



Derleme Makale (Review Article)

**BİR ESTETİK YOLCULUK, ESTETİK CERRAHİ VE ESTETİK TURİZM: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME (AN AESTHETIC JOURNEY, AESTHETIC SURGERY AND AESTHETIC TOURISM: AN EVALUATION ON TÜRKİYE)\*\***

Yaşar DEMİR\* (orcid.org/ 0000-0001-9930-8440)

<sup>1</sup>Samsun Eğitim ve Araştırma Hastanesi, İstatistik Birimi, Sağlık Turizmi, Samsun, Türkiye

**Özet**

Medikal turizm son yirmi yılda hızlı bir büyüme gösterdi. Basit tıbbi işlemlerden daha spesifik cerrahi işlemleri almak için sınır ötesi ülkelere seyahat edenlerin sayısı da gün geçtikçe artmaya devam etmektedir. Medikal turizmin hastalara sunduğu önemli hizmetlerden biri de estetik ve plastik cerrahi hizmetleridir. Son yapılan çalışmalar estetik işlem almak isteyenlerin çoğunluğunun kadınlardan oluştuğunu göstermektedir. Yapılan çalışmaların birçoğu bu duruma beğenilme arzusu, beden imajı algısı ve beden memnuniyetsizliğinin sebep olduğunu göstermektedir. Bu üç faktörün ise sosyal medya ve arkadaş baskısı ile arttığı yapılan çalışmalarla belirlenmiştir. Bu durum ise estetik işlemlere olan talepte artış yaşanmasına neden olmuştur. Ancak estetik işlemler tıbbi zorunluluk olmadığı sürece birçok ülkede sosyal güvenlik kapsamında olmayıp kişiler kendileri ödeme yaparak bu hizmetlerden yararlanmaktadır. Bundan dolayı birçok hasta estetik işlemleri daha uygun maliyete yaptırmak amacıyla seyahat etmektedir. Bu seyahatler sonucunda uygun koşullarda yapılmayan işlemler sonucunda hastalar komplikasyonlarla karşı karşıya kalmakta ve daha fazla maliyete katlanmaktadır. Hastaların sınır ötesi estetik işlemler için tercih ettikleri destinasyonlardan biri de Türkiye'dir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı estetik turizm ve estetik cerrahi işlemlerin dünyada ve Türkiye'deki durumunun ortaya konulması, medyanın estetik turizm ve estetik cerrahideki etkisinin ve estetik işlemler sonrası görülen komplikasyonların literatürde yapılan çalışmalar üzerinde değerlendirilip önerilerde bulunulmasıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal Turizm, Estetik Cerrahi, Estetik Turizm, Türkiye

**Abstract**

Medical tourism has grown rapidly over the last two decades. The number of people traveling to cross-border countries to receive simple medical procedures to more specific surgical procedures continues to increase day by day. One of the important services offered by medical tourism to patients is aesthetic and plastic surgery services. Recent studies show that the majority of those who want to receive aesthetic procedures are women. Many of the studies show that this situation is caused by the desire to be liked, body image perception and body dissatisfaction. It has been determined by studies that these three factors increase with social media and peer pressure. This situation has led to an increase in the demand for aesthetic procedures. However, aesthetic procedures are not covered by social security in many countries unless there is a medical necessity, and people benefit from these services by paying themselves. Therefore, many patients travel to have aesthetic procedures performed at a more affordable cost. As a result of these travels, patients face complications and incur more costs as a result of procedures that are not performed under appropriate conditions. One of the destinations preferred by patients for cross-border aesthetic procedures is Turkey. In this respect, the aim of this study is to reveal the status of aesthetic tourism and aesthetic surgery procedures in the world and in Turkey, to evaluate the impact of the media on aesthetic tourism and aesthetic surgery and the complications seen after aesthetic procedures on the studies conducted in the literature and to make suggestions.

Keywords: Medical Tourism, Aesthetic Surgery, Aesthetic Tourism, Türkiye

**Giriş**

Medikal turizm, tıbbi tedavi ve bakım için sınır ötesi sağlık hizmeti almak için yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Bu turizm türünün pazar büyüklüğünün 2030 yılına kadar 97.9 milyar \$ değere ulaşacağı tahmin edilmektedir (Market Analysis Report, 2023). Medikal turizm basit tıbbi işlemlerden ileri uzmanlık gerektiren tıbbi prosedürlere kadar geniş bir alanda hizmet vermektedir. Bu uzmanlık alanlarından bir tanesi de estetik ve plastik cerrahi hizmetleridir (Venditto vd., 2021: 628).

\* Sorumlu yazar: mszydsimal@gmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2024.396

Estetik turizm, bireylerin zorunlu tıbbi tedavi, beden algısı ve beden memnuniyetsizliği veya kendini daha genç ve mutlu hissetme isteği nedeniyle yapılan sınır ötesi seyahatler olarak tanımlanabilir. Bireyler daha kısa bekleme süreleri, uygun maliyetler ve cazip turizm fırsatları nedeniyle yurtdışında bu hizmeti almaya eğilimlidirler. Yapılan birçok çalışma medikal turistlerin seyahat etmesindeki faktörleri fiyat, sağlık hizmeti kalitesi, bekleme sürelerinin kısalığı, kültürel ve dini yakınlık ve alanında uzman hekimler nedeniyle yapıldığını ifade etmektedir (Gül 2019:73; Han ve Hyun 2015:24; Rahman vd. 2022; Sevim ve Sevim 2019:641; Üstün ve Demir Uslu 2022:347). Dahası tüm dünyada estetik prosedürler sosyal güvenlik ödemesi dışında olduğu için maliyet daha da önemli hale gelmektedir (Venditto vd. 2021:630). Bununla birlikte tatil fırsatları yanında ek olarak estetik hizmet alınabilmesi estetik turizmi daha cazip hale getirmektedir. Bunun sebebi ise cerrahi olmayan estetik işlemlerden kısa bir süre sonra bireyin normal yaşamına devam edebilmesidir (Sarwer 2019). Dolayısıyla deniz, kum ve güneş üçlüsünün bir arada olduğu dünyanın en önemli turizm destinasyonlarından biri olan Türkiye bu anlamda ön plana çıkmaktadır. Ayrıca Türkiye medikal turizmde Connell (2006) tarafından 4 S'in (sea, sand, sun, surgery) bir arada olduğu ülkelerden birisi olarak belirtilmektedir (Connell 2006).

Yapılan çalışmalarda estetik turizmin bu kadar hızlı yükselmesinde medyanın önemli bir etkisi olduğu belirtilmektedir (Dalen ve Alpert 2019; Tan ve Bozkurt 2022; Walker vd. 2021). Son yıllarda sosyal medya üzerinden yapılan pazarlama faaliyetleri bu turizm türünün daha fazla dikkat çekmesine neden olmuştur. Ancak sosyal medya üzerinden paylaşımlar aracılığıyla yapılan seyahatler sonucunda bireyler istenmeyen birtakım sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Sağlık hizmetinin doğasında var olan komplikasyonlar özellikle estetik işlemlerin güzellik merkezi adı altında herhangi bir yetki belgesi olmayan kişi veya kişiler tarafından yapılması sonucunda istenmeyen komplikasyonları beraberinde getirmiştir (Hummel vd. 2023; Rafeh vd. 2022; Thacoor ve Akhavani 2019). Bunun sonucunda ülke yetkilileri medikal turizm için bazı ülkelere gidilmemesi konusunda uyarı yapmaktadırlar. Böyle bir uyarı 2022 yılı Aralık ayında İngiltere tarafından Türkiye için yapılmıştır (EuroNews, 2022). Bu sebeple yapılan çalışmada dünyada estetik cerrahinin durumu, medyanın estetik cerrahi turizme etkisi, estetik cerrahi turizm sonrası görülen komplikasyonlar ve Türkiye'nin durumu literatür eşliğinde araştırılarak önerilerde bulunulması amaçlanmıştır.

## Yöntem

Çalışma verilerini toplamak için doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi, mevcut kayıtların ve belgelerin incelenmesiyle veri toplama sürecidir. Bu yöntem, özgün amaçlar için kaynak arama, okuma, not alımı ve analiz etme işlemlerini içerir. Diğer bir deyişle, doküman analizi, yazılı ve dijital kaynakların değerlendirilip incelendiği bir işlem serisidir. Bu işlem, incelenmek istenen belirli belgeler veya olaylar hakkında bilgi sağlayan yazılı materyallerin analiz edilmesi süreci olarak da tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek 2018). Doküman analizi, nitel araştırmalar için çok önemli bir bilgi kaynağıdır. Bu yöntemde, geçmişteki olayları içeren yazılı, görsel ve işitsel kayıtlar, raporlar gibi arşiv malzemeleri ile araştırma esnasında oluşan veya hazırlanan resimler, raporlar, tutanaklar gibi belgeler ele alınır. İncelenen bu belgeler, araştırmacının doğrudan etkileşimde bulunmadığı hazır metinler ve görseller olabileceği gibi, araştırma temasıyla ilişkili kitaplar, makaleler, istatistikler, gazete yazıları, yasal dokümanlar, notlar, biyografiler, kişisel anekdotlar, vasiyetnameler, finansal kayıtlar ve mektuplar da dahil olmak üzere çeşitli belgeleri kapsayabilir (Gürbüz ve Şahin 2018).

Çalışmanın ilk bölümündeki verileri elde etmek için öncelikle Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği (2022) yılı verileri incelenmiştir. Bu veriler içerisinde Dünya'da ve Türkiye'de en çok uygulanan estetik işlemler yüzde ve frekans analizi kullanılarak tablo haline getirilmiştir. Bu tablolar daha önce yapılan çalışmalar eşliğinde yorumlanmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise medyanın estetik cerrahi işlemleri etkisi araştırılmıştır. Bu amaçla daha önce yapılan bilimsel çalışmalardan yararlanılmıştır. Bu çalışmalar Google Scholar aracılığı ile tespit edilmiş, en çok atıf alan çalışmalar ve son 5 yıl içerisinde yapılan çalışmalardan yararlanılarak medyanın estetik cerrahi ve estetik turizme etkisi bölümü yazılmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise WOS (Web of Science) tabanından son 5 yıl içinde estetik cerrahi turizm sonrasında gelişen komplikasyonları araştıran bilimsel çalışmalar taranmıştır. Bu çalışmalardan sadece Türkiye estetik hizmet aldıktan sonra görülen komplikasyonları inceleyen çalışmalar araştırmaya dahil edilerek çalışmanın son kısmı yazılmıştır. Son olarak estetik turizm ve estetik cerrahi işlemler ile önerilerde bulunulmuştur. Çalışma derleme bir çalışma olduğu için etik kurul iznine gerek yoktur.

## Bulgular

### Dünya’da ve Türkiye’de Estetik Cerrahi ve Estetik Turizm

Günümüzde, teknolojinin ilerlemesi sayesinde plastik ve estetik cerrahi işlemleri daha hızlı ve kolay bir biçimde gerçekleştirilebilmektedir. Bu alanda yeni tedavi yöntemlerinin ortaya çıkması ve maliyetlerin daha uygun hale gelmesi, estetik görünüme dair bilinçlenmenin artmasına ve bu tür cerrahi müdahalelere olan ilginin yükselmesine sebep olmuştur. Estetik operasyonlarda dikişsiz tekniklerin tercih edilmesi, hastanede kalma sürelerinin kısılması ve operasyon sonrası ağrı ile yan etkilerin azalması, hastaların bu operasyonlara daha çok yönelmelerini teşvik etmiştir. Sonuç olarak, estetik ve plastik cerrahi alanında gerçekleştirilen işlemlere olan talep artmış ve bu durum, zamanla neredeyse bir alışkanlık derecesine ulaşan büyük bir pazar haline gelmiştir (McCrossan, Martin, ve Hill 2021; Temizkan ve Temizkan 2020). Tablo 1’de 2022 yılından dünyada en çok uygulanan cerrahi estetik işlemler ve 2018 yılına göre değişim verilmiştir (ISAPS 2023).

**Tablo 1. 2022 Yılında Dünyada En Çok Uygulanan Cerrahi Estetik İşlemler**

	Estetik Prosedürler	2022	%	2018- 2022 Değişim (%)
1	Yağ aldırma (liposuction)	2.303.929	15.4%	33.0%
2	Meme Büyütme	2.174.616	14.5%	16.8%
3	Göz Kapağı Ameliyatı	1.409.103	9.4%	28.1%
4	Abdominoplasti	1.180.623	7.9%	32.8%
5	Göğüs Dikleştirme	955.026	6.4%	34.5%
6	Rinoplasti	944.468	6.3%	29.9%
7	Kalça Büyütme	820.762	5.5%	136.9%
8	Dudak Büyütme/Perioral Prosedür	699.264	4.7%	N/A
9	Yağ Grefti	648.894	4.3%	19.7%
10	Meme Küçültme	632.86	4.2%	18.4%
11	Yüz Germe	541.491	3.6%	35.8%
12	Boyun Germe	400.593	2.7%	77.6%
13	Kaş Kaldırma	352.324	2.4%	60.1%
14	Meme İmplantlarının Çıkarılması	320.765	2.1%	54.6%
15	Jinekomasti	305.34	2.0%	13.2%
16	Kulak Cerrahisi	303.906	2.0%	16.0%
17	Üst Kol Gerdirme	204.011	1.4%	46.9%
18	Labioplasti (Vajinal Estetik)	194.086	1.3%	46.3%
19	Yüz Kemik Şekillendirme	138.115	0.9%	39.9%
20	Alt Vücut Germe	123.123	0.8%	51.7%
21	Uyluk Germe	113.746	0.8%	34.6%
22	Kalça Kaldırma	95.174	0.6%	117.6%
23	Vajinal Gençleştirme	70.645	0.5%	N/A
24	Üst Gövde Germe	54.12	0.4%	N/A
	<b>Toplam</b>	<b>14.986.982</b>		<b>41.3%</b>

Tablo 1 incelendiğinde, 2022 yılında yağ aldırma işlemin en çok uygulanan cerrahi estetik işlem olduğu görülmektedir. 2018 yılından 2022 yılına kadar ise en büyük artışın kalça kaldırma (%117.6) işlemlerinde olduğu görülmektedir. Toplam yapılan cerrahi estetik işlemlerdeki değişim 2018- 2022 arasında %41.3 olmuştur.

İnsanların estetik cerrahiye yönelmelerinde psikolojik, demografik, sosyal ve kültürel faktörler büyük bir etkiye sahiptir. Günümüzde, moda ve güzellik dergileri, sosyal medya, televizyon, reklamlar ve sinema gibi kitle iletişim araçları, ideal vücut görüntüsünün nasıl olması gerektiği konusunda belirli görüntüler oluşturmaktadır. Bu medya araçları aracılığıyla etkilenen toplum bireyleri, bu imajlara benzemek istedikleri için cerrahi ya da ameliyatsız müdahalelere başvurumaktadırlar. Özellikle meme büyütme ve yağ aldırma

ameliyatlarının en çok yapılan estetik operasyonlar arasında ilk sırada yer alması, bireylerin medya tarafından oluşturulan bu ideal vücut görüntüsünden daha fazla etkilendiğinin bir göstergesi olduğu söylenebilir (Chopan vd., 2019).

**Tablo 2. 2022 Yılında Dünyada En Çok Uygulanan Cerrahi Olmayan Estetik İşlemler**

	Cerrahi Olmayan Estetik Prosedürler	2022	%	2018- 2022 Değişim (%)
1	Botulinum Toksini (Botoks)	9.221.419	48.9%	51.2%
2	Hyaluronik Asit	4.312.037	22.9%	15.6%
3	Epilasyon	1.798.253	9.5%	96.1%
4	Kimyasal Peeling	844.616	4.5%	106.8%
5	Ameliyatsız Yağ Azaltma	778.716	4.1%	64.5%
6	Ameliyatsız Cilt Sıkılaştırma	734.257	3.9%	N/A
7	Selülit Tedavisi	449.314	2.4%	N/A
8	Tüm Vücut Ablasyonu	367.983	2.0%	90.8%
9	Kalsiyum Hidroksilapatit Dolgusu	350.716	1.9%	171.8%
	<b>Toplam</b>	<b>18.857.311</b>		<b>57.8%</b>

Kaynak: ISAPS, 2023

Tablo 2'ye göre; 2022 yılında cerrahi olmayan estetik işlemler içerisinde en çok tercih edilen uygulamanın Botulinum Toksin (botoks) olduğu görülmektedir. 2018 yılına göre en büyük artış %171.8 ile Kalsiyum Hidroksilapatit dolgusunda olmuştur. Toplam işlem sayısı ise 2018 göre 2022 yılında %57.8'lik bir artış göstermiştir.

Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği (2022) yılı verilerine göre yüz ve boyun bölgesinde en çok yapılan cerrahi estetik işlemler göz kapağı ameliyatı, göğüs bölgesinde meme büyütme, alt vücutta ise yağ aldırma işlemidir. Aynı verilere göre cerrahi olmayan estetik enjeksiyonlarda botilium toksin dolgusu, yüz gençleştirmede kimyasal peeling ve diğer işlemlerde de epilasyon 2022 yılında en çok tercih edilen işlem olmuştur. Dünya genelinde kadınların en çok yaptırdığı cerrahi işlem meme büyütme, erkeklerin ise liposuction (yağ aldırma) olup, cerrahi olmayan işlemlerde her iki cinsiyette botulinum toksini (botoks) enjeksiyonunu tercih etmiştir. Yaş gruplarına bakıldığında ise en çok estetik işlem yaptıran grubun 35-50 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Estetik işlemlerin en çok yapıldığı ilk beş ülke ise sırasıyla Amerika Birleşik Devletleri, Brezilya, Japonya, Meksika ve Türkiye'dir. Estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahi hekim sıralamasında ise 1.300 hekimle Türkiye dünyada 12.nci sırada yer almaktadır (ISAPS 2023).Türkiye'nin estetik plastik cerrahi alanında dünyada on ikinci sırada yer alması, bu alanda hizmet verecek yeterli sayıda doktorun olduğunu göstermektedir. Türkiye'deki estetik ameliyatların yüksek oranda başarılı şekilde gerçekleştirilebilmesi, ameliyat sonuçlarının çok iyi olması ve Türk hekimlerinin dünya çapında takip edilen bilimsel platformlarda elde ettiği başarılar, hastaların Türkiye'yi tercih etmesinde önemli faktörler arasında yer almaktadır. Ancak doktorların, hemşirelerin ve diğer sağlık personelinin yabancı dil bilgisinin de yeterli düzeyde olması gerekmektedir (Chopan vd. 2019; Köroğlu ve Tengilimoğlu 2021; Sag ve Zengul 2019; Temizkan ve Temizkan 2020; Üstün ve Demir Uslu 2022).

**Tablo 3. Türkiye'de 2022 Yılında Yapılan Estetik İşlemler**

Cerrahi İşlemler	Sayı	Cerrahi Olmayan İşlemler	Sayı
Liposuction (Yağ Aldırma)	64.613	Botulinum Toksini (Botoks)	260.206
Rinoplasti (Burun Estetiği)	5.65	Hyaluronik Asit	227.321
Meme Büyütme	55.254	Epilasyon	57.982
Göz Kapağı Ameliyatı	42.63	Ameliyatsız Cilt Sıkılaştırma	37.934

Kaynak: ISAPS, 2023

Tablo 3 incelendiğinde; Türkiye’de 2022 en çok yapılan cerrahi estetik işlem yağ aldırma, cerrahi olmayan estetik işlem ise Botulinum Toksini (Botoks) enjeksiyonudur.

Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği (2022) yılı verilerine göre; Türkiye (%28.7) estetik işlem yaptırmak isteyen yabancı hastalar tarafından en çok tercih edilen ülkeler arasında Meksika (%33.8), Kolombiya (%30.9) ve Tayland’dan (%29.0) sonra 4.ncü sırada yer almaktadır (ISAPS, 2023). Bu ülkelerde en çok yapılan estetik cerrahi işlem olan yağ aldırmanın maliyeti Kolombiya’da 4.500 \$, Meksika’da 2.500\$, Tayland’da 1.875\$ ve Türkiye’de 1500 \$’dır (Medical Tourism, 2023; patientsbeyondborders, 2023). Sağlık hizmeti sunan ülkelerin uygun fiyatlarla hizmet sağlaması ve hastalara ekonomik avantajlar sunması, medikal turizmin gelişiminde önemli etkenlerden biri olmuştur. Ülkeler arasındaki fiyat farklılıkları, medikal turizm faaliyetlerinde bulunan sağlık kuruluşlarının fiyat düzeylerinde rekabet etmelerine neden olmaktadır. Özellikle teknolojideki ilerlemeler sayesinde, medikal turistler destinasyon seçerken tıbbi işlemlerin fiyatlarını karşılaştırabilir hale gelmişlerdir. Dünya genelinde medikal turizm hizmeti sunan ülkelerin hastalara sunduğu fiyat avantajlarına baktığımızda, Kosta Rika’da %45-65, Hindistan’da %65-90, Malezya’da %65-80, Singapur’da %25-40, Tayland’da %50-75, Meksika’da %40-65, Brezilya’da %20-30 ve Türkiye’de %50-65 oranlarında hastaların daha az maliyetle tedavi olabilecekleri görülmektedir (Medical Tourism, 2023; Patientsbeyondborders, 2023).

### Estetik Cerrahi ve Estetik Turizmde Medyanın Etkisi

Bir bireyin estetik cerrahi geçirme isteğini etkileyen çeşitli faktörler vardır. Araştırmalar, hem kadınlar hem de erkekler için vücuttan duyulan memnuniyetsizliğin estetik operasyonlara yönelik güçlü bir itici güç olduğunu ortaya koymaktadır. Beden memnuniyetsizliği, kişinin kendi bedeni hakkında olumsuz düşüncelere sahip olmasını ve gerçek ile ideal vücut arasındaki uyumsuzluk hissini ifade eder (Sharp, Tiggemann, ve Mattiske 2014; Walker vd. 2021). Markey ve Markey’in (2009) yaptıkları çalışmada, fiziksel görünüş, alay ve medyanın etkisinin yanı sıra, beden memnuniyetsizliğinin estetik cerrahiye ilgi göstermede en güçlü belirleyici olduğunu belirlemişlerdir (Markey ve Markey 2009). Öte yandan vücutlarından memnun olan genç kadınların, estetik operasyonlara ilgi duyma olasılıkları daha düşüktür. Beden memnuniyetsizliği genç kadınların beden algıları ile bedenlerini değiştirme eğilimleri arasında bir köprü görevi görebilir (Lee ve Tak 2022). Dolayısıyla kendi dış görünüşlerini olumsuz algılayan kadınlar, dış görünüşlerinden memnun olmayabilir ve bu da onları estetik cerrahi gibi dış görünüş değiştirme yollarını tercih etmeye itebilir (McCrossan vd. 2021; Pereira, Malone, ve Flaherty 2018).

Buna ek olarak benlik saygısının estetik cerrahi geçirme olasılığı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir; düşük benlik saygısına sahip olanların estetik işlemler yaptırmaya olasılığı önemli ölçüde daha yüksektir (Furnham ve Levitas 2012; Tan ve Bozkurt 2022). Benzer şekilde bazı insanlarda estetik ameliyatlardan sonrası kendine saygının önemli derecede arttığı gözlemlenmiştir (Çapar 2023; Körpe 2017). Bunun yanı sıra, kilo ve diyet alışkanlıkları da kozmetik operasyon isteğiyle bağlantılı bulunmuştur. Örnek olarak, daha kilolu kadınların daha fazla estetik operasyon talep ettiği tespit edilmiştir (Campbell vd. 2019; Dalen ve Alpert 2019; Demir ve Özpınar 2020). Fakat düşük vücut kitle indeksine (VKI) sahip üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışma sonucunda, kadın öğrencilerin estetik cerrahi düşüncelerinin yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Swami 2009).

Sosyokültürel teori, insanların güzellik standartlarını sosyal ve kültürel bağlam içinde öğrendiklerini öne sürmektedir. İnsanlar kendi görünüşlerini, içinde yaşadıkları toplum tarafından tanımlanan güzellik standartlarına göre değerlendirmektedir. Medya, güzellik ideallerine ilişkin mesajların yansıtıldığı kanallardan biridir ve kadınların kendilerini nasıl algıladıkları ve dolayısıyla görünüm değiştirme stratejilerine girip girmedikleri üzerinde bir etkiye sahiptir (Türk ve Bayrakçı 2020). Örneğin; fiziksel görünüme daha fazla psikolojik yatırım yapılmasının ve kitle iletişim araçlarındaki güzellik mesajlarının daha fazla içselleştirilmesinin estetik cerrahiye yönelik daha olumlu tutumları öngördüğü belirlenmiştir (Alotaibi 2021; Milothridis 2020). Benzer şekilde, medya ve akran etkisi estetik cerrahiye yönelik tutumları etkilemektedir. Spesifik olarak, daha fazla medyaya maruz kalma ve arkadaş tavsiyeleri estetik cerrahiye yönelik daha olumlu tutumlarla ilişkilidir (Sharp vd. 2014).

Sosyal medya kullanımının estetik cerrahi arzusunu artırdığını gösteren birçok çalışma mevcuttur (Gupta vd. 2020; Irwin vd. 2021; Shome vd. 2020; Walker vd. 2021). Bu nedenle, sosyal medyayı daha fazla

kullanıcıların, daha az kullananlara kıyasla estetik cerrahi için daha yüksek bir arzu göstereceği söylenebilir. Ayrıca, vücut memnuniyetsizliğinin estetik cerrahiye yönelik tutumları etkilediği tespit edilmiştir (Gupta vd. 2020; Shome vd. 2020). Dolayısıyla, dış görünüşünden daha az memnun olanların, dış görünüşünden daha memnun olanlara kıyasla estetik cerrahi için daha yüksek bir istek duyacakları öngörülmektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının beden memnuniyetini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Arab vd. 2019; Irwin vd. 2021; Scarano Pereira vd. 2022; Sonmez ve Esiyok 2023; Wang vd. 2023). Aynı zamanda medikal turizmde sosyal medyanın etkisinin araştırıldığı çalışmalarda da çoğu medikal turist sosyal medya etkisi ile daha uygun maliyetle estetik işlem yaptırmak için seyahat ettiği belirlenmiştir (Cham vd. 2021; Firman vd. 2023; Taheri vd. 2021). Bu çalışmalardan yola çıkarak sosyal medya kullanımının vücut memnuniyetsizliğini etkilediği ve bu memnuniyetsizliğin estetik cerrahi arzusunun artmasına neden olduğu ve bu bireylerin daha uygun maliyete estetik işlem yaptırmak için seyahat ettikleri söylenebilir.

### **Estetik Cerrahi ve Estetik Turizm Sonrası Görülen Komplikasyonlar**

Estetik cerrahi işlemlerinden sonra en yaygın karşılaşılan komplikasyonlar enfeksiyonlardır. Bu enfeksiyonlar genellikle operasyondan sonraki ilk ay içinde belirginleşmektedir. Enfeksiyonlara neden olan mikroorganizmalar arasında genellikle *S.aureus* ve *S.epidermitis*, Streptokoklar, Enterobakteriyel ailesi ve *Pseudomonas* türleri yer almaktadır. Cerrahi bölgede oluşan enfeksiyonlar, özellikle yurtdışından estetik cerrahi için başvuran hastalarda daha sık görülmeye başlamıştır (Brightman vd. 2018; Klein vd. 2016; Pereira vd. 2018).

Klein ve diğerleri (2017) 2010- 2014 yılları arasında yurt dışında estetik işlem yaptırmış ve komplikasyon gelişmiş 109 hasta tespit etmişlerdir. Bu 109 hastanın tamamı kadındır ve yaş ortalaması  $38.5 \pm 11.3$ 'tür. Estetik işlemlerin çoğu sırasıyla Güney Amerika (%43) ve Güneydoğu Amerika (%29.4) veya Orta Avrupa'da (%24.8) gerçekleştirilmiştir. Tercih edilen prosedürler meme büyütme (%39.4), abdominoplasti (%11) ve meme küçültme (%7.3)'dir. Çalışmanın en önemli bulgularından biri de komplikasyon görülen hastaların en çok sırasıyla Brezilya (%14) ve Türkiye (%12)'de estetik işlem yaptırmasıdır. Dahası hastalar komplikasyon tedavisi için sigorta ödemesi dışında ortalama 1534 \$ ödemişlerdir (Klein vd. 2016).

Thacoor ve diğerleri (2019) tarafından yurt dışında estetik cerrahi sonrasında komplikasyon görülen 24 hasta tespit etmişlerdir. Bu hastaların 22'si kadındır. En çok yaptırılan işlem kalça kaldırma (%38) ve en çok görülen komplikasyon enfeksiyon (%92)'dir. Hastaların %29'u Türkiye'de estetik işlem yaptırmıştır. Enfeksiyon sonrası en uzun süre abdominoplasti hastaları tedavi görmüşler ve bu tedavi sonucunda hastalar ortalama 20.404 \$ ödeme yapmak zorunda kalmışlardır (Thacoor vd. 2019).

Hummel ve diğerleri (2023) 2015- 2019 yılları arasında İsviçre dışında estetik ameliyat olmuş ve sonrasında komplikasyon geçirmiş 182 hastanın verilerini incelemişlerdir. Çalışmada estetik işlem yaptıranların çoğunluğu kadın (%91) ve yaş ortalaması  $40.9 \pm 12.0$ 'dir. Hastaların %62'si meme cerrahisi ve %19'u vücut şekillendirme işlemi yaptırmıştır. Hastalarda en çok görülen akut komplikasyonlar (%25) enfeksiyondur. Hastalar %69 oranında Avrupa'da işlem yaptırmış olup en çok tercih ettikleri destinasyonlar Türkiye %16, Çekya %13.4, Brezilya %13.4 ve Almanya %11.2'dir. Hastalar kendi ülkelerinde yaptırdıkları komplikasyon tedavisi sonrasında ortalama 3092 \$ ödeme yapmışlardır (Hummel vd. 2023).

Rafah ve arkadaşları (2022) İrlanda'da 2019- 2021 yılları arasında iki üniversite hastanesine yurt dışında estetik cerrahi işlem uygulandıktan sonra komplikasyonlarla başvuran hastalar incelemişlerdir. Hastaların %92.8 kadın ve yaş ortalaması  $43 \pm 11.85$ 'dir. Hastaların %46.2'si Belçika, %15.4'ü İngiltere ve %7.7'si diğer ülkeler (Litvanya, Türkiye, Polonya, Letonya ve Estonya)' de estetik işlem yaptırmıştır. En çok görülen komplikasyon enfeksiyon olmuş ve bunun maliyeti ortalama 6.388 €' dur (Rafah vd. 2022).

Gilardi ve diğerleri (2023) tarafından 2022 yılında yapılan çalışmada estetik cerrahi işlemleri sonrası komplikasyonlar hakkında yapılan çalışmaları incelemişlerdir. Bu çalışmalarda 370 hastanın estetik işlem sonrası komplikasyonla karşı karşıya kaldıklarını en çok komplikasyonun abdominoplasti sonrası görülen enfeksiyon olduğunu belirlemişlerdir. Çalışmada hastaların en çok tercih ettikleri destinasyonların Dominik Cumhuriyeti, Türkiye ve Kolombiya olduğu belirlenmiştir (Gilardi vd. 2023).

### **Sonuç ve Öneriler**

Medikal turizm, dünya genelinde ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Bu alandaki estetik plastik cerrahi uygulamaları, medikal turizmin içinde büyük bir paya sahip olup önemli bir rol oynamaktadır. Dünya genelinde, plastik ve estetik cerrahi uygulamalarının maliyetlerinin genellikle sağlık sigortaları tarafından karşılanmaması, bu alandaki rekabetin fiyat odaklı olmasına yol açmaktadır. Türkiye'nin

sunduğu fiyatlar dikkate alındığında en avantajlı ülkelerden biri olduğu söylenebilir. Bu sebeple medikal turizmde rekabet avantajını korumak için Türkiye'nin tüm tıbbi işlemlerde bir fiyat aralığı belirlemek için medikal turizm hizmeti veren kurum yetkililerinden ve hekimlerden oluşan bir çalışma ve denetim grubu oluşturması önerilebilir.

Sosyal medyanın ve medyanın medikal turizm faaliyetlerinde etkisini araştıran çalışmaların sonucunda, tüm medikal turizm faaliyetlerinde sosyal medyanın önemli bir etken olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkarak sosyal medyanın medikal turizm pazarlaması için en önemli pazarlama faaliyetlerinden biri olduğu ifade edilebilir. Bu sebeple medikal turizm faaliyetleri için sosyal medyanın etkin olarak kullanılması önerilebilir. Bunun yanında sosyal medya paylaşımları ile estetik işlem yaptırmak isteyen hastaların hekimler tarafından psikolojik durumun değerlendirilmesi ve uygun görülen medikal turistlere işlem yapılması önerilebilir. Bu değerlendirmenin olası komplikasyonları önlemede etkili olacağı literatürde yapılan çalışmalar ışığında olasıdır.

Türkiye medikal turistler tarafından tercih edilen en önemli destinasyonlardan biridir. Ancak literatürde yapılan bazı çalışmalarda Türkiye' de estetik işlem yaptırdıktan sonra ülkesine dönen hastalarda enfeksiyon görüldüğü belirtilmektedir. Enfeksiyon sonrası ise hastaların kendi ülkelerinde tekrardan tedavi olmaları gerekebilmektedir. Bu durum Türkiye'nin medikal turizm imajını olumsuz yönde etkileyebilir. Cerrahi işlemlerde enfeksiyon riski ile karşı karşıya kalınmasının en önemli nedeni kullanılan ekipmanın uygun koşullarda sterilizasyon, dezenfeksiyonunun yapılmaması ve ameliyathane validasyon işlemlerinin yapılmamasıdır. Bu nedenle sterilizasyon ve dezenfeksiyon işlemlerinin eğitilmiş sağlık çalışanları tarafından yapılması ve cerrahi öncesi mutlaka testlerin tekrar kontrol edilmesi önerilebilir.

## Kaynakça

- Alotaibi, A. S. (2021). Demographic and Cultural Differences in the Acceptance and Pursuit of Cosmetic Surgery: A Systematic Literature Review. *Plastic and Reconstructive Surgery - Global Open*, 9(3), e3501. <https://doi.org/10.1097/GOX.0000000000003501>
- Arab, K., Barasain, O., Altaweel, A., Alkhayyal, J., Alshiha, L., Barasain, R., Alessa, 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), e2333. <https://doi.org/10.1097/GOX.0000000000002333>
- Brightman, L., Ng, S., Ahern, S., Cooter, R., and Hopper, I. (2018). Cosmetic tourism for breast augmentation: a systematic review. *ANZ Journal of Surgery*, 88(9), 842-847. <https://doi.org/10.1111/ans.14326>
- Campbell, C. A., Restrepo, C., Navas, G., Vergara, I., and Peluffo, L. (2019). Plastic Surgery Medical Tourism in Colombia: A Review of 658 International Patients and 1,796 Cosmetic Surgery Procedures. *Plastic and Reconstructive Surgery - Global Open*, 7(5), e2233. <https://doi.org/10.1097/GOX.0000000000002233>
- Cham, T.-H., Lim, Y.-M., Sia, B.-C., Cheah, J.-H., and Ting, H. (2021). Medical Tourism Destination Image and its Relationship with the Intention to Revisit: A Study of Chinese Medical Tourists in Malaysia. *Journal of China Tourism Research*, 17(2), 163-191. <https://doi.org/10.1080/19388160.2020.1734514>
- Chopan, M., Sayadi, L., Clark, E. M., and Maguire, K. (2019). Plastic Surgery and Social Media: Examining Perceptions. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 143(4), 1259-1265. <https://doi.org/10.1097/PRS.0000000000005445>
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and ... surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.005>
- Çapar, M. (2023). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Estetik Uygulama Yaptıran Kadınların Benlik Saygısının Değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 12(2), 774-781. <https://doi.org/10.37989/gumussagbil.1311357>
- Dalen, J. E., and Alpert, J. S. (2019a). Medical Tourists: Incoming and Outgoing. *The American Journal of Medicine*, 132(1), 9-10. <https://doi.org/10.1016/j.amjmed.2018.06.022>
- Dalen, J. E., and Alpert, J. S. (2019b). Medical Tourists: Incoming and Outgoing. *The American Journal of Medicine*, 132(1), 9-10. <https://doi.org/10.1016/j.amjmed.2018.06.022>
- Demir, Y., ve Özpınar, S. (2020). Medikal Turizmde Kadın Ve Kadın Sağlığı. *SBedergi*, 4(7), 117-129.

- EuroNews. (2022). <https://tr.euronews.com/2022/12/22/saglik-turizmi-ingiltereden-vatandaslarina-turkiyeye-seyahat-uyarisi>. Euronews.
- Firman, A., Moslehpour, M., Qiu, R., Lin, P.-K., Ismail, T., and Rahman, F. F. (2023). The impact of eco-innovation, ecotourism policy and social media on sustainable tourism development: evidence from the tourism sector of Indonesia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(2). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2143847>
- Furnham, A., and Levitas, J. (2012). Factors that motivate people to undergo cosmetic surgery. *Canadian Journal of Plastic Surgery*, 20(4), 47-50. <https://doi.org/10.1177/229255031202000406>
- Gilardi, R., Galassi, L., Del Bene, M., Firmani, G., and Parisi, P. (2023). Infective complications of cosmetic tourism: A systematic literature review. *Journal of Plastic, Reconstructive and Aesthetic Surgery*, 84, 9-29. <https://doi.org/10.1016/j.bjps.2023.05.021>
- Gupta, N., Dorfman, R., Saadat, S., and Roostaeian, J. (2020). The Plastic Surgery Social Media Influencer: Ethical Considerations and a Literature Review. *Aesthetic Surgery Journal*, 40(6), 691-699. <https://doi.org/10.1093/asj/sjz329>
- Gül, S. (2019). Palliative Care Tourism (PCT) As One New Focus for Medical Tourism. İçinde S. E. Dinçer, S. Sönmez, M. Bostancı, and E. Özçaban (Ed.), *Research Reviews in Social, Human and Administrative Sciences* (Gece Kitaplığı, ss. 69-86). Gece Kitaplığı.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe – Yöntem – Analiz* (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Han, H., and Hyun, S. S. (2015). Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness. *Tourism Management*, 46, 20-29. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.003>
- Hummel, C. E., Klein, H. J., Giovanoli, P., and Lindenblatt, N. (2023). Complications arising from aesthetic surgery procedures in foreign countries and Switzerland. *Swiss Medical Weekly*, 153(4), 40077. <https://doi.org/10.57187/smw.2023.40077>
- Irwin, T. J., Riesel, J. N., Ortiz, R., Helliwell, L. A., Lin, S. J., and Eberlin, K. R. (2021). The Impact of Social Media on Plastic Surgery Residency Applicants. *Annals of Plastic Surgery*, 86(3), 335-339. <https://doi.org/10.1097/SAP.0000000000002375>
- ISAPS. (2023). *Isaps global istatistics*. <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/>.
- Klein, H. J., Simic, D., Fuchs, N., Schweizer, R., Mehra, T., Giovanoli, P., and Plock, J. A. (2016). Complications After Cosmetic Surgery Tourism. *Aesthetic Surgery Journal*, sjw198. <https://doi.org/10.1093/asj/sjw198>
- Köroğlu, G. ve Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık Çalışanlarına Göre Medikal Turizm Endeksi Faktörlerinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 7(2), 261-275.
- Körpe, G. (2017). Plastik-Rekonstrüktif Cerrahi Hastalarında Benlik Saygısı Ve Hemşirelik Yaklaşımı. *Sağlık Akademisi Kastamonu*, 2(3), 223-231. <https://doi.org/10.25279/sak.333062>
- Lee, J., and Tak, S. H. (2022). Factors associated with eHealth literacy focusing on digital literacy components: A cross-sectional study of middle-aged adults in South Korea. *DIGITAL HEALTH*, 8, 205520762211027. <https://doi.org/10.1177/20552076221102765>
- Market Analysis Report. (2023). *Medical Tourism Market Size, Share and Trends Analysis Report by Country (Thailand, India, Mexico, Costa Rica, Malaysia, Singapore, Brazil, Colombia, Turkey, Taiwan, South Korea, Spain, Czech Republic, China), and Segment Forecasts, 2022-2030*. <https://www.researchandmarkets.com/reports/4753454/medical-tourism-market-size-share-and-trends>.
- 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>
- McCrossan, S., Martin, S., and Hill, C. (2021). Medical Tourism in Aesthetic Breast Surgery: A Systematic Review. *Aesthetic Plastic Surgery*, 45(4), 1895-1909. <https://doi.org/10.1007/s00266-021-02251-1>
- Medical Tourism. (2023). *Compare Prices*. <https://www.medicaltourism.com/compare-prices>.



- Milothridis, P. (2020). Cosmetic Medicine: Are All People Equally Prone to Be Interested in It? İçinde *Cosmetic Patient Selection and Psychosocial Background* (ss. 21-32). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-44725-0\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-44725-0_3)
- patientsbeyondborders. (2023). *patients beyond borders price*. <https://www.patientsbeyondborders.com/media>.
- Pereira, R. T., Malone, C. M., and Flaherty, G. T. (2018). Aesthetic journeys: a review of cosmetic surgery tourism. *Journal of Travel Medicine*, 25(1). <https://doi.org/10.1093/jtm/tay042>
- Rafeh, S., Tara M., C., Michael, F., Amy, G., Elaf, O., Paul, R., James, O., Aidan, M., Seamus, M., and Gerrard, O. (2022). An analysis of the cost and impact of cosmetic tourism and its associated complications: A multi institutional study. *The Surgeon*, 20(6), 339-344. <https://doi.org/10.1016/j.surge.2021.12.007>
- Rahman, M. S., Bag, S., Hassan, H., Hossain, M. A., and Singh, R. K. (2022). Destination brand equity and tourist's revisit intention towards health tourism: an empirical study. *Benchmarking: An International Journal*, 29(4), 1306-1331. <https://doi.org/10.1108/BIJ-03-2021-0173>
- Sag, I., and Zengul, F. D. (2019). Why medical tourists choose Turkey as a medical tourism destination? *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(3), 296-306. <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2018-0031>
- Sarwer, D. B. (2019). Body image, cosmetic surgery, and minimally invasive treatments. *Body Image*, 31, 302-308. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.01.009>
- Scarano Pereira, J. P., Martinino, A., Manicone, F., Scarano Pereira, M. L., Iglesias Puzas, Á., Pouwels, S., and Martínez, J. M. (2022). Bariatric surgery on social media: A cross-sectional study. *Obesity Research and Clinical Practice*, 16(2), 158-162. <https://doi.org/10.1016/j.orcp.2022.02.005>
- Sevim, E., ve Sevim, E. (2019). Medikal Turizm Tercihini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Türkiye Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(3), 633-652.
- Sharp, G. , Tiggemann, M., and Matiske, J. (2014). The role of media and peer influences in Australian women's attitudes towards cosmetic surgery. *Body Image*, 11(4), 482–487.
- Shome, D., Vadera, S., Male, S. R., and Kapoor, R. (2020). Does taking selfies lead to increased desire to undergo cosmetic surgery. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 19(8), 2025-2032. <https://doi.org/10.1111/jocd.13267>
- Sonmez, M., ve Esiyok, E. (2023). The Effect of Social Media Usage, Appearance-Related Social Media Pressure and Body Mass Index on Body Appreciation of Cosmetic Procedure Patients. *Aesthetic Plastic Surgery*, 47(6), 2711-2718. <https://doi.org/10.1007/s00266-023-03654-y>
- Swami, V. (2009). Body appreciation, media influence, and weight status predict consideration of cosmetic surgery among female undergraduates. *Body Image*, 6(4), 315-317. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.07.001>
- Taheri, B., Chalmers, D., Wilson, J., and Arshed, N. (2021). Would you really recommend it? Antecedents of word-of-mouth in medical tourism. *Tourism Management*, 83, 104209. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104209>
- Tan, E., ve Bozkurt, Y. (2022). Benlik Saygısı İle Cerrahi Olmayan Estetik Müdahaleler Arasındaki İlişkide Beden İmgesi Baş Etme Stratejilerinin Rolünün İncelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1423-1441. <https://doi.org/10.46928/iticusbe.1171413>
- Temizkan, S. P., ve Temizkan, R. (2020). Dünyada Ve Türkiye’de Medikal Turizm Kapsamında Plastik Ve Estetik Cerrahi Uygulamaların Hizmet Pazarlaması Karmaşı Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, , 3(2), 284-298.
- Thacoor, A., van den Bosch, P., and Akhavan, M. A. (2019). Surgical Management of Cosmetic Surgery Tourism-Related Complications: Current Trends and Cost Analysis Study of the Financial Impact on the UK National Health Service (NHS). *Aesthetic Surgery Journal*, 39(7), 786-791. <https://doi.org/10.1093/asj/sjy338>
- Türk, G. D., ve Bayrakçı, S. (2020). Sosyal medya ve toplumda değişen estetik işlem yaptırma algısı. *Academic Journal of Information Technology*, , 10(39), 118-135.

- Üstün, U., ve Demir Uslu, Y. (2022). Türkiye'nin Sağlık Turizminde Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Çalışma: Medikal Turizm Endeksi. *European Journal of Science and Technology*. <https://doi.org/10.31590/ejosat.1020647>
- Venditto, C., Gallagher, M., Hettinger, P., Havlik, R., Zarb, R., Argenta, A., Doren, E., Sanger, J., Klement, K., Dzwierzynski, W., LoGiudice, J., and Jensen, J. (2021). Complications of Cosmetic Surgery Tourism: Case Series and Cost Analysis. *Aesthetic Surgery Journal*, 41(5), 627-634. <https://doi.org/10.1093/asj/sjaa092>
- 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>
- Wang, Y., Qiao, X., Yang, J., Geng, J., and Fu, L. (2023). "I wanna look like the person in that picture": Linking selfies on social media to cosmetic surgery consideration based on the tripartite influence model. *Scandinavian Journal of Psychology*, 64(2), 252-261. <https://doi.org/10.1111/sjop.12882>
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. . Seçkin Yayıncılık.