

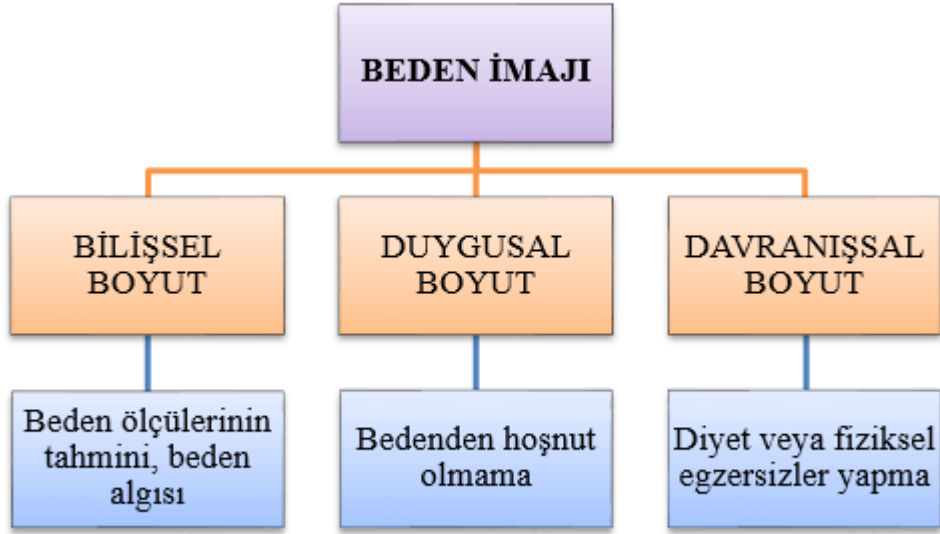
BEDEN İMAJININ BOYUTLARI

Beden imajı, üç ana boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; değerlendirme, duygulanım ve yatırımdır.

Değerlendirme, kişinin fiziksel özelliklerinin tümüyle ilgili tatminini açıklamaktadır. Duygulanım, kişinin kendisini değerlendirmedeki duygusal deneyimleri ve hisleri anlatmaktadır. Yatırım ise, görünümün ve kişinin kendilik algısında öne çıkan özelliklerinin bilişsel davranışsal önemini vurgulamaktadır (Sandoval, 2008).



Beden imajının tek bir başlıkla açıklanamayacak kadar karmaşık bir yapıda olduğu görülmektedir. Kişinin fiziksel özellikleri dışında, beden imajının oluşumunda kültürel, ailesel etkiler ve kişiler arası ilişkilerle deneyimlerin de önemi öne çıkmaktadır. Aşağıda beden imajının Brytek-Matera (2010) tarafından düzenlenmiş üç ana boyutu bir arada verilmektedir.



Beden imajı, bireyin kendisiyle ilgili görüşlerini kapsamaktadır. Kendi bedeniyle ilgili oluşturduğu şema, algı, duygular ve düşünceler bu imajın oluşumunda etkili bir rol oynamaktadır. Bunların yanı sıra beden ölçüleri ve kilosuna etki etmek için yaptığı fiziksel egzersizler ve diyetler de bireyin beden imajının oluşumuna katkı sağlamaktadır.

UZ.PSK.DN.NERM

İN ARSLANGİRAY

Referanslar:

Brytek–Matera, A. (2010). Psychological predictors of body image dissatisfaction in women suffering from eating disorders. *Layout Bulletin*, 181–191.

Sandoval, E. L. (2008). *Secure attachment, self-esteem and optimism as predictors of positive body image in women*. PhD thesis, A&M University, Texas, ABD.