

BEDENİN İKİ YANSIMASI: BEDENLE İLETİŞİM, İLETİŞİMDE BEDEN

Yıldız Dilek ERTÜRK*

Özet

Bir gözden geçirme ve iletişim alanına diğer alanlarda gelen katkıları hatırlatan bu yazında, beden iki boyut üzerinden ele alınmıştır; 1. Kişinin kendi bedeni ile iletişimi, bedenine ilişkin algı ve memnuniyeti; 2. İletişim içinde kişinin bedeninin önemi, anlamı, kullanımı. Bu makale ile vurgulanmak istenen; kendini tanıma, başkalarını tanıma kavramı aracılığı ile beden dili ve beden doyumu arasında belirgin bağlantıları kurabilmek ve iletişimden bağımsız olmayan bedenimizin, dilini etkileyen en önemli etkenin zaman için de bedenimize yüklediğimiz anlamlar ve memnuniyet olduğunu vurgulanmaktadır. Bedenin ve bedenimize ilişkin yüklemelerimizin yaşamda ne kadar önemli bir yer tuttuğunu ortaya koymak, beden imgesi, kişilik, beden doyum düzeyi, kendine güven, benlik saygısı gibi kavramların, beden dili yazın bilgileri eşliğinde tartışılması ve popüler etkili iletişim yaklaşımlarına, eleştirel bir bakış getirilmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla, imaj oluşturma süreçleri, gözden geçirilmiş, beden dilinin çözümlene, mesajın anlaşılabilirliğini anlama ipuçları araştırılarak ruhsal bağlantılı sinyallerinin fark edirliliği ortaya konmaya çalışılmış, kişinin bedeni ile etkileşimi ve iletişim içinde bedeninin anlamı tartışılmıştır.

Anahtar sözcükler: Kişilerarası iletişim, iletişim becerileri, beden dili, beden algısı ve doyumu, beden imajı ve şeması, benlik saygısı.

Two Reflections Of The Body: Communication With Body And Body In Communication

Reminding the contributions of other fields to the field of communication, this paper considers the body in terms of two dimensions; 1. One's communication with his own body, perception and satisfaction as regards his body; 2.Importance, meaning and use of one's body in communication. This paper places emphasis on establishing specific connections between body language and body satisfaction through the concept of recognizing the self and recognizing others, and that the most important factor that affects the language of our body which is not independent of communication is the meaning and satisfaction we attribute to our body in time. The objectives are to show how an important place the body and our impositions to the body covers in life, to open for discussion concepts such as the image of body, personality, bodyly satisfaction level, self-confidence, self-respect accompanied by body language literature, and to bring a critical point of view to popular effective communication approaches. To this end, image creation processes that are covered by the field of Communication - Public Relations and that are very popular have been reviewed, efforts has been used to show the noticeability of signals with psychological connections by analyzing body language and searching for the clues of understanding a message, and one's interaction with his body and the meaning of body in communication have been discussed.

Key words: Interpersonal communication, communication skills, body language, body perception and satisfaction, body image and schema, self-esteem.

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

Giriş

Yalnızca günümüzde değil tarihin her döneminde insanın varoluşu, iletişimi ve üretkenliği açısından bedeni büyük önem taşımıştır. İnsanlar dış görünüşe, çekici, güzel ve yakışıklı olmaya önem vermişler, kendi toplumsal normları ve kültürel değerleri içinde bedenlerini beslemiş, giydirmiş, donatmış ve konuşturmuşlardır. Toplumsal ve kişisel gelişim aşamalarında, bireyin beden ve kimlik oluşumu arasındaki karşılıklı etkileşim beden gelişimi, sosyal pozisyon ve kültürel sistemden etkilenmiştir (Devisch, 1985). Bedenin varlığı üzerindeki süreçsel tartışmalarda "Beden"; yaşayan bir organizma ve aynı zamanda "ruh" ile donatılmış makineden farklılaşmış bir yapı (Heidegger, 1995), kişiliğin bir ifadesi (Shontz, 1969), benliğin aynası, kişinin gerçekliği (Fenichel, 1974), iç ve dışın bütünleşmesi, iletişimin vazgeçilmez ögesi olarak kavramlaştırılmıştır.

Kişinin kendi beden kavramı gerçeklik duygusunun gelişmesinde çok özel bir rol oynamaktadır. Önce, yalnız bir gerilim, yani içerideki bir şeyin algısı vardır. Daha sonra içerideki bu gerilimi gidermek için bir objenin bulunduğunu fark ederek dışarıda bir şeyin olduğunu anlarız. Bedenimiz aynı zamanda her ikisidir. İç (senestetik) ve dış (dokunma) duygularımıza ilişkin verilerin aynı anda ortaya çıkmasına bağlı olarak, bedenimiz dünyanın geri kalanından ayrı bir şey haline gelir. Böylece kendini ve kendi olmayanı ayırt etmek olası olur (Fenichel, 1974).¹

¹1935 yılında Schilder tarafından yayınlanan "İnsan Bedeninin İmgesi ve Görünümü"(The Image and Appearance of Human Body,1935) isimli kitapdan Fenichel (1974) tarafından aktarılmıştır.

Bir gözden geçirme ve iletişim alanına diğer alanlarda gelen katkıları hatırlatan bu yazıda, beden iki boyut üzerinden ele alınmıştır; 1. Kişinin kendi bedeni ile iletişimi, bedenine ilişkin algı ve memnuniyeti; 2. İletişim içinde kişinin bedeninin önemi, anlamı, kullanımı. Bu makale ile vurgulanmak istenen; kendini tanıma, başkalarını tanıma kavramı aracılığı ile, beden dili ve beden doyumunu arasında belirgin bağlantıları kurabilmek ve iletişimden bağımsız olmayan bedenimizin, dilini etkileyen en önemli etkenin zaman içinde bedenimize yüklediğimiz anlamlar ve bedene yüklenen memnuniyet algısı olduğunu vurgulamaktır. Bedenin ve bedene ilişkin yüklemelerin yaşamda ne kadar önemli bir yer tuttuğunu hatırlatmayı amaçlayan bu gözden geçirme yazını ile; beden imgesi, kişilik, beden doyum düzeyi, kendine güven, benlik saygısı gibi kavramların, beden diline ilişkin yazın bilgileri eşliğinde tartışılması ve popüler etkili iletişim yaklaşımlarına eleştirel bir bakış getirilmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla, imaj oluşturma süreçleri gözden geçirilmiş, beden dilini çözümlenme, mesajın anlaşılabilirliğini anlama ipuçları belirlenerek, ruhsal bağlantılı sinyallerinin fark edilirliliği ortaya konmaya çalışılmış, kişinin bedeni ile etkileşimi ve iletişim içinde bedenin anlamı tartışılmıştır.

1. Kişinin Bedeni İle Etkileşimi

Beden; "görünüşümüz, duruşumuz, tarzımız, rengimiz, boyumuz, hacmimiz, dilimiz, sesimiz, varlığımızın biricik mekansal göstergesi, gerçekliğimiz, ve kişiliğimizin bir ifadesidir" şeklinde değişik boyutlarda tanımlanabilir. Kişilik yönelimli araştırmacılar, bedenin kişilik özelliklerini belirleyen unsurlardan biri olduğunu varsayarak, beden ve beden bölgelerinin önemli duygula-

rın iletişimsel yansıması ve kişiliğin güçlü simgeleri olduğunu kabul ederler. Kişilik ve beden bir bütündür. Bir varlık olarak beden nesnel arasında biriciktir. Shontz (1969)'a göre beden tek başına değil içsel ve dışsal varoluşumuzun bir bütünü olarak algılandığında bir anlam ifade eder. Bir var olan bedenimiz, bir de bizim bedenimize yüklediğimiz anlamlarımız vardır. Bu anlamlar ve yaşantılar, var olan bedenimizin yanında hayali, tamamen bizim içsel ve dışsal algılama sistemlerimizi birleştirerek ortaya çıkardığımız bir imgelemeyi de beraberinde getirir: "beden algısı imgesi". İşte asıl yaşamımıza yön veren, iletişimizi belirleyen, bedenimiz hakkında oluşturduğumuz bu imgedir. Beden imgesi, bireyin yaşantıları sonucunda kendi bedeni hakkında bilinçli veya bilinçsiz olarak zihninde tasarladığı, bedenine ilişkin kendi görüntüsü ve görüşleridir (De Bea, 1987). Kısaca kişinin kendi bedeni hakkındaki şeması, görüşüdür.

1.1.Bedene İlişkin Kişisel Algı ve Memnuniyete Yönelik Beden Algısı

Gerçek beden ve gerçek olmayan beden imgesi arasındaki tutarsızlıklar, bedeni beğenip, beğenmemeye ilişkin duygular, kişilerarası iletişim alanlarına yansımakta ve bireyin içsel ve dışsal iletişim çatışmaları yaşamasını şekillendirebilmektedir. Görünür biçimde şekillenen beden ve içsel süreçlerle devam eden kişiye özgü yansımaları, belli bir organizasyon içinde kişinin, ruhsal ve fiziksel gelişimini, benlik gelişimini, toplumdaki yerini, meslek seçimini, kişilerarası iletişimini ve buna benzer pek çok psikososyal etkileşimini etkileyebilmektedir. Araştırmacılar psikolojik önemi çok büyük olan bu içsel süreçlerden oluşan beden tasarımına ilişkin, beden imgesi kavramı yanında, beden şeması, bedensel benlik, beden egosu, beden saygısı gibi birbirine çok yakın anlamlar ifade eden kavramları da geliştir-

mişlerdir (Shontz, 1967; Devisch, 1985; Cumming, 1987). Beden imgesi şemsiyesi altında toplanan bütün bu kavramlar kişinin bedeni hakkındaki duygu, düşünce ve davranışlarını ve bunlardan yansıyan tutumlarını, iletişim kalıplarını kapsamaktadır.

Bebeklikten yetişkinliğe kadar şekillenen bedenin ruhsal-fiziksel sağlık ve kişilerarası iletişimdeki önemi pek çok kuramcı tarafından farklı bakış açılarıyla değerlendirilmiştir. Örneğin bazı bilim adamları, bebeklik üzerinde durmuş ve bebeğin kendi bedeninin anne bedeninden ayrı olduğunu keşfettiğinde kendini kabulün ve gelecekteki iletişimsel ilişkinin zemininin atıldığını belirtmişlerdir (Hoover, 1984). Psikonalizm kuramını benimseyenlerde bebeğin, yaşamın ilk yıllarında kendisini çevreden ayırt edememekte olduğunu, bedenin gelişimi ile birlikte iç ve dış çevre ayırımının gelişmesinden söz ederek, psikoseksüel ve psikososyal gelişim evreleriyle bedenin gelişiminin paralellliğini ileri sürerler (Fenichel, 1974). Kuramın, Freud, Erikson, Jung, Adler gibi temsilcileri bedenin kişi için taşıdığı önemin, libido, id, ego, süperegö gelişimine paralel olarak değiştiği vurgusunu yaparlar. Özellikle Adler (Geçtan, 1984), kişinin bedenine verdiği önemin altını çizerek, kişilik kuramında önemli bir yeri olan "eksiklikten kurtulma çabası" kavramını ortaya atar. Eğer kişinin bedensel bir kusuru veya böyle bir algısı varsa, kişi eksi bir durumdan artı bir duruma geçmek için sürekli bir çaba içine girerek sürekli kendini geliştirmeye çalışır. Eksiklikten kurtulma çabası veya üstünlük çabası olarak isimlendirilen bu durum ruhsal ve fiziksel olarak sağlıklı iletişim kurabilme noktasında önem taşır. Psikanalitik yaklaşımdan farklı olarak bedenin iletişim içine girdiği diğer bedenlerden farklı olarak, geçmiş, bugün ve beklenen gelecekle ilişkili olduğunu vurgulayan Va-

roluşçu Yaklaşım kişilik ve beden bütünlüğüne dikkat çekmiştir (Shontz, 1969).

Görülmektedir ki tarihsel süreç içerisinde beden farklı disiplinler tarafından inceleme altına alınmış, üzerine sözler söylenmiş, kuramlar ortaya atılmıştır. Tıp, Felsefe, Sosyoloji, Psikoloji gibi insanın bütün olarak incelenmesi üzerinde duran bilim dallarının birlikte veya tek başına yaptığı çalışmalarda karşımıza çıkan beden ve bedene ilişkin açıklamalı kavramlardan özellikle beden imgesine baktığımızda konuya duyulan ilginin 1988'lerde karşımıza çıktığını görebiliyoruz. Beden imgesinin araştırılması gerektiğini ortaya atan Fransız Nöroloğu Bonnier olmuştur. Aynı tarihlerde Charcot "hayal organ" (Phantom limb)² olayı üzerinde durmuş, bedenin mekanda yer kaplayışı konusu ile Pick ilgilenmiştir (Özbaydar, 1967). Beden imgesi ile ilgili bir teori ortaya atan Henry Head'e göre ise, her birey hayali bir şekilde kendisinin modelini inşa eder. Bu model bütün beden hareketlerini değerlendirmede bir standart oluşturur. Beden şeması kavramının üzerinde daha çok yoğunlaştığını gördüğümüz Head, bireyin bütün dengesi iletişim örüntüleri ve beden hareketleriyle yer ve zaman oryantasyonu kurarak, kişinin geçici olarak kendi beden imgesini çizdiğine inanarak, şemanın önemini belirtir (akt:Devisch, 1989; Ziyalar, 1985; Özbaydar, 1967). Head ile başladığı kabul edilen beden imgesi çalışmaları, Schilder ile devam eder. Bedenin farkına varmak, bedenin duruşu, bedeni diğer nesnelere ve bedenlerden farklı olarak hissedebilmek için, bedene iletişimsel bir dil vermenin

önemi ortaya atılır (Shontz; 1969, Devisch, 1989).

Kişinin bedenine ilişkin bu imgesinin içinde tüm tutumları; duyguları, davranışları, düşünceleri, inançları yer almaktadır. Beden ve beden organlarının tümü olan beden imgesi "ben" fikrini oluşturur ve kişinin kendini algılamasında ve beden hareketlerini belirlemesinde önem taşımaya başlar. Kişinin seçtiği kıyafetler, renkler, beğendiği veya beğenmediği organların ortaya çıkarılış veya yabacılaştırılış şekli olarak beden imgesi içinde yerini alır (Fenichel, 1974). Bu imgenin içine bireyin kişilik özellikleri, konuşması, zekası, inançları, değerleri, geçmiş yaşantıları da girmektedir. Birey bedenine ilişkin görüşlerini sadece sözlü iletişimi yani, kelimelerle değil, sözel olmayan iletişimi ve yüz ifadeleri ile de anlatabilir. Beden dili beden imgesinin anlık bir yansıması olarak şekillenir (Simps, 1988). Kişinin kendini fiziksel olarak güçlü, güzel, şık, ince gibi nasıl imgelediği, beden duruşuna ve dolayısıyla beden diline de yansımaktadır (Nash, 1970). Bu nedenle Lerner'a göre beden imgesinin varlığını sürdürebilmesi sürekli uyarılmasına bağlıdır (Shontz, 1969). Bu uyarılmalar sonucunda kişi, bedenini beğenip beğenmemesine bağlı olarak, beden duruşunu (postür), yüz ifadesini ve el kol hareketlerini belirleyerek, beden imgesine paralel bir iletişimsel dil kullanmaktadır. Bu beden imgesinden alınan memnuniyet duygusu veya tersi, beden imgesi doyum düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Fisher ve Clevent, 1968). Beden bölgelerinden hoşnut "olumlu ben fikri geliştiren iç ve dış sınırlarını belirleyebilen kişilerin beden imgelerinden doyum aldıkları, kendilerini oldukları gibi kabul ettikleri beden bölgelerine karşı geliştirdikleri iyi duyguların onları olumlu iletişime yönlendirdiği aktarılmaktadır (DeBea, 1987; Devisch, 1985; Fisher ve Clevand, 1968;

² Phantom limb: Hayal organ; 1888'lerde Charcot bu kavramı üzerine yoğunlaşmıştır. Herhangi bir uzvunu sonradan kaybeden bir kişinin hala o uzvunu var olarak algılamasıdır. Örneğin: Savaşta bacağını kaybeden bir askerin, hala bacağının ağrıdığını, kaşındığını hissetmesi gibi.

Shontz, 1999). Burada önemle vurgulanan, kişinin güzel/yakışıklı olması değil, kendi bedenine karşı olumlu duygular besleyebilmesi bedenini olduğu gibi kabul etmesidir. Hoşnut beden duygusu olumlu benlik gelişimini desteklemektedir (Fisher ve Cleveland, 1968).

Kişinin kendisine yönelik olarak geliştirdiği beden imgesi, duygular yoluyla bireyi etkileyen tüm yaşantılara bağlıdır. Secord ve Jourard (1953)'ın belirttiği gibi benliğe ilişkin duygular, bedene ilişkin duygulardan (terside söz konusudur) etkilenerek (Fenichel, 1974), diğerleriyle olan ilişkilerimizde önemli bir rol oynayabilmekte, beden doyumuna yönelik olarak gelişen zaman içindeki olumlu-olumsuz değişiklikler ilişkilerimizi tekrardan şekillendirmektedir. Schilder de beden imgesinin zamana ve duruma göre değiştiğini önemle vurgulayarak biyolojik, sosyal, psikolojik ve psikososyal faktörlerden etkilendiğini söylemiştir (akt:Colins ve Plahn, 1988). Beden imgesinin değiştiği durumlara örnek olarak; uyku anı, hipnoz, alkol ve bazı uyuşturucu maddelerin kullanımı sırasında, kilo değişiklikleri, giyilen giyisiler, makyaj, saç-deri değişiklikleri, estetik operasyonlar, organ kayıpları, kişinin gerçeklik algılamasının bozulduğu psikiyatrik rahatsızlıklar (Sizofreni, majör depresyon..) v.b. verilebilir (Trumble, 1988). Bedene ilişkin oluşan bu ve benzeri değişiklik durumları kişilerarası iletişimde, kişilik bozuklukları, kendilikle ilgili bozukluklar (Transseksüalizm) ve ruhsal bozukluklar başlıklarında karşımıza çıkmakta ve önemli bir inceleme alanını oluşturmaktadır.

Görülmektedir ki beden hakkındaki olumlu ya da olumsuz duygular, aslında benlik hakkındaki olumlu ya da olumsuz duygularla ilişkili olmaktadır. Bu nedenle benlik kavramını ve iletişim içinde diğer kişilerden

farkı ortaya koyan ben duygusunun oluşumuna göz atmak yerinde olacaktır.

1.2.Benlik Oluşumu ve Beden İlişkisi

Benlik kavramı, insanın kendi benliğini algılayıp kavrayış biçimi olarak tanımlanır. Kişinin kendini nasıl görüp, nasıl değer biçtiğine ilişkin bilinçli algılarıdır (Yörükoğlu, 1986; Pescitelli, 1996) . Benlik algısı içsel ve dışsal pek çok faktörden etkilenir. Burada önemli olan kişinin ne tür yansımalara önem verdiğidir. Çevrenin görüş ve değerlerine çok önem veren biri için bedeni ve bedenini diğerleri üzerinde bıraktığı izlenim benlik saygısına, algısına da etki edebilecektir. Cüceloğlu' na (1997) göre benlik kavramı ile, kendimizi bizim dışımızda kalanlardan ayırır, kendimize özel bir alan oluştururuz. Oluşturduğumuz alanı korumak, geliştirmek ve sosyal etkileşim içinde konumlandırmak için de çok büyük çaba gösteririz. Bu çaba "ben olma savaşı" biçiminde nitelendirilmektedir. Kişinin kendi gözlem, duygu ve düşüncelerinden elde ettiği benlik, bazen çevreden empoze edilen benlik(ler)le çelişir. Bu durumda iç çatışmalar yaşanır. İç çatışmalar, yanılı benlik tanımları ve düşük benlik değeri, sosyal etkileşimde önemli sorun kaynaklarıdır. İşte bu noktada beden, benliğin ilk göstergesi olarak ortaya çıkar ve dolayısıyla benlik gelişimini etkiler. Benlik kavramı, bireyin kendisi hakkındaki yargılarından oluşmaktadır. Özetlenecek olursa Kuzgun (1972)'un tanımı benliğin içinde bedenin yerini de içerir görünmektedir; "benlik, bir kimsenin çeşitli özelliklerinin kendisinde bulunuş derecesi hakkında ki değerlendirmelerinin tümü, kısacası kişinin kendisini algılama biçimidir".

Benlik kavramının, benlik imgesinin beğenilip benimsenmesi, benlik saygısını oluşturur. Benlik saygısı (özsaygı) benliğin duygusal yanısıdır. Benlik saygısı, kişinin kendini

değerlendirmesi sonunda ulaştığı, benlik kavramını onaylamasından doğan beğeni durumudur. Kişi kendinde eksikler bulabilir, kendini eleştirebilir, ancak kendini tümünden olumlu bulup beğenebilir de. Kişinin kendini beğenmesi, kendi benliğine saygı duyması için üstün nitelikleri olması da gerekmez. Çünkü benlik saygısı, kendini olduğundan aşağı ya da olduğundan üstün görmeksizin kendinden memnun olma durumudur. Kendini değerli, olumlu, beğenilmeye ve sevilmeye değer bulmaktır. Kendini olduğu gibi, gördüğü gibi kabullenmeyi, özüne güvenmeyi sağlayan olumlu bir ruh halidir (Yörükoğlu, 1986:93). Eğer kişi olumlu bir benlik saygısı geliştirebilmişse bu durum iletişim becerilerine yansımaktır. Benliği ve bedenimizi iletişim sürecinden ayırmak olanaksızdır. Çünkü bütün deneyimlerimiz, tutumlarımız ve duygularımız işin içindedir ve mesaj iletmemiz, almamız bu yollarla olasıdır.

Bireyin eşi olmayan bir benlik değeri vardır. Çocukluğundan beri yaşadığı bütün kişisel deneyimlerinin sonucu dünyaya özel bir bakış açısı geliştirir. Bu kişisel deneyimlerinin içinde bedeninin uzayda kapladığı yer, diğer insanların bedenine gösterdiği tepki ve zamanla şekillenen bir beden şeması yansıması da yer almaktadır. Böylece kişilerin sahip oldukları benlik imajları, içsel ve kişilerarası iletişim aktivitelerini de etkilemektedir (Özdemir, 1990).

Benlik saygısı ve beden imajı kişiler için önemlidir çünkü; benlik saygısı kişinin nasıl görüldüğü ile doğrudan ilişkilidir. Beden imajı fiziksel görünümü hakkında kişinin nasıl hissettiğinin bir görüntüsüdür (Holzgang, 2005).

2. İletişim İçinde Bedenin Anlamı

Alfred Adler³, gerçekte bir kimse bedeninin bir kısmını yetersiz görünce, bu aşağılık duygusunun genel olarak kendisi ile ilgili davranışlarına yansıdığını belirtmektedir (Geçtan, 1984). Bu nokta günümüzün en popüler ve işlevsel iletişim becerilerini geliştirme misyonu üstlenmiş "beden dili ve iletişim" konusunun aslında temel sorgusunu oluşturmaktadır. Bedenimizle var olduğumuzu gösterdiğimiz bir iletişim ağı içinde kendimizi ve diğerlerini ancak bedenleriyle algılayabilir, isteyerek veya istemeyerek yaptığımız bedensel davranışlarımızla iletişim örüntümüzü daha çok güçlendirebilir veya zayıflatabiliriz. İşte bu noktada "sağlıklı beden dili kullanımı sağlıklı ve tatminkar bir beden doyumuyla mı mevcuttur?" sorusu anlaşılır kılınmalıdır. Konu aslında popüler yaklaşımlardaki gibi "beden dilini keşfet, kendini değiştir." kadar basite indirgenemez. Beden dilimizi keşfetmemiz ve başkalarının beden dili şifrelerini çözebilmemiz çok önemlidir. Ancak sadece beden dili üzerine çalışmak değil, beden içinde, benlik üzerinde ve benlik-beden yansıması durumunda içeride de bir şeyleri değiştirmek gereklidir. Güvenli bir benlik saygısı ve beden algısı, doğru kullanılan bir beden dilini de beraberinde getirecektir. Doğal olarak bedenimiz ile ilgili imgemizin yeterli veya yetersiz algısı davranışlarımıza ve ilişkilerimize yansımaktadır. Bedenimizden memnuniyetimize yüklediğimiz anlamlar, beden dilimize nasıl yansımaktadır?

³ Alfred Adler (1870-1937) kişisel psikoloji ekolünün kurucusu, Avusturyalı tıp doktoru ve psikologdur. Adı Freud ve Jung'la birlikte "derin" ruhbilimin kurucuları arasında anılır. Bir bedensel sorundan doğan aşağılık kompleksini gidermek için kişinin üstünlük çabası arayışına girdiğini ileri sürer. (bknz:Personality theories, <http://www.ship.edu/~cgboeree/adler.html>)

Anlamlar kişilerin içinde olduğundan dolayı, iletişim onu kullanan bireyler kadar kişiseldir. Paylaşılan anlamlara varabilmek ancak beden dilinin ipuçlarının çözümlenmesi yoluyla anlamlanır. Her insanın kendi gerçeğin özeti olan beden dili, değişik insanlar için farklı sembolik anlamlar ve benzer toplumsal-kültürel kodlar taşıyabilmektedir. İletişim kişisel bir süreç olduğu için sembollerin paylaşılan kodları, kişilerin birbirlerini anlamaları için gereklidir (Burgoon, 1974).

Kişisel bir sembol olan bedenin taşıdığı benliğin, sembolik bir yansıması olan beden dili, insanlık tarihi açısından en eski iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Beden dili duygu ve düşüncelerimizin yansımasıdır.

2.1. Benliğin Sembolik Bir Yansıması: Beden Dili

Benlikten bağımsız olmadığını gördüğümüz bedenin işlevselliği açısından sözlü ve sözlü olmayan iletişimin sembolik önemini hatırlayacak olursak, bu konun ayrıntılı olarak gözden geçirilmesinin önemi kaçınılmazdır.

Amacı anlaşılacak olan "İletişim", duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılmasıdır. İletişim için paylaşım ve karşılıklı bir alışveriş gerekir. İletişim başkası üzerinde etki bırakmalıdır. Aksi takdirde iletişimden söz etmemiz mümkün değildir. Sözel olan yada olmayan iletişim eğer çevrede sinyalleri alabilecek kimse yoksa var olamaz.

Bununla birlikte her iletişimin amacı paylaşılan anlamlara varabilmektir, ancak iletişimin sembolik doğası buna ulaşmayı zorlaştırır. Sembolik olan sadece dil değildir. Her sözcük değişik kişiler için değişik çağrışımlar taşır. Fakat dil de sürekli değişen bir süreçtir. İletişimde değişime hedef olan tek un-

sur sadece dil değildir. Sözsüz iletişimin ayrılmaz parçaları olan hareketler ve ipuçları aynı zamanda gerçeğin özetleridir. Her birinin değişik kişiler için farklı sembolik anlamları vardır. İletişim kişisel bir süreç olduğu için sembollerin, paylaşılan kodların, kişilerin birbirlerini anlamaları için gereklidir.

Kişiler fiziksel ve sosyal çevreleri üzerinde kontrol kazandıkları bir süreç içindelerse, iletişim onlara hizmet eder. Kişilerarası iletişimde birini diğerlerinin sevmesi, güvenilir görmesi, bakış açısını kabul etmeleri yada başka şeyler yapmaları amacıyla kişilerin ikna edildiği süreç içinde iletişimin çeşitli fonksiyonlara hizmet edebileceğini görürüz. İkna için belirgin amaçların yer aldığı belli iletişim durumları vardır. İkna belli bir amaca hizmet etmez. Sosyal ilişkileri geliştirmek ve çatışmaları yönetebilmek için iletişimin, savunmacı bakış açısından önemli olduğunu görmekteyiz.

İletişim, insanların karar vermek, bilgi kazanmak, eğlenmek, haberdar olmak gibi diğer çıktılara ulaşabilmesi için araçsal bir amacı içerir. İnsanlar eğer iletişimi araçsal anlamda kullanmak için stratejiler kuruyorlarsa, daha önce söylediğimiz gibi onların değişime direnç ve manipülasyon içinde stratejiler kurabileceğini bilerek ona göre davranmayı öğrenmemiz gerekmektedir (Burgoon, 1974). İnsanlar genellikle farklı birçok benliği kullanarak iletişim kurarlar. Bazı durumlarda iletişim içindeki diğer kişiyle paralel iletişim ağları kurarken, benlik düzeyleri aynı noktada tutulmaya çalışılır. Beklenen tepkilerin dışındaki iletişimler benlik düzeylerini farklılaştırabilir. Örtülü iletişim ile veya aynı anda birden çok benlik halini içeren bir mesaj ile karşılaştığınızda uygun benlik düzeyini kullanabilmek için

karşıdaki kişinin beden dilinden yararlanılabılır.

2.2. İletişimde Beden Dili: Sözlü ve Sözsüz İletişim

Sözlü ve sözsüz iletişim işaretleriyle bir bütündür. Sözel ve sözsüz sinyaller içinde kodlanan düşünceler ve onların anlamlarının başkaları tarafından çözümlenerek düşüncelerin bilindir hale gelmesidir. Sözsüz kısım uzamsal ilişkiye, zaman uyumunu, el kol hareketlerini, yüz ifadelerini, göz hareketlerini, dokunmayı, seb tonunu ve bunun gibi pek çok öğeyi içerir (Devito, 2002). Beden dili ve ses tonu, kişinin tarzını, tavrını ve söylenenin algılanış biçimini belirler.

Sözlü iletişimde kişiler ürettikleri bilgileri, birbirlerine ileterek iletişim kurarlar. Dil ötesi iletişim sesin niteliği ile ilgilidir; ses tonu, sesin şiddeti, hangi kelimelerin vurgulandığı, duraklamalar ve benzeri özellikler dil ötesi iletişim sayılır. Dille iletişimde kişilerin "ne söyledikleri", dil ötesi iletişimde ise "nasıl söyledikleri" önemlidir. İsteyerek farkında olarak yaptığımız konuşmalara "niyet edilmiş dil davranışı" adı verilir. Konuşurken dilimizin sürçmesi ise "niyet edilmemiş dil davranışı"na örnektir. Bazı kelimelerin üzerine basa basa konuşmak, karşıdakini korkutmak için bağırarak "niyet edilmiş dil ötesi davranışlar"dır. Konuşurken farkında olmadan ses tonunun alçalıp yükselmesi ya da sesin titremesi ise "niyet edilmemiş dil ötesi davranışlar"dır (Burgoon, 1974).

İnsanlık tarihi açısından en eski iletişim aracımız olan beden dili, duygu ve düşüncelerimizin bir yansımasıdır. Etkili iletişim alan çalışmaları ile öncü olarak tanınan Albert

Mehrabian⁴, insanların yüz yüze kurdukları ilişkilerde, kelimelerin %10, ses tonunun %30, beden dilinin %60 önem taşıdığını öne sürmüştür. Pek çok kaynak bu bilgileri temel veri olarak kabul etmekte, kişiler arası iletişimde sosyal anlamların %60'ının sözsüz olarak iletildiği, bir mesajı iletirken kelimenin sesle ifade ettiğinden çok %93'ünün algılayan kişinin duygularları ile anlam kazandığı aktarılmaktadır (Brenner, 1998).

İki kişinin karşı karşıya geldikleri zaman birbirleriyle iletişim kurmaması hemen hemen, mümkün değildir. Karşıdakine hiç yanıt verilmese bile, bu suskunluk kendiliğinden bir mesaj oluşturur. Göz teması kurmak, bakışlarımızı başka yöne çevirmek hepsi anlamlı bir "geri iletimdir". Sözsüz iletişimde kaçınmak söz konusu değildir. Bireyler bunu dikkate alarak, hem çevredekilerin neler hissettiğini ve ne düşündüğünü hem de hareketleriyle etrafa ne gibi mesajlar verdiklerini daha çabuk kavrayabilirler.

İnsanlar bedenleriyle pek çok şey söylerler, duygularını belirtirler. Çoğu kez kişinin sözlü ve sözsüz mesajları farklı anlamlar vurgular (Heyrman, 2003). Sözsüz iletişimde belirsizlik derecesi oldukça yüksektir. İnsan vücudunun en çok dikkat çeken yeri yüz, yüzdeyse gözlerdir. Yüz, kişinin çevresine olan ilgisini yansıtır. Bu nedenle donuk ve

⁴Albert Mehrabian aslında bir mühendistir. Doktora çalışmalarını psikoloji üzerine gerçekleştirerek, sosyal psikoloji alanına alan çalışmaları ile katkıda bulunmuştur. Teorik çalışmaları, ve araştırmalarını, kişilerarası iletişimin beden dilini anlama ve çözümlenme becerileri üzerine yoğunlaştırmıştır. İkna, sözel olmayan iletişim, güç ve liderlik, çatışma ve güvensizlik, siyasi iletişim kampanyaları gibi alanlarda çalışanlar ve araştırmacılar için, temel referans olarak gösterilen öncü çalışmaları bulunan bir araştırmacıdır (bakınız:<http://www.kaaj.com/psych>).

ifadesiz görünmekten kaçınılmalıdır. Yüz oldukça karmaşık bir iletişim sistemine sahiptir. Neşe, hüznün, korku, kızgınlık, sabırsızlık, durgunluk, alay, panik, nefret, şüphelilik v.b. tüm duygular yüze yansiyabilir. Göz kontağı kuran bir kişi karşısındakine "seninle iletişime açığım" mesajını verir. Konuşan kişinin gözlerine bakmak aynı zamanda ona "seni dinliyorum" mesajını verir. Ancak göz kontağının karşısındaki rahatsız etmeyecek ölçüde olması gerekir. Göz kontağı kurmaktan kaçınan kişilerde güvensizlik, içe dönüklük, utangaçlık gibi kişilik özellikleri olabileceği gibi, karşısındaki kişiden bir şeyler saklamak isteği içinde de olabilirler. El ve kol hareketleri de kişilerin ne hissettiklerinin en güzel belirtisidir (Burgoon, 1974; Dittrick, 2000).

2.3. İletişimsel Bir Kanal Olarak Beden Aracılığıyla Benliğin Sunumu

Pek çok insan diğerlerinin kendisini nasıl gördüğü ile ilgilenirler, malesef pek çok insan da diğerlerini dış görünüşleriyle değerlendirir ve yargularlar (Brenner, 1998). Benliğin bir yansıması olarak kabul edilen beden dili; mimikler, başın kullanımı, oturmak için seçilen yer, giyim, jestler, göz teması, ayakların kullanımı, oturma biçimi, mesafe, kullanılan aksesuarlar, bakım ve makyaj gibi birbirini takip eden hareketlerle ve ritüellerle önem kazanan, ses tonu ile desteklenen ve kelimelerle son şeklini alan karmaşık bir iletişim sürecidir. Bu süreç aslında kişinin kendini sunumu anlamını da taşımaktadır. İlk izlenim üzerindeki algılama ağırlıklı olarak sözsüz iletişime dayanmaktadır. Fiziksel görünüş ve sesin nasıl kullandığı ve buna eşlik eden jest ve mimikler, kişinin kendini sunuşunu ortaya koymaktadır. Beden şeklimizin yanısıra, giyim, aksesuarlar, makyaj gibi kendi denetimimiz altındaki değişkenler, diğer kişilerin

bizim hakkımızdaki bilgilerini, izlenimlerini etkileyen etkenlerdir (Burgoon, 1974).

Kişi başlangıçta kendini ortaya koyduktan ve tanındıktan sonra fiziksel görünüşlerinin ifadesi daha az anlam taşıyor hale geçmektedir. Giyim tarzı hala bir kişinin rolünü, pozisyonunu tanımlamakta yardımcı olurken, oluşan izlenimde diğer etkenlerinde rolü belirginleşir. Bir kişinin bırakmak istediği izlenim çeşidine bağlı olarak, iletilen mesajlarla yansıyan bütün iletiler, kişinin imajını oluşturmaya yardımcı olacaktır. Bir yandan da kişi kendini olduğu gibi ortaya koymaktansa olası bir imaj çizerek karşısındakileri etkileme, ya da farklı bir ben kimliği çizme girişiminde olabilir.

3. İletişim Alanı Açısından Beden Odaklı Çalışmalar

Beden dili çalışmalarının daha geleneksel bir boyutu davranışın görsel yanı ile ilgilenir. Bu başlık altında, hareket, duruş, jestler, yüz ifadeleri ve göz hareketleri sayılabilir. Yüzyılın başında, insanlara çeşitli beden hareketleri, yüz ifadeleri ve jestlerle duygularını nasıl aktarabileceklerini öğreten bir hitabet (retorik: ikna edici söylem) akımı gelişmiştir (Burgoon, 1974; Etang, 2002). Bu akımın bir ucunu oluşturan izlenim oluşturma sürecinde, kişi kendine ilişkin uygun bir imaj oluşturabilmek ve diğerlerini manüpile edebilmek için; yüz ifadelerini, el kol hareketlerini kontrol ederek, kendi benlik yansımalarını değiştirmeye çalışabilir. İşte bu noktada, kişi her ne kadar kontrollü bir imaj geliştirmeye çalışsa da, çizilen imaj, kişisel gerçeklikle, yani benlikle örtüşmemiş olabilir. Bilinç dışı süreçlerin işlemesi sonucu, kişi otomatik olarak yaptığı bazı hareketleri örneğin, el ve ayaklarının kullanımını, mimikleri kadar kontrol etmekte güçlük çekebilir. Bu durumda da kişinin tutumuna yönelik olarak inanç ve davranışları arasındaki ilişki-

kili ipuçları yakalanmaya başlanır. Buradan yola çıkarak, ikna amaçlı iletişim ve tutum değişikliği oluşturma süreci içinde, kişinin öncelikle kendi inanırlık düzeyini arttırması ve sözel dili ile bedensel, davranışsal dili arasında tutarlılık olması gerektiği vurgulanır (Milburn,1998).

Sadece beden kullanımı değil kişisel alan mesafeleri, giyisilerde ve fonlarda seçilen renkler bedensel dışavurumu pekiştiren ayrıcalıklı alanlar olarak incelenmektedir. Beden dili kullanımının önemli uzmanlarından S.I. Hayakawa'ya⁵ göre; "televizyon gibi görsel medya da konunun içeriğinden çok, arka fonlar, giyilen giyisinin rengi, jest ve mimikler, sesin kullanımı ve konuşmayı destekleyen beden hareketleri insanların dikkatini daha çok çekmektedir" Çok bilinen bir örnekle hatırlayacak olursak Nixon seçimler sırasında, televizyonda katıldığı herkesin izlediği bir tartışma programında, ekranın arka fonunu açık mavi ve kıyafetini de kontrast oluşturacak şekilde koyu lacivert olmasına dikkat etmiştir. Güvenilirliği sembolize eden mavi renk, kampanya sürecinde bir imaj stratejisi olarak belirlemiştir. Bu özenli ve doğru stratejisi, onun seçimleri kazanmasına yardımcı olmuştur. Bu renk armonisi onun, doğru, dürüst, güvenilir, içten, samimi algılanmasını desteklemiştir (Burgoon, 1974).

İletişim açısından bakıldığında beden dilinin anlaşılması, kişisel imaj oluşturmada bedensel ipuçları ve ayrı bir boyutta da medyanın güzel çirkin beden kavramını nasıl şekillen-

dirildiği gözden geçirilmelidir. Kişinin beden imgesini etkileyen çok etkenli sisteme bugün medya başlığı altında topladığımız kitle iletişim araçları da girmiştir. Kişinin nasıl olması gerektiği, güzellik biçimi, bedenini taşıma göstergeleri ve bedeni ile kurduğu iletişimin işaretel göstergeleri medya aracılığıyla kişiye akabilmekte, bu akış moda akımı halinde, ideal ben kavramına dönüşebilmektedir (Hargreaves, 2005).

Gençler üzerinde yapılan pek çok çalışmanın sonuçlarını özetleyen Hofschire ve Greenberg (2002), televizyon yıldızları ile özdeşleme ile bedenlerinden memnuniyetsizlikleri arasındaki yüksek korelasyona dikkat çekmektedir. Yani televizyonda görünen güzel yakışıklı idoller gençlerin kendilerini beğenmemelerine ve onlar gibi olma isteklerine yol açmaktadır. Erikson içe-atım düzeneğini kısaca "bir başkasının imgesinin ilkel içe alımı" olarak tanımlar. Kimlik oluşumu sadece öz imgelerin değil; egoda saklanan rol imgelerinden oluşan özdeşimlerin de kaynaştırılması anlamına gelir (Dereboy, 1993:43). Açıkça görülmektedir ki henüz şekillenmekte olan kimlikler üzerinde, bu tür idoller, dış görünüm odaklı bir benlik sürecinin gelişimini hızlandırmaktadır. Diğerleri gibi olma isteği gencin kendini keşfetme ve kim olduğunu bulma sürecinden uzaklaştırabilmektedir.

Benzer çalışma sonuçları reklamlar üzerinden yapılan araştırmalarla da elde edilmiştir. Reklamlar sıklıkla cinsel ve fiziksel çekiciliği satma eğilimindedirler (Woznicki, 1999). Buna bağlı olarak kadın ve erkeklerin çoğu dış görünüşlerine odaklanmaktadır (Dittrick, 2000). Bazı araştırmacılar, reklamlarda gerçekçi olmayan bir şekilde ince ve uzun bedenlere ilgi çekildiğinin altını çizmektedir. Bu tür reklamlara maruz kalan izleyici bedenini yeniden inşa etme giriş-

⁵Samuel Ichiye Hayakawa, 1906-1992 yılları arasında yaşamış, psikolog, dilbilimci, öğretmen, politikacı ve yazar kimlikleri ile anılan, çalışmalarını popaganda dil çözümleri üzerine yoğunlaştırmış bir bilim adamıdır. (bknz: http://en.wikipedia.org/wiki/S._I._Hayakawa)

mine başvurmaktadır. Bu girişimde ne yazık ki çoğu zaman hayal kırıklığı ile sonuçlanmaktadır (Mediascope, 2000).

Konuyu buraya kadar ele alınışıyla gözden geçirdiğimizde, iletişim alanı açısından beden odaklı çalışmaların; ikna, izlenim oluşturma, imaj tasarımı, görsel medya ve reklamlar gibi özel alanlarla sınırlı kalmamakla birlikte önemli bir yer kapsadığını görmekteyiz.

Tartışma ve Sonuç

Bu makalede beden iki boyut üzerinden ele alınmıştır; 1. Kişinin kendi bedeni ile iletişimi, bedenine ilişkin algı ve memnuniyeti; 2. İletişim içinde kişinin bedeninin önemi, anlamı, kullanımı.

1) Bedene İlişkin Kişisel Algı ve Memnuniyet: Kişinin, pek çok fiziksel görünüm özelliği (beden şekli, boyu, kilosu, v.b.) bir iletişimsel araç olarak kullanılmaktadır. Yapılan birçok araştırma giyim tarzının da bir beden ifadesi olarak iletişime yansıması üzerinde durmuştur. Kişinin tipik bir kıyafeti, onun hayat tarzı değerleri, kişiliği ve başkaları üzerinde bırakmak istediği izlenimi ile ilgili mesajlar olarak yorumlanmaktadır. Beden imajı kişinin fiziksel görünümü hakkında nasıl hissettiğinin bir algısıdır ve başkaları üzerinde bırakılmak istenen izlenimde bu algı devreye girmektedir. Kişinin nasıl görüldüğü ile doğrudan ilişkili olan benlik saygısı ve beden imajı kişiler için önem taşımaktadır.

2) İletişim İçinde Bedenin Ne Alam Taşıdığı ve Bedenin Nasıl Kullanıldığı: Birey bedenine ilişkin görüşlerini sözel ve sözel olmayan iletişim ile anlatabilir. Beden imajının anlık bir yansıması olarak şekillenen beden dili, kişinin kendini fiziksel olarak nasıl imgelediği, beden duruşuna ve dolayısıyla da iletişim örüntüsüne yansımaktadır.

Kişi, bedenini beğenip beğenmemesine bağlı olarak, beden duruşunu, yüz ifadesini ve el kol hareketlerini belirleyerek, beden imajına paralel bir iletişimsel dil kullanmaktadır.

Özetle bu iki boyutu ile ele alındığında, "beden ve beden imajı"nın incelenmesi; ikna ve etkili iletişim çalışmaları, imaj tasarımı, reklam ve televizyon etkilerini inceleyen iletişim araştırmaları için önemli bir inceleme alanını oluşturmaktadır. Bireyin yaşantıları sonucunda kendi bedeni hakkında bilinçli veya bilinçsiz olarak zihninde tasarlanan görüntüsü ve görüşleri olarak tanımlanan beden imajı, pek çok çalışmanın konusu olmuştur. İletişim konulu birçok araştırma da, beden dilinin; kişinin kendisini daha doğru ifade etmesi ve karşısındakini daha iyi anlaması açısından önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışma sözü edilen iki çalışma alanını biraraya getirerek tartışma çabasını taşımaktadır.

Beden imajı ve dili söz konusu olduğunda gözden kaçırılmaması gereken bazı noktalar vardır. Sözsüz iletişimi yansıtan beden dili, benliğin bir yansıması olan beden imajından bağımsız değildir. Beden dili, tahmin edilebilir ve yorumlanabilir olmakla birlikte kişiye özgü bazı kurallara göre işler. Genellikle iletişimi dengelemek ve düzenlemek için yardımcı bir unsur olarak yararlanılır. Bir iletişim süreci içinde, kaynak ve alıcı sözel olmayan iletileri fark etmeyebilir. Beden dili çözümlenmesi kültürden kültüre değişiklik gösterir ve genellenemez. Beden sembolizminin bir göstergesi olarak, dil ögesi görevini yerine getirdiğinde, her davranışa hemen bir psikolojik açıklama yakıştırmak doğru bir yaklaşım değildir. Beden dili mesajlarının günlük ilişkilerimizde oynadığı rol çok önemlidir. Ancak bu çok açığa çıkmamış çözümlenmemiş dil, eğer herkes tarafından

doğrudan ve net anlaşılırsa bir karmaşaya yol açabilir. Şöyle ki istendiği gibi davranıp sözel ve sözel olmayan iletişim mesajları arasındaki paradoksu ortadan kaldırıp çözümlen sokaktaki insan, iletişim becerileri sayesinde istediği etkiyi ve izlenimi bırakma girişiminde bulunabilir. Ezberlenmiş bazı davranışları yaparak veya okuyarak beden dilini iyi biliyorum dememek gerekir. Beden dili doğal özelliklerimizin, kendimize özgü bir yansımasıdır. Kişinin özünden uzaklaşmış bir dil yabancılaşmaya yol açabilmektedir. Çünkü, kişilikle bütünleşmemiş, benliği doğru yansıtmayan bir beden imajı yansıması olarak ortaya çıkan dil, sadece geçici bir süre için karşısındaki kişiyi etkileyebilir. Kısaca değişimin kalıcı ve istendik olması, kişinin kendiyi barışık ve dürüst olmasıyla olasıdır. İletişim alanına giren ve çok popüler olan, imaj oluşturma süreçleri, ancak kişiyi anlamayı, çözümlenmeyi ve doğru psikolojik analizleri bilmeyi gerektirir.

Doğru bir farkındalık, varolan beden ve hayaldeki bedenle tutarlı olunması ile olasıdır. Bu nedenle kişinin farkındalığını arttıran "bedenimiz ne diyor?", "karşımızdakini

nasıl anlayabiliriz?", "üç derste etkili iletişimin anahtarı" gibi çabalar, gerçekten uzak, yönlendirilmiş, yapılandırılmış popüler yaklaşımları da beraberinde getirmektedir. Burgoon (1974), yaygın inanışın aksine bir insanı kitap gibi okumanın olası olmadığını ancak, beden dilinin çözümlenmenin kişinin etkinliğini artırma ve diğerlerinin çözümlenmesinde ipuçları oluşturabileceğini vurgulamaktadır.

Bu gözden geçirme yazını ile psikolojik boyutu ile beden imgesine ve diline yer verilmiştir. Kişinin beden imgesini etkileyen çok etkenli sistem, bugün medyadan da etkilenmektedir. Bu yazının sınırları içinde, imaj, medyada beden tüketilişi gibi konulara derinlemesine değinilmemiş, ancak bu alanlarla konunun ilişkisine dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Gerçekleştirilecek benzer çalışmalarda, beden imajı ile marka imajı üzerine odaklanılan alan çalışmalarına gidilmesi ve imaj konusunun kimlik imajı boyutu ile psikolojik bağının göz önünde bulundurularak araştırılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Brenner, R. C. (1998). Body language in business: How to sell using your body. *Brenner information group*. 26.4. 2004, <http://www.brennerbooks.com/order.html>.
- Ruffner, M. (1978). Nonverbal communication. *Human communication*, Rinehat and Winston Printed in the United States of America, 129-173.
- Cumming, W.J.K. (1987). The neurobiology of the body schema. *British journal of psychiatry*, 7-11
- Plahn, M.R (1988). Recognition accuracy stereotypic preference in adolescents and young adults. *Journal of youth and adolescence*, 17-4.
- Cüceloğlu, D. (1993). *İnsan ve davranışı*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

- DeBea, E.T. (1987). Body scnema and identity. *International journal of psychs-analiss*, c.868, 175-185.
- Dereboy, İ.F. (1993). Nesne ilişkilerini içselleştirilmesi. *Kimlik bocalaması*. Malatya: Özmert ofset, 36-62.
- Devito, A. J. (2002). Sözel ve sözsüz mesajların evrenselliği. Vural, S., (Çeviren). *Kişilerarası iletişim*. Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları:27 tercüme eserler dizisi, Kırgızistan, 95-106.
- Devisch, R. (1985). Approaches to symbol and syntom in bodily space time. *International purrol of psychology*, c.20, 389-415.
- Dittrick, L. (1999). About-face facts on body image. *About-face web site*. 27.6.2000, <http://about-face.org/resources/facts/bi.html>.
- Etang, J. Pieczka, M. (2002). Halkla ilişkiler ve retorik. Işık, G. (Çeviren), Becerikli, S. (Editör), *Halkla ilişkilerde eleştirel yaklaşımlar*. Ankara: Vadi yayınları, 189-214.
- Fenichel, O. (1974). *Nevrozların psikoanalitik teorisi*. Tuncer S. (Çeviren), İzmir: Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi Yayını.
- Fisher, S. & Clevent, S.E. (1968). *Body image and personality*. Newyork, Dover Publications.
- Hargreaves, D. (2002). Media's effect on body image. 17 Şubat 2005, <http://www.onhealth.com/ch1/briefs/item,55572.asp>.
- Greenberg, B.S. (2002). Media's impact on adolescents' body dissatisfaction. In J. D. Brown, J. R. Steele, and K. Walsh-Childers (Eds.) *Sexual Teens, Sexual Media*. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Heidegger, M. (1995). *The fundamental concepts of metaphysics:Worl-finitude-solitude*. W.Mcneil & N.Walker Bloomington: Indiana, c.30.
- Holzgang, J (2003). Facts on body and image. *Just think foundation*. 6.10.2005 <http://www.justthink.org/bipfact.html>.
- Hoover, M.L. (1984). The self-image of overweight adolescent females. A review of the literaturi, *Maternal child nursing journal*, c.13(2), 125-132.
- Heyrman, H. (1999). Body language sequences series what human beings tell with their bodies. 31.9.2003, <http://www.doctorhugo.org/bodylanguagesequences>.
- Geçtan, E., (1984). *Psikanaliz ve sonrası*. İkinci baskı, Ankara: Maya Yayıncılık.

- Kuzgun, Y. (1972). Ana-baba tutumlarının kendini gerçekleştirme düzeyine etkisi. *Yayınlanmamış doktora tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi eğitim enstitüsü.
- Mediascope, (1999). *Body Image and Advertising. Issue Briefs*. Studio City, Calif.: Mediascope Press 1011.2000, <http://www.mediascope.org/pubs/ibriefs/bia.htm>.
- Milburn, A.M. (1998). *Sosyal psikolojik açıdan kamuoyu ve siyaset*. Dönmez A. & Duyan V. (Çeviren), Ankara: İmge Kitapevi.
- Nash, J. (1970). *Body image. Developmental psychology: A psychobiological approach*, London: Prentice-hall international inc.
- The Nemours Foundation (1995). *Body image and self-esteem*. 12.11.2005 <http://kidshealth.org/teen>.
- Özbaydar, B. (1967). *Vücut imajı ve içedönüklük-dışadönüklük*. İstanbul: Bohe matbaası.
- Özdemir (Ertürk), Y.D. (1990). *Şizofrenik ve majör depresif hastaların beden İmgelerinden doyum düzeyleri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi*. Ankara G.Ü.S.B.E.
- Pescitelli, D. (1996). *An analysis of Carl Rogers' theory of personality*. Wynja.
- Shontz, F. (1969). *Perceptual and cognitive aspects of body experience*, New York: Academic press.
- Simps, C.P.A. (1988). *Towards the unification of body image disorders. British journal of psychiatry*, c.153, 51-56.
- Trumble, M.R. (1988). *Body image and the temporal lobes. British journal of pschiatry*, c.153, 12-14.
- Woznicki, K. (1999, Nisan, 3). *Pop culture hurts body image. On health*. 10.12.2005, <http://www.onhealth.com/ch1/briefs/item,55572.asp>
- Yörükoğlu, A. (1986). *Gençlik çağı*. Ankara: Türkiye İş Bankası kültür yayını.
- Ziyalar, A. (1985). *Beden imajı kavramı. Yeni sempozyum*. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi yayın organı, 23.