



OLUMLU BEDEN ALGISI İLE SOSYAL MEDYADAKİ BEDEN OLUMLAMA GÖNDERİLERİ İLİŞKİSİ

The Relationship Between Positive Body Image and Body Positivity Posts on
Social Media

Sibel ÖNAL*

ÖZ

Makalede, olumlu beden algısı ile sosyal medya gönderileri arasındaki ilişki konu edilmiştir. Çalışmanın amacı ise, beden olumlama etiketlerinin olumlu beden algısını nasıl etkilediğine dair bir çerçeve çizmektir. Olumlu beden algısı, beden algısı çalışmalarında gecikmiş bir şekilde yer edinmiştir. Beden değeri, beden kabulü ve beden başkası insanlar tarafından kabulü gibi yönleri ile olumlu beden algısı kendine özgü, çok yönlü bir yapıdır. Beden değeri, beden işlevselliğinin farkındalığı, beden kabulü beden kusurlarıyla kabul edilmesi sayesinde fiziksel görünüm karşılaştırmalarına karşı koruyucu rol üstlenir. Başkalarının bedenlerini kabul ettiğini algılayan bireyler, fiziksel görünümle daha az meşgul oldukları için nasıl hissettiklerine ve bedenlerinin nasıl işlev gördüğüne odaklanır. Çalışmalar olumlu beden algısına sahip olan kadınlarda bahsi geçen özelliklerin olduğunu göstermiştir. Beden olumlama hareketi, ayrımcılık ve damgalamaya karşı bir duruştur çünkü insan sadece bedenden ibaret değildir. Hareketle birlikte bedenle barışık olma hali sosyal medyada görünürlük kazanmıştır. Gönderiler, etiketler ve gönderi metinlerine odaklanan çalışmalar, beden içeren fotoğraflardan ziyade metin içerikli gönderilerin olumlu beden algısı açısından daha yararlı olduğuna işaret etmektedir. Beden olumlama hareketi zayıf-ideale karşı kültür olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, takipçi veya görünürlük kazanmak, reklam almak isteyen kullanıcılar, beden olumlama etiketlerini birçok etiketle beraber kullanarak hareketin kapsayıcılığının sorgulanmasına neden olmaktadır. Erkekler ise olumlu beden algısı açısından hem medyada hem de akademide kadınlara oranla daha az ilgi çekmektedir.

Anahtar Sözcükler: beden olumlama, olumlu beden algısı, beden değeri, sosyal medya, sosyal karşılaştırma.

ABSTRACT

The article examines the relationship between positive body image and social media posts. The study aims to outline how body positivity hashtags influence positive

* Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Antropoloji Bölümü, Ankara/Türkiye. E-posta: sonal@ankara.edu.tr. ORCID: 0000-0002-8231-9503.

body image. Positive body image has recently become more prominent in body image studies. It's a unique, multifaceted construct encompassing aspects like body appreciation, body acceptance, and body acceptance by others. Body appreciation (awareness of the body's functionality) and body acceptance (embracing the body with all its imperfections) serve as a protective factor against physical appearance comparisons. Individuals who feel their bodies are accepted by others are less pre-occupied with their physical appearance, focusing instead on how they feel and how their bodies function. Studies have shown that women with a positive body image exhibit these aspects. The body positivity movement stands against discrimination and stigmatization, asserting that a person is more than just her/his body. With this movement, the concept of being comfortable with one's body has gained visibility on social media. Studies focusing on posts, hashtags, and text indicate that posts with text, rather than just photos featuring bodies, are more beneficial for positive body image. The body positivity movement emerged as a counterculture to the thin-ideal. However, users seeking followers, visibility, and advertising often use body positivity hashtags alongside multiple others, calling into question the movement's inclusiveness. Men, on the other hand, receive less attention than women regarding positive body image in both the media and academia.

Keywords: body positivity, positive body image, body appreciation, social media, social comparison.

Giriş

Beğeni, sahip olunan, başkalarının gözünde ifade ettiğimiz, kendimizi sınıflandırmamızda ve başkalarının bizi sınıflandırmasındaki her şeyin temelidir (Bourdieu, 2015a). Bourdieu (2015b)'ya göre, kadın sürekli başkalarının bakışlarına göre kendini şekillendirir, görünümüne odaklanır, ideal beden erişmek adına çaba harcar. Oysa gerçek bir bedenle yaşarken ideal bedeni arzulamak, var olanla arzulanan beden arasında sürekli derinleşen uçurumdan başka bir şey değildir. Beğenilme isteği tek başına beden algısında rol oynamıyor olsa da Turner'a (2008) göre 19. yüzyıldaki korse ile 20. yüzyıldaki diyet ve egzersizle zayıflama "çılgınlığı" arasında pek de fark yoktur. Erkeklerle çekici gelen belirli güzellik normları, ataerkil değerler ile kurumların etrafında şekillenmiş olan bir toplumda kadının itaatkâr doğasının yansımasıdır. Zayıflık değerli ve saygındır, o halde bu standartlar gönüllü kabul edil(melid)ir. Birçok kadın fiziksel görünümünü düzenli olarak izlemek, bedeniyle ilgili hoşnutsuzluk hissetmek, vücut şeklinden utanmak gibi deneyimleri yaşar. Bu deneyimler sıklıkla arzu edilen feminen bedenin güçlü ideali, kapitalizmle beraber kadın bedeninin gerçekçi olmayan imgelerinin bir sonucudur. Bu noktada Bourdieu'nün kastettiği idealin açıklanması ye-

rinde olacaktır. Literatür genelinde ideal kavramı genelde zayıflık üzerinden tanımlanır, ancak “moda” idealler popüler kültür etkisiyle büyük kalçalar, dolgun dudaklar gibi zaman içinde değişir. Metin boyunca ideal kavramı kullanıldığında idealleştirilmiş olan bedenler, özellikle zayıflık, kastedilecektir. İdeal beden şekli zamanla ve kültürler arasında değişir. Garner ve Garfinkel (1980), Batı kültürlerinde 1960’lardan beri idealin zayıflığa yöneldiğine dikkat çekeli 45 yıl olmuştur, neredeyse yarım asırdır kadınlar zayıflık baskısını sırtlarında taşıyorlar. İdeal beden, farklı dönemlerin ikonik ünlülerinin belirli dönemlerin arzu edilen beden tipini kapsadığı zamanın ruhunun bir ürünüdür. Hem medya hem de reklamlarda ikonik figürleri kullandıkça belirli beden ideallerine maruz kalma oranı artar (Aniulis vd., 2020). Bu gö-nüllü ama zorunlu olma hali, bedenle barış sağlanmasının önünde durmaktadır.

Bedenin bireyin zihninde canlandırdığı hali beden algısını oluşturur, bu algı öznedir (Cash ve Smolak, 2011: xiii). Beden algısı¹, yaşam kalitesinin yanı sıra duygusal, bilişsel ve davranışsal işlevleri etkileyebilen karmaşık ve çok boyutlu bir yapı olarak kavramsallaştırılmıştır. Çok yönlü vurgusuna karşın teoriler de araştırmalar da patoloji odaklı kalmış, beden algısının olumsuz yönleri araştırılarak beden hoşnutsuzluğu özelinde çalışılmıştır. Beden hoşnutsuzluğunda, birey kendi görünümünden hoşnut değildir, ideal görünümle kendi görünümü arasında bir uyumsuzluk algılar. Bu uyumsuzluk ise bireyin yaşam kalitesinin ve özsaygısının azalmasına neden olabilir. Dizi ve filmlerde makyajla uyanan, dinç kadınlar gündelik hayatta erişilmesi gereken standartları ne derece belirleyebilir tartışılır olsa da bedeniyle barışık olan kadınları bir noktada görünmez kılmıştır. Araştırmaların uzun yıllar kilo endişesi veya beden hoşnutsuzluğuna odaklanması belki de bu durumun tezahürüdür, olumlu beden algısının oldukça yeni bir araştırma alanı olma sebebi belki de kadınların zayıf beden istedikleri önyargısının kabulüdür.

Kilolu olduğu için (belki de kilolu olmadığı halde) güvensiz hissetmek, güzel kıyafetlerin zayıflar için olduğunu düşünmek, kiloluyken güzel olamayan arkadaşının zayıflayınca güzel olduğunu düşünmek gibi durumlar gündelik hayatta gerçekleşiyor olsa da sosyal medya gönderilerinin “kusursuz” olması beklenir. Sosyal medyada fiziksel görünümün ön planda olması, ku-

¹ “Body Image” kavramı ülkemizde yapılan yayınlarda beden algısı (Ata vd., 2014), beden imgesi (Demiralp vd., 2015), beden imajı (Kara ve Eryılmaz, 2018), vücut algısı (Yorulmaz ve Kurutçu, 2019), vücut imajı (Yamak vd., 2016) gibi farklı şekillerde kullanılmaktadır. Mevcut çalışmada “beden algısı” kavramı kullanılacaktır.

sursuzluk beklentisi doğurmasının yanında kadınların kendilerini başka kadınlarla karşılaştırmasına da neden olur. Bu karşılaştırmaların gündelik hayattan daha yoğun ve sık gerçekleşmesi beden algısını olumsuz etkiler, bedeniyle barışık olmayan, ideallerin dar kalıplarına sığmaya çalışan kadınların olumsuz hislerden kaçınmasını zorlaştırır. Sosyal medyadaki görsellerin içeriği önemlidir, ideallere uymayan bireylerin daha fazla temsil edilmesi olumlu beden algısına yardımcı olabilir. Kadın bedenlerini içeren görseller bazı kadınların olumsuz hissetmesine neden olabileceği için gönderilerdeki görsellerin metinlerle hafifletilmesi mümkündür (Rodgers vd., 2024).

Cohen vd. (2019b), beden olumlama gönderilerinin neredeyse yarısının ve Lazuka vd. (2020) yaklaşık %39'unun göbek kıvrımları, cilt lekeleri, yara izleri, selülit, akneleri gibi güzellik idealleriyle pek de uyuşmayan özellikler içerdiğini, bunun yanı sıra bedenlerin yaklaşık %43'ü fazla kilolu olduğunu saptamışlardır. Bireylerin kendi bedenlerine çok benzeyen bedenleri görmeleri benzersiz bir bakış açısı sağlayabilir, ancak araştırmalara göre beden olumlama desteklediği iddiasındaki gönderilerin yarısından azının bu doğallığı içermesi endişe vericidir. Hareketin temelinde yer alan, kilolu/yağlı bedenlerin aktif ve formda olmadığı varsayımına karşı çıkarak kadınların her bedende güzel ve sağlıklı olabileceğini kabulü ile sosyal medyadaki temsili örtüşmemektedir. Bu bağlamda mevcut çalışma olumlu beden algısı ile sosyal medyadaki beden olumlama gönderileri arasındaki ilişkiye ve bu ilişkiyi ortaya koyan çalışmalara odaklanmaktadır. Özellikleri konu edilerek olumlu beden algısının “ne” olduğu ele alan makale, sosyal medyada kullanılan beden olumlama etiketlerinin olumlu beden algısını nasıl etkilediğini açıklamayı amaçlamaktadır. Olumlu beden algısı ile ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülen makalenin ilk bölümünde olumlu beden algısının kavramsal çerçevesi genel hatlarıyla çizilmiştir. İkinci bölüm, olumlu beden algısıyla ilgili araştırmaların sonuçlarını, üçüncü bölüm ise sosyal medyadaki beden olumlama etiketlerinin olumlu beden algısını nasıl etkilediğini konu almaktadır. Makale, alt başlıklarda olumlu beden algısı çalışmalarının bulguları ve sonuçlarının tartışılarak olumlu beden algısına sosyal medyanın olumlu/olumsuz etkilerine dair genel bir değerlendirme ile sonuçlandırılmıştır.

Olumlu Beden Algısının Kavramsal Çerçevesi

Olumlu beden algısı kendi başına bir yapıdır, olumsuz beden algısıyla aynı süreklilikte değildir ve düşük seviyelerde olumsuz beden algısı olarak temsil edilmemelidir. Beden algısı 1900'lerin başından beri çalışılsa da olumlu beden algısı çalışmalarının oldukça geç başladığını söylemek müm-

kündür. Olumlu ve olumsuz beden algısı iki ayrı kutup olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu nedenle olumlu beden algısının ayrı olarak tanımlanmasına veya incelenmesine gerek duyulmamış, olumsuz beden algısı ölçüldüğünde eğer sonuçlar düşükse olumlu beden algısının yüksek olduğu veya tam tersi varsayılmıştır. Yıllar içinde çalışmalar bu kavramsallaştırmanın hatalı olduğunu ortaya çıkarmıştır (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015). Avalos vd.'nin (2005), yaptıkları çalışmada² olumlu beden algısının nitelikleri; (a) fiziksel görünümünden bağımsız olarak beden hakkında olumlu görüşler, (b) kilo, vücut şekli ve kusurlara rağmen bedeni kabul etmek, (c) bedeninin ihtiyaçlarını karşılayarak ve sağlıklı davranışlarda bulunarak bedene saygı duymak ve (d) medyada tasvir edilen gerçekçi olmayan beden algısını reddederek bedeni korumak olarak sıralanmıştır. Bu niteliklerden bahsedilse de 2010 yılına kadar olumlu beden algısı için bir tanım önerilmemiştir. Tez çalışması için Nichole Wood-Barcalow'un üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada "Olumlu bir beden algısına sahip olduğumu hissediyorum" sorusunu kullanmış, olumlu bir beden algısının nasıl destekleneceği merakıyla derinlemesine görüşmeler yapmıştır. Ayrıca, beden algısı üzerine çalışan araştırmacılar ve klinik uzmanlarla görüşülerek olumlu beden algısı tanımlanmıştır (Tylka, 2018: 9).

Olumlu beden algısı, bedenden hoşnut olma veya fiziksel görünümün değerlendirmesiyle sınırlı olmayan, çok boyutlu bir yapıdır. Olumlu beden algısı; a) Bedenin eşsiz güzelliğini ve birey için gerçekleştirdiği işlevleri değerini bilmek, b) İdealize edilmiş görüntülerle uyumsuz olanlar dahil, bedeni kabul etmek ve hatta hayran olmak, c) Genellikle dış ışık veya "parlaklık" olarak yansıyan bedenle güzel, rahat, kendinden emin ve mutlu hissetmek, d) Kusurlarının üzerinde durmak yerine bedeninin varlıklarını vurgulamak, e) Bedeninin ihtiyaçlarıyla duyarlı bir bağlantı kurmak, f) Gelen bilgileri bedeni koruyucu olarak yorumlayarak, çoğu olumlu bilgiyi içselleştirmek ve en

² Avalos vd. (2005) tarafından geliştirilen "The Body Appreciation Scale", Bakalım ve Taşdelen-Karçkay (2016) "Bedeni Memnuniyeti Ölçeği" olarak dilimize uyarlanmıştır. 2005'te geliştirilen ölçeğin belirli maddeleri, cinsiyete özgü versiyonları ve beden hoşnutsuzluğuna dayalı dili ortadan kaldırmak için başka kelimelerle ifade edilmiş ve olumlu beden algısı araştırmasına dayalı maddeler eklenerek Tylka ve Wood-Barcalow (2015) tarafından "The Body Appreciation Scale-2 (BAS-2)" geliştirilmiştir. Ölçeği Anlı vd. (2015) "Bedeni Beğenme Ölçeği" olarak dilimize uyarlamışlardır (çalışma grubu erişkinlerden oluşmaktadır). Oktan ve Saylan (2020) söz konusu ölçeği Beden Değeri-2 (BDÖ-2) adıyla dilimize çevirmiş, geçerlilik ve güvenilirliğini incelemişlerdir (çalışma grubu 15-24 yaş arasındaki lise ve üniversite öğrencileridir). Olumlu beden algısına göre "appreciation" kelimesi beğeni/memnuniyetten ziyade takdir etmeyi işaret ettiğinden makalede Oktan ve Saylan'ın "beden değeri" kullanımı tercih edilmiştir.

olumsuz bilgileri reddetmek veya farklı bir açıdan bakıldığı kapsayıcı bir sevgi ve bedene saygı olarak tanımlanmıştır (Wood-Barcalow vd., 2010).

Olumlu beden algısı, görünümle ilgili endişelere karşı koruyucudur, çalışmalar medya kaynaklı beden hoşnutsuzluğuna karşı koruyucu olabileceğini göstermiştir (Andrew vd., 2015; Halliwell, 2013). Olumlu beden algısı yüksek düzeyde olan kadınlar zayıf kadınların görüntülerini izledikten sonra olumlu beden algısı daha düşük düzeyde olan kadınlara göre daha az etkilanmektedir. Bedeni değeri, bedenın özelliklerinin, işlevselliğinin ve sağlığının değerinin farkındalığı olarak tanımlanmaktadır (Tylka ve Wood Barcalow, 2015). İşlevsellik, bedenın koşabilmesi gibi fiziksel hareketleriyle sınırlı değildir; aynı zamanda çevresel uyaranları algılama, başkalarıyla iletişim kurma ve kendine bakma gibi yetenekleri de içerir. Bu açıdan beden değeri, reklamlardaki modellerle görünüm karşılaştırması yapmaya karşı koruyucu olabilir, olumlu beden algısı fiziksel görünüm karşılaştırmasının hem kapsamını hem de etkilerini azaltabilir (Andrew vd., 2015; Dignard ve Jarry, 2021).

Olumlu beden algısının temelinde, ideallerle tutarsız olan yönler de dâhil olmak üzere beden olduğu gibi kabul edilir, var olan kusurlar en aza indirgenerek bedenle bilinçli bir bağ kurulur, bu sayede bedenın neye ihtiyaç duyduğu bilinerek bu ihtiyaçlar karşılanır (Tylka, 2011). Bedeni kabulü, bedeni sevmek, kendi bedeninde “rahat” edebilmektir. Bedeninin yapabileceklerini, temsil ettiklerini ve benzersiz özelliklerini övmeyi içerisinde barındırır. Bu beğeninın odağında rekabet veya modellere benzeme isteği gibi tutumlar yoktur, ancak bazen narsisizm veya kibirle karıştırılır (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015). Çalışmaların sonuçları, olumlu beden algısının kadınlar üzerinde medya veya akran baskısına karşı koruyucu bir rol oynadığını göstermiştir. Özgüvenleri sayesinde “uygun olmak” gibi bir sorun yaşamayan kadınlar medya etkilerini içselleştirilmez, kendilerini daha iyimser, özgüvenli, özgür, mutlu hisseder ve fiziksel aktiviteden keyif alırlar (Halliwell, 2013; Ricciardelli ve Yager, 2016; Wood-Barcalow vd., 2010).

Olumlu beden algısı, kişinin bedeninin aile, arkadaşlar, romantik partnerler, toplum dâhil olmak üzere başkaları tarafından kabul edildiğini algılamasıyla ilişkilidir (Avalos ve Tylka, 2006). Başkaları tarafından beden kabulü, bireyin başkaları tarafından bedeninin kabul edildiğini algılaması ve kendi bedeni hakkındaki başkalarının görüşlerini kabul etmesidir. Başkaları tarafından kabul, sosyal etkileşimlerin nesnel bir özelliği değildir. Bir birey, partnerinden kabul mesajları alsa bile partnerinin bedenini kabul etmediğini düşünebilir veya partneri kabule dair açık mesajlar vermese de bedeninin

kabul edildiğini algılayabilir (Swami vd., 2021). Birey bedeninin kabul edilebilir olduğunu algıarsa, fiziksel görünümünü değiştirmekle daha az meşgul olabilir, bedeninin nasıl hissettiğine, işlediğine daha fazla dikkat edebilir (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015). Görünüme dayalı bir iltifat alınmaması beden algısında endişeye neden olabilir. Bedenle ilgili iltifat almak ve filtrelemek³, bir dizi etkileşimli değişkene bağlı olarak gerçekleşen karmaşık bir süreçtir. İltifatın ne sıklıkla alındığı, kimden iltifat alındığı, iltifatın nasıl algılandığı gibi durumlar söz konusudur. Fiziksel görünümle ilgili olumlu yorumlar beden hoşnutsuzluğunun azalmasına yardımcı olabilmektedir. Ancak, kilo verildiğinde alınan iltifat, kilo kaybını “ilerleme kaydetmiş” fiziksel görünümle iç içe geçirir, bu durumda zayıf-idealin içselleştirilmesi güçlenebilir (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015). Fiziksel görünümle ilgili yorum olumlu olsa da nihayetinde görünümle ilgilidir, yani yorum yüzünden birey yeniden görünümüne odaklanabilir (Fuller-Tyszkiewicz vd., 2019).

Olumlu Beden Algısının Boyutları ve Örnek Araştırmalar

Başka insanlar tarafından bedenlerinin koşulsuz kabul edildiğini algılayan bireyler daha fazla fiziksel aktiviteye katılmaktadır. Fiziksel görünümü değiştirmek amacıyla yapılmayan egzersiz motivasyonları hem kadınlarda hem de erkeklerde daha fazla beden değeriyle doğrudan, kadınlarda ise sezgisel yeme⁴ ile dolaylı olarak bağlantılıdır. Egzersiz fiziksel görünüm değiştirmek için yapıldığında beden değeri daha düşüktür ve motivasyon sezgisel yemeyle doğrudan ilişkilidir. Sağlık, eğlence veya gerginlikten kurtulmak için egzersiz yapan bireylerin görünüm endişesi yoktur, bu nedenle beden değerleri ile beden beğenileri daha yüksektir (Tylka ve Homan, 2015; Tapşın vd., 2023). Patterson vd. (2019), fiziksel aktivite derslerine katılan 65 yaş üzeri kadınların, akranlarıyla yaptıkları beden işlevleri ve sağlıkla ilgili konuşmalar sayesinde hem olumlu algılarının desteklendiğini hem de işlevsel ve sağlık sorunlarıyla başa çıkmalarının kolaylaştığını saptamışlardır. Bunun yanı sıra derslerde fiziksel görünümle ilgili konuşulmaması, kadınlara

³ Filtre, medya görüntülerinin gerçek olmadığının ve görüntülerdeki ünlüler veya modellerle kendini kıyaslamamanın da gerçekçi olmadığının farkında olmak, beden algısına zarar verebilecek görüntü ve mesajları engellemeyi içermektedir. Olumlu bilgiler kabul edilirken olumsuzlar reddedilmektedir. Filtreleme kusursuz değildir, bazen önemseydiğimiz kişilerden gelen eleştiriler gibi olumsuz bilgiler uzun vadede bedenimizi nasıl değerlendirdiğimizi şekillendirilmez (Avalos vd., 2005).

⁴ Sezgisel yeme, bireyin duygu durumları sonucunda kendini kontrol etmesi, kendi vücudunu tanıyarak açlık-tokluk sinyalleri doğrultusunda besin alımının gerçekleşmesi ve besin alımı sırasında duygu ve düşüncelere olan hassasiyetin azaltılması şeklinde tanımlanmaktadır (Taş ve Kabaran, 2020: 128).

bedenlerinin kabul edildiğini hissettirmiştir. Eğitimciler de fiziksel zorluklar sunarak, başarıları kutlayarak, geri bildirim vererek katılımcıların olumlu beden algısına destek sağlamışlardır. Egzersiz ve sosyal ortamların yanı sıra duygusal ve sosyal bağlar da olumlu beden algısına katkıda bulunmaktadır.

Başka birisinin beden algısını olumlu yönde teşvik eden bireylerin kendi beden algısında da iyileşmeler olabileceği, bu teşvikin öz-nesneleştirmeyi azaltacağı yönünde bulgular mevcuttur. Allewa vd. (2024), çalışmalarında 124 çift yakın arkadaş olan kadını “mektup yazarı” (deney grubu) veya “mektup alıcısı” (kontrol grubu) olarak iki gruba rastgele atamışlardır. Mektup yazan kadınlar, mektup alıcısı olan arkadaşlarının beden işlevsellikleri veya paylaştıkları anılar için minnettarlıklarını anlatan bir mektup yazarak arkadaşlarına okumuşlardır. Mektup yazanlar, mektup alanlara kıyasla mektup yazıldıktan ve okunduktan sonra daha yüksek beden değeri ve daha düşük öz-nesneleştirme ile okunduktan sonra daha yüksek işlevsellik değeri bildirmişler. Mektupları yazan ve okuyan mektup yazarları hem arkadaşlarının hem de kendilerinin olumlu beden algısına katkıda bulunmuşlardır.

Olumlu beden algısı etnik kökene veya kültürel bakış açılarına göre farklılık göstermektedir. Afro-Amerikan adolesan kızlar, Beyaz akranlarına kıyasla güzelliği daha esnek bir biçimde algıladıkları, belirli bir zayıflık ideali ulaşmaktan ziyade güzelliği tanımlarken bakımlı olma açısından ele almalarının olasılığının daha yüksek olduğu vurgulanmaktadır. Araştırmalarda, beyaz adolesan kızların beden şekillerinden hoşnut olmadıkları ve güzellik kavramlarında daha “katı” oldukları (Parker vd., 1995), benzer şekilde erişkinlerde Hispanik kadınların beden beğenisinde en yüksek orana sahip olduğu, Afrikalı Karayipli, Beyaz ve Güney Asyalı kadınların onları izlediği saptanmıştır (Swami vd., 2009).

Öz bakım, mental ve fiziksel sağlıkla ilgili davranışlar ve tutumlarla olumlu beden algısı ilişkilidir (Tlyka ve Wood-Barcalow, 2015). Kadın ve erkeklerde olumlu beden algısı, kaslılık isteği ve depresif sendrom, sağlıksız beslenme davranışı ve cildin UV maruz kalmasıyla daha az ilişkilidir (Gillen, 2015). Doğal çevrelerin insan sağlığına yararları on yıllardır bilinse de son yıllarda yapılan araştırmaların bulguları olumlu bir beden algısına da katkıda bulunduğunu göstermektedir. Hem erişkinler hem de çocuklarla yapılan araştırmalar doğal çevreleri (mavi alan, yeşil alan, botanik bahçeleri gibi) ziyaret eden bireylerin ziyaret sonrasında beden değeri puanlarında önemli bir artış olduğunu ve bu ortamlara erişimin desteklenmesi gerektiğini belirtmişlerdir (Czepczor-Bernat vd., 2024; Swami vd., 2020).

Yager vd. (2020), özellikle yeme tutumu gibi sağlık sorunlarının belgesel ve filmlerde ele alındığını ancak filmlerin uzmanlar ve akademisyenlerce göz ardı edildiğini vurgulamışlardır. Bu yok saymanın bir nedeni yeme ve kilo sorunlarını tasvir eden filmlerin kilo damgasını, diyet veya düzensiz yeme davranışlarını tetikleyebilme kapasitesidir. Kadınların beden algısını iyileştirmeyi amaçlayan 2016 yılında gösterime giren *Embrace*⁵ belgeselinin etkisi Yager vd. (2020) tarafından değerlendirilmiştir. 15 ülkeden 18-77 yaş arasındaki binden fazla kadının katıldığı çalışmada, belgeseli izleyen kadınlar izlemeyenlere kıyasla bedenlerine daha fazla değer verdiklerini ve filmin hayatlarında önemli ve olumlu bir etki yarattığını söylemişlerdir. Filmi izleyenler izlemeyenlere kıyasla daha yüksek olumlu beden algısı, daha düşük öz-nesneleştirme, beden utancı, zayıflık idealini içselleştirme ve diyet kısıtlaması bildirmişlerdir. Ebeveyn olan katılımcılar ise filmin mesajlarını çocuklarıyla paylaşacaklarını, beden hakkında bilinçsizce yargılama yaptıklarını fark ettiklerini, arkadaşlarına da destek olduklarını eklemişlerdir (Yager vd., 2020).

Olumlu Beden Algısı ve Sosyal Medya İlişkisi

Beden olumlama hareketi, gerçekçi olmayan ve erişilemez/erişilmesi zor görünüm ideallerinin teşvik edilmesine karşı bir tepki olarak gelişmiştir. Beden olumlamanın kökeni, Kuzey Amerika'daki "şişmanlık" karşıtı söylemlere direnmek ve Siyahi bedenlere karşı yapılan ayrımcılığı reddetmek için Siyahi şişmanlık aktivizmine dayanmaktadır. Şişmanlık aktivizmi, şişmanlığın politik bir kimlik ve kültür olarak özür dilemeksizin benimsenmesi, kabul edilmesidir ve sadece beden ölçülerine göre haksız yere daha az değerli olarak konumlandırılan insanlara yönelik haksız damgalamaya ve ayrımcılığa meydan okumayı amaçlamaktadır. Beden olumlama terimi 1990'lara dek kullanılmasa da aktivistler, "şişman"⁶ düşmanı reklamlara, zararlı diyet

⁵ *Embrace* (2016) belgeselinin çıkış noktası, Taryn Brumfitt'in 2013 yılında öncesi-sonrası fotoğrafını paylaşmasıyla dünya çapında 100 milyondan fazla insana ulaşmasıdır. Brumfitt, öncesi fotoğrafında vücut geliştirme yarışmasında bikinili iken sonrası fotoğrafında doğum ardından aldığı kilolara rağmen çıplak verdiği pozla görünür, öncesi-sonrası akımını ters yüz etmiştir. Paylaşım ardından nefret yorumlarına maruz kalsa da Brumfitt'in bedeniyle nasıl bu denli barışık olduğunu merak eden kadınların sayısı azımsanmayacak kadar çoktur.

⁶ Kılıç (2022), İngilizce literatürde "Fat Studies" şeklinde geçen çalışmaları "Yağ Çalışmaları" olarak dilimize çevirmiştir. Türkçede "fat" kelimesinin pek çok farklı ve/veya aynı anlamı karşılayan anlamı bulunmaktadır. Şişman veya kilolu kelimeleri pejoratif bir anlam taşıması yüzünden dilimizde pek kullanılmasa da Kılıç makalesinde "yağ" kullanımı tercih etmiştir. Bu alanda çalışan araştırmacıların ve aktivistlerin "obesity" ve "overweight" terimleri yerine "fat" terimini

endüstrisine dikkat çekmiş ve herkesin bedenini sevmesi gerektiğini savunmuşlardır. İnternetin ve ardından sosyal medyanın yükselmesiyle hareket çevrimiçi olarak yayılmıştır (Griffin vd., 2022).

Instagram, beden olumlama etiketi açısından en önemli sosyal medya platformlarından birisidir (Stevens ve Griffiths, 2020), etiket kullanımı gönderilerin görünürlüğünün önemli bir parçasıdır. Instagram'da gönderiler, Ocak 2020'de #bodypositivite etiketiyle 11 milyondan fazla, #bodypositivity etiketiyle 4 milyon ve #bopo etiketiyle 1 milyondan fazla paylaşım yapılmıştır (Cohen vd., 2021). Mart 2022'de #BodyPositive 17,8 milyon ve #BodyPositivity 9,8 milyon gönderi iken (Griffin vd., 2022), Haziran 2025'te mevcut makalenin yazarının yaptığı aramada, #bodypositive 19,8 milyon, #bodypositivity, 12,6 milyon ve #bopo 1,2 milyon gönderiye ulaşmıştır. Etiketlerin beş yılda istikrarlı bir şekilde artması sosyal medyada beden olumlama hareketinin geçerliliğini koruduğunu işaret etmektedir. Paylaşılan gönderilerin arka planında emek vardır; çünkü sosyal medya için gönderi oluşturmak zahmetlidir. Açık, aydınlatma, duruş, arka plan ayarlanarak birden fazla fotoğrafın çekilmesi, bedeninin algılanan kusurlarının ortadan kaldırması bu zahmetin bir parçasıdır. Fotoğraf çekmek, düzenlemek, mükemmel bir alt yazı oluşturmak, yayınlamak dâhil tek bir Instagram gönderisinin oluşturulması ortalama 2-3 saat alır. Kullanıcılar harcadıkları emek ve zaman, yaptıkları duygusal yatırım yüzünden paylaştıkları gönderilerin geri bildirimlerini takip ederler (Taylor ve Nichter, 2025).

Çoğunluğu kadın olan (%83,2) üniversite öğrencileri sosyal medyada beden olumlama gönderileri ardından önemli ölçüde daha yüksek beden memnuniyeti, artan olumlu ve azalan olumsuz beden etkisi bildirmiştir (Stevens & Griffiths, 2020). Çalışmalara göre, beden olumlama ile ilgili sosyal medya içerikleri, özellikle beden fotoğrafları içermeyen gönderiler, idealize edilmiş sosyal medya içeriklerine kıyasla beden algısına yararlıdır. Metin içerikleri bedene karşı olumlu duygular ve olumlu etki yaratma açısından en yüksek puana sahiptir. Bununla birlikte söz konusu içerikler heterojendir ve seyahat içeriklerine kıyasla beden algısına daha iyi gelmiştir, bu nedenle hangi içeriklerin daha yararlı olabileceği hakkında çok az şey bilinmektedir. Medyada tasvir edilen bireyleri kendilerine benzer olarak algılayan kadınların, olumlu beden algıları ve ruh hali açısından daha fazla olumsuz hissettikleri ileri sürülür. Bu bulgu, artan temsiliyetin beden hoşnutsuzluğunu aza-

kullanma sebeplerini de obez ve fazla kilolu tanımlarının kültürel olarak patoloji, normatif beklentiler ve yargılamayı çağırmasıyla açıklamıştır.

lacağı yönündeki teorik varsayımlarla çelişir. Beden Kitle Endisi (BKE) daha yüksek olan kadınların metin gönderilerinden daha olumlu etkilenmesi, görsellerin daha fazla görünüm karşılaştırmasına neden olmasıyla veya temsil edilmeyormuş gibi hissettirmesiyle ilişkili olabilir. Beden olumlama içeriklerinin çoğu çeşitlilik ve temsili artırma hedefi taşır, ancak sonuç istenilen düzeyde değildir (Lazuka vd., 2020). Beden değeriyle ilgili görüntü olmaksızın metin içeren olumlu beden içerikleri, bireyin bedeni hakkında iyi ve mutlu hissetmesine yardımcı olma kapasitesine sahip olsa da kimin tasvir edildiğine bakılmaksızın, kadın resimlerine maruz kalmak öz-nesneleştirmeyi artırır (Cohen vd., 2019a). Metin içerikleri ise fiziksel görünümü merkezden uzaklaştırdığından öz-nesneleştirmeyi daha az tetikliyor olabilir. Metin ve görsel içeriklerin erkeklerin beden algısına etkisi olup olmadığı literatürde kendisine yeni yer bulmaktadır. Rodgers vd. (2025), beden olumlama içeriklerinin hem kadınlarda hem de erkeklerde olumlu beden algısını destekleme kapasitesine sahip olduğunu, fitspiration⁷ ve seyahat içeriklerine kıyasla beden olumlama görsellerinin olumlu etkisi olduğu belirlemiştir.

Beden olumlama gönderilerine kısa süreli maruz kalmak zayıf-ideal ve nötr⁸ görünüm gönderilerine oranla daha olumlu ruh hali, beden hoşnutluğu ve beden değerinde iyileşmelerle ilişkilidir. Hem zayıf-ideal hem de beden olumlama gönderileri, nötr görünüm gönderilere kıyasla artan öz-nesneleştirmenin artmasıyla ilişkilidir (Cohen vd., 2019a). Beden görüntüsü içermeyen görseller olumlu beden algısı ve ruh halini en çok destekleyen sosyal medya araçlarıdır. Ancak, etnik çeşitliliği ve kadın gruplarını tasvir eden görseller umut vaat edebilirken, ortalama bedendeki kadınların görselleri genellikle daha az faydalıdır (Rodgers vd., 2024). Sosyal medyada “daha büyük” bedenlere yönelik eleştirel ve nefret dolu yorumlar zayıf-idealle bir aradadır. Bu bir aradalık, beden olumlama hareketinin etkinliğini baltalamakla kalmaz aynı zamanda kadınların bedenleri hakkındaki ifadelerini kısıtlayan yeni bir dizi zorunluluğa da neden olur (Taylor ve Nichter, 2025): Olumsuz yorum almamak için gönderide bedeni paylaşmaktan ka-

⁷ “Fitspiration”, fit olmaya teşvik eden, sosyal medyadaki fotoğraf ve paylaşımları ifade etmektedir. Ülkemizde yapılan çalışmaların birkaçında bahsi geçse de henüz Türkçe karşılığı bulunmamaktadır.

⁸ Beden olumlama hareketi fiziksel görünüme odaklandığı için son yıllarda eleştirilmektedir. “Beden tarafsızlığı” (body neutrality) ise üç temel unsurla açıklanarak (1) bedene karşı tarafsız bir tutumla daha gerçekçi, dikkatli ve esnek; (2) bedenin işlevselliğini takdir etmek, (3) bedene saygı duymak, özen göstermek ve özdeğerin görünümle sınırlanmaması olarak tanımlanmaktadır (Pellizzer ve Wade, 2023).

çınmak, sosyal ortamlarda bedenden olumsuz bahsedebilirken sosyal medyada eleştirel yorum almamak için gönderi paylaşmamak.

Teknoloji geliştikçe geleneksel medyadaki beden temsilleri ve bu temsillerin izleyiciye/okuyucuya ulaşması artık sosyal medya üzerinden gerçekleşmektedir. Yakın geçmişteki moda dergilerinin yerini sosyal medya gönderileri almıştır. Sosyal medyada maruz kalınan idealleştirilmiş kadın bedenleri üzerinden gerçekleşen karşılaştırmalar da beden algısını olumsuz etkilemektedir. Sosyal karşılaştırma teorisine göre, yeteneklerimiz ve tutumlarımız hakkında doğru ve nesnel değerlendirmeler isteriz. Eğer birey kendisini doğrudan değerlendiremiyorsa, bu öz değerlendirme ihtiyacını kendisini başkalarıyla karşılaştırarak giderir. Söz konusu karşılaştırma olumlu veya olumsuz olabilir, bu sosyal karşılaştırma süreci bilinçsiz ve istemsiz bir şekilde gerçekleşebilir (Festinger, 1954). Ancak gündelik gerçekleşen karşılaştırmalara nazaran sosyal medya karşılaştırmalarının sayısı, sınırının olup olmadığı belirsizdir, bu nedenle gönderilerin karşılaştırmaya olan etkisi de artabilmektedir. Çünkü sosyal medya evden çıkmaya, insan bile görme-ye gerek kalmaksızın birkaç saat içinde bu karşılaştırmalara neden olabilmektedir. Bir gönderiyi okumak ile kadın bedeni olan gönderiyi görmek bu noktada farklılaşmaktadır, filtrelerle elde edilmiş olabilen fotoğraflardaki kadınların filtre kullanıldığına emin olunsa da karşılaştırma kaçınılmaz hale gelmektedir.

Sonuç

Olumlu beden algısı sadece fiziksel görünümle sınırlı olmadığından, beden algısı tehditlere karşı kendisini koruyamaz; desteklenmesi fiziksel görünümle ilgili iltifatlarla ilişkili değildir (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015). Olumlu beden algısı içsel pozitiflik, uyarlanabilir öz bakım davranışlarında bulunma, başkalarına bedenlerini sevmeleri için akıl hocalığı yapma gibi özelliklere sahiptir. Bu öncüller ve sonuçlar olumlu beden algısı bir kez geliştiğinde onu korumaya yardımcı olur. Bedenle ilgili bilgileri nötr veya olumlu olarak yeniden çerçevelemek ve olumlu bir beden algısına sahip başka insanlarla sürekli temas halinde olmak da olumlu beden algısını koruyabilir (Tylka, 2011). Bedenle ilgili konuşmalar, kendini nesneleştirme süreçlerini üreterek, başkalarının kendi bedenlerini övdüğü şeklinde algılanabilir, bu algı da kendini aşağılamaya yol açabilir (Barbeau vd., 2022). Beden aşağılama ve görünümünden ziyade beden işlevselliği ve sosyal destek için arkadaş çevresinin olumlu olması önemlidir. Sosyal çevreyle olan ilişkilerde, desteklendiğini hissettiren, dinleyen, saygı duyan ve iyi davranan insanlarla zaman geçirmek olumlu beden algısına katkıda bulunmaktadır. Bedenle

ilgili olumsuz yorumlardan ise kaçınılmalıdır, aile içinde olumsuz beden konuşması yapılmasa da kız çocukları sosyokültürel açıdan kırılğan olduklarından kilo önyargısına sahip olabilmektedir.

Çalışmalar, sosyal medyadaki beden olumlama gönderilerinin adının hakkını vererek olumlu etkileri olduğunu göstermiştir. Buna karşın beden olumlamanın kapitalizmden etkilenen bir sosyal medya sloganı haline gelmesini eleştirilmektedir. Etiketlerin hareketin kapsayıcılığını yansıtmaması hareketin en çok aldığı eleştiridir. Etiketlerde zayıflık ortak temadır, kadınlar, beyaz-genç-cisgender⁹ bireyler ezici çoğunluktadır (Gelsinger, 2021; Griffin vd., 2022). Bu durum, hareketin sağladığı güvenli alandan, başlangıçtaki hedefinden uzaklaştığını gösterirken, yaşlı, engelli, kilolu bireyler, heteroseksüel ve beyaz olmayan bireyleri de görünmez kılmaktadır. Instagram daha genç bir kesim tarafından kullanıldığı için yaş almak olumsuz bir durum gibi görülebilir, bu açıdan farklı yaş gruplarının temsil edilmemesi bir noktada anlaşılır bir durumdur. Ancak etiketlerde genç kadınların öne çıkmasıyla gençlik ve güzellik ideali sosyal medyada sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Engelli ve trans bireylerin bu ideallerle bağdaş(tırıl)amıyor olması da temsiliyette etkilidir. Beden merkezli gönderilerin beden algısını olumsuz etkileme riski taşıması, karşı kültür olarak ortaya çıkan beden olumlama hareketinin doğasına ters düşmektedir. Görünürlük veya takipçi kaygısı olmayan kullanıcılar hareketi amaçlandığı gibi kullansa da beden olumlama etiketi, farklı etiketlerle birlikte amacı dışında kullanıldığında gerçek mesajından uzaklaşmaktadır (Gelsinger, 2021). Gönderilerin bir kısmı kilo kaybı tanıtımı veya aşırı zayıflığı övmek gibi çelişkili mesajlar vermektedir, ticari gönderilerin bazıları da müshil alımına katkıda bulunan ürünleri içermektedir (Lazuka vd., 2020). Öz sevgi mesajları veren gönderiler bile zayıf-ideali sürdürmektedir. Beden olumlama sıklıkla kilo kaybı ve sağlıklı olma kültürüne (healthism) dayanan bedensel değişikliklerle ilişkilidir, bu ilişkide kullanıcıların birçok etiketin yanında beden olumlama hareketini sosyal algoritmaları etkilemek için “kullanıldığı” açıktır (Khonach ve Kurz, 2024). Bu noktada hareketin kendisi mi yoksa gönderilerinde #bodypositivity vb. etiketleri kullanan bireyler mi eleştirilmeli sorusu akla gelmektedir. Hareketin temelinde kapsayıcı olduğu tartışılmaz, ancak engeli olan veya sosyal medyada filtresiz bedenini/yüzünü göstermek ve/veya olumsuz yorumlardan kaçınmak için gönderi paylaşmak istemeyen bireylerin varlığı da akılda tutulmalıdır. Bu kaçınma hali, hareketin açtığı alan kadar kapsayıcı

⁹ Toplumsal cinsiyeti ve biyolojik cinsiyeti aynı olan birey/trans olmayan birey.

bakamayan bireylerin gönderilere yazdıkları yorumlardan da kaynaklanmaktadır.

Beden olumlama, bedenle, özellikle de kilolu bedenlerle ilgili çağdaş utanç ve damgalama mesajlarına, kilo vermeye çalışma baskılarına karşı bir yanıttır. Öte yandan, kilolu kadınların karşılaması gereken güzellik standartları zayıflardan daha yüksek bir yerde durmaktadır. Maskülen veya günlük giyinen zayıf kadınların “rahat” olarak algılanması ile kilolu kadınların “pasaklı (slob)” olarak algılanması gerçeğine vurgu yapan Khonach ve Kurz (2024), beden olumlamanın mükemmel olmasa bile hegemonik güzellik standartlarını reddetmek için bir giriş noktası olduğunu belirtmişlerdir. Taylor ve Nichter (2025), da beden olumlama hareketi başladığından beri kilolu kadınların sosyal medyada görünümüleriyle ilgili olumsuz duygularını dile getirmelerinin “kabul edilebilir” olmadığını hissettiklerine değinmişlerdir. Bedeniyle ilgili olumsuz bir gönderi paylaşıldığında birinin “bedenini sev” diyeceğinden emin olan katılımcı, beden olumlamanın zorunluluk gibi geldiğini, olumsuz duyguların dile getirilmesine izin verilmediğini dile getirmiştir. Genç erişkin kadınlar eleştirel yorum almaktan korkarlar, zayıf-idealle bu korkunun birleşmesi sosyal medyada beden olumlama ifadelerini kullanmalarına engel olabilir. Kadınlar bu engeli aşmak için, takipçilerin dikkatlerini bedenlerinden uzaklaştıran, görünümüyle ilgili olumlu yorumlar alabilecekleri fotoğrafları yayınlamak gibi stratejiler geliştirmişlerdir (Taylor ve Nichter, 2025). Çoğu kadın gerçek, filtrelenmemiş bedenini sosyal medyada paylaşmak istese bile toksik yorum alma riskini göze alamaz. Arkadaşlarıyla beden olumlamayı rahat ifade eden kadınların “çevrimdışı” ve “çevrimiçi” davranışları arasında fark vardır (Taylor ve Nichter, 2025). Siber zorbalığın sonu olmaması bu farkın muhtemelen en temel nedenidir.

Beden hoşnutsuzluğu, yeme bozuklukları ile ilgili eğitimler, kurslar gibi müdahale çalışmaları yapılarak söz konusu hoşnutsuzlukların giderilmesi çabaları mevcuttur. Olumlu beden algısı müdahale programları yürütülüyor olsa da araştırmacılar ön ve son test ölçümleri yapılmadığında nedensel ilişkilerin anlaşılamadığına, değişimlerin derecesi ile ilgili çıkarımlar yapılabilmesi için tekrarlanabilirliğin önemine dikkat çekmektedir. Yaş, cinsiyet, etnik köken, cinsel yönelim gibi toplumsal değişkenler ile kişilik, yeme ve egzersiz davranışı gibi bireysel değişkenler olumlu beden algısını etkileyebilir. Bu nedenle müdahale programlarının adölesan kızlar ve kadınlara odaklanması eleştirilirken, program tasarlanırken yaş grupları, egzersiz programının türü/yoğunluğu, yaş, cinsiyet gibi farklı değişkenlerin düşünülmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Nichter (2000), adölesan dönemde gençlik,

zayıflık gibi hegemonik bir ideal etrafında şekillenen kilo konuşmalarına katılan Siyahi kızların vücut ağırlığı veya boyutundan ziyade tavır ve stili vurgulayan, daha akışkan ve esnek bir güzellik anlayışına sahip olduklarını belirlemiştir. Benzer şekilde, Siyahi kızların tek bir ideal beden varlığını kabul etmedikleri, Beyazlara nazaran “güzellik” kavramına daha esnek baktıkları, bedeni yalnızca zayıf/kilolu değil aynı zamanda cilt tonu, saç dokusu gibi kültürel yönleriyle de gördükleri belirlenmiştir (Franko ve Roehrig, 2011). Bu noktada, nicel araştırma sonuçlarının olumlu beden algısı özellikleri ve süreçlerini destekleyip desteklemediği, kimler veya hangi gruplara destek sağlayacağı nitel araştırmalarla desteklenerek daha uzun vadeli sonuçlara ulaşılabileceği son yıllarda tartışılmaktadır.

Beden algısı adölesan dönem ardından sabitleşmektedir, eğer erken yaşlarda olumlu beden algısı çocuklara anlatılırsa daha sağlıklı erişkinlik dönemi geçirmeleri mümkündür. Adölesanlar, çocuklar ve preadölesanlara olumlu beden algısının yararlarını, özelliklerini anlatılarak rehberlik yapılabilir. Bu rehberlik sayesinde hem kendi olumlu beden algılarının sürekliliğini sağlarlar hem de kendilerinden küçük yaşta olanların olumlu beden algısının gelişmesine yardımcı olurlar. Medya okuryazarlığı eğitimi ile, medya mesajlarının nasıl oluşturulduğu öğretilirse, bireyler erken yaşlarda bedenle ilgili medya mesajlarını nasıl eleştirecekleri, medyada sürekli olarak teşvik edilen basmakalıp beden ideallerini nasıl reddedeceklerini öğrenebilirler. Sosyal medyada maruz kalınan bedenlerin her zaman gerçek olmadığı, filtrelerin de gerçek hayatta işe yaramadığı akılda tutulmalıdır. Boy uzunluğu, kemik yapısı gibi fiziksel görünümün belli yönlerini değiştiremeyiz, bu nedenle vücut şekli veya görünüm açısından tek bir doğru ya da yanlış olmadığını anlamak önemlidir. İnsan fiziksel bir varlıktan daha fazlasıdır, yetenek ve becerilere odaklanarak kendisini olduğu gibi kabul ederek takdir edebilir. Bireyler kendileriyle ilgili olumsuz konuşmalardan kaçınmalıdır, kilo kaybindan ziyade sağlıkla ilişkili amaçlar belirlemeli, bu amaç doğrultusunda egzersizler ve beslenme ile fiziksel ve psikolojik sağlığını korumaya çalışmalıdır. Başkaları ile beden karşılaştırmasından kaçınılmalıdır, nihayetinde farklılıklar her bir bireyi özel kılmaktadır. Başkalarındaki güzelliği beğenmek, bedeninde rahat hissetmek adına kendini bir bütün olarak kabul etmek, güzelliği takdir etmek gereklidir.

Kaynakça

- Alleva, Jessica M. vd. (2024). "The Feeling is Mutual: A Randomised Controlled Trial Testing the Positive Body Image Process of Reciprocity Among Close Friends". *Body Image*, 51: 101794.
- Andrew, Rachel; Tiggemann, Marika & Clark, Levina (2015). "The Protective Role of Body Appreciation Against Media-Induced Body Dissatisfaction". *Body Image*, 15: 98-104.
- Aniulis, Ellie; Sharp, Gemma & Thomas, Nicole A. (2021). "The Ever-Changing Ideal: The Body You Want Depends on Who Else You're Looking at". *Body Image*, 36: 218-229.
- Anlı, Gazanfer vd. (2015). "Bedeni Beğenme Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması". *The Journal of Academic Social Science Studies*, 36: 505-511.
- Ata, Arif vd. (2014). "Beden Algısı ve Obezite". *Ankara Medical Journal*, 14 (3): 74-84.
- Avalos, Laura C. & Tylka, Tracy Lynn (2006). "Exploring a Model of Intuitive Eating with College Women". *Journal of Counseling Psychology*, 53(4): 486-497.
- Avalos, Laura C.; Tylka, Tracy Lynn & Wood-Barcalow, Nichole (2005). "The Body Appreciation Scale: Development and Psychometric Evaluation". *Body Image*, 2: 285-297.
- Bakalım, Orkide ve Taşdelen-Karçkay, Arzu (2016). "Body Appreciation Scale: Evaluation of Factor Structure and Psychometric Properties among Male and Female Turkish University Students". *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(1): 410-422.
- Barbeau, Kheana; Carbonneau, Noémie & Pelletier, Luc (2022). "Family Members and Peers' Negative and Positive Body Talk: How They Relate to Adolescent Girls' Body Talk and Eating Disorder Attitudes". *Body Image*, 40: 213-224.
- Bourdieu, Pierre (2015a). *Ayırım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. Çev. D. Fırat, & G. Berkurt. Heretik Yayınları.
- Bourdieu, Pierre (2015b). *Eril Tahakküm*. Çev. B. Yılmaz. Bağlam Yayıncılık.
- Cash, Thomas. F. & Smolak, Linda (2011). "Understanding Body Images: Historical and Contemporary Perspectives". *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. Eds. Thomas F. Cash & Linda Smolak. The Guilford Press, 56-66.

- Cohen, Rachel vd. (2019a). “#BoPo on Instagram: An Experimental Investigation of the Effects of Viewing Body Positive Content on Young Women’s Mood and Body Image”. *New Media & Society*, 21(7): 1546-1564.
- Cohen, Rachel vd. (2019b). “#bodypositivity: A Content Analysis of Body Positive Accounts on Instagram”. *Body Image*, 29: 47-57.
- Cohen, Rachel; Newton-John, Toby & Slater, Amy (2021). “The Case For Body Positivity on Social Media: Perspectives on Current Advances and Future Directions”. *Journal of Health Psychology*, 26(13): 2365-2373.
- Czepczor-Bernat, Kamila vd. (2024). “Does a Nature Walk improve State Body Appreciation in Children?”. *Body Image*, 49: 101707.
- Demiralp, Meral vd. (2015). “Beden İmgesinin Yaşam Niteliğine Etkisi Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması”. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 16(ÖS 1): 82-90.
- Dignard, Nichole A. L & Jarry, Josée L. (2021). “The “Little Red Riding Hood Effect:” Fitspiration is Just as Bad as Thinspiration for Women’s Body Satisfaction”. *Body Image*, 36: 201-213.
- Festinger, Leon (1954). “A Theory of Social Comparison Processes”. *Human Relations*, 7: 117-140.
- Franko, Debra L. & Roehrig, James P. (2011). “African American Body Images”. *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. Eds. Thomas F. Cash & Linda Smolak. The Guilford Press, 221-228.
- Fuller-Tyszkiewicz, Matthew vd. (2019). “Appearance Comparison and Other Appearance-Related Influences on Body Dissatisfaction in Everyday Life”. *Body Image*, 28: 101-109.
- Garner, David M & Garfinkel, Paul E. (1980). “Socio-cultural Factors in the Development of Anorexia Nervosa”. *Psychological Medicine*, 10(4): 647-656.
- Gelsinger, Ayla S. (2021). “A Critical Analysis of the Body Positive Movement on Instagram: How Does It Really Impact Body Image?”. *Spectra Undergrad Res J.*, 1: 47-55.
- Gillen, Meghan M (2015). “Associations Between Positive Body Image and Indicators of Men’s and Women’s Mental and Physical Health”. *Body Image*, 13: 67-74.

- Griffin, Meridith; Bailey, K. Alysse & Lopez, Kimberly J (2022). “#BodyPositive? A Critical Exploration of the Body Positive Movement within Physical Cultures Taking an Intersectionality Approach”. *Front. Sports Act. Living*, 4: 908580.
- Halliwell, Emma (2013). “The Impact of Thin Idealized Media Images on Body Satisfaction: Does Body Appreciation Protect Women from Negative Effects?”. *Body Image*, 10: 509–514.
- Kara, Ahmet ve Eryılmaz, Ali (2018). “Beliren Yetişkinlerin Gözünden Olumlu Beden İmajı Oluşturmanın Öğeleri”. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 6(3): 394–409.
- Khonach, Torisha ve Kurz, Anna (2024). “Challenges of #bodypositivity: Social Media and Hashtag Activism”. *Fat Studies*, 13(2): 239–259.
- Kılıç, Zeynep (2022). “Şişman Hastanın Dayanılmaz Ağırlığı”. *Sosyal Bilimler ve Sağlık Bülteni*, 4: 3–17.
- Lazuka, Rebecca F. vd. (2020). “Are We There Yet? Progress in Depicting Diverse Images of Beauty in Instagram’s Body Positivity Movement”. *Body Image*, 34: 85–93.
- Oktan, Vesile ve Saylan, Ezgi (2020). “Beden Değeri Ölçeği-2’nin (BDÖ-2) Türkçe Adaptasyonu: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması”. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1): 94–103.
- Parker, Sheila vd. (1995). “Body Image and Weight Concerns among African American and White Adolescent Females: Differences That Make a Difference”. *Human Organization*, 54: 103–114.
- Patterson, Michelle vd. (2019). “How Does Social Support Impact Body Image Experiences of Older Women in Physical Activity Programs?”. *Proceedings of the SCAPPS 2019 Annual Conference*. Canadian Society for Psychomotor Learning and Sport Psychology, 51, 239.
- Pellizzer, Mia L. & Wade, Tracey D. (2023). “Developing a Definition of Body Neutrality and Strategies for an Intervention”. *Body Image*, 46: 434–442.
- Ricciardelli, Lina A. & Yager, Zali (2016). *Adolescence and Body Image: From Development to Preventing Dissatisfaction*. Routledge.
- Rodgers, Rachel F. vd. (2024). “Better than Bopo: Identifying Which Body Positive Social Media Content is Most Helpful for Body Image among Women”. *Body Image*, 51: 101773.

- Rodgers, Rachel F; Paxton, Susan J. & Wertheim, Eleanor H. (2025). "Do Images Speak Louder Than Words? Effects of Body Positive and Fitspiration Quotes and Images on State Body Image in Women and Men". *Sex Roles*, 91: 1-17.
- Stevens, Alicia & Griffiths, Scott (2020). "Body Positivity (# BoPo) in Everyday Life: An Ecological Momentary Assessment Study Showing Potential Benefits to Individuals' Body Image and Emotional Wellbeing". *Body Image*, 35: 181-191.
- Swami, Viren (2009). "Are There Ethnic Differences in Positive Body Image among Female British Undergraduates?" *European Psychologist*, 14: 288-296.
- Swami, Viren (2020). "Visits to Natural Environments Improve State Body Appreciation: Evidence from Malaysia, Romania, and Spain". *Ecopsychology*, 12(1): 24-35.
- Swami, Viren vd. (2021). "Body Acceptance by Others: Refinement of the Construct, and Development and Psychometric Evaluation of a Revised Measure - The Body Acceptance by Others Scale-2". *Body Image*, 36: 238-253.
- Tapşın, Fuat Orkun; Karagün, Ezgi ve Selvi, Sabit (2023). "Serbest Zamanlarında Spor Merkezlerine Devam Eden Bireylerin Hedefe Bağlılık, Mental İyi Oluş ve Bedeni Beğenme Durumlarının İncelenmesi". *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 55-71.
- Taş, Ezgi ve Kabaran, Seray (2020). "Sezgisel Yeme, Duygusal Yeme ve Depresyon: Antropometrik Ölçümler Üzerinde Etkileri Var mı". *Sağlık ve Toplum*, 20(3): 127-139.
- Taylor, Nicole ve Nichter, Mimi (2025). "'I love My Body, But Hers is Better!' Body Positivity and Social Media among College Women". *Emerging Adulthood*, 13(2): 308-321.
- Turner, Brian S. (2008). *Body & Society: Exploration in Social Theory*. Sage Publication.
- Tylka, Tracy Lynn & Homan, Kristin J. (2015). "Exercise Motives and Positive Body Image in Physically Active College Women and Men: Exploring an Expanded Acceptance Model of Intuitive Eating". *Body Image*, 15: 90-97.

- Tylka, Tracy Lynn & Wood-Barcalow, Nichole (2015). "The Body Appreciation Scale-2: Item Refinement and Psychometric Evaluation". *Body Image*, 12(1): 53-67.
- Tylka, Tracy Lynn & Wood-Barcalow, Nichole. (2015). "What is and What is not Positive Body Image? Conceptual Foundations and Construct Definition". *Body Image*, 14: 118-129.
- Tylka, Tracy Lynn (2011). "Positive Psychology Perspectives on Body Image". *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. Eds. Thomas F. Cash & Linda Smolak. The Guilford Press, 56-66.
- Tylka, Tracy Lynn (2018). "Overview of the Field of Positive Body Image". *Body Positive: Understanding and Improving Body Image in Science and Practice*. Eds. Elizabeth A. Daniels, Meghan M. Gillen, Charlotte H. Markey. Cambridge University Press, 6-33.
- Vincent, Anna (Yapımcı), ve Brumfitt, Tayrn (Yönetmen) (2016). Embrace. [Motion picture documentary]. Transmission Films.
- Wood-Barcalow, Nichole; Tylka, Tracy Lynn & Augustus-Horvath, C. L. (2010). "But I Like My Body: Positive Body Image Characteristics and a Holistic Model for Young-adult Women. *Body Image*, 7: 106-116.
- Yager, Zali; Prichard, Ivanka & Hart, Laura M. (2020). "#Ihaveembraced: A Pilot Cross-sectional Naturalistic Evaluation of the Documentary Film Embrace and its Potential Associations with Body Image in Adult Women". *BMC Women's Health*, 20(1): 18.
- Yamak, Bade; İmamoğlu, Osman & Çebi, Mehmet (2016). "Adölesanların Fiziksel Uygunluk Seviyelerinin Vücut İmajı, Benlik Tasarımı ve Stres Düzeyine Etkisi". *Akademik Sosyal Çalışmalar Dergisi*, 4(34): 191-201.
- Yorulmaz, Mehmet ve Kurutçu, Şenay (2019). "Vücut Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkisinin İncelenmesi". *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2): 195-208.

“COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri” çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir:

Etik Kurul Belgesi: Bu çalışma için etik kurul belgesi gerekmemektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarın potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.

The following statements are made in the framework of “COPE-Code of Conduct and Best Practices Guidelines for Journal Editors”:

Ethics Committee Approval: Ethics committee approval is not required for this study.

Declaration of Conflicting Interests: The author has no potential conflict of interest regarding research, authorship or publication of this article.