gücün farklı görünümlerinin kullanılabileceğini, bu gücün manyetik bir güç, mekanik bir güç ya da büyülü bir güç olabileceğini belirtmektedir: GÜZELLİK, MANYETİK BİR GÜÇTÜR, GÜZELLİK, MEKANİK BİR GÜÇTÜR, GÜZELLİK BÜYÜLÜ BİR GÜÇTÜR.

Türkçe derleme bakıldığında GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR ana metaforunun altında güzelligin kaynak alan olarak çeşitli güç alanlarıyla eŐleşerek kavramsallaştığı belirlenmiştir:

1. GÜZELLİK MANYETİK BİR GÜÇTÜR
2. GÜZELLİK FİZİKSEL BİR GÜÇTÜR
3. GÜZELLİK METAFİZİK BİR GÜÇTÜR
4. GÜZELLİK BİR SİLAHTIR (GÜÇ NESNESİDİR)
5. GÜZELLİK BİLİŞSEL BECERİYİ ENGELLEYEN BİR GÜÇTÜR
  - 5.1. GÜZELLİK KONUŐMAYI ENGELLEYEN BİR GÜÇTÜR
  - 5.2. GÜZELLİK DÜŐÜNMEYİ ENGELLEYEN BİR GÜÇTÜR



## 6. GÜZELLİK BİR DOĞAL GÜÇTÜR

### 6.1. GÜZELLİK DEPREMDİR

## 7. GÜZELLİK EKONOMİK BİR GÜÇTÜR

### 7.1. GÜZELLİK BİR METADIR

### 7.2. GÜZELLİK PARADIR

Bu kavramsal metaforlarda güzelliğin agonist bir nitelik taşıdığı ve içsel kuvvet eğiliminin ise, etki alanındaki kişiyi eylemsizliğe yönetmek olduğu görülmektedir. Öyle ki, güzellik manyetik, fiziksel, metafizik ve doğal bir güç uygulayarak etki alanındaki kişileri kimi zaman fiziksel olarak hareketsiz kılmakta, kimi zaman da bilişsel becerilere etki ederek, bu becerileri devre dışı bırakarak güç dengesinde daha güçlü bir varlık olarak belirginlik kazanmaktadır. Buna karşın, güzelliğin karşısında yer alan antagonist ise, içsel kuvvet eğilimini eyleme doğru gerçekleştirmekte, buna karşın güzelliğin etkisi ile etkileşim sonucunda eylemsizlik durumunda bulunmakta ve güç dengesinde daha zayıf bir varlık olarak belirginlik kazanmaktadır.

Bu kavramsal metaforlar içerisinde GÜZELLİK EKONOMİK BİR GÜÇTÜR metaforunda güzelliğin rekabet gücünü arttıran birtakım değerlere (para, meta) sahip olmasının öne çıktığı görülmektedir. Güzelliğin zaman içerisinde etkisini kaybetmesi ile ilgili olarak Grothe (2008) şunu belirtmektedir "Güzelliğin sorunu, zengin doğup daha da fakirleşmek gibi olmasıdır". Pek çok çalışmada fiziksel güzelliği bir tür para ve güç olarak algılandığı gösterilmektedir (Chapkin, 1986; Wen, 2013). Dahası fiziksel güzelliğin önemine ilişkin bu algı, etnik köken, sosyal sınıf gibi özelliklerden bağımsız olarak ortaya çıkmaktadır (Jha, 2016). Kadın güzelliğinin bu önemi de güzellik ile güç arasındaki ilişkiden kaynaklanıyor gözükmektedir. Ancak derlemede GÜZELLİK EKONOMİK BİR GÜÇTÜR kavramsal metaforunun kimi kullanımlarında, diğerlerinin aksine, güzelliğin gücünü kaybetmesi, agonist niteliğinin zayıflaması ve güç dengesi içerisinde zayıflayan bir varlık haline dönüşmesi söz konusudur. Bu metafor içerisinde güzellik, harcanan, ziyan edilen dolayısıyla etkili bir şekilde kullanılmadığı için zayıf bir varlığa dönüşme eğiliminde olan bir unsur olarak belirginlik kazanmaktadır.

### 4.2 Fiziksel Bir Nesne Olarak Güzellik

Hedef alanlar açısından değerlendirildiğinde, varoluşsal (ontolojik) metaforlar, yapısal metaforlara göre daha az bilişsel yapılanma sunmaktadır. Bu metaforların temel bilişsel görevleri soyut nitelikli hedef alanlara sadece ontolojik bir statü vermektir (Kövecses, 2002). Dolayısıyla, soyut, karmaşık sistemleri fiziksel bir nesne olarak tanımlamak, bu süreçleri kavramamızı belirgin bir biçimde

kolaylaştırmaktadır. Kövecses (2002) kaynak alanın bir fiziksel nesne olduğu durumlarda şu şekilde bir eşleşmenin bulunduğunu belirtmektedir:

Kaynak Alanlar	Hedef Alanlar
FİZİKSEL NESNE => (ör; zihin)	FİZİKSEL OLMAYAN ya da SOYUT VARLIKLAR OLAYLAR EYLEMLER

Gündelik dilde fiziksel bir nesne olmanın kaynak alan olarak sıklıkla karşımıza çıktığı, soyut durumların fiziksel nesne olarak kavramsallaştırılmasının bu durumları algılamayı kolaylaştırdığı dikkat çekmektedir. “Bana umut verdi.” tümcesinde olduğu gibi, soyut durumların fiziksel bir nesneye dönüşmesi, gündelik dilde sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Alanyazında fiziksel bir nesne olmanın kaynak alan olduğu durumlardan bazıları şu şekildedir:

1. ZİHİNSEL BİR DURUM FİZİKSEL BİR NESNEDİR (Yu, 2008)
  - 1.1. DUYGULAR FİZİKSEL BİR NESNEDİR
  - 1.2. ONUR FİZİKSEL BİR NESNEDİR
  - 1.3. SAYGINLIK FİZİKSEL BİR NESNEDİR
2. KARMAŞIK SOYUT SİSTEMLER KARMAŞIK FİZİKSEL NESNELERDİR (Kövecses., 2000)
3. UMUT FİZİKSEL BİR NESNEDİR (Averill, Catlin ve Chon, 1990)
4. YÜZ FİZİKSEL BİR NESNEDİR (Yu, 2008)

Türkçe derlemde güzelliğin kavramsallaşmasına bakıldığında ise güzelliğin taşıt, araç, makine, giysi/aksesuar, besin, silah gibi pek çok fiziksel nesneyle eşleştiği görölmektedir:

1. GÜZELLİK TAŞITTIR
2. GÜZELLİK BİR ARAÇTIR
3. GÜZELLİK BİR MAKİNE DİR
4. GÜZELLİK BİR GİYSİ DİR/AKSESUARDIR
5. GÜZELLİK BİR SİLAHTIR

Ancak bu eşleşme ilişkileri incelendiğinde, hedef alan ile kaynak alan genellikle sadece bir özellik ağısından ilişki kurmaktadır. Sözelimi GÜZELLİK BİR MAKİNE DİR kavramsal metaforunda makinenin bozulması ve işlevini yerine getirmemesi ile güzelliğin karşı taraf üzerinde etkili olamaması ağısından bir ilişki söz konusudur. Ancak makinenin diğer özellikleri ile güzellik arasında başkaca eşleşmelerin oluşmadığı dikkat çekmektedir. Diğer bir deyişle,

güzelliğin fiziksel nesne olduğu durumlar, daha düşük düzey bir bilişsel yapılanma sunmaktadır. Bu durum kimi kavramsallaşmalarda kaynak alan özelliklerinin sınırlı kullanıldığını göstermektedir.

Güzelliğin fiziksel bir nesne olarak kavramsallaşmasındaki bir diğer durum güzelliğin taşıt, araç, makine gibi belirli bir nesne ile eşleşmesinin dışında, açık olarak belirtilmeyen parlak olma, kaybolma, sıcak olma, sıvı olma gibi durum ya da durum değişikliği ifade eden eylemlerle ilişki kurmasıdır. Buna göre güzelliğin şu şekillerde kavramsallaşmaktadır:

1. GÜZELLİK PARLAK BİR NESNEDİR.
2. GÜZELLİK KAYBOLAN BİR NESNEDİR.
3. GÜZELLİK SICAK BİR NESNEDİR
4. GÜZELLİK AKTARILAN BİR NESNEDİR
5. GÜZELLİK KORUNAN BİR NESNEDİR
6. GÜZELLİK SIVI BİR MADDEDİR
7. GÜZELLİK HAREKET EDEN NESNEDİR
  - 7.1. GÜZELLİK ÖNDEDİR/GÜZEL OLAN ÖNDEDİR, GÜZEL OLMAYAN GERİDEDİR

Sonuç olarak, GÜZELLİK FİZİKSEL BİR NESNEDİR kavramsal metaforunda üç farklı görünüm bulunmaktadır. Bunlardan ilki; güzelliğin belirsiz bir fiziksel nesne olmasıdır. Bu kavramsallaşmada güzellik kavramı fiziksel bir nesne olarak somutlaşmakta, ancak somutlaştığı fiziksel nesnenin kendisi ya da nesnenin taşıdığı belirli bir özellik belirtilmemektedir. İkinci durumda ise, güzellik belirli olmayan bir nesnenin belirli olan bir özelliği ile eşleşmektedir. Bu durumda güzellik parlak olan, sıvı olan, sıcak olan bir nesne olarak kavramsallaşmakta ancak bu nesne taşıdığı özellik dışında belirtilmemektedir. Son olarak, güzelliğin fiziksel nesne olarak kavramsallaşmasında hem somutlaştığı nesnenin hem de bu nesnenin taşıdığı özelliğin belirli olduğu dikkat çekmektedir. Sözelimi güzellik bozulma, işlevini yitirme açısından bir makinedir. Dolayısıyla, güzelliğin güç dışında başka bir alanla, çeşitli görünümde fiziksel bir nesne olmayla ilişki kurduğu görülmektedir. Dahası, güzelliğin fiziksel bir nesneye dönüşmesine (%59.38), güzelliğin güç ile kurduğu ilişkiden (%20.52) daha fazla yer verildiği dikkat çekmektedir.

#### 4.3 Güzelliğin Yön ile İlişkisi

Güzelliğin kavramsallaşma biçimlerinden GÜZELLİK BİR TAŞITTIR, GÜZELLİK HAREKET EDEN NESNEDİR metaforlarında aynı zamanda güzellik ile hareket arasında da bir ilişki kurulduğu dikkat çekmektedir. GÜZELLİK BİR TAŞITTIR metaforunda güzelliğin hareket eden, dinamik bir

nesne olmasının yanı sıra dolaylı olarak GÜZELLİK BİR YARIŐTIR metaforu çerçevesinde güzel olanın diğerlerini geçtiği, geride bıraktığı bir kavramsallaşma söz konusudur. Dolayısıyla, burada karşımıza yön açısından ön-arka imge şeması çıkmaktadır. Kaneko ve Sutton-Spence (2017) ön-arka şemasının pek çok dilde zaman kavramının somutlaştırılması için kullanıldığını (GELECEK ÖNÜNDEDİR, GEÇMİŐ GERİDEDİR) geleceği gösteren işaretlerin ileriye doğru hareket etme eğilimindeyken geçmiŐi gösteren işaretlerin geriye doğru hareket ettiğini belirtmektedir. Kövecses (2002) tıpkı yukarı-aŐađı ikiliğine benzer biçimde önde olmanın olumlu, arkada olmanın ise olumsuz olarak kabul edildiğini belirtmektedir. Bu çalışmada ön-arka şemasının güzelliğin kavramsallaşmasında etkili olduğu, buna göre güzel olanın daha hızlı, daha önde ve dolayısıyla güzelliğin daha belirtili bir özellik olduğu görölmektedir. Sonuç olarak, güzelliğin kavramsallaşmasında ön-arka ikiliği içerisinde bir yön görünüme söz konusudur.

Güzelliğin yön açısından kurduğu bir diğer ilişki ise, yukarı-aŐađı iliŐkisiyle karşımıza çıkmaktadır. GÜZELLİK ZİRVESİ OLAN BİR DAĞDIR kavramsal metaforunda zirveye doğru ilerledikçe, güzelliğin artması ve nihayet zirve noktasında mümkün olan en güzel görünüme eriŐilmesi ifade edilmektedir. Dolayısıyla yön açısından GÜZEL OLAN ÖNDEDİR kavramsallaştırmasına ek olarak yukarı-aŐađı ikiliği içerisinde GÜZEL OLAN YUKARIDADIR kavramsal metaforunun da yer aldığı görölmektedir. Sonuç olarak, güzelliğin yön ile gerek yukarı-aŐađı gerekse ön-arka ikiliği içerisinde kavramlaŐtıđı görölmektedir:

1. GÜZELLİK ZİRVESİ OLAN BİR DAĞDIR
  - 1.1. GÜZEL OLAN YUKARIDADIR, ÇİRKİN OLAN AŐAĐIDADIR
2. GÜZELLİK BİR YARIŐTIR
  - 2.1. GÜZELLİK BİR TAŞITTIR
    - 2.1.1. GÜZEL OLAN HIZLIDIR
    - 2.1.1. GÜZEL OLAN ÖNDEDİR, ÜRKİN OLAN GERİDEDİR

#### 4.4 Güzelliğin Diğer Görünümleri

Güzelliğin fiziksel bir nesne olma ve güç olma dışında yer, bitki, gizli bilgi (yazı/söz) olarak kavramsallaştığı da görölmektedir. Güzelliği fiziksel bir nesne olma ve güç olma dışında ulaşılmak istenen hedef yerin, kaynak alanı ile etkileşime girdiği (GÜZELLİK ULAŞILMAK İSTENEN BİR YERDİR) görölmektedir.<sup>5</sup> Güzelliğin ulaŐılacak son yer olması GÜZELLEŞME BİR

<sup>5</sup> GÜZELLİK BİR TAŞITTIR VE GÜZELLİK ZİRVESİ OLAN BİR DAĞDIR metaforları da GÜZELLİK BİR YOLCULUKTUR metaforunun varlığını desteklemektedir.

YOLCULUKTUR metaforunun var olduğunu da göstermektedir. Çünkü bireyler güzelleşmek için bir şeyler yapmakta (bir yolculuğa çıkmakta) ve ideal olarak ulaşılması hedeflenen son yer olarak da güzelliğin kendisini konumlandırmaktadır. Metaforların bir ağ sistemi içinde birbirleri ile etkileşimi sonucu ortaya çıkan bir eşleşme söz konusudur (Köveci, 2010; Aksan ve Aksan, 2012; Köveci 2020). Dolayısıyla, bu metaforlarda da AŞK BİR YOLCULUKTUR metaforunda olduğu gibi kaynak alan ile hedef alan arasındaki güçlü eşleşme ilişkisi GÜZELLEŞME BİR YOLCULUKTUR kavramsallaşmasında da görülmektedir.

KAYNAK	HEDEF
Yolculuk	=> Güzelleşme süreci
Yoldaki engeller	=> Güzelliği engelleyen durumlar
Yoldaki engellerin aşılması	=> Güzelliği engelleyen sorunların aşılması
Yoldaki yardımcıları	=> Güzelleşme sürecindeki yardımcıları
Yolculuğun bitmesi	=> Güzellik durumuna ulaşılması

GÜZELLİK BİR BİTKİDİR kavramsal metaforunda ise, güzelliğin bu sefer büyük oranda bir çiçek olarak somutlaşması söz konusudur. Holme (2004) GÜZELLİK BİR ÇİÇEKTİR metaforunda çiçeğin bitki olmasından kaynaklanan kavramsal alanı koruduğunu ancak buna ek olarak bu metaforla birlikte "çiçeğin", geçici olarak "güzelliğin" görüldüğü bir kategori haline gelebileceği başka bir zihinsel alana yansıdığını belirtmektedir. Derlemde güzellik ile çiçek arasındaki ilişkinin "solmak" özelliği üzerinden kurulduğu, dolayısıyla çiçeğin solması onun canlılığını yitirmesi anlamına gelirken güzelliğin solması da güzelliğin etkisini kaybetmesini işaret etmektedir. Güzellik ile çiçek arasında kurulan bu ilişkinin yanı sıra bir örnekte güzellik ile ağaç arasında ilişki kurulduğu da (güzelliğin dalları) görülmektedir. Dolayısıyla, GÜZELLİK BİR BİTKİDİR ana kavramsal metaforu altında büyük oranda GÜZELLİK BİR ÇİÇEKTİR metaforunun şekillendiği ancak bir örnekte GÜZELLİK BİR AĞAÇTIR metaforunun da bulunduğu görülmektedir.

Son olarak güzelliğin çok bileşenli ve karmaşık bir süreç olması, fiziksel güzelliği ölçen genellenebilir ölçütler belirlemenin güçlüğü GÜZELLİK BİR GİZDİR kavramsal metaforunun oluşumunda etkili olmaktadır. Bu metaforunda güzellik gizli bir bilgi olarak kavramsallaşmakta, kimi zaman da daha fiziksel bir görünüm kazanarak ortaya çıkarılacak gizli bir nesne olarak kavramsallaştığı görülmektedir.

## 5 Sonuç

Bu çalışmada Türkçede fiziksel güzellik ile ilgili var olan metaforların oluşturulan bir derlem üzerinden belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede

güzellik ile ilgili olarak GÜZELLİK BİR GÜÇTÜR, GÜZELLİK BİR NESNEDİR, GÜZELLİK (ULAŞILMAK İSTENEN) BİR YERDİR, GÜZELLİK BİR BİTKİDİR, GÜZELLİK BİR GİZDİR ve GÜZELLİK BİR BESİNDİR ana metaforları altında pek çok kavramsal metaforun şekillendiği belirlenmiştir. Bu kavramsal metaforlardan en büyük payı güzelliğin fiziksel bir nesne olarak kavramsallaşması (%59.33) ardından güzelliği çeşitli nitelikte güç olarak kavramsallaşması (%20.52) almaktadır. Dolayısıyla, güç ilişkisi güzelliğin kavramsallaşmasında büyük bir yer kaplasa da güzelliğin kavramsallaşmasında tek kaynak alan olmadığı güzelliğin pek çok kaynak alanla etkileşime girdiği belirlenmiştir.

Güzellik ile kaynak alanlar arasındaki kimi etkileşimlerin GÜZELLİK BİR YOLCULUKTUR kavramsallaşmasında olduğu gibi çok boyutlu bir eşleşme sunduğu ancak güzelliğin özellikle nesnelere girdiği etkileşimde kaynak alanın özelliklerinin sınırlı bir kullanımının söz konusu olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum güzelliğin kavramsallaşmasında Olay Yapısı Metaforu ile Büyük Zincir Metaforu arasında bir örtüşme olduğunu, güzelliğin kimi durumlarda olay yapısı olarak kimi durumda da büyük zincirin parçası olarak karşımıza çıktığını göstermektedir.

### Kaynakça

- Adıgüzel, M. F. (2020). Metaphoric conceptualization of love pain or suffering in Turkish songs through natural phenomena and natural disasters, *Metaphor and Symbol*, 35/1, 56-72.
- Aksan, Y. ve diğ. (2012). *Construction of the Turkish National Corpus (TNC)*. In Proceedings of the Eight International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC 2012). İstanbul. Türkiye. <http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2012/papers.html>
- Aksan, Y., Aksan, M., Öze, S. A., Yılmaz, H., Demirhan, U. U., Mersinli, Ü., Bektaş, Y., ve Altunay, S. (2015). *Web tabanlı Türkçe Ulusal Derlemi (TUD)*. Akademik Bilişim'14- XVI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 723-730, 5-7 Şubat, 2014, Mersin Üniversitesi.
- Aksan, Y. ve Kantar, D. (2007). When LOVE IS A JOURNEY in English and in Turkish. P. Cap ve J. Nijakowska (Haz.), *Current trends in pragmatics* içinde (ss. 93–109). Cambridge: Cambridge Scholars Press.
- Aksan, Y. ve Kantar, D. (2008). No wellness feels better than this sickness: Love metaphors from a cross-cultural perspective, *Metaphor and Symbol*, 23(4), 262-291.
- Aksan, Y. ve Aksan, M. (2012). Armed with patience, suffering an emotion: Conceptualization of LIFE, MORALITY and EMOTION. F. MacArthur ve diğ. (Haz.), *Metaphor in use: Context, Culture and Communication* içinde, (ss. 285-308). John Benjamins.

- Anderson, W. (2017). Metaphor and diachronic variation. Semino, E. ve Demjén, Z. (Haz.), *The Routledge handbook of metaphor and language* içinde (ss. 233-247) New York: Routledge.
- Averill, J. R., Catlin, G., Chon, K. K. (1990). *Rules of hope recent research in psychology*. Springer-Verlag.
- Bashour, M., (2006). History and current concepts in the analysis of facial attractiveness. *American Society of Plastic Surgeons*, 118/3,741-752.
- Belmi, P. ve Neale, M. (2014). Mirror, mirror on the wall, who's the fairest of them all? Thinking that one is attractive increases the tendency to support inequality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 124(2), 133-149.
- Bohrn, I. C., Altmann, U., Lubrich, O., Menninghaus, W., Jacobs, A. M. (2013). When we like what we know – A parametric fMRI analysis of beauty and familiarity. *Brain & Language* 124, 1-8.
- Brielmann, A. A., Nuzzo, A., Pelli, D. G. (2021). Beauty, the feeling. *Acta Psychologica*, 219, 1-12.
- Caki, N., Solmaz, B. (2013). The effects of facial beauty in personnel selection: a field work in retail sector. *Procedia -Social and Behavioral Sciences* 84, 1203-1206.
- Cash, T. F., Rissi, J., Chapman, R. (1985). Not just another pretty face: Sex roles, locus of control, and cosmetics use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 247-257.
- Castagna, A. C., Pinto, D. C., Mattila, A., de Barcellos, M. D. (2021). Beauty-is-good, ugly is-risky: Food aesthetics bias and construal level. *Journal of Business Research*, 135, 633-643.
- Cazzato, V., Mele, S., Urgesi, S. (2014). Gender differences in the neural underpinning of perceiving and appreciating the beauty of the body. *Behavioural Brain Research*, 264, 188-196.
- Chapkis, W. (1986). *Beauty secrets: Women and the politics of appearance*. South End Press.
- Coll-Florit, M., Climent, S., Sanfilippo, M. ve Hernández-Encuentra, E. (2021). Metaphors of depression. studying first person accounts of life with depression published in blogs. *Metaphor and Symbol*, 36/1, 1-19.
- Danthinne, E. S., Giorgianna, F. E., Austin, S. B., Rodgers, R. F. (2022). Beauty and the big business: A qualitative investigation of the development and implementation of the CVS beauty mark. *Body Image* 41, 74-83.
- Demjén, Z., ve Semino, E. (2017). Using metaphor in healthcare: Physical health. Semino, E. ve Demjén, Z. (Haz.), *The Routledge Handbook of Metaphor and Language* içinde (ss. 385-400). Routledge.

- Dove Campaign for Real Beauty. (2004). *Only two percent of women describe themselves as beautiful*.  
<http://www.campaignforrealbeauty.com/press.asp?sectio=news&id=110>
- Erçin, E. (2019). *The effect of interaction through gaze-cue sharing on decision making process: an experimental investigation of keynesian beauty contest*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Fausta, N. T., Chatterjee, A., Christopoulos, G. I. (2019). Beauty in the eyes and the hand of the beholder: Eye and hand movements' differential responses to facial attractiveness. *Journal of Experimental Social Psychology*, 85, 1-11.
- Gibbs, R. W. (1997). Metaphor, language, and dynamical systems. Semino, E. ve Demjén, Z. (Haz.), *The Routledge handbook of metaphor and language* içinde (ss. 56-71). Routledge.
- Göbel, C., Langen, N., Blumenthal, A., Teitscheid, P. Ritter, G. (2015). Cutting food waste through cooperation along the food supply chain. *Sustainability*, 7(2), 1429–1445.
- Griffin, A. M. ve Langlois, J. H. (2006). Stereotype directionality and attractiveness stereotyping: Is beauty good or is ugly bad? *Social Cognition*, 24(2), 187–206.
- Grothe, M. (2008). *I never metaphor I didn't like A comprehensive compilation of history's greatest analogies, metaphors, and similes*. Harper Collins e-books.
- Holme, R. (2004). *Mind, Metaphor and Language Teaching*. Palgrave Macmillan.
- Ip, H. Y. (2003). Fashioning appearances: Feminine beauty in Chinese communist revolutionary culture. *Modern China*, 29(3), 329–361.
- Jha, M. R. (2016). *The global beauty industry: Colorism, racism, and the national body*. Routledge.
- Johnson, M. (1987). *The body in the mind*, University of Chicago Press.
- Kaneko, M. ve Sutton-Spence, R. (2017). Metaphor in sign language. Semino, E. ve Demjén, Z. (Haz.), *The Routledge handbook of metaphor and language* içinde (ss. 263-281). Routledge.
- Kim, J. (2009). *Are you feeling better about your body image? Self-disclosure and psychosocial benefits in Dove's "Campaign for Real Beauty" online discussion forum*. The annual meeting of the International Communication Association, Chicago, IL.
- Kövecses, Z. (1986). *Metaphors of anger, pride and love: A lexical approach to the structure of concepts*. John Benjamins.
- Kövecses, Z. (1988). *The language of love: The semantics of passion in conversational English*. Bucknell University Press.Thought
- Kövecses, Z. (2000). *Metaphor and emotion*. Cambridge University Press.



- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: A practical introduction*. Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2010). *Metaphor*. Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2017). Conceptual metaphor theory. Semino, E. ve Demjén, Z. (Haz.), *The Routledge Handbook of Metaphor and Language* içinde (ss. 13-28). Routledge.
- Kövecses, Z. (2020). *Extended Conceptual Metaphor Theory*. CUP.
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire, and dangerous things*. University of Chicago Press.
- Lakoff, G. ve Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Lakoff, G. ve Johnson, M. (1999). *Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenge to Western thought*. Basic Books.
- Ma, H. (2022). Inner and outer beauty: exploring female beauty in contemporary China, *Journal of Gender Studies*, 1-13.
- Man, E. K. W. (2000). Female bodily aesthetics, politics, and feminine ideals of beauty in China. P. Z, Brand (Haz.), *Beauty matters* içinde (ss. 169–196). Bloomington: Indiana University Press.
- Palumbo, R., Adams, R. B., Hess, U., Kleck, R. E., ve Zebrowitz, L. (2017). Age and gender differences in facial attractiveness, but not emotion resemblance, contribute to age and gender stereotypes. *Frontiers in Psychology*, 8(1704), 1–8.
- Petit Lunardo, R., Rickard, B... (2020). Small is beautiful: The role of anticipated food waste in consumers' avoidance of large packages. *Journal of Business Research*, 113, 326-336.
- Pragglejaz Group. (2007). MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, 22(1), 1–39.
- Purvis, J. A., Dabbs, J. M., Hopper, C. H. (1984). The “opener”: Skilled user of facial expression and speech pattern. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, 61–66.
- Ryan, M. J. (2018). *A Taste for the Beautiful: The Evolution of Attraction*. Princeton University Press.
- Saltzberg, E. A. ve Chrisler, J. C. (1997). Beauty is the beast: Psychological effects of the pursuit of the perfect female body. Estelle, D. (Haz.), *Reconstructing gender: A multicultural anthology* içinde (ss. 134–145). Mayfield Publishing.
- Schröder, U. A. (2009). Preferential metaphorical conceptualizations in everyday discourse about love in the Brazilian and German speech communities, *Metaphor and Symbol*, 24/2, 105-120.
- Semino, E., Demjén, Z., Hardie, A., Payne, S., ve Rayson, P. (2018). *Metaphor, cancer and the end of life: A corpus-based study*. Routledge.

- Talmy, L. (1988). Force dynamics in linguistics and cognition. *Cognitive Science*, 12, 49–100.
- Tsukiura, T.ve Cabeza, R. (2011). Remembering beauty: Roles of orbitofrontal and hippocampal regions in successful memory encoding of attractive faces. *Neuroimage*, 54(1), 653–660.
- Weitz, R. (2001). Women and their hair: Seeking power through resistance and accommodation. *Gender and Society*, 15(5), 667–686.
- Wen, H. (2013). *Buying beauty: Cosmetic surgery in China*. Hong Kong University Press.
- Yu, N. (2008). Metaphor from body and culture, Gibbs, R. W. (Haz.), *The Cambridge handbook of metaphor and thought* içinde (ss. 247-262). Cambridge University Press.