

Hareket Eden Beden mi, Sergilenen Beden mi? Kadınlarda Spor, Beden Algısı ve Algoritmik Güzellik Kültürü

Tuğba Tezer¹

Numan Bahadır Kayışoğlu²

Özet

Kadın bedeni, tarihsel olarak estetik beklentilerin, toplumsal cinsiyet normlarının, sağlık söylemlerinin ve kültürel denetim mekanizmalarının kesiştiği bir alan olmuştur. Spor ve fiziksel aktivite ise bu alan içinde çift yönlü bir konuma sahiptir. Bir yandan kadınların bedensel güçlenmesini, öz yeterlik duygusunu, hareket kapasitesini, beden işlevselliğini ve psikolojik iyi oluşunu destekleyebilen dönüştürücü bir pratik olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, görünüş odaklı fitness kültürü, estetik beden idealleri, performans baskısı, sosyal medya temsilleri ve dijital güzellik normlarıyla birleştiğinde, kadın bedeninin yeniden denetlendiği ve sergilendiği bir zemine dönüşebilir. Güncel göstergeler, kadınların ve ergen kızların fiziksel aktiviteye katılımında toplumsal cinsiyet temelli eşitsizliklerin sürdüğünü; ergenlik döneminde güvenlik, rol model eksikliği, özgüven ve olumsuz beden algısı gibi etkenlerin spordan kopuşu güçlendirebildiğini göstermektedir.

Bu bölümün amacı, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini yalnızca sağlık ya da fiziksel uygunluk bağlamında değil, dijital çağın algoritmik güzellik kültürü içinde tartışmaktır. Bu doğrultuda beden algısı, olumlu beden algısı, beden takdiri, kendini nesneleştirme, sosyal karşılaştırma, fitspiration, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ destekli güzellik filtreleri, beden işlevselliği ve beden nötrlüğü kavramları ele alınmaktadır. Bölümün temel savı, sporun kadın bedeni için özgürleştirici bir potansiyel taşıdığı; ancak bu potansiyelin sosyal medya, fitspiration içerikleri, güzellik filtreleri ve algoritmik görünürlük rejimleri tarafından zayıflatılabileceğidir. Bu nedenle kadınların spora katılımını destekleyen yaklaşımların yalnızca daha fazla hareket çağrısıyla sınırlı kalmaması;

1 Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü yenntuba@gmail.com 0009-0006-2375-0367

2 Prof. Dr. Karabük Üniversitesi bahadirkayisoglu@karabuk.edu.tr 0000-0002-2003-7973

bedeni görünüş merkezli değerlendiren dijital, kültürel ve pedagojik baskıları da dikkate alması gerekmektedir. Bölüm sonunda kadınların spor deneyimlerinde beden işlevselliğini, beden kabulünü, güvenli spor ortamlarını ve dijital medya okuryazarlığını merkeze alan kavramsal bir değerlendirme modeli önerilmektedir.

Giriş

Kadınların spor ve fiziksel aktiviteye katılımı, uzun yıllar boyunca sağlık, fiziksel uygunluk, performans, serbest zaman değerlendirme ve toplumsal katılım gibi farklı başlıklar altında incelenmiştir. Ancak kadınların spor deneyimini yalnızca fiziksel hareket düzeyi ya da sportif başarı üzerinden açıklamak yeterli değildir. Kadın bedeni, spor alanına girdiği andan itibaren yalnızca hareket eden, güçlenen veya performans gösteren bir beden olarak değil; aynı zamanda izlenen, değerlendirilen, karşılaştırılan ve çoğu zaman estetik ölçütler üzerinden yargılanan bir beden olarak da konumlandırılmaktadır. Bu nedenle kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisi, bedensel sağlık kadar toplumsal cinsiyet, kültürel güzellik normları, medya temsilleri, dijital platformlar ve algoritmik görünürlük biçimleriyle birlikte ele alınmalıdır (Fredrickson & Roberts, 1997; Grogan, 2021; Tiggemann & Zaccardo, 2015).

Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization [WHO], 2024), fiziksel aktivitenin kalp-damar hastalıkları, diyabet, bazı kanser türleri, depresyon, anksiyete, uyku ve genel iyi oluş açısından güçlü koruyucu etkiler taşıdığını belirtmektedir. Buna karşın küresel ölçekte yetişkinlerin yaklaşık üçte birinin, ergenlerin ise çok büyük bir bölümünün önerilen fiziksel aktivite düzeylerine ulaşamadığı görülmektedir. Bu eşitsizlik cinsiyet düzeyinde de belirgindir; kadınlar erkeklerden ortalama olarak daha az aktiftir ve ergen kızların fiziksel aktivite yetersizliği ergen erkeklerden daha yüksektir. Bu tablo, kadınların spora katılımını yalnızca bireysel tercih meselesi olarak değil, toplumsal, kültürel, güvenlik, beden algısı ve dijital görünürlük ilişkileri içinde ele almayı gerekli kılmaktadır.

Kadınlarda beden algısı, fiziksel aktiviteye başlama, devam etme ve spordan uzaklaşma süreçleriyle yakından ilişkilidir. Bir kadın spora sağlığını korumak, güçlenmek, iyi hissetmek veya sosyal bağ kurmak için yönelebileceği gibi, bedenini düzeltme, inceltme, sıkılaştırma, sosyal onay alma ya da dijital platformlarda daha beğenilebilir görünme amacıyla da yönelebilir. Bu motivasyonların her biri spora katılımın niteliğini değiştirebilir. Özerk, içsel ve işlevsel motivasyonlar sporu daha sürdürülebilir hâle getirirken; görünüş kaygısı, beden utancı ve sosyal karşılaştırmaya dayalı motivasyonlar sporu kırılğan bir davranışa dönüştürebilir (Panão & Carraça, 2020; Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Sporun kadın bedeni üzerindeki etkisi bu nedenle tek yönlü değildir. Spor, kadınların bedenlerini yalnızca dış görünüşleriyle değil; güç, dayanıklılık, esneklik, hız, koordinasyon, ritim, denge ve hareket kapasitesiyle deneyimlemelerine olanak sağlayabilir. Bu yönüyle spor, kadınların bedeniyle daha olumlu ve işlevsel bir ilişki kurmasını destekleyebilir. Bununla birlikte spor alanları da toplumsal güzellik normlarından bağımsız değildir. Özellikle fitness, vücut geliştirme, estetik sporlar, dans, jimnastik, kilo kategorili branşlar ve sosyal medya görünürlüğü yüksek egzersiz biçimleri, kadın bedenini sürekli ölçülen, kıyaslanan ve biçimlendirilen bir proje olarak sunabilir (Campbell & Hausenblas, 2009; Prichard & Tiggemann, 2008; Zhang et al., 2024).

Dijital çağda bu gerilim daha görünür hâle gelmiştir. Sosyal medya platformlarında spor ve egzersiz içerikleri çoğu zaman sağlıklı yaşam, motivasyon, disiplin ve öz gelişim söylemleriyle sunulmaktadır. Ancak bu içeriklerin önemli bir kısmı, kadın bedenini belirli bir estetik forma yaklaştıran görsel idealleri de üretmektedir. Fittspiration içerikleri görünüşte bireyleri fiziksel aktiviteye teşvik ederken, aynı anda ince, sıkı, kaslı, kontrollü ve beğenilebilir bedenleri idealize edebilmektedir. Sistematik derlemeler ve deneysel çalışmalar, fittspiration maruziyetinin beden memnuniyetsizliği, görünüş karşılaştırması ve olumsuz duygu durumu ile ilişkili olabileceğini göstermektedir (Carrotte et al., 2017; Jerónimo et al., 2022; Tiggemann & Zaccardo, 2015).

Son yıllarda bu sürece yeni bir katman eklenmiştir: algoritmik güzellik kültürü. Artırılmış gerçeklik filtreleri, yüz ve beden düzenleme uygulamaları, yapay zekâ destekli görsel üretim sistemleri ve platform algoritmaları, kadın bedenine ilişkin ideal imgeleri daha görünür, daha yaygın ve daha ulaşılması güç hâle getirmiştir. Bu işleyiş, özellikle daha fazla etkileşim üreten beden imgelerinin öne çıkarılması yoluyla güzellik normlarını dolaşıma sokabilir. Kadınlar artık yalnızca gerçek kişilerle değil; filtrelenmiş, düzenlenmiş, yapay olarak iyileştirilmiş ve algoritmalar tarafından öne çıkarılmış beden temsilleriyle de karşılaştırılmaktadır. Bu nedenle beden algısı yalnızca bireysel bir psikolojik mesele değil; dijital kültürün, platform ekonomisinin ve görsel teknolojilerin ürettiği toplumsal bir sorun olarak da ele alınmalıdır (Doh et al., 2025; Dijkslag et al., 2024; Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025; Vandenbosch et al., 2022). Platform ekonomisi; kullanıcı dikkatini, etkileşim verisini, beğeni ve takipçi ilişkilerini, reklam gelirini ve algoritmik görünürlüğü ekonomik değere dönüştüren dijital işleyişi ifade etmektedir.

Bu bölüm, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini algoritmik güzellik kültürü bağlamında tartışarak literatürde giderek önem kazanan bir boşluğa odaklanmaktadır. Bölümün temel sorusu şudur: Spor kadın bedenini görünüş baskısından kurtaran bir güçlenme alanı mı sunmaktadır, yoksa dijital kültür

içinde kadın bedenini yeniden sergilenen, filtrelenen ve karşılaştırılan bir vitrine mi dönüştürmektedir? Bu sorunun yanıtı tek boyutlu değildir. Bu nedenle bölümde sporun hem özgürleştirici hem de baskı üretebilen yönleri birlikte ele alınmaktadır.

Bölümün özgün katkısı, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini geleneksel beden memnuniyeti tartışmalarının ötesine taşımasıdır. Burada spor, yalnızca sağlığı destekleyen bir davranış olarak değil, kadın bedeninin toplumsal ve dijital olarak nasıl anlamlandırıldığını gösteren bir deneyim alanı olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım, spor bilimleri, rekreasyon, beden eğitimi, medya çalışmaları, psikoloji ve toplumsal cinsiyet araştırmaları arasında disiplinler arası bir tartışma zemini sunmaktadır.

1.1. Literatür Taramasının Kapsamı ve Yaklaşımı

Bu bölüm, kavramsal ve anlatı temelli bir literatür değerlendirmesi olarak yapılandırılmıştır. Literatür taramasında ‘body image’, ‘positive body image’, ‘self-objectification’, ‘social comparison’, ‘fitspiration’, ‘body functionality’, ‘body neutrality’, ‘AR beauty filters’, ‘AI beauty standards’, ‘women and sport’, ‘physical activity and body image’ ile ‘kadınlarda beden algısı’, ‘spor ve beden algısı’, ‘fiziksel aktivite ve beden algısı’ anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Kaynak seçiminde spor bilimleri, beden imgesi, medya psikolojisi, toplumsal cinsiyet, sosyal medya ve dijital teknoloji literatürlerini birleştiren çalışmalar öncelenmiştir.

Kaynaklar seçilirken özellikle kuramsal temel sağlayan klasik çalışmalar, sistematik derlemeler, meta-analizler, deneysel sosyal medya çalışmaları, kadınlarda fiziksel aktivite ve beden algısı araştırmaları ile artırılmış gerçeklik/yapay zekâ filtrelerine ilişkin güncel yayınlar dikkate alınmıştır. Bu tercih, bölümün temel amacına uygundur; çünkü kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisi yalnızca fiziksel aktivite düzeyiyle değil, bedenin dijital ortamda nasıl temsil edildiği ve algoritmik olarak nasıl ödüllendirildiğiyle de açıklanmalıdır (Fardouly & Vartanian, 2016; Jerónimo et al., 2022; Dijkslag et al., 2024; Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025; Vandenbosch et al., 2022).

2. Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

2.1. Beden Algısı ve Olumlu Beden Algısı

Beden algısı, bireyin kendi bedenine ilişkin algılarını, duygularını, düşüncelerini ve davranışsal eğilimlerini içeren çok boyutlu bir kavramdır. Bu kavram yalnızca bedene yönelik memnuniyet ya da memnuniyetsizlik düzeyiyle

sınırlı değildir; bedeninin nasıl algılandığı, hangi ölçütlere göre değerlendirildiği, başkalarının bakışının nasıl içselleştirildiği, bedene yönelik bakım veya kontrol davranışlarının nasıl örgütlendiği de beden algısının kapsamına girer (Cash & Pruzinsky, 2002; Grogan, 2021; Thompson et al., 1999).

Kadınlarda beden algısı, toplumsal cinsiyet normlarından bağımsız düşünülemez. Kadın bedeninin tarihsel olarak güzellik, incelik, gençlik, zarafet, çekicilik ve denetlenebilirlik gibi ölçütlerle değerlendirilmesi, kadınların kendi bedenlerine yönelik bakışını da etkilemektedir. Bu süreçte beden, bireyin yaşadığı, hareket ettiği ve dünyayla temas kurduğu bir varoluş alanı olmaktan çıkarak, başkalarının bakışına sunulan bir nesne gibi algılanabilir. Bu nedenle beden algısı yalnızca bireysel psikolojik bir durum değil, kültürel olarak şekillenen bir deneyimdir (Fredrickson & Roberts, 1997).

Beden algısı çalışmalarında uzun süre olumsuz beden algısı, beden memnuniyetsizliği, yeme davranışı sorunları ve görünüş kaygısı üzerinde durulmuştur. Ancak daha güncel çalışmalar, olumlu beden algısının yalnızca olumsuz beden algısının yokluğu olmadığını belirtmektedir. Olumlu beden algısı; beden takdiri, beden kabulü, bedene saygı, bedeni koruyucu biçimde yorumlama, güzelliği daha geniş tanımlama ve toplumsal görünüş baskılarına karşı direnç geliştirme gibi bileşenleri içerir (Tylka & Wood-Barcalow, 2015; Wood-Barcalow et al., 2010).

Beden takdiri kavramı, bireyin bedeninin özelliklerine, işlevlerine ve sağladığı olanaklara yönelik saygı ve kabul geliştirmesini ifade eder. Body Appreciation Scale ile başlayan ölçme çalışmaları, olumlu beden algısının psikolojik iyi oluş, öz şefkat, sağlıklı davranışlar ve fiziksel aktiviteyle ilişkili olduğunu göstermiştir (Avalos et al., 2005; Tylka & Wood-Barcalow, 2015). Bu noktada olumlu beden algısı, kadınların spora yalnızca bedenlerini değiştirmek için değil, bedenleriyle daha sağlıklı bir ilişki kurmak için yönelmesini destekleyebilir.

Olumlu beden algısının gelişimi, yalnızca bedene ilişkin olumsuz duyguların azalmasıyla değil; bedeninin işlevlerinin fark edilmesi, bedeninin korunması, bedene saygı gösterilmesi ve toplumsal güzellik baskılarına karşı eleştirel bir mesafe kurulmasıyla ilişkilidir. Bu nedenle beden işlevselliğine odaklanan müdahaleler, kadınların bedenlerini görünüşten çok yaşama, hareket etmeye ve deneyim üretmeye olanak sağlayan bir yapı olarak değerlendirmelerini destekleyebilir (Alleva et al., 2015a).

Bununla birlikte olumlu beden algısı yaklaşımı da dikkatli ele alınmalıdır. Kadınlara sürekli 'bedenini sev' mesajı vermek, bedeni yine merkeze alan yeni bir yükümlülük yaratabilir. Bu nedenle beden nötrlüğü yaklaşımı önem kazanmaktadır. Beden nötrlüğü, bireyin bedenini her zaman güzel veya olumlu

bulmak zorunda olmadığı; bedeni yaşamı mümkün kılan, değişen, bazen yorulan, bazen güçlenen ve doğal hâleriyle kabul edilebilecek bir varoluş zemini olarak görebileceği düşüncesine dayanır (Tylka & Wood-Barcalow, 2015; Wood-Barcalow et al., 2024).

Spor bağlamında beden nötrlüğü ve beden işlevselliği birbirini tamamlayan iki yaklaşımdır. Beden nötrlüğü, bedeni estetik değerlendirmelerin merkezinden çıkarırken; beden işlevselliği, bedenin ne yaptığına, ne hissettirdiğine ve yaşamı nasıl taşıdığına odaklanır. Bu çerçevede kadınların spora katılımı ‘daha iyi görünme’ yerine ‘daha iyi hissetme’, ‘güçlenme’, ‘hareket kapasitesini fark etme’ ve ‘bedeniyle işbirliği kurma’ zeminine taşınabilir (Alleva et al., 2015a; Jankauskiene et al., 2024).

2.2. Nesneleştirme Kuramı ve Kadın Bedeninin Dışarıdan Bakışla Kurulması

Nesneleştirme kuramı, kadınların beden algısını anlamak için en güçlü kuramsal çerçevelerden biridir. Fredrickson ve Roberts’a (1997) göre kadınlar, cinsel ve estetik nesneleştirmenin yaygın olduğu kültürel ortamlarda, zamanla dışarıdan bakan bir gözün perspektifini içselleştirebilirler. Bu içselleştirme, kadınların kendi bedenlerini sürekli izlemelerine, değerlendirmelerine ve kontrol etmelerine yol açabilir. Kuram, beden gözetimi, beden utancı, görünüş kaygısı, yeme davranışı sorunları ve psikolojik iyi oluş üzerindeki olumsuz sonuçları açıklamak için yaygın biçimde kullanılmaktadır (Moradi & Huang, 2008).

Kendini nesneleştirme, kadınların kendi bedenlerini bütüncül bir özne olarak değil, dışarıdan değerlendirilen parçalar toplamı gibi algılamalarına neden olabilir. Bu durum özellikle bedenin belirli bölgelerine odaklanan spor ve fitness söylemlerinde belirgindir. Karın, bel, kalça, bacak, kol ve sırt gibi beden bölgeleri ayrı ayrı hedefler hâline getirildiğinde, kadın bedeni bütüncül bir hareket deneyiminden çok düzeltilmesi gereken parçalar toplamı olarak sunulur. Bu parçalanmış beden algısı, sporun güçlendirici potansiyelini zayıflatabilir (Fredrickson & Roberts, 1997; Prichard & Tiggemann, 2008).

Nesneleştirme süreçleri yalnızca açık cinsel nesneleştirme ile sınırlı değildir. Kadınların spor salonunda aynalar karşısında sürekli kendilerini kontrol etmeleri, sosyal medyada antrenman görüntülerini belirli açılarla paylaşmaları veya egzersiz sonrası bedenlerini görsel olarak değerlendirmeleri de daha incelikli beden gözetimi biçimleridir. Bu süreçte kadın bedeni hareket eden bir özne olmaktan çıkar; ölçülen, biçimlendirilen ve görünür kılınan bir nesneye dönüşebilir (Vandenbosch & Eggermont, 2012).

Spor ortamları nesneleştirmeye karşı koruyucu olabileceği gibi, onu yeniden üretebilir de. Örneğin işlevsellik, güç, takım dayanışması ve beceri gelişimini vurgulayan bir spor ortamı, kadının bedenini içeriden deneyimlemesini destekleyebilir. Buna karşılık kilo, görünüş, incelme, sıkılaşıma ve beden ölçülerini merkeze alan bir ortam, kendini nesneleştirme düzeyini artırabilir. Bu nedenle sporun kadın beden algısı üzerindeki etkisi, sporun türünden çok sporun hangi dil, değer ve ortam içinde sunulduğuyula ilişkilidir (Menzel & Levine, 2011).

2.3. Sosyal Karşılaştırma ve Üçlü Etki Modeli

Sosyal karşılaştırma kuramı, bireylerin kendi özelliklerini ve yeterliklerini değerlendirmek için başkalarıyla karşılaştırma yapabildiklerini ileri sürer (Festinger, 1954). Beden algısı bağlamında bu süreç, bireyin kendi bedenini başkalarının bedenleriyle karşılaştırması biçiminde ortaya çıkar. Kadınlar, medya, akranlar, spor ortamları ve sosyal medya platformları üzerinden sürekli olarak idealize edilmiş bedenlerle karşılaştıklarında, kendi bedenlerini bu ideal imgelerle kıyaslayabilirler. Bu karşılaştırmalar çoğu zaman yukarı yönlüdür; yani birey kendini daha fit, daha ince, daha çekici veya daha disiplinli görünen kişilerle kıyaslar (Schaefer & Thompson, 2014).

Üçlü etki modeli, beden algısı üzerinde akranlar, aile ve medyanın ortak etkisini açıklayan önemli bir çerçevedir. Bu modele göre beden memnuniyetsizliği ve yeme davranışı sorunları, medya baskısı, akran baskısı ve aile etkilerinin; ideal beden içselleştirmesi ve görünüş karşılaştırması yoluyla bireyin beden algısını etkilemesiyle oluşabilir (Thompson et al., 1999; van den Berg et al., 2002). Sosyal medya çağında bu üçlü yapı daha karmaşık hâle gelmiştir. Çünkü medya artık yalnızca geleneksel yayın organlarından değil, akranların paylaşımlarından, influencer içeriklerinden ve algoritmik önerilerden oluşmaktadır.

Kadınlarda spor deneyimi, bu model içinde özel bir konuma sahiptir. Spor ortamı hem akran karşılaştırmasını hem medya karşılaştırmasını hem de aile/toplum beklentilerini aynı anda harekete geçirebilir. Bir kadın spor salonunda başka kadınların bedenleriyle, sosyal medyada fitspiration içerikleriyle, aile veya çevre söylemlerinde ise kilo, güzellik ve kadınlık normlarıyla karşılaşabilir. Bu çoklu karşılaşma, sporu yalnızca hareket alanı olmaktan çıkarıp yoğun bir beden değerlendirme alanına dönüştürebilir (Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016).

Bu nedenle kadınların spora katılımını artırmak için yalnızca fiziksel aktivite fırsatlarını çoğaltmak yeterli değildir. Spora eşlik eden karşılaştırma ortamlarının, medya temsillerinin, antrenör dilinin, sosyal medya kullanımının ve beden ideallerinin de ele alınması gerekir. Kadınların spor deneyiminde

‘başkaları gibi görünme’ baskısını azaltan, ‘kendi beden kapasitesiyle ilişki kurma’ yaklaşımını güçlendiren modeller daha sürdürülebilir sonuçlar üretebilir (Jankauskiene et al., 2024; Panão & Carraça, 2020).

Tablo 1. Kadınlarda spor, beden algısı ve dijital kültür ilişkisini açıklayan temel kavramlar

Kavram	Kısa açıklama	Dayanak kaynak	Spor bağlamındaki anlamı
Kendini nesneleştirme	Kadının bedenini dışarıdan değerlendirilen bir nesne ya da görüntü projesi gibi algılaması.	Fredrickson & Roberts, 1997; Moradi & Huang, 2008	Spor deneyimini hareketten çok görünüş kontrolüne dönüştürebilir; beden gözetimini ve görünüş kaygısını artırabilir.
Sosyal karşılaştırma	Bireyin bedenini başkalarının bedenleri, dijital imgeleri veya idealize edilmiş temsillerle kıyaslaması.	Festinger, 1954; Schaefer & Thompson, 2014	Fitspiration, spor salonu ortamı ve sosyal medya paylaşımları yoluyla beden memnuniyetsizliğini güçlendirebilir.
Üçlü etki modeli	Aile, akran ve medyanın beden algısı üzerindeki etkisini ideal beden içselleştirmesi ve görüntü karşılaştırması üzerinden açıklayan model.	Thompson et al., 1999; van den Berg et al., 2002	Spor ortamı dördüncü bir bağlamsal alan gibi işleyerek akran, medya ve performans baskılarını birleştirebilir.
Beden işlevselliği	Bedenin görünüşünden çok yapabildiklerine, hissettirdiklerine ve yaşamı mümkün kılan işlevlerine odaklanma.	Alleva et al., 2015a; Jankauskiene et al., 2024; Mahlo & Tiggemann, 2016	Sporun güçlenme, dayanıklılık, hareket kapasitesi ve öz yeterlik boyutunu destekler.
Beden nötrlüğü	Bedeni sürekli beğenme zorunluluğu yerine, bedeni yaşamı taşıyan bir varoluş zemini olarak kabul etme yaklaşımı.	Tylka & Wood-Barcalow, 2015; Wood-Barcalow et al., 2024	Kadınların sporu bedeni cezalandırma veya düzeltme pratiği olarak değil, bedenle ilişki kurma alanı olarak deneyimlemesini destekler.
Algoritmik beden baskısı	Kadınların bedenlerini sosyal medya algoritmaları, yapay zekâ görselleri, AR filtreleri ve platform görünürlüğü tarafından ödüllendirilen beden normlarına göre değerlendirmeye başlaması.	Doh et al., 2025; Dijkslag et al., 2024; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025	Kadınların sporu dijital olarak beğenilebilir beden üretme pratiğine dönüştürme riskini artırır.

Not. Tablo, bölüm kapsamında kullanılan temel kavramları ve bu kavramların spor-kadın beden algısı ilişkisini açıklamadaki yerini özetlemektedir.

3. Kadınlarda Spor, Fiziksel Aktivite ve Beden Algısı

3.1. Sporun Güçlendirici Potansiyeli

Spor ve fiziksel aktivite, kadınların bedenleriyle kurdukları ilişkiyi olumlu yönde dönüştürebilecek güçlü bir alandır. Düzenli fiziksel aktivite, yalnızca fiziksel uygunluğu artırmakla kalmaz; öz güven, öz yeterlik, psikolojik iyi oluş ve beden farkındalığı üzerinde de olumlu etkiler oluşturabilir. Kadınlar spor yoluyla bedenlerini yalnızca değerlendirilmesi gereken bir dış görünüş olarak değil, hareket eden, güçlenen, direnç gösteren ve performans üreten bir yapı olarak deneyimleyebilirler (Campbell & Hausenblas, 2009; Zhang et al., 2024).

Egzersiz müdahalelerinin beden algısı üzerindeki etkilerini inceleyen meta-analizler, fiziksel aktivitenin beden algısında olumlu yönde etkiler oluşturabileceğini göstermektedir. Ancak bu etkiler her koşulda aynı güçte değildir. Egzersizin türü, süresi, yoğunluğu, katılımcı profili, egzersize başlama motivasyonu ve programın görünüş mü yoksa işlevsellik mi vurguladığı sonuçları değiştirebilir (Campbell & Hausenblas, 2009; Panão & Carraça, 2020). Bu nedenle sporun kadın beden algısını otomatik olarak iyileştirdiğini söylemek yerine, hangi spor deneyiminin hangi koşullarda olumlu etki oluşturduğunu tartışmak daha doğru olacaktır.

Türkiye bağlamında da fiziksel aktivite ve beden algısı ilişkisini destekleyen bulgular bulunmaktadır. Güven ve Yalız Solmaz (2022), fiziksel aktivite düzeyi ile beden algısı arasında anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, kadınlarda beden algısı ve fiziksel aktivite ilişkisinin Türkiye örnekleminde de araştırılabilir ve geliştirilebilir bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

Sporun güçlendirici etkisi özellikle beden işlevselliği üzerinden anlaşılabilir. Beden işlevselliği, bedenin yalnızca nasıl görüldüğüne değil, ne yapabildiğine odaklanmayı ifade eder. Yürümek, koşmak, nefes almak, güç üretmek, yük taşımak, dans etmek, esnemek, denge kurmak, temas etmek, iyileşmek ve dinlenmek bedenin işlevsel yönleri arasında değerlendirilebilir. Kadınların spor yoluyla beden işlevselliğini fark etmeleri, bedenlerini yalnızca estetik ölçütlerle değerlendirme eğilimini azaltabilir (Alleva et al., 2015a; Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Sporun güçlendirici boyutu yalnızca bireysel psikolojiyle sınırlı değildir. Kadınların spor alanlarında görünür olması, toplumsal cinsiyet rollerinin dönüşümüne de katkı sağlayabilir. Spor yapan kadın, bedensel yeterlik, güç, mücadele, dayanıklılık ve kamusal görünürlük alanlarında geleneksel kadınlık kalıplarını esnetebilir. Ancak bu dönüşüm, kadın bedeninin yeniden estetik bir vitrine indirgenmediği koşullarda daha anlamlıdır. Kadınların spor yoluyla

güçlenmesi, onların yalnızca fit görünmeleriyle değil, hareket etme hakkını güvenli, saygılı ve kapsayıcı ortamlarda yaşayabilmeleriyle ilişkilidir (UNESCO, 2024).

3.2. Sporun Görünüş Baskısını Yeniden Üretebilen Yönü

Sporun kadın beden algısı üzerindeki etkisi her zaman olumlu değildir. Spor ortamları da toplumdaki güzellik normlarından ve toplumsal cinsiyet beklentilerinden etkilenmektedir. Özellikle bazı branşlarda beden ağırlığı, vücut kompozisyonu, incelik, kas belirginliği veya estetik görünüm doğrudan ya da dolaylı biçimde önemsenabilir. Jimnastik, dans, artistik sporlar, fitness, vücut geliştirme, dayanıklılık sporları ve kilo kategorili branşlar gibi alanlarda sporcu bedeni performans kadar görünüş açısından da değerlendirilebilir (Menzel & Levine, 2011).

Kadın sporcular ve düzenli egzersiz yapan kadınlar, kimi zaman ‘güçlü ama fazla kaslı olmayan’, ‘fit ama kadınsılığını kaybetmeyen’, ‘ince ama sağlıklı görünen’ bir beden idealine yönlendirilebilir. Bu ideal, geleneksel zayıflık baskısının yeni bir biçimidir. Daha önce kadınlardan çoğunlukla zayıf olmaları beklenirken, günümüzde zayıflığın yanında sıkı, kaslı, şekilli ve sürekli kontrol edilen bir bedene sahip olmaları da beklenebilmektedir (Tiggemann & Zaccardo, 2018).

Bu görünüş baskısı, egzersiz motivasyonunu da dönüştürebilir. Kadın spor yaparken kendini daha iyi hissetmek, dayanıklılığını geliştirmek veya sosyal bağ kurmak yerine, bedenini değiştirmeye, kalori yakmaya, kilo vermeye ya da sosyal medyada daha iyi görünmeye odaklanabilir. Görünüş odaklı egzersiz motivasyonu, kısa vadede davranışı başlatabilir; ancak uzun vadede sürdürülebilirlik açısından risklidir. Çünkü beden beklenen hızda değişmediğinde motivasyon düşebilir ve kişi sporu başarısızlık duygusuyla ilişkilendirebilir (Panão & Carraça, 2020; Prichard & Tiggemann, 2008).

Spor ortamlarında kullanılan dil bu süreci güçlendirebilir veya zayıflatabilir. ‘Yaz vücudu’, ‘kalça şekillendirme’, ‘bel inceltme’, ‘yağ yakma’, ‘fazlalıklardan kurtulma’ gibi ifadeler, egzersizi bedeni cezalandırma veya düzeltme pratiğine dönüştürebilir. Buna karşılık ‘daha güçlü hissetme’, ‘hareket kalitesi’, ‘bedeni dinleme’, ‘dayanıklılık geliştirme’, ‘denge kurma’, ‘nefes kapasitesi’ ve ‘günlük yaşam işlevselliği’ gibi ifadeler, kadınların spor deneyimini beden işlevselliğine yaklaştırabilir (Alleva et al., 2020; Cox et al., 2017).

Bu nedenle spor bilimlerinde kadınlara yönelik egzersiz yaklaşımlarının yalnızca fizyolojik çıktılara değil, beden algısı ve psikolojik güvenlik boyutlarına da odaklanması gerekir. Kadınların spora katılımını artırmak için programların kapsayıcı, beden çeşitliliğine saygılı, mahremiyet duyarlı ve yargısız biçimde

tasarlanması önemlidir. Spor ortamının kendisi, kadınların bedenlerini izlemek zorunda hissettikleri bir alan olmaktan çıkarılıp, bedenleriyle ilişki kurabildikleri bir deneyim alanına dönüştürülmelidir (Kerner et al., 2022; UNESCO, 2024).

3.3. Ergen Kızlar, Beden Değişimi ve Spordan Kopuş

Ergenlik dönemi, beden algısının en kırılğan hâle geldiği gelişim dönemlerinden biridir. Bu dönemde bedenin hızlı değişmesi, kilo ve yağ dağılımındaki farklılaşmalar, meme gelişimi, regl deneyimi, akran yorumları ve toplumsal güzellik normları, kız çocuklarının bedenleriyle kurdukları ilişkiyi etkileyebilir. Bedenin daha görünür hâle gelmesi, spor ortamlarında utanma, yargılanma ve kıyaslanma kaygısını artırabilir (Gualdi-Russo et al., 2022; Paxton et al., 2006).

UNESCO'nun 2024 değerlendirmesi, kız çocuklarının ergenlik döneminde spordan kopuşunun önemli bir sorun olduğunu belirtmektedir. Raporda kız çocuklarının sporu bırakmasında kadın rol modellerin eksikliği, güvenlik kaygıları, özgüven sorunları ve olumsuz beden algısı gibi faktörlerin etkili olduğu vurgulanmaktadır (UNESCO, 2024). Bu bulgu, beden algısının fiziksel aktiviteye katılımı yalnızca bireysel bir duygu değil, spora erişim hakkını etkileyen yapısal bir değişken olduğunu göstermektedir.

Okul beden eğitimi ve spor ortamları ergen kızlar için hem destekleyici hem de zorlayıcı olabilir. Destekleyici bir beden eğitimi ortamı, hareket becerilerini geliştirebilir, sosyal bağları güçlendirebilir ve beden işlevselliğini artırabilir. Ancak rekabetçi, kıyaslayıcı, cinsiyetçi veya görünüş odaklı bir ortam, kız çocuklarının beden utancı yaşamasına neden olabilir. Bu nedenle beden eğitimi programlarında beden algısı eğitimi, medya okuryazarlığı, beden çeşitliliği ve güvenli katılım ilkeleri daha fazla yer almalıdır (Kerner et al., 2022).

Ergen kızların spordan kopuşunda sosyal medya da önemli bir rol oynayabilir. Genç kızlar, sosyal medya platformlarında hem akranlarının hem influencerların hem de fitspiration içeriklerinin idealize edilmiş bedenleriyle karşılaşmaktadır. Bu karşılaşma, kendi beden değişimlerini 'kusur' gibi algılamalarına neden olabilir. Özellikle filtreli görseller, ergenlik döneminin doğal beden değişimlerini kabul etmeyi zorlaştırabilir (Fardouly et al., 2018; Szambolics et al., 2023).

Bu bağlamda kız çocuklarının spora devamını desteklemek için yalnızca branş çeşitliliği veya tesis erişimi yeterli değildir. Spor ortamlarında regl, kıyafet, mahremiyet, güvenlik, beden değişimi ve sosyal medya baskısı açık biçimde konuşulmalıdır. Kız çocuklarına bedenlerinin yalnızca görünüşleriyle değil, hareket edebilme ve yaşamı taşıma kapasiteleriyle değerli olduğu hissettirilmelidir. Bu yaklaşım, erken yaşlardan itibaren beden işlevselliği ve beden kabulü temelli bir spor kültürü oluşturulmasına katkı sağlayabilir.

4. Dijitalleşen Spor Bedeni: Sosyal Medya ve Fıtspiration

4.1. Sosyal Medyanın Beden Algısını Dönüştüren Yapısı

Sosyal medya, kadın bedeninin temsil edilme biçimini köklü biçimde değiştirmiştir. Geleneksel medya döneminde kadınlar çoğunlukla dergiler, televizyon, sinema ve reklamlar aracılığıyla ideal beden imgelerine maruz kalırken, sosyal medya döneminde bu imgeler daha yoğun, kişiselleştirilmiş, etkileşimli ve gündelik hayatın içine yerleşmiş biçimde deneyimlenmektedir. Sosyal medya yalnızca izlenen bir alan değildir; bireyin kendi bedenini sunduğu, düzenlediği, paylaştığı ve başkalarının tepkileriyle değerlendirdiği bir alandır (Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016).

Kadınların sosyal medyada bedenlerini sunma biçimleri, platformların görünürlük mantığından etkilenir. Beğeni, yorum, paylaşım ve takipçi sayısı gibi ölçütler, bedenin sosyal onayla ilişkilendirilmesine yol açabilir. Kullanıcı hangi fotoğrafının daha çok beğeni aldığını, hangi açların daha iyi görüldüğünü, hangi kıyafetlerin daha fazla etkileşim sağladığını veya hangi egzersiz içeriklerinin daha görünür olduğunu fark ettikçe, bedenini platform beklentilerine göre düzenlemeye başlayabilir. Böylece beden algısı yalnızca bireyin içsel değerlendirmesiyle değil, dijital geri bildirim mekanizmalarıyla da şekillenir (Vandenbosch et al., 2022).

Sosyal medya beden karşılaştırmasını sürekli ve görsel hâle getirir. Kadınlar, kendi bedenlerini yalnızca yakın çevreleriyle değil, dünyanın farklı yerlerinden kullanıcılarla, influencerlarla, sporcularla, modellerle ve yapay biçimde düzenlenmiş görsellerle karşılaştırabilirler. Bu karşılaştırmalar çoğu zaman gerçekçi değildir; çünkü sosyal medyada görülen bedenler seçilmiş, pozlanmış, ışıklandırılmış, düzenlenmiş veya filtrelenmiş olabilir. Ancak kullanıcı bu yapaylığı bilse bile görsel etki beden algısını etkileyebilir (Fardouly et al., 2015; Saiphoo & Vahedi, 2019).

İnternet ve sosyal ağ kullanımının beden memnuniyetsizliğiyle ilişkisini inceleyen çalışmalar, özellikle görsel odaklı platformlarda görünüş karşılaştırmasının, zayıflık/fitlik ideali içselleştirmesinin ve beden gözetiminin güçlenebildiğini göstermektedir. Ergen kızlar ve genç kadınlar açısından bu süreç, sosyal medya kullanım süresinden bağımsız olarak içerik türü, takip edilen hesaplar, etkileşim biçimi ve görsel düzenleme pratikleriyle birlikte değerlendirilmelidir (Rodgers & Melioli, 2016; Tiggemann & Miller, 2010; Tiggemann & Slater, 2013).

Sporun sosyal medyada sunulma biçimi, bedenin dijital bir vitrine dönüşmesini hızlandırabilir. Egzersiz videosu, antrenman sonrası fotoğraf, dönüşüm paylaşımı, tartı sonucu, kalori hesabı, adım sayısı veya akıllı saat verisi,

bedenin sürekli izlenen ve belgelenen bir projeye dönüşmesine neden olabilir. Bu durum bazı bireylerde motivasyonu sağlayabilirken, bazı bireylerde bedensel denetimi ve kaygıyı artırabilir. Kadınların spor deneyimi, hareketin kendisinden çok hareketin nasıl görüldüğü, nasıl paylaşıldığı ve nasıl değerlendirildiği üzerinden anlam kazanabilir.

Sosyal medyanın spor ve beden algısı üzerindeki etkisini yalnızca bireysel kullanım alışkanlıklarıyla açıklamak yeterli değildir. Platform mimarileri, algoritmalar, influencer ekonomisi, fitness pazarı, güzellik endüstrisi ve dijital reklamcılık bu süreci birlikte üretmektedir. Kadınlara sağlıklı, güçlü ve özgür olmaları söylenirken, aynı anda belirli bir bedene sahip olmaları da ima edilir. Bu nedenle sosyal medya bağlamında spor ve beden algısı tartışması, kullanıcı davranışlarının yanında dijital sistemlerin nasıl çalıştığını da sorgulamalıdır (Doh et al., 2025; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

4.2. Fitspiration: Sağlıklı Yaşam Söyleminden Estetik Bedene

Fitspiration, fitness ve inspiration kelimelerinin birleşiminden oluşan ve bireyleri fiziksel aktiviteye, sağlıklı beslenmeye veya fit görünmeye teşvik eden sosyal medya içeriklerini ifade eder. İlk bakışta bu içerikler olumlu bir sağlık mesajı taşıyor gibi görünebilir. Ancak literatürde fitspiration içeriklerinin önemli bir bölümünün ince, sıkı, kaslı, düşük yağ oranına sahip ve estetik olarak idealize edilmiş bedenleri öne çıkardığı belirtilmektedir (Carrotte et al., 2017; Tiggemann & Zaccardo, 2018).

Fitspiration kültürünün temel sorunu, sağlık ve görünüş arasındaki sınırı bulanıklaştırmasıdır. ‘Sağlıklı ol’, ‘güçlü ol’, ‘pes etme’, ‘disiplinli ol’ gibi ifadeler, görünüşte olumlu mesajlar taşır; ancak çoğu zaman belirli bir beden formuyla birlikte sunulur. Böylece sağlık, belirli bir estetik görünümle özdeşleştirilir. Kadınlar için bu estetik görünüm çoğunlukla ince ama kaslı, sıkı ama kadınsı, güçlü ama aşırı kaslı olmayan, kontrollü ama doğal görünen bir bedendir (Tiggemann & Zaccardo, 2015, 2018).

Fitspiration içeriklerinin kadın beden algısı üzerindeki etkisi deneysel ve derleme çalışmalarla tartışılmıştır. Tiggemann ve Zaccardo’nun deneysel çalışması, fitspiration görsellerine maruz kalmanın kadınlarda olumsuz duygu durumunu ve beden memnuniyetsizliğini artırabileceğini göstermiştir (Tiggemann & Zaccardo, 2015). Jerónimo ve arkadaşlarının sistematik derlemesi de fitspiration içeriklerinin özellikle genç ve kadın örneklerde negatif beden algısı, görünüş karşılaştırması ve olumsuz duygu durumu ile ilişkili olabileceğini ortaya koymaktadır (Jerónimo et al., 2022).

Güncel araştırmalar, fitspiration içeriklerinin yalnızca yetişkin kadınlar açısından değil, ergenler ve genç kullanıcılar açısından da dikkatle ele alınması

gerektiğini göstermektedir. Özellikle sosyal medyada idealize edilmiş spor bedenleriyle sık karşılaşmak, beden saygısı, görünüş karşılaştırması ve kilo verme isteği üzerinde baskı oluşturabilir. Bu bulgular, fitspiration içeriklerinin spor motivasyonu sağlayabilmesine rağmen beden algısı bakımından her zaman koruyucu bir içerik türü olarak görülemeyeceğini düşündürmektedir (Easton et al., 2018; Stice, 2002).

Fitspiration kültürünün bir diğer yönü, sporun anlamını dönüştürmesidir. Spor, bedeni iyi hissetmek veya güçlenmek için yapılan bir etkinlik olmaktan çıkıp, beğenilebilir bir görünüşe ulaşma aracı hâline gelebilir. Bu tür dışsal ve görünüş odaklı motivasyonlar, hareketten haz alma, bedeni dinleme, dinlenme, sakatlanmayı önleme ve psikolojik iyi oluş gibi boyutları ikinci plana itebilir. Bu nedenle fitspiration yalnızca spor motivasyonu üreten masum bir içerik türü olarak değil, beden politikalarının dijital bir uzantısı olarak değerlendirilmelidir (Easton et al., 2018; Panão & Carraça, 2020).

Fitspiration içeriklerinde kadın bedeninin çoğu zaman parçalanmış biçimde sunulması da önemlidir. Karın kası, kalça, bacak, bel, kol ve sırt gibi beden bölgeleri ayrı ayrı hedef hâline getirilir. Bu parçalanmış beden sunumu, kadınların kendi bedenlerini bütün olarak değil, düzeltilmesi gereken parçalar toplamı olarak algılamasına neden olabilir. Böylece spor, bütüncül bir hareket deneyimi olmaktan çıkar ve belirli beden bölgelerini şekillendirmeye yönelik estetik bir çalışma alanına dönüşür.

Bununla birlikte fitspiration içeriklerinin tamamının zararlı olduğu söylenemez. Bazı içerikler hareketi, güçlenmeyi, dayanıklılığı, beden çeşitliliğini ve sporun psikolojik faydalarını öne çıkarabilir. Sorun, fitspiration kültürünün baskın biçimde görünüş merkezli çalışmasıdır. Bu nedenle spor bilimleri açısından temel mesele, sosyal medyada sporu daha kapsayıcı, işlevsellik odaklı, yargısız ve beden çeşitliliğine açık biçimde temsil edebilmektir.

4.3. Body Positivity, Beden Nötrlüğü ve Dijital Direnç

Sosyal medyada beden baskılarına karşı ortaya çıkan en görünür karşı söylemlerden biri body positivity hareketidir. Bu hareket, farklı bedenlerin görünür olmasını, güzelliğin tek tip ölçütlerle tanımlanmamasını ve bedenlerin kabul edilmesini savunur. Body positive içeriklerin kadınlarda beden memnuniyeti, beden takdiri ve duygu durumu üzerinde kısa vadeli olumlu etkiler oluşturabileceğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Cohen et al., 2019).

Ancak body positivity yaklaşımı da sınırlılıklar taşır. Bazı body positive içerikler zamanla ticari markalar, influencer ekonomisi ve estetikleştirilmiş temsil biçimleri içinde yeniden görünüş odaklı hâle gelebilir. Ayrıca ‘bedenini

sev' mesajı, bedeni sürekli olumlu değerlendirme zorunluluğu yaratarak bazı bireylerde yeni bir baskı oluşturabilir. Bu nedenle body positivity, beden çeşitliliğini görünür kılmaya açısından değerli olsa da, tek başına tüm beden algısı sorunlarını çözebilecek bir yaklaşım olarak görülmemelidir (Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Beden nörlüğü bu noktada daha dengeli bir alternatif sunar. Beden nörlüğü, bedeni sürekli sevme, beğenme veya yüceltme zorunluluğunu azaltır. Bu yaklaşım, bedeni estetik bir değerlendirme nesnesi olmaktan çıkarıp, yaşama, hareket etmeye, hissetmeye, dinlenmeye, üretmeye ve ilişki kurmaya olanak sağlayan bir zemin olarak ele alır. Spor bağlamında beden nörlüğü, egzersizi bedeni düzeltme projesi olmaktan çıkarıp bedenle ilişkilendirme pratiğine dönüştürebilir.

Beden işlevselliği, beden nörlüğünün spor alanındaki en somut karşılığıdır. Kadınlara yönelik spor içeriklerinde 'nasıl görüldüğün' yerine 'bedenin ne yapabiliyor', 'ne hissediyor', 'hangi hareketlerde gelişiyor', 'hangi işlevleri güçleniyor' sorularının öne çıkarılması, dijital beden baskısına karşı koruyucu olabilir. Bu yaklaşım, hem sosyal medya içerik üretiminde hem antrenör dilinde hem de spor programı tasarımında uygulanabilir (Alleva et al., 2015a, 2015b; Jankauskiene et al., 2024; Mahlo & Tiggemann, 2016).

Bu nedenle sosyal medya çağında kadınlarda spor ve beden algısı tartışması, yalnızca zararlı içeriklerden kaçınma önerisiyle sınırlı kalmamalıdır. Kadınlara dijital beden normlarını eleştirel okuyabilecekleri, filtrelenmiş görselleri tanıyabilecekleri, algoritmik görünürlüğün nasıl çalıştığını anlayabilecekleri ve kendi hareket deneyimlerini estetik onaya indirgmeden sürdürebilecekleri bir dijital medya okuryazarlığı kazandırılmalıdır.

5. Algoritmik Güzellik Kültürü ve Yapay Zekâ Filtreleri

5.1. Filtrelenen Beden ve Dijital Ayna Etkisi

Dijital çağın en yeni ve dikkat çekici yönlerinden biri, güzellik normlarının artık yalnızca insanlar tarafından değil, algoritmalar ve yapay zekâ sistemleri tarafından da üretilmesidir. Artırılmış gerçeklik filtreleri, yüz güzelleştirme uygulamaları, beden inceltme araçları, cilt düzeltme efektleri ve yapay zekâ destekli görsel üretim sistemleri, kadın bedeninin dijital ortamda yeniden biçimlendirilmesine olanak tanımaktadır. Bu teknolojiler çoğu zaman eğlenceli, yaratıcı veya kişisel ifade araçları olarak sunulsa da, aynı zamanda belirli güzellik normlarını görünmez biçimde güçlendirebilir (Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

Algoritmik güzellik kültürü, dijital sistemlerin belirli yüz ve beden özelliklerini daha estetik, daha çekici veya daha görünür kabul ettiği bir ortamı ifade eder. Bu kültürde güzellik yalnızca sosyal olarak değil, teknik olarak da düzenlenir. Filtreler cildi pürüzsüzleştirir, yüzü inceltir, gözleri büyütür, dudakları belirginleştirir, burnu küçültür, çeneyi keskinleştirir ve bedeni daha simetrik veya daha ideal hâle getirebilir. Böylece kullanıcı, kendi gerçek görüntüsü ile filtrelenmiş görüntüsü arasında sürekli bir karşılaştırma yapmaya başlar (Dijkslag et al., 2024; Doh et al., 2025; Gulati et al., 2024).

Schroeder ve Behm-Morawitz'in çalışması, zayıflatıcı güzellik filtrelerinin beden algısı, kilo verme isteği, kendini nesneleştirme ve yağ karşıtı tutumlar üzerinde etkili olabileceğini göstermesi açısından önemlidir. Bu tür filtreler yalnızca başkalarıyla karşılaştırma üretmez; bireyin kendi filtrelenmiş imgesi ile gerçek imgesi arasında da karşılaştırma oluşturur. Bu süreç 'sosyal öz-karşılaştırma' olarak düşünülebilir ve beden memnuniyetsizliği açısından yeni bir risk alanı yaratır (Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

Kadınlar açısından bu durum, beden algısının daha da kırılğan hâle gelmesine neden olabilir. Çünkü sosyal medyada karşılaşılan bedenler artık yalnızca seçilmiş ve pozlanmış bedenler değildir; aynı zamanda teknolojik olarak iyileştirilmiş bedenlerdir. Kullanıcı karşısındaki görselin düzenlenmiş olduğunu bilse bile, ideal beden imgesi zihinsel bir ölçüt hâline gelebilir. Bu ölçüt gündelik hayattaki gerçek beden deneyimiyle uyuşmadığında, birey kendini eksik, kusurlu veya yetersiz hissedebilir. AR yüz filtreleri ve güzelleştirici dijital araçlar üzerine yapılan çalışmalar, bu tür düzenlemelerin yüz ve beden memnuniyeti ile öz-algı süreçlerinde karşılaştırmaya dayalı etkiler oluşturabileceğini göstermektedir (Dijkslag et al., 2024; Javornik et al., 2022).

Spor bağlamında filtrelenmiş bedenler daha özel bir sorun yaratır. Egzersiz yapan kadın bedeni, hareket hâlindeki doğal bir beden olmaktan çok, estetik bir performans nesnesi olarak sunulabilir. Spor kıyafetleri, kas belirginliği, terin estetikleştirilmesi, kalça ve karın vurgusu, önce-sonra beden dönüşümleri ve kusursuz antrenman görüntüleri, kadınların spor deneyimini görünüş merkezli bir alana çekebilir. Bu noktada spor, bedenin özgürleştiği değil, dijital olarak yeniden paketlenmiş bir sahneye dönüşebilir. Bu nedenle dijital spor temsilleri, kadınların spora katılımını destekleyebileceği gibi bedenin estetik olarak değerlendirilmesini de güçlendirebilir (Carrotte et al., 2017; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025; Tiggemann & Zaccardo, 2018).

5.2. Yapay Zekâ, Üretilmiş Bedenler ve Temsil Sorunu

Yapay zekâ destekli görsel üretim sistemleri, kadın bedeni ve spor temsiliyi yeni bir düzleme taşımaktadır. Bu sistemler 'fit kadın', 'sporcu kadın', 'sağlıklı

kadın bedeni' veya 'fitness yapan kadın' gibi komutlarla görseller ürettiğinde, çoğu zaman mevcut kültürel kalıpları yeniden üretebilir. Genç, ince, simetrik, pürüzsüz, belirli güzellik standartlarına uygun ve çoğu zaman gerçekçi olmayan kadın imgelerinin tekrar tekrar üretilmesi, sporcu kadın bedenine ilişkin sınırlı bir görsel repertuvar oluşturabilir (Sun et al., 2024).

Bu temsil sorunu yalnızca estetik değildir; kapsayıcılık ve erişim açısından da önemlidir. Eğer dijital platformlarda görünür olan sporcu kadın bedeni belirli bir estetik tipe sıkışır, farklı yaş, beden ölçüsü, engellilik durumu, kültürel arka plan, etnik kimlik, inanç, spor deneyimi ve performans düzeyine sahip kadınlar görünmezleşebilir. Bu görünmezlik, kadınların sporu kendi bedenleriyle ilişkilendirmesini zorlaştırabilir. Spor, yalnızca belirli bir bedene sahip olanların alanı gibi algılanabilir.

Yapay zekâ görselleri ve algoritmik öneriler, yalnızca mevcut güzellik normlarını yansıtmakla kalmayabilir; onları güçlendirip dolaşıma da sokabilir. Bir platform belirli bedenleri daha fazla görünür kıldığında, kullanıcılar bu bedenleri daha normal, daha değerli veya daha ulaşılması gereken bedenler olarak algılayabilir. Bu durum, bedene ilişkin kültürel normların yalnızca insanlar tarafından değil, dijital sistemler tarafından da şekillendirildiğini göstermektedir (Doh et al., 2025; Vandenbosch et al., 2022).

Bu bölümde, söz konusu süreci açıklamak üzere 'algoritmik beden baskısı' kavramı kavramsal bir öneri olarak kullanılmaktadır. Algoritmik beden baskısı, kadınların bedenlerini yalnızca toplumsal, kültürel veya kişilerarası güzellik normlarına göre değil; sosyal medya algoritmaları, yapay zekâ destekli görsel üretim sistemleri, artırılmış gerçeklik filtreleri, beğeni ekonomisi ve platform görünürlüğü tarafından ödüllendirilen beden temsillerine göre değerlendirmeye başlamasıdır. Bu baskı çoğu zaman görünmezdir; doğrudan emir vermez, fakat hangi bedenlerin daha çok beğenildiğini, paylaşıldığını ve görünür olduğunu sürekli olarak gösterir (Dijkslag et al., 2024; Doh et al., 2025; Gulati et al., 2024; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

Algoritmik beden baskısı, spor alanında iki düzeyde işler. Birincisi, kadınların kendi bedenlerini algoritmik olarak ödüllendirilen beden normlarına göre değerlendirmesine neden olur. İkincisi, sporun kendisini estetik görünürlük üzerinden anlamlandırır. Böylece hareket etmek, güçlenmek veya bedeni deneyimlemek yerine, hareketin nasıl görüldüğü ve dijital olarak nasıl karşılık bulduğu önem kazanır. Bu durum sporun psikolojik iyi oluş ve bedensel güçlenme potansiyelini zayıflatabilir.

5.3. Kadın Spor Bedeninin Dijital Vitrine Dönüşmesi

Kadın spor bedeninin dijital vitrine dönüşmesi, yalnızca bireysel paylaşım tercihlerinin sonucu değildir. Spor endüstrisi, fitness pazarı, influencer ekonomisi, giyim markaları, diyet kültürü, güzellik uygulamaları ve platform algoritmaları bu vitrini birlikte üretir. Kadınlara ‘aktif ol’, ‘sağlıklı ol’, ‘güçlü ol’ mesajı verilirken, aynı zamanda bu aktifliğin belirli bir estetik görünümle belgelenmesi beklenir. Bu beklenti, sporun anlamını sağlık ve katılımdan görünüş ve onaya kaydırabilir. Sosyal medya, influencer kültürü ve görsel ağırlıklı platform dinamikleri bu nedenle bedenın nasıl sunulduğunu ve nasıl değerlendirildiğini doğrudan etkileyen bağlamsal unsurlar olarak ele alınmalıdır (Carrotte et al., 2017; Fardouly et al., 2018; Vandenbosch et al., 2022).

Dijital vitrin, kadın bedeninin doğal hâllerini görünmez kılar. Spor sırasında beden terler, yorulur, kızarır, şişer, nefes nefese kalır, performansı değişir, bazen ağrır, bazen dinlenmeye ihtiyaç duyar. Ancak sosyal medyada öne çıkan spor bedeni çoğu zaman pürüzsüz, kontrollü, düzenlenmiş ve estetikleştirilmiş hâliyle sunulur. Bu fark, kadınların kendi doğal spor deneyimlerini eksik veya yetersiz algılamalarına neden olabilir. Filtrelenmiş ya da düzenlenmiş imgelerle sık karşılaşma, özellikle yukarı yönlü görünüş karşılaştırmaları üzerinden beden memnuniyetini zayıflatabilecek bir etki alanı oluşturabilir (Dijkslag et al., 2024; Fardouly et al., 2015; Saiphoo & Vahedi, 2019).

Dijital vitrinde spor, ‘görölmeye değer performans’ hâline gelir. Kadın egzersiz yaparken yalnızca hareket etmiyor; potansiyel olarak izlenebilir, paylaşılabilir, yorumlanabilir ve karşılaştırılabilir bir görüntü üretiyor olabilir. Bu durum bazı kadınlarda motivasyonu artırabilir; ancak bazı kadınlarda beden gözetimini, performans kaygısını ve görünüş denetimini güçlendirebilir. Bu nedenle sosyal medyada spor görünürlüğü çift yönlü değerlendirilmelidir; bu yapı, sosyal medya görünürlüğünün hem motivasyon ve topluluk desteği hem de beden gözetimi ve dışsal motivasyon açısından birlikte değerlendirilmesini gerekli kılar (Javornik et al., 2022; Panão & Carraça, 2020; Prichard & Tiggemann, 2008).

Kadınların spor deneyimini dijital vitrinden kurtarmak, sosyal medyanın tamamen terk edilmesi anlamına gelmez. Aksine, sosyal medya beden işlevselliği, kapsayıcı temsil, sporun psikolojik faydaları, kadın dayanışması ve farklı bedenlerin hareket hakkı için güçlü bir araç olabilir. Ancak bunun için içerik üretiminde estetik idealler yerine beden çeşitliliği, hareket deneyimi, süreç, güven, dinlenme ve öz şefkat vurgusu artırılmalıdır (Cohen et al., 2019; Cox et al., 2019).

6. Kavramsal Model: Algoritmik Beden Baskısından İşlevsel Beden Deneyimine

Kadınlarda spor, beden algısı ve algoritmik güzellik kültürü ilişkisini açıklamak için bu bölümde dört düzeyli bir kavramsal model kullanılmaktadır. Model; dijital-kültürel baskılar, psikolojik araçlar, spor deneyimi ve koruyucu/dönüştürücü mekanizmalar düzeylerinden oluşmaktadır. Bu yapı, kadınların spora katılımını yalnızca bireysel motivasyon veya fiziksel uygunluk düzeyiyle açıklamak yerine dijital kültür, psikolojik süreçler ve spor ortamlarını birlikte değerlendiren bütüncül bir çerçeveye sunmaktadır.

İlk düzey dijital-kültürel baskılardır. Bu düzeyde sosyal medya platformları, fitspiration içerikleri, güzellik filtreleri, yapay zekâ destekli görseller, influencer kültürü, beğeni ekonomisi ve algoritmik görünürlük mekanizmaları yer alır. Bu unsurlar, kadın bedenine ilişkin ideal imgeleri sürekli üretir ve görünür kılar. Kadınlar bu imgelerle tekrar tekrar karşılaştıkça, kendi bedenlerini bu normlara göre değerlendirme eğilimi gösterebilirler (Dijkslag et al., 2024; Doh et al., 2025; Fardouly & Vartanian, 2016; Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025).

İkinci düzey psikolojik araçlardır. Dijital-kültürel baskılar doğrudan beden algısını etkilemek yerine sosyal karşılaştırma, kendini nesneleştirme, beden gözetimi, görünüş kaygısı, beden utancı ve ideal beden içselleştirmesi gibi süreçler aracılığıyla etkili olabilir. Bu araçlar, kadınların kendi bedenlerini dışarıdan bakan bir gözle değerlendirmesine neden olabilir (Festinger, 1954; Fredrickson & Roberts, 1997; van den Berg et al., 2002).

Üçüncü düzey spor deneyimidir. Kadınların spora katılımı bu psikolojik süreçlerden etkilenebilir. Görünüş kaygısı yüksek olan kadınlar spora başlayabilir; ancak sporu bedenlerini düzeltme aracı olarak gördüklerinde sürdürülebilir katılım zorlaşabilir. Bazı kadınlar ise yargılanma korkusu nedeniyle spor ortamlarından uzaklaşabilir. Dolayısıyla beden algısı, spora katılımın hem nedeni hem de sonucu olabilir (Davelaar et al., 2021; Kerner et al., 2022).

Dördüncü düzey koruyucu ve dönüştürücü mekanizmalardır. Beden işlevselliği, beden nörlüğü, öz şefkat, güvenli spor ortamı, kapsayıcı temsil, antrenör desteği, mahremiyet duyarlılığı ve dijital medya okuryazarlığı bu mekanizmalar arasında yer alır. Bu unsurlar, algoritmik beden baskısının olumsuz etkilerini azaltabilir ve kadınların spor deneyimini daha güçlendirici hâle getirebilir (Alleva et al., 2015a; Cox et al., 2019; Jankauskiene et al., 2024).

Modelin temel önermesi şudur: Kadınların spor deneyimi, yalnızca bedensel kapasiteye bağlı değildir; bedeninin toplumsal ve dijital olarak nasıl görüldüğü,

yorumlandığı ve karşılaştırıldığıyla da ilişkilidir. Bu nedenle kadınlarda spor katılımını destekleyen her yaklaşım, beden algısı, dijital medya, spor ortamı ve psikolojik güvenlik boyutlarını birlikte ele almalıdır.

Şekil 1. Kadınlarda spor, beden algısı ve algoritmik beden baskısı modeli



Not. Şekil, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisinin dijital kültür, psikolojik araçlar, spor deneyimi ve koruyucu mekanizmalarla birlikte nasıl açıklanabileceğini göstermektedir.

7. Uygulama Alanları İçin Öneriler

Kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini güçlendirmek için spor bilimleri, beden eğitimi, rekreasyon, antrenörlük ve dijital medya alanlarının birlikte düşünülmesi gerekmektedir. İlk öneri, spor programlarında görünüş odaklı dilin azaltılmasıdır. Kadınlara yönelik egzersiz programları ‘zayıflama’, ‘sıkılaştırma’, ‘kalça büyütme’, ‘bel inceltme’ gibi estetik hedefler üzerinden değil; güçlenme, hareket kalitesi, dayanıklılık, esneklik, enerji, iyi oluş ve yaşam kalitesi üzerinden sunulmalıdır (Alleva et al., 2020; Panão & Carraça, 2020).

İkinci öneri, antrenör ve eğitmen eğitimlerinde beden algısı farkındalığının artırılmasıdır. Antrenörler, kadınların bedenlerine yönelik yorumların psikolojik etkilerini bilmelidir. Beden ağırlığı, dış görünüş veya beden ölçüleri üzerinden yapılan gelişigüzel yorumlar, katılımcıların spordan uzaklaşmasına neden olabilir. Bunun yerine süreç odaklı, destekleyici ve işlevsellik temelli geri bildirimler kullanılmalıdır (Cox et al., 2017; Kerner et al., 2022).

Üçüncü öneri, spor ortamlarının güvenli ve kapsayıcı biçimde düzenlenmesidir. Kadınların spor alanlarında kendilerini izleniyor, yargılanıyor veya rahatsız ediliyor hissetmemeleri için fiziksel düzenlemeler, personel eğitimi, açık davranış kuralları ve şikâyet mekanizmaları oluşturulmalıdır. Kadınların mahremiyet, kıyafet rahatlığı, regl dönemi ve bedensel ihtiyaçları dikkate alınmalıdır. Bu yaklaşım, kadınların spor ortamlarını yalnızca performans alanı değil, güvenli katılım alanı olarak deneyimlemelerini destekleyebilir (UNESCO, 2024).

Dördüncü öneri, sosyal medya ve dijital medya okuryazarlığının spor eğitimiyle ilişkilendirilmesidir. Kadınlara ve kız çocuklarına sosyal medyada gördükleri bedenlerin çoğu zaman seçilmiş, düzenlenmiş ve filtrelenmiş olduğu anlatılmalıdır. Ancak bu bilgi yalnızca ‘sosyal medyaya inanma’ düzeyinde kalmamalıdır. Platform algoritmalarının hangi bedenleri görünür kıldığı, beğeni ekonomisinin nasıl çalıştığı ve fitspiration içeriklerinin nasıl eleştirel okunabileceği de tartışılmalıdır (Dijkslag et al., 2024; Doh et al., 2025; Javornik et al., 2022; Vandenbosch et al., 2022).

Beşinci öneri, spor kampanyalarında beden çeşitliliğinin artırılmasıdır. Farklı yaş, beden ölçüsü, fiziksel yeterlik, kültürel arka plan ve spor deneyimine sahip kadınlar görünür kılınmalıdır. Spor yalnızca genç, ince, kaslı ve estetik olarak idealize edilmiş kadınların alanı gibi sunulmamalıdır. Temsilin çeşitlenmesi, kadınların sporu kendi bedenleriyle ilişkilendirebilmelerini kolaylaştırabilir (Cohen et al., 2019; UNESCO, 2024).

Altıncı öneri, beden işlevselliği temelli müdahalelerin spor programlarına entegre edilmesidir. Kadınların spor sonrası yalnızca kaç kalori yaktıklarını veya kaç kilo verdiklerini değil, bedenlerinin neyi daha iyi yapabildiğini fark etmeleri sağlanmalıdır. Örneğin ‘bugün daha uzun yürüyebildim’, ‘daha rahat nefes aldım’, ‘daha dengeli durabildim’, ‘kendimi daha güçlü hissettim’ gibi farkındalıklar desteklenmelidir. Bu yaklaşım beden işlevselliği ve beden kabulü açısından koruyucu olabilir (Alleva et al., 2015a; Jankauskiene et al., 2024).

Araştırma alanında ise Türkiye bağlamında kadınlarda spor, beden algısı ve sosyal medya ilişkisini birlikte ele alan çalışmaların artırılması önemlidir. Özellikle fitspiration içerikleri, yapay zekâ filtreleri, beden nötrlüğü, beden işlevselliği, spor salonu deneyimleri, kız çocuklarının spordan kopuş nedenleri ve dijital medya okuryazarlığı gibi başlıklar daha ayrıntılı biçimde incelenmelidir. Bu alan, spor bilimleri ile medya çalışmaları, psikoloji, toplumsal cinsiyet çalışmaları ve sağlık iletişimi arasında disiplinler arası bir araştırma zemini sunmaktadır.

Tablo 2. Kadınlarda spora katılımı destekleyen uygulama önerileri

Sorun alanı	Olası risk	Uygulama önerisi	Hedef grup	Dayanak literatür
Görünüş odaklı egzersiz dili	Sporun zayıflama ve beden düzeltme pratiğine indirgenmesi	Program hedeflerini kuvvet, dayanıklılık, hareket kalitesi, iyi oluş ve beden işlevselliği üzerinden kurmak	Antrenörler, eğitmenler, spor salonları	Alleva et al., 2020; Panão & Carraça, 2020
Sosyal medya ve fitpiration baskısı	Yukarı yönlü karşılaştırma, beden memnuniyetsizliği ve dışsal motivasyon	Dijital medya okuryazarlığı, filtre farkındalığı ve beden çeşitliliği içeren içerik eğitimleri geliştirmek	Genç kadınlar, ergen kızlar, spor öğrencileri	Fardouly & Vartanian, 2016; Jerónimo et al., 2022
Spor ortamlarında yargılanma korkusu	Spordan kaçınma, mahremiyet kaybı ve düşük katılım	Güvenli alan politikaları, açık davranış kuralları, kapsayıcı soyunma/duş düzenlemeleri ve şikâyet mekanizmaları oluşturmak	Spor tesisleri, okullar, kulüpler	Kerner et al., 2022; UNESCO, 2024
Antrenör/ eğitmen geri bildirimini	Beden utancı, performans kaygısı ve kendini nesneleştirme	Süreç odaklı, işlevsellik temelli ve bedeni yargılamayan geri bildirim dili kullanmak	Antrenörler, beden eğitimi öğretmenleri	Cox et al., 2017; Fredrickson & Roberts, 1997
Algoritmik güzellik ve filtrelenmiş bedenler	Gerçek beden ile filtrelenmiş/dijital beden arasında öz-karşılaştırma	AR/yapay zekâ filtrelerinin beden algısı üzerindeki etkilerini eğitim içeriklerine ve spor kampanyalarına dahil etmek	Spor bilimciler, medya ekipleri, içerik üreticiler	Dijkslag et al., 2024; Javornik et al., 2022; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025
Temsil eksikliği	Sporun yalnızca genç, ince ve fit bedenlere aitmiş gibi algılanması	Farklı yaş, beden ölçüsü, kültürel arka plan, engellilik durumu ve deneyim düzeyinden kadınları görünür kılmak	Kurumlar, belediyeler, federasyonlar	Cohen et al., 2019; Gualdi-Russo et al., 2022

Not. Tablo, bölümde tartışılan kuramsal çerçeveye dayanarak uygulayıcılar için somut önerileri özetlemektedir.

8. Araştırma Boşlukları ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu kitap bölümünün ortaya koyduğu çerçeve, kadınlarda spor ve beden algısı çalışmalarının sosyal medya ve algoritmik güzellik kültürüyle birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir. Buna karşın literatürde hâlâ önemli boşluklar bulunmaktadır. İlk boşluk, Türkiye bağlamında spor yapan kadınların sosyal medya, fitspiration ve yapay zekâ filtreleriyle kurdukları ilişkinin yeterince incelenmemiş olmasıdır. Türkiye’de beden algısı ve fiziksel aktivite ilişkisini ele alan çalışmalar bulunmakla birlikte, bu çalışmaların çoğu sosyal medya algoritmaları, filtreli görseller ve dijital görünürlük pratiklerini merkeze almamaktadır. Bu nedenle gelecekteki araştırmalar, kadınların spor deneyimini hem fiziksel aktivite düzeyi hem de dijital medya kullanımını açısından birlikte incelemelidir.

İkinci boşluk, farklı yaş dönemlerinin yeterince ayrıştırılmamasıdır. Ergen kızlar, üniversite öğrencileri, yetişkin kadınlar, orta yaş kadınlar, yaşlı kadınlar, anneler, sporcular, sedanter kadınlar ve profesyonel spor yapan kadınlar aynı beden baskılarını yaşamamaktadır. Ergenlik döneminde beden değişimi ve akran değerlendirme daha belirgin olabilirken, yetişkinlikte annelik, iş yaşamı, zaman kısıtları ve bakım emeği gibi değişkenler spora katılımı etkileyebilir. Bu nedenle beden algısı araştırmalarında yaş, yaşam dönemi ve sosyal bağlam daha ayrıntılı biçimde ele alınmalıdır (Gualdi-Russo et al., 2022; UNESCO, 2024).

Üçüncü araştırma alanı, spor ortamlarının fiziksel ve sosyal tasarımıdır. Spor salonlarında aynaların yerleşimi, kıyafet normları, antrenör dili, karma veya kadınlara özel alanlar, mahremiyet olanakları, kamera ve sosyal medya çekim kültürü, kadınların spor ortamındaki beden algısını etkileyebilir. Bu değişkenler çoğu zaman nicel ölçek çalışmalarında görünmez kalmaktadır. Spor ortamının bedensel deneyimi biçimlendiren yönünü görünür kılmak için nitel görüşmeler, odak grup çalışmaları, gözlem ve karma yöntem desenleri kullanılabilir (Prichard & Tiggemann, 2008).

Dördüncü alan, beden işlevselliği ve beden nötrlüğü temelli müdahalelerin spor programlarına nasıl entegre edilebileceğidir. Literatürde beden işlevselliğine odaklanan yazma, yoga ve beden farkındalığı temelli çalışmalar olumlu sonuçlar göstermektedir; ancak bu yaklaşımların fitness merkezleri, okul beden eğitimi, üniversite spor programları ve belediye spor hizmetleri gibi yaygın uygulama alanlarına nasıl uyarlanacağı daha fazla araştırılmalıdır (Alleva et al., 2015a; Cox et al., 2017; Jankauskiene et al., 2024).

Beşinci alan, yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik filtrelerinin spor temsilleri üzerindeki etkisidir. Mevcut çalışmalar güzellik filtrelerinin beden algısı üzerindeki etkilerini göstermeye başlamıştır; ancak filtrelenmiş spor görsellerinin

kadınların egzersiz motivasyonu, beden memnuniyeti, kendini nesneleştirme ve spora devam niyeti üzerindeki etkileri henüz sınırlı biçimde incelenmiştir (Doh et al., 2025; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025). Bu nedenle deneysel çalışmalar, farklı görsel içerik türlerinin kadınların beden algısı ve spor davranışı üzerindeki etkisini karşılaştırabilir.

Altıncı öneri, spor bilimleri araştırmalarında dijital medya okuryazarlığı değişkeninin daha fazla kullanılmasıdır. Kadınların sosyal medya içeriklerini eleştirel okuma becerisi, filtreli görselleri tanıma düzeyi, algoritmik önerileri fark etme kapasitesi ve beden çeşitliliğine yönelik tutumları, spor deneyimlerini etkileyebilir. Bu değişkenlerin beden algısı, spora katılım, egzersiz motivasyonu ve psikolojik iyi oluşla birlikte modellenmesi, yeni araştırmalar için güçlü bir alan sunmaktadır.

9. Sonuç

Kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisi, çağdaş toplumda giderek daha karmaşık bir hâl almaktadır. Spor, kadınlar için bedensel güçlenme, öz güven, psikolojik iyi oluş ve toplumsal katılım açısından önemli bir potansiyel taşımaktadır. Ancak bu potansiyel, görünüş odaklı kültür, sosyal medya baskısı, fitness içerikleri ve algoritmik güzellik normlarıyla karşılaştığında zayıflayabilir. Kadın bedeni spor yoluyla özgürleşebileceği gibi, dijital kültür içinde yeniden sergilenen, karşılaştırılan ve denetlenen bir bedene de dönüşebilir.

Bu bölümde tartışılan temel mesele, sporun kadın bedenini nasıl konumlandığıdır. Eğer spor yalnızca zayıflama, sıkılaşma, güzelleşme ve beğenilebilir görüne amacıyla sunulursa, kadınların beden algısı üzerindeki baskılar yeniden üretilebilir. Ancak spor, beden işlevselliği, hareketten haz alma, güçlenme, beden kabulü ve öz yeterlik temelinde sunulduğunda, kadınların bedenleriyle daha sağlıklı ve özgürleştirici bir ilişki kurmasına katkı sağlayabilir (Alleva et al., 2020; Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Sosyal medya ve algoritmik güzellik kültürü, bu tartışmanın en güncel boyutunu oluşturmaktadır. Kadınlar artık yalnızca geleneksel medya imgeleriyle değil, filtrelenmiş, düzenlenmiş, yapay zekâ tarafından üretilmiş ve algoritmalar tarafından öne çıkarılmış bedenlerle karşılaşmaktadır. Bu durum, beden algısını bireysel bir psikolojik mesele olmaktan çıkararak dijital kültürün ve platform ekonomisinin ürettiği toplumsal bir sorun hâline getirmektedir. Dolayısıyla kadınlarda spor ve beden algısını ele alan çalışmaların dijital güzellik normlarını ve algoritmik görünürlük mekanizmalarını da dikkate alması gerekmektedir. Bu çerçevede, sosyal medya ve dijital görsel teknolojilerin beden algısı üzerindeki etkilerini yalnızca bireysel kullanım alışkanlıklarıyla değil, platformların görünürlük ve estetik norm üretme biçimleriyle birlikte

değerlendirmeyi gerektirir (Doh et al., 2025; Schroeder & Behm-Morawitz, 2025; Vandenbosch et al., 2022).

Bölümün temel önerisi, kadınların spor deneyiminde ‘sergilenen beden’ anlayışından ‘hareket eden beden’ anlayışına geçilmesidir. Bu geçiş yalnızca bireysel farkındalıkla değil; spor ortamlarının, antrenör dilinin, sosyal medya temsillerinin, eğitim programlarının ve dijital medya okuryazarlığının dönüşümüyle mümkündür. Kadın bedeni, sürekli düzenlenmesi ve onaylanması gereken bir görüntü değil; hareket eden, hisseden, güçlenen, değişen ve yaşamı taşıyan bir varoluş alanı olarak görülmelidir.

Sonuç olarak, kadınlarda spor ve beden algısı üzerine geliştirilecek çağdaş bir yaklaşım, fiziksel aktiviteyi yalnızca sağlık davranışı olarak değil, bedenle kurulan ilişkinin toplumsal ve dijital koşullar içinde yeniden üretildiği bir alan olarak ele alınmalıdır. Bu yaklaşım, spor bilimleri açısından daha kapsayıcı, daha eleştirel ve daha insani bir zemin sunmaktadır. Kadınların spora katılımını artırmanın yolu, onları yalnızca daha çok hareket etmeye çağırarak değil; hareket ettikleri bedenleriyle daha güvenli, daha saygılı ve daha özgür bir ilişki kurabilecekleri koşulları oluşturmaktan geçmektedir.

Bu bölümün temel katkısı, kadınlarda spor ve beden algısı ilişkisini yalnızca fiziksel aktivite, sağlık ya da beden memnuniyeti çerçevesinde değil; sosyal medya, fitspiration, yapay zekâ filtreleri ve algoritmik güzellik normlarıyla birlikte değerlendiren bütüncül bir kavramsal model önermesidir. Bu model, sporun kadın bedeni için özgürleştirici potansiyelini görünür kılarken, dijital kültürün bu potansiyeli nasıl estetik denetime dönüştürebildiğini de açıklamaktadır.

Kaynakça

- Alleva, J. M., Martijn, C., Van Breukelen, G. J. P., Jansen, A., & Karos, K. (2015a). Expand Your Horizon: A programme that improves body image and reduces self-objectification by training women to focus on body functionality. *Body Image*, 15, 81–89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.07.001>
- Alleva, J. M., Sheeran, P., Webb, T. L., Martijn, C., & Miles, E. (2015b). A meta-analytic review of stand-alone interventions to improve body image. *PLOS ONE*, 10(9), Article e0139177. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0139177>
- Alleva, J. M., Tylka, T. L., Van Oorsouw, K., Montanaro, E., Perey, I., Bolle, C., & Webb, J. B. (2020). The effects of yoga on functionality appreciation and additional facets of positive body image. *Body Image*, 34, 184–195. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.06.003>
- Avalos, L., Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2005). The Body Appreciation Scale: Development and psychometric evaluation. *Body Image*, 2(3), 285–297. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.06.002>
- Campbell, A., & Hausenblas, H. A. (2009). Effects of exercise interventions on body image: A meta-analysis. *Journal of Health Psychology*, 14(6), 780–793. <https://doi.org/10.1177/1359105309338977>
- Carrotte, E. R., Prichard, I., & Lim, M. S. C. (2017). “Fitspiration” on social media: A content analysis of gendered images. *Journal of Medical Internet Research*, 19(3), Article e95. <https://doi.org/10.2196/jmir.6368>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. Guilford Press.
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #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. <https://doi.org/10.1177/1461444819826530>
- Cox, A. E., Ullrich-French, S., Howe, H. S., & Cole, A. N. (2017). A pilot yoga physical education curriculum to promote positive body image. *Body Image*, 23, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.07.007>
- Cox, A. E., Ullrich-French, S., Cole, A. N., & D’Hondt-Taylor, M. (2019). The roles of self-compassion, body surveillance, and body appreciation in predicting intrinsic motivation for physical activity: Cross-sectional associations and prospective changes within a yoga context. *Body Image*, 29, 110–117. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.002>
- Davelaar, C. M. F., Araújo-Soares, V., Kwasnicka, D., & Sniehotta, F. F. (2021). Body image and its role in physical activity: A systematic review. *Cureus*, 13(2), Article e13379. <https://doi.org/10.7759/cureus.13379>
- Dijkslag, I. R., Block Santos, L., Irene, G., & Ketelaar, P. (2024). To beautify or uglify! The effects of augmented reality face filters on body satisfaction

- moderated by self-esteem and self-identification. *Computers in Human Behavior*, 159, Article 108343. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108343>
- Doh, M., Canali, C., & Oliver, N. (2025). Filters of identity: AR beauty and the algorithmic politics of the digital body. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2506.19611>
- Easton, S., Morton, K., Tappy, Z., Francis, D., Dennison, L., & May, C. (2018). Young people's experiences of viewing the fitspiration social media trend: Qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), Article e219. <https://doi.org/10.2196/jmir.9156>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003100041>
- Gualdi-Russo, E., Rinaldo, N., & Zaccagni, L. (2022). Physical activity and body image perception in adolescents: A systematic review. *Healthcare*, 10(10), Article 1944. <https://doi.org/10.3390/healthcare10101944>
- Gulati, A., Martínez-García, M., Fernández, D., Lozano, M. A., Lepri, B., & Oliver, N. (2024). What is beautiful is still good: The attractiveness halo effect in the era of beauty filters. *Royal Society Open Science*, 11, Article 240882. <https://doi.org/10.1098/rsos.240882>
- Güven, G., & Yalız Solmaz, D. (2022). Kadın ve erkek bireylerin fiziksel aktivite düzeyleri ve beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *International Journal of Sport Exercise and Training Sciences - IJSETS*, 8(2), 56–70. <https://izlik.org/JA63RC98RS>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered ea-

- ting outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Jankauskiene, R., Baceviciene, M., & Pajaujiene, S. (2024). Mindful monitoring and accepting the body in physical activity mediates the associations between physical activity and positive body image in a sample of young physically active adults. *Frontiers in Sports and Active Living*, 6, Article 1360145. <https://doi.org/10.3389/fspor.2024.1360145>
- Javornik, A., Marder, B., Barhorst, J. B., McLean, G., Rogers, Y., Marshall, P., & Warlop, L. (2022). ‘What lies behind the filter?’ Uncovering the motivations for using augmented reality (AR) face filters on social media and their effect on well-being. *Computers in Human Behavior*, 128, Article 107126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107126>
- Jerónimo, F., Carraça, E. V., Markland, D., Silva, M. N., & Teixeira, P. J. (2022). Effects of fitspiration content on body image: A systematic review. *Eating and Weight Disorders*, 27, 3017–3035. <https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-4>
- Kerner, C., Haerens, L., & Kirk, D. (2022). A systematic review exploring body image programmes and interventions in physical education. *European Physical Education Review*, 28(4), 942–967. <https://doi.org/10.1177/1356336X221097318>
- Mahlo, L., & Tiggemann, M. (2016). Yoga and positive body image: A test of the embodiment model. *Body Image*, 18, 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.06.008>
- Menzel, J. E., & Levine, M. P. (2011). Embodying experiences and the promotion of positive body image: The example of competitive athletics. In R. M. Calogero, S. Tantleff-Dunn, & J. K. Thompson (Eds.), *Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions* (pp. 163–186). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12304-008>
- Moradi, B., & Huang, Y.-P. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32(4), 377–398. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x>
- Panão, I., & Carraça, E. V. (2020). Effects of exercise motivations on body image and eating habits/behaviours: A systematic review. *Nutrition & Dietetics*, 77(1), 41–59. <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12575>
- Paxton, S. J., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J., & Eisenberg, M. E. (2006). Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 35(4), 539–549. https://doi.org/10.1207/s15374424jccp3504_5
- Prichard, I., & Tiggemann, M. (2008). Relations among exercise type, self-objectification, and body image in the fitness centre environment: The role

- of reasons for exercise. *Psychology of Sport and Exercise*, 9(6), 855–866. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2007.10.005>
- Rodgers, R. F., & Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, part I: A review of empirical support. *Adolescent Research Review*, 1, 95–119. <https://doi.org/10.1007/s40894-015-0016-6>
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social networking site use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
- Schaefer, L. M., & Thompson, J. K. (2014). The development and validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised (PACS-R). *Eating Behaviors*, 15(2), 209–217. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.01.001>
- Schroeder, M., & Behm-Morawitz, E. (2025). Digitally curated beauty: The impact of slimming beauty filters on body image, weight loss desire, self-objectification, and anti-fat attitudes. *Computers in Human Behavior*, 165, Article 108519. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108519>
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 128(5), 825–848. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.128.5.825>
- Sun, L., Wei, M., Sun, Y., Suh, Y. J., Shen, L., & Yang, S. (2024). Smiling women pitching down: Auditing representational and presentational gender biases in image-generative AI. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), Article zmad045. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad045>
- Szabolics, J., Malos, S., & Balaban, D. C. (2023). Adolescents' augmented reality filter usage on social media, developmental process, and well-being. *Media and Communication*, 11(4), 129–139. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i4.7016>
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63, 79–90. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630–633. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>

- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). “Strong is the new skinny”: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23(8), 1003–1011. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>
- Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 14, 118–129. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
- UNESCO. (2024). Fit for Life sport and gender equality game plan: Guidelines for gender-transformative sport policies and programmes. UNESCO Publishing. <https://doi.org/10.54678/OLBR4926>
- van den Berg, P., Thompson, J. K., Obremski-Brandon, K., & Coovert, M. (2002). The Tripartite Influence model of body image and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation testing the mediational role of appearance comparison. *Eating Behaviors*, 3(3), 243–260. [https://doi.org/10.1016/S1471-0153\(02\)00008-3](https://doi.org/10.1016/S1471-0153(02)00008-3)
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2012). Understanding sexual objectification: A comprehensive approach toward media exposure and girls’ internalization of beauty ideals, self-objectification, and body surveillance. *Journal of Communication*, 62(5), 869–887. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01667.x>
- Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, Article 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & 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(2), 106–116. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.01.001>
- Wood-Barcalow, N. L., Alleva, J. M., & Tylka, T. L. (2024). Revisiting positive body image to demonstrate how body neutrality is not new. *Body Image*, 50, Article 101741. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101741>
- World Health Organization. (2024). Physical activity. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>
- Zhang, Y., Wen, Z., Zhu, Y., & Guan, G. (2024). Effects of physical exercise on body esteem among females: A meta-analysis. *BMC Public Health*, 24, Article 3387. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-20861-7>