



T.C. BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER ARAŞTIRMA VE UYGULAMA MERKEZİ
MÜDÜRLÜĞÜ

AB HİBESİ DESTEKLİ 2014-1-TR01-KA105-011035 REFERANS NUMARALI
GENÇLİK VE BEDEN (YOUTH AND BODY) PROJESİ

AVRUPA GENÇLİĞİNİN KENDİ BEDEN İMAJLARI ÜZERİNE ALGILARI VE
PRATİKLERİ ARAŞTIRMA RAPORU
(RESEARCH ON THE PERCEPTIONS AND PRACTICES OF EUROPEAN YOUTH ON
THEIR BODY IMAGE)

PROJE YÜRÜTÜCÜSÜ
(PROJECT COORDINATOR)
DOÇ. DR. FAHRİ ÇAKI

ARAŞTIRMACILAR
(RESEARCHERS)
OKT. DİNÇER KANBUR
UZM. KUTLU ERGÜN

GİRİŞ

Çağımızda beden imajı konusu, kişinin kendisini nasıl gördüğünden çok, başkalarının o kişiyi nasıl gördüğü ve kişinin de kendi bedenini bu algıya göre şekillendirmeye çalıştığı bir hal almıştır. Tıpkı bir düşünce akımının yayılması gibi, Batı merkezli bir beden imajı tasavvuru hâkim olmaya başlamıştır. Avrupa’da yaşayan gençlerin kendi beden imajı algıları da, sanki ideal bir beden varmış ve herkes o bedene bürünmeliymişçesine şekillenmektedir. Küreselleşme süreci ile de bu anlayış dünyanın diğer yerlerine de yayılmaktadır. Gençler, beden imajı algılarından yola çıkarak, kendilerini başkaları ile kıyaslamakta ve beden imajlarını değiştirmeye yönelik pratiklerde bulunmaktadır. Günümüz hâkim medya unsurları da bu durumu tetiklemekte ve yeni yetişen nesillerin beden imajı algısını, gençlerin kendilerini kötü hissetmelerine ve yaşamlarının çekilmez hale gelmesine neden olacak derecede etkilemektedir.

Batı kaynaklı ideal beden anlayışı gençlerde uzun süreli ve kalıcı etkileri olan bir stres yaratmakta, onları bedenlerinden memnuniyetsizliğe ve hatta “bedenlerinden nefret etme” sonucuna götürebilmektedir. Doktorların “beden imajı bozukluğu” olarak adlandırdığı bu durum genellikle sıkı diyet yapma, oruç tutma, yediğini kusma, (anorexia nervosa ve bulimia nervosa) gibi fiziksel ve mental sağlığı bozucu davranış bozukluklarını beraberinde getirdiği gibi ideal bedene ulaşabilmek için bireyleri çok değişik tür ve sayıda tüketici davranışına da sürüklemektedir. Bunların en yaygın olanları estetik ameliyatlar, güzellik ürünleri, zayıflama ve vücut geliştirme merkezleri ve ürünleri, tekstil ve moda ürünleridir.

Gençler arasında yaygın beden imajı bozukluğuna dair araştırmalar durumun vahamet derecesini açıkça sergilemektedir. İngiltere’de 2000 ergen kızla yapılan bir anket sonucuna göre genç kadınların %70’i yüzlerini sevmemektedirler ve sadece % 8’i bedenlerinden memnundurlar. Benzer şekilde, 13 yaşındaki Amerikalı genç kızların %53’ü bedenleriyle mutlu olmadıklarını, 17 yaşına gelenlerinse % 78’inin bedenlerinden memnun olmadıkları bildirilmektedir. Aynı şekilde, the Australian Longitudinal Study of Women's Health araştırmasının bulgularına göre, 18-22 yaş grubundaki genç kadınların % 74’ü kilo vermek istemektedirler ve bu yaş kategorisindeki genç kadınların sadece % 25’i bedenlerinden memnun olduklarını bildirmektedirler. Aynı şekilde, İngiltere’de 13-16 yaş arasındaki her beş kızdan ikiden fazlası bir çeşit estetik ameliyat yaptırmayı düşündüğünü ifade etmektedir.

Genç ve yetişkin erkekler arasında yaygın olan beden memnuniyetsizliği ve yeme bozukluklarıyla ilgili araştırmalar da ciddi sorunlara işaret etmektedir. Örneğin, Mishkind, Rodin, ve Silberstein (1986), lisans düzeyinde üniversite öğrencileriyle yaptıkları ankete

katılan erkek öğrencilerin %95'i bedenlerinin en az bir parçasından memnun olmadıklarını bildirmişlerdir. Medyada yaratılan ideal erkek imajına kendini kaptıran yetişkin ve genç erkekler “daha erkeksi, hiper maskülin ideal erkek bedenine kavuşma savaşı vermektedirler” (Labre, 2002).

Batı toplumlarında yaşayan göçmen gençler de toplum içinde dışlanmamak, sosyal hareketlilikten yararlanabilmek için sıklıkla kendilerini Batılı bireyin beden görünümünü kazanmak zorunda hissetmektedirler. Örneğin, Hoek (1995)'un araştırması “endüstrileşmiş ülkelerdeki göçmenlerin kendi ülkelerindeki akranlarına göre yeme bozuklukları geliştirme olasılığının çok daha yüksek olduğu” sonucuna ulaşmıştır. Tovée vd., (2006) de hem İngiltere'ye göç eden Zulu göçmenlerinin göçten sonra bedensel çekicilik anlayışlarında önemli derecede değişimler tespit etmişler hem de İngiltere'de doğan ve yaşayan Afrika kökenli Britonların İngiliz beyazlarla tamamen aynı bedensel çekicilik anlayışına sahip olduklarını belirlemişlerdir.

Batı-dışı toplumların gençlerinde de benzer beden imajı algı ve beklentileri tespit etmektedirler. Türkiye'de, örneğin, Ankaralı lise öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmaya göre, “diyet yapma ve daha ince beden idealine sahip olma oranları Türk gençleri arasında Batılı ülkelerdeki kadar yüksektir” (Canpolat vd., 2005). Eskişehir'de 1222 liseli ergen erkek ve kız üzerinde yaptıkları Beden imajı araştırmalarında Dinç ve Alisinanoğlu (2010) Türk ergenlerinin de uzun boylu olmayı çok istediklerini tespit etmişlerdir.

Tüm bu bilgiler göstermektedir ki beden imajı ve memnuniyetsizliğiyle ilgili sorunlar kendi gençlerimiz de dahil küresel çapta gençliğin en önemli sorunları arasına yerleşmiş bulunmaktadır.

Bu projemizde bu soruna eğilmeyi ve gençlerin bu sorunla ilgili farkındalık geliştirmelerini sağlamayı amaçladık. İstedik ki gençler bu sorunların kaynağı, neden ve sonuçları hakkında bilgi, fikir ve deneyimlerini paylaşsınlar ve bedenleriyle barışık bir ilişki geliştirmenin yollarını öğrenip enerjilerini dışsal görüntülerini değiştirmek için değil içsel (zihinsel, ruhsal) gelişimleri için kullanmanın gereğini hissetsinler. Projenin; gençler arasında yaygın beden imajı ve memnuniyetsizliği sorunlarının neler olduğu ve bu bağlamda hangi pratikleri uyguladıkları ve bu pratiklerin gençleri nasıl etkilediği hususlarında farkındalık geliştirmek; gençler arasındaki beden imajı ve memnuniyetsizliği sorunlarının aşılması yönünde gençlerin perspektifinden çözüm yolları üretmek ve bunları diğer gençlerle paylaşmak; gençler arasında beden imajı ve memnuniyetsizliği sorunlarıyla mücadele etmeyi amaçlayan bir network kurmak ve bu alanda sürdürülebilir faaliyetler planlamak; gençler

arasında kültürlerarası öğrenmeye katkı sunmak; amaçlarının gerçekleştirilmesine ek olarak, proje süresince Avrupa ve Türkiye’de yaşayan gençler üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Bu raporda, araştırmaya ilişkin bulgu, sonuç ve çeşitli istatistiki bilgiler yer almaktadır.

LİTERATÜR

Gençliğin beden imajı algısı ve bu algının yarattığı sorunlar üzerine oldukça geniş bir literatür vardır. Beden biyolojik bir sorgu konusu olduğu gibi sosyal ve kültürel bir sorgu konusudur da. Nitekim günümüzde çoğu sosyologlar, antropologlar ve tarihçiler beden ve beden algısının tarihsel ve sosyal koşullara bağlı olarak oluşan sosyal ve kültürel bir yapılandırma olduğu üzerinde neredeyse hemfikirdirler.

Kişinin öz-güven duygusuyla yakından ilişkili olan beden imajı hem kişinin kendi inançları ve tutumlarından hem de toplumdaki ideallerden etkilenir. Beden imajı çeşitli yaşam evrelerinde değişme eğiliminde olan bir kavramdır. Ergenlik, hamilelik, bedensel engellilik, hastalık, menopoz, vb yaşam deneyimleri kişinin beden imajını etkileme eğilimi gösterir (Dinç ve Alisinanoğlu, 2010: 65)

Batı toplumlarında yaşayan Batı-dışı bireyler –özellikle genç kadınlar – da toplum içinde dışlanmamak, sosyal hareketlilikten yararlanabilmek için sıklıkla kendilerini Batılı bireyin beden görünümünü kazanmak zorunda hissetmektedirler. Ann M. Cheney, ABD’de yaşayan 18 kadın üniversite öğrencisiyle gerçekleştirdiği etnografik araştırmasında bedenin nasıl sosyal hareketlilik için bir araç olduğunu ve marjinal kimlik sahibi (beyaz olmayan) genç kadınların günlük yaşamdaki eşitsizliklerle başa çıkabilmek için nasıl bedeni stratejik bir araç olarak kullandıklarını göz önüne sermektedir (Cheney, 2010). Bu gerçek, İngiltere ve ABD’de yaşayan Japonlarla Japonya’da yaşayan Japonların karşılaştırıldığı araştırmalarda da kendini göstermektedir. Pike ve Borovoy (2004: 196)’un bildirdiğine göre, bu bağlamda yapılan iki araştırma (Furukawa, 1994; Furnham ve Alibhai, 1983), Batı toplumlarında yaşayan Japonların kendi ülkelerindeki yurttaşlarına göre çok daha fazla yeme bozuklukları riski altında olduklarını göstermiştir.

Öte yandan, Batılı toplumlarda yaşayan azınlık gençlerinin beyazların kültürü içinde asimile edilmişlik derecelerine göre de fazla kiloluluk ve beden memnuniyetsizliği problemi bakımından farklılaştıkları anlaşılmaktadır. Örneğin Guinn vd.,(1990) 15-19 yaş grubundaki Mexico-Amerikalı gençler arasında daha fazla asimile edilmiş olanların daha az asimile edilmiş olanlara göre daha fazla beden memnuniyetsizliğine sahip oldukları bulgusuna ulaşmıştır.

Batı'nın bedeni örten giysiler bağlamında kendisinden farklı tercihleri olanlara karşı hoşnutsuzluğu yakın zamanlarda açıkça ortaya çıkmıştır. Yukarıdaki bilgiler göstermektedir ki, Batı bizzat bedenin kendisi hususunda da Batı-dışı bireyleri kendi normlarına uymaya zorlamaktadır.

Bugün Batı ile özdeşleştirilen zayıflık ve ince bedenlilik, Çin, Kore, Japonya, Filipinler gibi pek çok Asya toplumunda “geleneksel olarak kötü beslenme, yoksulluk ve bulaşıcı hastalık belirtileri olarak, kilolu olmak ise sağlık, zenginlik ve refah işaretleri olarak” algılanmıştır ve bu durum bu toplumların 1980'li yıllarda Batı'ya ve Batı kültürüne açılmalarını sağlayan politika değişimlerine kadar bu şekilde devam etmiştir (Luo vd., 2005: 333-34).

Batının ürettiği ve bütün dünyaya pazarladığı cinsiyetçi ve ırkçı güzellik anlayışının Batı-dışı toplumların gençleri üzerinde nasıl etkiler doğurduğunu araştıran birçok ampirik araştırma sonuçları mevcuttur. Örneğin Angela McCracken'nin (2007) Meksika yerli gençleri üzerindeki araştırma sonuçları bu konuda bir fikir vermektedir. Bu araştırmaya göre Meksikalı genç erkek ve kadınlar yerlilik görünümünden kaçınmak için özel bir çaba göstermektedirler; bunun için erkekler göğüslerini genişletmek, boylarını uzatmak, daha güçlü bir bedene sahip olmak için egzersiz yapmaktalar ve aynı zamanda atletik kıyafetler ve aksesuarlar (beysbol şapkaları, kolyeler vb.) kullanmaktadırlar. Genç kadınlar ise, daha çok deri renkleri, saçları, makyajları, dar kıyafetleri ve renk uyumları üzerinde odaklanan bir güzelleşme çabası içine girmektedirler. Genç kadınlar için norm kendilerini 90-60-90 (cm) idealine yakınlıkta ince gösteren dar kıyafetler giymektir.

Artık beden imajı konusunda Batı-dışı toplumların gençlerinin de Batılı gençler kadar takıntılı oldukları ve bu nedenle yoğun bir diyet yapma ve kilo verme çabası içinde oldukları açıkça bilinmektedir. Ama daha çarpıcı olan gerçek şu ki Batı-dışı toplumların gençleri bu konuda Batılı gençlerden daha fazla kaygı verici bir eğilim içindedirler. Bu husus karşılaştırmalı araştırmalarla gün yüzüne çıkabilmektedir. Örneğin, Holmqvist vd.(2007)'nin Arjantinli ve İsviçreli 13 yaş grubu gençler üzerinde yaptıkları araştırma Arjantinli gençlerin İsviçrelilerden daha fazla diyet yapma ve kilo verme çabası içinde olduklarını göstermektedir.

Batı-dışı toplumların Batının belirlediği ideal beden anlayışını benimseme dereceleri bu toplumlarda hangi bölgenin daha fazla Batı etkisine ve yaşam tarzına daha açık olduğuna göre değişmektedir. Türkiye'de olduğu gibi, örneğin Çin'de de Batı etkisi ve yaşam tarzının daha fazla öne çıktığı kentsel ve kıyısız bölgelerde Batılı ideal beden anlayışları daha fazla hâkim olmaktadır ve özellikle genç kadınlar bu bölgelerde bedenlerini daha az çekici

bulmaktadırlar. Bu bölgelerdeki “Çinli kadınlar, sıklıkla kilo sorunuyla ilişkili çok güçlü beden imajı endişelerine sahiptirler. Çin medyasının ve pazarlarının Batı etkisine açılmasıyla birlikte Çin kadını, sağlığı için olumsuz sonuçlar yaratacak şekilde, [bedensel]inceliği güzellik, sağlık, öz-disiplin ve cinsel çekiciliğin göstergeleri olarak içselleştirmiştir” (Luo vd., 2005: 343).

Geleneksel Çin kültüründe ve yakın tarihinde olduğu gibi Arap Dünyasında da “beden inceliğinin uzun zamandan beri toplumsal olarak arzu edilmezlik, beden tombulluğunun ise [kadınlar için] doğurganlık ve kadınlık sembolü olduğu” ve bu nedenle Arap toplumlarında yeme bozuklukları gibi sorunların nadir olduğu ileri sürülmüşse de (Nasser, 1988) yeni araştırmalar Arap toplumlarında da durumun değiştiği haberini vermektedir (Ragab, 2007).

Batı-dışı toplumlarda yaratılmaya çalışılan ideal Beden imajı ilkelerinden birisi derinin renginin ağartılmasıdır. Örneğin Endonezya’da genç kadınlara hitap eden magazin dergilerini inceleyen bir araştırma, insanların çoğunlukla esmer ten rengine sahip olduğu bu ülkenin söz konusu bu dergilerinde koyu renkli derinin neredeyse hiç görülmediğine dikkat çekmektedir. Bu araştırmayı yapan Suzie Handajani bu tür dergilerde “beyaz deri Batı ile yakından ilgili modernlik ve zenginlikle bağlantılıdır” diyerek koyu ten renginin hizmetçilik gibi alt sınıfları temsil edecek şekilde kullanıldığı ve bu haliyle çirkin görünümü simgelediği tespitini yapmaktadır (Handajani, 2008: 6). Hong Kong, Malezya, Filipinler ve Güney Kore’de yapılan anketler her 10 kadından 4’ünün ten rengi ağartıcı ürünler kullandığını göstermektedir. Asya, Afrika ve Latin Amerika toplumlarının hepsinde görülür bu eğilim. Nitekim ten rengi ağartıcı ürünlerin satışı 2008 yılında 43 milyar doları bulmuştur. İronik olarak, modern Batı toplumları yanık teni daha çekici ve sağlıklı buldukları halde, Latin Amerikan ülkelerinden Meksika ve Brezilya’da –Uzakdoğu ülkelerinde olduğu gibi – beyan tenlilik güç ve çekicilik göstergesi kabul edilir. Koyu tenli olanlar, Brezilyada, iş ve sosyal yaşamda ayrımcılığa muhatap olma riski yüksek olanlardır.

Hadajani’nin araştırma sonuçlarından birisi de Endonezya gençlerin pazarlanan lensler yoluyla “Batılı göz renkleri”ne özendirilmektedir. Bir reklamda şöyle denilmektedir: “*Renkli gözlere sahip olmak için Batılı olmak zorunda değilsiniz. Kontakt lensleri kullanın, gözleriniz çok etkileyici görünecektir*”.

CBS muhabiri Palmer’in (2005) verdiği bir habere göre İran Burun ameliyatlarının (rhinoplasty) merkezi olmuş durumda. İranlı kadınlar Hollywood filmlerindeki gibi küçük burunlu kadınlara dönüşmek için büyük paralar harcamak ve zahmetlere katlanmak eğilimi içindeler. Ameliyatları yapan İranlı doktorlar İranlı kadınların ellerinde Jennifer Lopez,

Nicole Kidmangibi yıldızların fotoğraflarıyla ofislerine geldiklerini bildirmektedirler. İran’da burun ameliyatı yaptıranların çoğunlukla erken 20’li yaşlardaki gençler olduğu da vurgulanmaktadır.

Batı-dışı toplumlarda gençler arasında gittikçe yaygınlaşan eğilimlerden birisi de dövme vepirsingyaptırmaktır. Bunlar Batılı toplumların gençleri arasında hızla yayılan uygulamalardır. Bunun basit bir göstergesi Kanadalı gençlerin % 23’nün, İtalyan gençlerin % 20’nin bedenlerine pirsingyaptırması ve Kanadalı gençlerin % 8’ni ve İtalyan gençlerinin % 6,6’nın de dövme olmasıdır(DJSGV, 2008: 5)

Ancak nispeten şaşırtıcı olan husus bu akımların dini ve geleneksel kültürün bunlara pek sıcak bakmadığı Müslüman ülkelerde de yaygınlaştığı bilgisidir. Örneğin Suudi Arabistan’da resmi din anlayışı ve din adamlarının görüşüne göre dövme yaptırmak günah kabul edildiği halde Suudi gençleri arasında – çoğu zaman hijyenik olmayan koşullarda – bu gizlice yaptırılan bir moda haline gelmektedir. Suudi Arabistan’da genellikle Filipinliler tarafından evsel kliniklerde gerçekleştirilen dövme genç erkek ve kadınlar tarafından 2000 Riyal civarında bir bedel karşılığında yaptırılmaktadır.

Moda/güzellik endüstrisi ve medya beden imajı konusunda normları belirleyen ana kaynaklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kaynaklar Batılı, beyaz derili, genç, ve ince bedeni ideal beden olarak sunmaktadırlar.

Reklamlar özellikle genç kızları mesaj bombardımanına tutmaktadırlar. 17 yaşına gelinceye kadar bir genç kadın medya yoluyla 250 000 ticari mesaj almaktadır. Günümüzün bir genç kadınının bir tek günde aldığı güzel kadın imge sayısının onun annesinin tüm ergenlik dönemi boyunca aldığı benzer imgelerden daha fazla olduğu tahmin edilmektedir. 18-34 yaş arasındaki bir genç kadının kedi-yürüyüşlü kadınlar kadar zayıf olma olasılığı sadece %7 iken ve bir süper model kadar ince olma olasılığı sadece %1 iken, bir araştırmanın bulgularına göre, genç kızların %69’u moda dergilerindeki modellerin kendilerinin mükemmel beden anlayışlarını etkilediğini ifade etmişlerdir.

İster yazılı (gazete, dergi vb.) ister görsel medyada (TV, Internet vb.) olsun beden imajıyla ilgili satılmak istenen ürün ya da hizmet için genellikle “önceki hal-sonraki hal” fotoğraflarına yer verilir. “Önceki hal” fotoğrafında kişi genellikle duygusuz ve makyajsız bir yüz ifadesi, bakımsız saçlar, zevksiz giysiler içinde kötü bir görünüm ile resmedilir. “Sonraki hal” fotoğrafında ise, kişi tam tersine, omuzlar dik, göbek içeri çekilmiş, daha zekice seçilmiş kıyafetler, kuaförce dizayn edilmiş saçlar ve makyajlı ve mutlu, gülümseyen bir yüz ifadesiyle

resmedilirler. Bu tür bir karşılaştırmayla izleyicide hayranlığın yanı sıra “ben neden böyle olamayayım” düşüncesi yaratılır.

Öte yandan, beden imajıyla ilgili satılmak istenen ürün ya da hizmete ilişkin reklamlarda reklamcılar çoğu zaman gerçek-dışı, yanlış ve yanıltıcı görünüm özelliklerini kullanmaktan hiç çekinmezler. Bu bağlamda, mesela kilo vermeye yönelik bir formül satan şirketler reklamlarında istenmeyen kilolardan herhangi bir diyet ya da egzersiz yapmadan kişi uykudayken kurtulabileceği gibi gerçek-dışı iddialar ileri sürebilmektedirler.

Beden imajı konusunda normları belirleyen en önemli kaynağın medya olduğu çok sayıda araştırma tarafından savunulmuştur. Ancak medyaya ek olarak okul ortamının ve arkadaş çevrelerinin de bu konuda önemli roller oynadığı çok az araştırmayla vurgulanmıştır (Stenzel vd., 2006: 628).

Özellikle medyanın başrolü çektiği gençler arasındaki olumsuz beden imajının yarattığı sakıncalara karşı önleyici bir takım programlar ve girişimler Batı’da başlatılmış durumdadır. Bu bağlamda atılacak en önemli adımlar, Stenzel vd.(2006: 628)’nin de vurguladığı gibi, okul ortamını dikkate alınmalıdır. Okul ortamında kişinin değerini gösteren işaretler olarak bedensel ve dışsal görünümünden ziyade kişilik özelliklerinin ve her türlü (akademik, sosyo-kültürel, sanatsal, sportif vb.) başarının daha önemli ve öncelikli olduğunu vurgulayan programlar ve yaklaşımlar benimsenmelidir. Ek olarak ve daha önemli bir adım olarak, çocuklar ve gençler arasında onların bedensel ve kişilik özellikleri hakkında gerek medyadan ve gerekse diğer aktörlerden gelebilecek mesajlara karşı eleştirel ve dirençsel bir tutum geliştirme becerisi kazandırmak eğitimci ve ebeveynlerin öncelikli gündemine alınmalıdır.

Bu gelişmeler ve görüşleri, Batının yaratıcısı, en büyük yararlanıcısı ve bekçisi olduğu için vazgeçemeyeceği kapitalizm olgusuyla birlikte yaşamayı öğrenme çabaları olarak yorumlamamız mümkündür. Diğer bir deyişle, Kapitalizmin gençlik bedeni üzerindeki tahrip edici etkileri bu girişimlerle bir ölçüde kontrol edilmeye çalışılmaktadır. Peki, bu bağlamda Batı-dışı toplumlar ne yapmaktadır?

İdeal beden kurguları, medyanın ve özellikle İnternetin kontrol edilemez gücü sayesinde en az Batı toplumları kadar Batı-dışı ve Müslüman toplumları da etkisi altına almaktadır. Bu bağlamda, en geniş nüfusa sahip Müslüman toplumlar içinde Endonezya gençliğinin, bedenini ne kadar erken yaşlarda cinsel deneyimlere açtığını gösteren Claire Harding, Batı etkisini sorguladığı bir çalışmada Endonezya devletinin resmi söyleminde ve medya kurumlarında karşı cinsler arasında basit bir öpüşme sahnesini bile sansürlediği halde diğer medya (tabii ki

başta Internet olmak üzere, satellite televizyon ve VCD/DVD’ler gibi) araçlarını kontrol edemediğine dikkat çekmektedir (Harding, 2008: 3). Müslümanların da içinde yer aldıkları Batı-dışı devletlerin 1980’lerden bu yana yürüttükleri liberalizm politikaları – Türkiye örneğinde olduğu gibi – anayasalarındaki çocuk ve gençlerin beden ve ruh sağlığını koruma sorumluluğuna rağmen bu görevlerini yerine getirme hususunda onları çaresiz bırakmaktadır. Yine Türkiye örneğinde olduğu gibi, Batı-dışı toplumların boğuşmak zorunda kaldıkları ekonomik, sosyal, siyasal sorun ve kutuplaşmalar, Batı-dışı devletlerin çocuk ve gençleri koruma yönünde atabileceği her adımı (örneğin sigara ve alkollü içki tüketimine ilişkin yasal düzenlemeler) ideolojik ve siyasal çatışma alanına çekmekte ve bu yöndeki her türlü gelişmenin önünü tıkamaktadır.

YÖNTEM

“Avrupa Gençliğinin Kendi Beden İmajları Üzerine Algıları ve Pratikleri” konulu araştırmamızda kullanılan yöntem, anket uygulamasıdır. Anketler, internet aracılığı ile yapılmıştır. Hem Avrupa hem de Türkiye gençlerine anket uygulanması hedeflenmiş ve online bir anket formu düzenlenmiştir. Anket formu, 5’li likert ölçeğine uygun olarak tasarlanmış 69 sorudan oluşmaktadır. Avrupa gençliğinin kendi beden imajları hakkındaki algı ve pratiklerini araştırmak için yapılan anket formları *surveymonkey* araştırma sitesi üzerinden yayınlanmış ve aynı site üzerinde bulunan sistem ile formlar frekans analizi yapılmıştır. Anketler ile, proje katılımcılarının bulunduğu Avrupa ülkeleri; İngiltere, Almanya, Polonya, Romanya, Litvanya, Çek Cumhuriyeti, Türkiye; dışındaki gençlere de ulaşılmıştır. Bu ülkelerde bulunan toplam 476 genç anket formunu doldurmuştur. Katılımcıların %60,92’si (290) kadın, %39,08’i (186) ise erkektir. Anket formları aracılığıyla, gençlerin yaş, uyruk, eğitim düzeyi, kiminle yaşadığı, ailelerin aylık geliri gibi bazı demografik bilgilere de ulaşılmıştır. Katılımcı gençlerin demografik bilgilerine ilişkin tablolar aşağıda sunulmuştur.

TABLO I – Katılımcı gençlerin yaş aralığı

Yaş aralığı	%	N
15 yaşından küçük	0,21	1
15 – 17	4,20	20
18 – 22	46,43	221
23 – 25	32,98	157

26 veya daha büyük	16,18	77
Toplam		476

TABLO II – Katılımcı gençlerin uyruğu

Uyruk	%	N
İngiltere	5,88	28
Almanya	3,78	18
Polonya	7,77	37
Romanya	28,78	137
Litvanya	9,03	43
Çek Cumhuriyeti	35,26	168
Türkiye	5,04	24
Diğer Avrupa ülkeleri	4,41	21
Toplam		476

TABLO III – Katılımcı gençlerin eğitim seviyesi

Eğitim seviyesi	%	N
Liseye devam ediyor	19,75	94
Bir yıl ara vermiş	2,73	13
Liseyi bırakmış	2,31	11
Üniversiteyi bırakmış	3,15	15
Üniversitede okuyor	44,33	211
Staj eğitimi alıyor	1,89	9
Master veya doktora okuyor	16,81	80
Diğer	9,03	43

Toplam	476
---------------	------------

TABLO IV – Katılımcı gençlerin kiminle yaşadığı

Kiminle yaşıyor	%	N
Yalnız	10,08	48
Partneriyle	15,34	73
Arkadaşıyla	29,83	142
Ailesiyle	41,18	196
Diğer	3,57	17
Toplam		476

TABLO V – Katılımcı gençlerin ailelerinin aylık gelir düzeyi

Aylık gelir düzeyi (€)	%	N
1000 Avrodan az	36,52	172
1001-2500	38,00	179
2501-5000	12,74	60
5001-8000	5,31	25
8001-10000	2,55	12
10001-15000	2,12	10
15000 Avrodan fazla	2,76	13
Toplam		476

BULGULAR

“Avrupa Gençlerinin Kendi Beden İmajları üzerine Algıları ve Pratikleri” ni ölçmek için tasarlanan anket formu, demografik bilgilere ek olarak altı ana bölümden oluşmaktadır. Bu bölümlerden ilki katılımcının kendi bedeni ile ilgili memnuniyet derecesini ölçmek için oluşturulmuştur. Bu bölümde yer alan soruları toplamda 402 katılımcı yanıtlamıştır. Bu bölümde elde edilen veri ve istatistiklere göre; katılımcıların % 83’ü dış görünüşlerinin kendileri için önemli olduğunu düşünmektedir. Kendi dış görünüşlerini başkalarının dış görünüşü ile kıyaslayanların oranı ise % 54,64’dür. Katılımcıların % 36,18’i ise genel olarak kendi dış görünüşlerinden memnun olmadıklarını belirtmişlerdir. Başkasının fikirlerinin kendi dış görünüşleri için önemli olduğunu belirten katılımcıların oranı % 67,17’dir. Dış görünüşleri sebebiyle zaman zaman kendilerinin dışlandığını hisseden katılımcıların oranı %18,05 iken, “elimde olsa kendi dış görünüşümün bazı özelliklerini değiştirdim” diye görüş bildirenlerin oranı % 58,54’tür. Dış görünüşlerini değiştirmek için diyet yapanların oranı ise %30,65 olarak tespit edilmiştir.

Aynı soru grubuna ait bulgular içerisinde bir tanesi çok çarpıcıdır. Toplumun belirlediği bir kalıba uygun olarak göründüklerini düşünenlerin oranı bir hayli yüksektir. %72,68 gibi bir oran araştırmamız açısından oldukça anlamlıdır. Bir modeli, aktörü, atleti ya da kendi arkadaşlarını dış görünüş olarak örnek alanların oranı da % 82 olarak belirlenmiştir ve katılımcıların 89,45’i dış görünüşleri için oldukça maddi harcama yapmaktadırlar. Bu bölümde yer alan sorulara ve verilen yanıtlara ilişkin tablo aşağıdaki gibidir.

TABLO VI – Avrupa Gençliğinin Beden Memnuniyeti

	Kuvvetle aynı fikirdeyim	Aynı fikirdeyim	Ne aynı fikirdeyim ne de değilim	Aynı fikirde değilim	Hiç aynı fikirde değilim
Görünüşüm benim için önemlidir	%29,00	%54,00	%13,50	%3,00	%0,50
Görünüşümü başkalarının görünüşü ile kıyaslarım	%18,55	%36,09	%22,81	%17,79	%4,76
Genel olarak görünüşümden memnunum	%15,83	%47,99	%23,62	%10,55	%2,01
Başkalarının benim görünüşüm hakkındaki fikirleri benim için önemli değildir.	%8,77	%24,06	%29,32	%33,08	%4,76

Görünüşüm yüzünden bazen bana ayrımcılık yapıldığını hissediyorum	%3,01	%15,04	%18,55	%32,33	%31,08
Eğer yapabilseydim görünüşümün bazı özelliklerini değiştirdim	%20,85	%37,69	%20,10	%15,83	%5,53
Görünüşümü değiştirmek için diyet yapıyorum	%8,04	%22,61	%23,37	%23,37	%22,61
Akram olan gençlerden toplumun beklediği tarzda giyinenlerden farklı görünmek istiyorum	%7,52	%19,80	%33,83	%26,57	%12,28
Bazı oyuncu, arkadaş veya atletleri görünüşüm için model alıyorum	%2,50	%15,50	%23,25	%27,00	%31,75
Vücudumun görünüşü için çok fazla zaman ve para harcıyorum	%2,51	%8,04	%27,14	%35,43	%26,88

İkinci bölümde yer alan sorular ile, başkalarının görüşlerinin kişinin kendi görünüşü ile ilgili endişe yaratıp yaratmadığının araştırılması hedeflenmiştir. Bu bölümde yer alan soruları 387 katılımcı yanıtlamış olup, 90 katılımcı bu bölümü atlamıştır. Bu bölümde bulunan altı soruya verilen yanıtlara ilişkin oranları incelediğimizde, ortalama olarak katılımcıların 28,9'u, başkalarının kendi dış görünüşleri hakkında ne düşündüklerinden hafif derecede endişe duymaktadırlar. Anlamlı bir derecede endişe duyanların oranı ise %47,3 olarak tespit edilmiştir. Bu bölümde yer alan sorulara ilişkin detaylar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

TABLO VII – Beden Memnuniyeti ile İlgili Olarak Başkalarının Görüşünü Önemseme

	Asla	Biraz	Orta	Çok	Aşırı
Başkalarının görünüşüm hakkında ne düşündüğüyle ilgiliyimdir	%17,66	%30,91	%36,10	%12,99	%2,34
Eğer birisi benim fiziksel görüntümü yargılıyor ise bu beni rahatsız eder	%14,96	%27,82	%32,02	%19,69	%5,51
İnsanların benim görünüşümle ilgili bir kusur bulmasından endişe ediyorum	%29,24	%29,50	%26,63	%12,53	%2,09
Yeni insanlarla tanıştığımda görünüşüm hakkında ne düşündüklerini merak ediyorum	%21,93	%27,68	%25,85	%20,10	%4,44
Başkalarının benim fiziksel kusurlarımı fark	%29,06	%29,58	%24,87	%13,09	%3,40

etmesinden korkuyorum

Başkalarının benim görünüşüm hakkındaki görüşleri çok önemlidir.

%30,55

%28,20

%24,80

%10,70

%5,74

Üçüncü bölümde yer alan sorularda, kamuya açık alanlarda bulunurken kişilerin kendi dış görünüşleri hakkında ne hissettiklerine ilişkin veriler elde edilmek istenmiştir. İş yerlerinde, okullarda, alışveriş merkezlerinde, partilerde, restoranlarda, fitness salonlarında, vb. yerlerde bulunan kişilerin kendi dış görünüşlerini başkaları ile kıyaslayıp kıyaslamadığı konusu da irdelenmiştir. Bu bölümde katılımcılara toplam 11 soru yöneltilmiş olup katılımcıların 358'i bu bölümde yer alan sorulara yanıt vermiştir. Elde edilen verilere göre kamuya açık yerlerde katılımcıların %28,57'si fiziksel görünüşünü diğer kişilerle nadiren kıyaslamaktadır. Katılımcıların %40,06'sı ise böyle bir kıyaslamayı bazen yaptıklarını ifade etmişlerdir. %18,49 oranında katılımcı ise bu kıyaslamayı sık sık yaptıklarını belirtmişlerdir. Yapılan kıyaslama fiziksel görünüm, beden ölçüleri, vücut şekli veya tipi, vücut ağırlığı, vücudun yağlı olma durumu gibi unsurları içermektedir. Bu bölümde yer alan sorulara verilen yanıtlara ilişkin elde edilen veriler aşağıdaki tabloda detaylandırılmıştır.

TABLO VIII – Kendi Bedenini Başkalarının Bedeni ile Kıyaslama

	Asla	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
Dışarıdayken kendi fiziksel görünüşümü başkalarınınkiyle kıyaslarım	%12,89	%28,57	%40,06	%13,73	%4,76
Aynı cinsiyetten yeni birisi ile tanıştığımda, kendi beden ölçümü onunkiyle kıyaslıyorum	%18,13	%29,18	%30,31	%16,15	%6,23
İşte veya okuldayken kendi bedenimi başkalarınınkiyle kıyaslarım	%21,53	%28,33	%31,44	%13,31	%5,38
Dışarıdayken vücut yağımı başkalarınınkiyle kıyaslarım	%29,18	%25,21	%25,50	%14,16	%5,95
Kıyafet alışverişindeyken ağırlığımı başkalarınınkiyle kıyaslarım	%36,26	%24,36	%22,10	%10,48	%6,80
Bir partideyken kendi vücut şeklimi başkalarınınkiyle kıyaslarım	%25,07	%27,04	%23,66	%17,75	%6,48

kıyaslarım					
Bir grup arkadaşla beraber iken ağırlığımı başkalarınıninkiyle kıyaslarım	%34,38	%25,00	%26,42	%9,94	%4,26
Bir restoranda yemek yerken vücut yağımı başkalarınıninkiyle kıyaslarım	%44,48	%26,63	%17,85	%7,93	%3,12
Bir grup arkadaşla beraber iken beden ölçümü başkalarınıninkiyle kıyaslarım	%33,81	%29,83	%23,58	%8,24	%4,55
Fitness salonundayken kendi fiziksel görünüşümü başkalarınıninkiyle kıyaslarım	%20,56	%19,44	%30,70	%20,00	%9,30
Dışarıdayken kendi vücut ölçümü başkalarınıninkiyle kıyaslarım	%26,99	%29,26	%28,41	%11,08	%4,26

Dördüncü bölümde yer alan sorular, gençlerin beden imajı algılarının altında yatan bilgi kaynakları ile ilgili bir incelemedir. Bu bölümde toplam 30 soru bulunmaktadır ve 335 kişi bu bölümde yer alan sorulara yanıt vermiştir. Literatür kısmında da belirtildiği gibi günümüz medya unsurları aracılığıyla birçok eğilim, akım, moda, vb. şeylere yön verilmektedir. Sorularda yer alan ve gençlerin beden imajı algılarını büyük ölçüde etkilediği düşünülen bilgi kaynakları; televizyon programları, magazinler, internet ve sosyal medya unsurları, ünlü kişilerin dergilerde yer alan fotoğrafları, moda reklamları, modeller, film yıldızları, atletler, spor yıldızlarıdır. Elde edilen veriler incelendiğinde belirtilen bilgi kaynaklarının gençlerin beden imajı algıları üzerinde oldukça fazla bir etkisi olduğu görülmektedir. Örneklem grubundaki gençlerin % 68,27'si televizyon programlarının, magazin dergilerinin, internet ve sosyal medya araçlarının moda ve çekicilik konularına yön veren önemli bilgi kaynakları olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %40,96'sı ise kendi görünümünün televizyondaki, magazin dergilerindeki ve sosyal medya ortamlarındaki kişilere benzeyip benzememesini önemsemediklerini ifade etmişlerdir. Bu bölümde elde edilen bulgulara ilişkin tablo çok uzun olduğundan ekler kısmında yer almaktadır.

Beşinci bölümde yer alan sorularda dinin insan yaşamındaki önemi, son bölümde yer alan sorularda ise dini görüşün insanın kendi bedeni üzerindeki pratiklerine etkisinin olup olmadığı konusunda Avrupa gençliğinin ne düşündüğünü belirlemeye yöneliktir. 318 katılımcı bu bölümdeki soruları yanıtlamıştır. Bu iki bölüm birbiriyle ilişkili olarak değerlendirilmiştir. Beşinci bölümde yedi soru sorulmuştur. Katılımcıların %20,90'ı dinin

insan hayatındaki önemi konusunda çekimserdir. %44,39'u ise dinin insan hayatında herhangi bir önemi olmadığını düşünmektedir. Dini görüşün insan bedeni üzerindeki pratiklere etkisinin olup olmadığını ölçmek için ise beş soru sorulmuştur. Bu bölümden elde edilen veriler incelendiğinde, bir önceki bölümde elde edilen sonuçlar ile paralellik gözlemlenmektedir. Katılımcıların %55,16'sı, dini görüş ve pratiklerinin kendi bedenlerine yönelik yeme içme, giyinme, vücudunda değişiklikler yapma üzerine bir etkisi olmadığını düşünmektedir. Ayrıca katılımcıların %23,81'i bu konuda çekimser olduklarını belirtmişlerdir.

SONUÇ

“Avrupa Gençliğinin Kendi Beden İmajları Üzerine Algıları ve Pratikleri” konulu araştırmamıza katılan örneklem grubu İngiltere, Almanya, Polonya, Romanya, Litvanya, Çek Cumhuriyeti ve Türkiye’de yaşayan gençlerden oluşmaktadır. Örneklem grubunda bulunan toplam 476 katılımcının %0,21’i 15 yaş altında, %4,20’si 15-17 yaş arasında, %46,43’ü 18-22 yaş arasında, %32,98’i 23-25 yaş arasında ve %16,18’i 26 yaş ve üzerindedir. Araştırmada elde edilen bulgular analiz edildiğinde, yaş grubu farketmeksizin Avrupa Gençliğinin büyük bir çoğunluğu için dış görünüşün oldukça önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Kendi bedenlerini başkalarının bedeni ile kıyaslayanların oranı %54,64’tür. Gençlerin %22,81’lik bir kısmının ise bu konuda çekimser olduğu belirlenmiştir. 476 katılımcı gencin %63,82’sinin kendi dış görünüşlerinden memnun olduklarını belirtmelerine rağmen, yine aynı katılımcı gençlerin %58,54’ü eğer mümkün olsaydı bedenlerinin bir yerlerini değiştirmek istediklerini belirtmişlerdir. Bulgular kısmında da gösterildiği gibi kendi görünüşünü başkalarının görünüşü ile kıyaslayanların oranı da bir hayli yüksektir. Avrupa gençliğibu konuda televizyon programları, magazin dergileri ve sosyal medya unsurlarından kaynaklanan bir dış baskı hissetmektedir. Bu yüzden televizyonda gördükleri modellere, film ve spor yıldızlarına benzemek istemektedirler. Bu durum, toplum beklentileri ve bazı moda eğilimlerine, belirli bir ideal bedene bürünme pratiklerine olan yönelimleri perçinlemektedir. Din, insan hayatında çok geniş bir önemi olan bir kurum olmasına karşın, araştırmamızın sonuçlarının ortaya koyduğu üzere, insanın kendi bedeni üzerine olan pratiklerinde pek fazla bir öneme sahip olamamaktadır. Kapitalist toplumun üretim araçlarının da beden algı ve pratikleri üzerinde çok büyük bir etkisi olduğunu, Ukraynalı model Valeria Lukyanova’nın Barbie bebeğe benzemek için kendi bedeni üzerinde gerçekleştirdiği sağlıksız uygulamalar kanıtlar niteliktedir. Günümüz toplum eğilimleri artık, sağlıklı beden imajı yerine ideal bir beden imajı algısı yaratmaktadır. Çünkü beden imajı bir bireyin kendi bedeninin nasıl görüldüğünün öneminden

çok algı, duygular, fiziksel deneyimler ve çevre etkileri ile şekillenen dinamik bir algılama durumudur (Croll, 2005). Gençlerin, ergenlik ile birlikte kendilerinde meydana gelen fiziksel değişiklik ile bu algılarında hassaslık oluşmaktadır. Bu durum ruhsal sağlıklarını da etkileyebilmektedir. Bu yüzden beden imajı ve algısı konusu gençlerin özgüveni ile de doğrudan alakalıdır. Sağlıklı bir bedenden ziyade, ideal beden algısı ile yetişen gençlerin özgüvenleri de negatif olarak etkilenmektedir. Zayıf kadın imajı ve güçlü, kaslı erkek imajının önem kazandığı Batı toplumlarında, yapılan araştırmalar göstermektedir ki, beden imajı endişeleri gençler arasında yaygınlaşmıştır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir araştırmanın bulguları da, araştırmamızın bulgularını destekler niteliktedir: Batı'daki genç kızların %50-88'i kendi vücut şekli ve beden ölçüsü hakkında olumsuz hissetmekte ve %49'u diyet bozukluğu olan bir kişiyi tanıdıklarını belirtmektedir. %58'i kilo vermek istediklerini söylerken sadece %33'ü sağlıklı bir kiloda olduklarını belirtmektedir. Genç erkeklerin %30'undan fazlası ise kendi kilo ve kalıplarının yetersiz olduğunu düşünmektedir (Croll, 2005).

Tüm bu bulgular, geline ve gençleri derinden etkileyen beden imajı algısı probleminin ne kadar yaygın olduğunu göstermektedir. Gençler, kendi beden imajlarını kabul edilemez olarak görmeye bile gidebilmektedir. Artık gençler kendi beden imajlarının, yetenek ve kabiliyetlerini göz ardı ederek, kendisine verilen değerin bir ölçütü olarak görmektedirler. Bu durum da gençlerin özgüvenlerini negatif yönde etkilemektedir ve her beden aslında eşsiz olduğu, her beden kişinin sağlığı ile ilgili olarak farklı şekil ve ölçülerde olabileceği gerçeğini göz ardı etmelerine sebep olmaktadır. Reklamlarda ve medyada sergilenen kusursuz beden imajının aslında bir efsane olduğu gerçeğini görmelerine de engel teşkil etmektedir.

Sonuç olarak, mevcut ekonomik sistemlerin oluşturduğu moda, medya, yeni trendler ve eğilimler, okul, arkadaş ve aile çevresi gibi kültürü üreten organlar gençlerin beden imajı algı ve pratiklerini çocukluktan başlayarak etkilemektedir. Geçmişte farklı bir imaj popüler iken, gelecekte bambaşka bir beden imajı popüler olabilmektedir. Negatif beden imajı algıları da gençlerin yaşamlarına müdahale de bulunmaya devam edecektir. Öneri olarak, gençlere bu konuda farkındalık eğitimi verilen projemiz gibi iyi uygulama örnekleri artırılmalı, desteklenmeli ve yaygınlaştırılmalıdır. Çünkü negatif beden imajı algısı gençlerin kendileri için hissettikleri şeyleri; kim oldukları, gerçekte ne istedikleri, neyin önemli olduğu, vb; negatif yönde etkilemektedir.

KAYNAKÇA

Canpolat vd., (2005) Canpolat, B. Işık; Orsel,S.; Akdemir, A.; Ozbay; M. H. **“The Relationship between Dieting and Body Image, Body Ideal, Self-Perception, and Body Mass Index in Turkish Adolescents”**, *International Journal of Eating Disorders*; 37: 150-155.

Cheney, Ann M. (2010) "Most Girls Want to be Skinny": Body (Dis)Satisfaction Among Ethnically Diverse Women, *Qualitative Health Research*

DJSGV, (Department of Justice of State Government Victoria) (2008), Summary Offences Amendment (Tattooing and Body Piercing) Bill, Exposure Draft, Discussion Paper, January 2008.

Dinç , Berrin ve Alisinanoğlu, Fatma (2010) **“Defining the Effects of Television on the Body Image on the Basis of Adolescents’ Opinions”** from *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, October 2010, 1(2); Pp. 65-77).

Furnham, A., ve Alibhai, N. (1983) **“Cross-Cultural Difference in the Perception of Female Body Shapes”**. *Psychological Medicine* 13: 829–837.

Guinn vd., (1999) - Guinn, B., Semper, T., Chilek, D. - **“Acculturation and body image in Mexican American adolescent girls”**. 15–17. Texas Association for Health, Physical Education, Recreation and Dance Austin, TX.

Handajani, Suzie (2008) **“Western Inscriptions on Indonesian Bodies: Representations of Adolescents in Indonesian Female Teen Magazines”**from *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific* Issue 18, October 2008 <http://intersections.anu.edu.au/issue18/harding.htm> [websitesi] ulaşım tarihi 10 Ocak 2011.

Harding, Claire (2008)**“The Influence of the 'Decadent West': Discourses of the Mass Media on Youth Sexuality in Indonesia”**from *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific* Issue 18, October 2008 <http://intersections.anu.edu.au/issue18/harding.htm> [websitesi] ulaşım tarihi 10 Ocak 2011.

Hoek, H. W. (1995). **“The distribution of eating disorders”**. In: Brownell, K. D. & Fairburn, C. (Eds.) *Eating disorders and obesity: A comprehensive handbook*. New York: Guilford Press.

Holmqvist vd., (2007) - Kristina Holmqvist, Carolina Lunde, Ann Frisé- **“Dieting behaviors, body shape perceptions, and body satisfaction: Cross-cultural differences in Argentinean and Swedish 13-year-olds”** , *Body Image*, [Volume 4, Issue 2](#), June 2007, Pages 191-200.

Labre, M. P. (2002). **“Adolescent boys and the muscular male body ideal”**. *Journal of Adolescent Health*, 30, 233–242.

Luo vd., (2005) – Ye Luo , William L. Parish, Edward O. Laumann– **“A population-based study of body image concerns among urban Chinese adults”** *Body Image* 2 (2005) 333–345

McCracken, A. B. , 2007-02-28 **"Globalization and Local Body Politics among Youth in Guadalajara, Mexico"** *Paper presented at the annual meeting of the International Studies Association 48th Annual*

Convention, Hilton Chicago, CHICAGO, IL, USAOnline <PDF>. 2009-05-24 from http://www.allacademic.com/meta/p179575_index.html

Nasser, M. (1988). "Culture and weight consciousness".*Psychosomeric Research*, 32, 573-579.

Palmer, Elizabeth (2005) Iran Becoming Nose Job Capital of the World. CBS Evening News 6:30 AM EST CBS. May 2, 2005. Lexis Nexis.com üzerinden ulaşım 05 Ocak 2011.

Pike, Kathleen M. & Borovoy, Amy (2004)" The Rise of Eating Disorders in Japan: Issues of Culture and Limitations of the Model of "Westernization"" *Culture, Medicine and Psychiatry* **28**: 493–531

Ragab, Shaima (2007) Media Messages and Womens' Body Perceptions in Egypt, Doktora Tezi. Georgia State University. Paper 30. http://digitalarchive.gsu.edu/communication_theses/30

Stang J, Story M. eds. Guidelines for adolescent nutrition services. Minneapolis, MN: Center for Leadership, Education and Training in Maternal and Child Nutrition, Division of Epidemiology and Community Health, School of Public Health, University of Minnesota; 2005

Stenzel vd., (2006) - Lucia Marques Stenzel, Lawrence J. Saha, Pedrinho Guareschi– "To be fat or thin? Social representations of the body among adolescent female students in Brazil", *International Education Journal*, 2006, 7(5), 611-631.

Tovée vd., (2006) - Martin J. Tove'e, Viren Swami, Adrian Furnham, Roshila Mangalparsad – "Changing perceptions of attractiveness as observers are exposed to a different culture" *Evolution and Human Behavior* 27 (2006) 443–456 <http://www.staff.ncl.ac.uk/m.j.tovee/Tovee-2006.pdf> [websitesi] ulaşım tarihi 12 Ocak 2011.