

NARSİSİSTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK(HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Melike SELÇUK ARPINAR¹ 

Özet

Ortoreksiya nervoza temel besin alımını engelleyecek düzeyde genel sağlık durumunu bozan ve işlevselliği etkileyecek derecede sağlıklı beslenme konusunda obsesif bir tutumla karakterize olan bir yeme bozukluğu hastalıktır. Hedonik tüketim haz ve zevk almaya aşırı düşkünlük davranışı doğrultusunda alışveriş yapmak, ekonomik etkinliğin, satın alma davranışının haz almanın en yüksek derecesine varacak şekilde yapılması olarak tanımlanmıştır. Araştırmada narsisistik kişilik envanteri, ortoreksiya nervoza ölçeği ve hedonik tüketim ölçeği kullanılmıştır. Veriler SPSS istatistik programıyla değerlendirilmiştir. Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini belirlemek için frekans ve yüzde analizleri, ölçeklerin incelenmesinde ortalama ve standart sapma yöntemleri kullanılmıştır. Katılımcıların ölçek düzeylerini belirleyen boyutlar arasındaki ilişkiler için ise korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Araştırmaya katılan 184 kişinin 129'u kadın, 55'i erkek olarak dağılmaktadır. Katılanların "narsisistik kişilik" ortalaması 6,554 "hedonik tüketim" ortalaması 2,817 "ortoreksiya" ortalaması 37,500 araştırmaya katılanların narsisistik kişilik özellikleri, hedonik tüketim ve ortoreksiya özellikleri orta üzeri düzeyde bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Narsistik Kişilik, Hedonik Tüketim, Ortoreksiya Nervoza

A RESEARCH ON THE EFFECT OF NARCISISTIC PERSONALITY FEATURES ON ORTHOREXIA NERVOSA AND HEDONIC CONSUMPTION

Abstract

Orthorexia nervosa is an eating disorder that is characterized by an obsessive attitude towards healthy eating, which impairs general health at a level that prevents basic nutrient intake and affects functionality. Hedonic consumption is defined as shopping in line with the behavior of excessive fondness for pleasure and pleasure, and economic efficiency, purchasing behavior to reach the highest level of pleasure. Narcissistic personality inventory, orthorexia nervosa scale and hedonic consumption scale were used in the research. The data were evaluated with the SPSS statistical program. Frequency and percentage analyzes were used to determine the descriptive characteristics of the participants, and mean and standard deviation methods were used to analyze the scales. Correlation and regression analyzes were used for the relationships between the dimensions determining the scale levels of the participants. As mothers, 184 people, 129 women and 55 men, are distributed in the study. "Narcissistic personality" 6,554 "hedonic personality" averages 2,817 average 37,500 targets narcissistic personality traits, hedonic effects, or are targeted on moderate.

Keywords: Narcissistic Personality, Hedonic Consumption, Orthorexia Nervosa

¹Melike Selçuk ARPINAR Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye

Email: melikeselcuk@marmara.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1895-4051

Gönderilme Tarihi: 17.06.2022

Kabul Tarihi: 22.07.2022

Yayın Tarihi: 30.12.2022

1. Giriş

1.1. Ortoreksiya Nervosa

Ortoreksiya nervosa; Dr. Steven Bratman tarafından 1997 yılında tanımlanan yeni bir yeme bozukluğudur. Temel besin gereksinimini engelleyecek düzeyde sıkı diyetlerle ve sağlıklı yiyecekler konusunda obsesif bir tutumla karakterize olan bir hastalıktır. Ortoreksiyalı hastaların anoreksiya ve bulimiyadan farkı yiyeceğin miktarı değil kalitesi ile ilgili endişe duymalarıdır (Park, Kim, Go, Jeon, Pyo, Kwon, 2011). Ortoreksiya, istemsizce alınan/alınma ihtimali olan sağlıklı gıdalar ile kademeli olarak artan şekilde duygusal rahatsızlık ve kendini cezalandırma davranışı ile belirli bir durumdur. Bu kademeli olarak artan huzursuzluk sağlıklı beslenme ile ilgili düşüncelerin günün her anında ana mesele olarak kişiyi meşgul etmesi hayatın birçok alanında ortaya çıkar, özsaygı, değer ve yaşamın anlamının birincil kaynağı haline gelir.

Besin seçimi esnasında alışverişlerde saatlerce paketleri incelemek, kanserojen, katkı maddeleri, hormon, boya, yemeklerin pişirileceği kaplardan kullanılan kaşık vs. kadar tüm mutfak ekipmanlarının ve tüm gıdaların aşırı şekilde incelenmesi, önemli olan tek unsurun sağlıklı beslenme ve sağlığa zarar vermeyen şekilde yaşama inancı, gıdaların emilim düzeyleri vb gibi birçok özelliklerine dair aşırı bilgi sahibi olma ihtiyacı, gıdalarla ilgili araştırma yapma ve bilinçlenmeye dair aşırı bir çaba gösterilmesi. Bu durum sosyal izolasyon, psikolojik ve hatta fiziksel problemlere neden olabilir. Sağlıklı beslenme arayışı sağlıklı bir davranış olabilir (Öztürk, Ayhan, 2017).

Sağlıklı beslenme çabası obsesyona dönmediği sürece ortoreksiya değildir. Sağlıklı beslenme diyetleri gıdaların insan hayatındaki bir takım temel gereksinimleriyle olan ilişkisini bozma sınırını aştığında ortoreksiyaya dönüşür. Sağlıklı beslenme ve ortoreksiya arasında keskin bir çizgi yoktur. Ancak sağlıklı beslenme alışkanlığı kişinin ruhsal veya fiziki sağlığını bozmaya başladığında, takıntı halini aldığı veya yalnızlaştırmaya başladığında kısacası sağlığı iyileştirme amacından çıktığında ortoreksiyaya dönmeye başlamıştır.

Henüz DSM tanı kriterlerinde yer almamasına rağmen, belirli renkte gıdaların alınması, sebzelerin çiğ olarak tüketilmesi, yapay olan her şeye karşı aşırı duyarlılık, aşırı doğal ve organik

NARSİSİTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

besin arayışı, aksi durumda ciddi ruhsal sıkıntı ve huzursuzluk, sosyal izolasyon gibi bir takım sağlıklı beslenme çabaları ortoreksiyanın patolojik bir saplantı olduğuna yönelik çalışmalar ve araştırmalar gittikçe artmakta ve bu patolojik durum literatürde obsesif kompulsif belirtilerle ilişkilendirilmektedir (Dunn, Bratman, 2016). Yapılan çalışmalara göre gerek klasik medyadaki sağlıklı beslenme ve zayıflamaya yönelik program ve bilgiler gerekse sosyal medyanın güzellik algısına yönelik baskısının ortoreksiya gelişmesinde önemli derecede etkileri vardır (Atik, Bircik, 2017).

2. Hedonik (Hazcı) Tüketim

TDK ya göre “hazcılık” (hedonizm) (Türkçe Sözlük, 2005); “*Hazza, fiziksel zevke hastalık derecesinde düşkünlük*” veya “*Ekonomik etkinliğin, hazzın en yüksek derecesine varacak biçimde geliştirilmesi öğretisi*” şeklinde de tanımlanabilir (<http://www.tdksozluk.com>)

Hedonizm hazzı baz alan ahlak felsefesi akımlarından biridir. Mutluluk haz ve zevk esaslı bir kavramdır, yaşamın anlamı ve amacı zevkten ibarettir. Hayatta yapılabilecek en büyük iyilik ve doğruluk zevk almaktır. İnsanın kendine zevk veren şeyleri benimseyip acı veren şeylerden kaçınması ve psikolojik olarak tatmin olması ilkesine dayanan bu akımda hazzın ne olduğuyla ilgili ortak bir yaklaşım olmamakla beraber insana anlık olarak iyilik sağlayan ve acıdan uzak tutan iradenin asıl amacı olarak ifade edilebilir (Ocak, 2012).

Hedonizm 2 ye ayrılır. Birincisi hazzın yaşamın temel amacı olduğu görüşüne dayanan felsefik hedonizm, ikincisi ise temel olanın bireyin zevk ve haz duydukları için güdülenmesi görüşüne dayalı psikolojik hedonizmdir (Fettahlıoğlu, Yıldız, Birin, 2014). Arzu, istek ve ihtiyaç tüketime yol neden olan temel sebeplerdir. Geleneksel toplumlar tüketimi ihtiyaca dayalı bir gereksinim olarak yaşarken, günümüzde modern toplumlarda fiziki gereksinimden ziyade psikolojik ihtiyaca, arzu temelli hedonist bir tutuma dönüşmüştür. İhtiyaç, istek ve arzu farkları Russel tarafından şu şekilde belirtilmiştir.

Faydacı tüketimin zıddı olan hedonik tüketimde ürün ve hizmetin somut faydası değil zevk ve haz tatmini ön plandadır. Hedonik tüketimin kişiye kazanımı, alışveriş davranışıyla mevcut sorun ve sorumlulukların sıkıntı verici taraflarından uzaklaşma, aile ile yapılan sosyal aktivite ve yeni sosyal ilişkiler edinmek, mağaza gezerek bundan haz almak şeklinde ifade edilebilir (Özcan, 2007). Mevcut kültürde tüketerek mutlu olma davranışı insanları ve toplumları giderek daha narsisistik bir yapıya yöneltmekte bu da doyumsuzluğa ve bir türlü tatmin edilemeyen isteklere neden olmaktadır (Dal, 2017).

3. Narsisizma

İlk olarak 1885 yılında Havelock Ellis'in kullanımıyla literatüre giren narsisizm, genel anlamda hayatının tüm an ve süreçlerinde istikrarlı bir şekilde kişinin kendini aşırı şekilde sevmesi, beğenmesi, ruhsal ve bedensel varlığına ilişkin aşırı bağlılık, üstünlük iddiası ve arzusu ile yaşamını ifade etmektedir (Tarkan,2016). Bireysel gelişim sürecinin bebeklik ve çocukluk döneminde ilgi, sevgi güven gibi bir takım temel gereksinimlerin karşılanamamasından kaynaklanan duygusal eksikliğin giderilmesi için ergenlik ve genç yetişkinlikten itibaren kişi birtakım arayışlar içine girmeye başlar. Gereksinim duyulan ihtiyacın zaman ve kişilerinin mevcut süreçte mümkün olmamasından dolayı gereksinim hedef ve boyut değiştirmeye başlar. Kişinin ilişkide olduğu herkesten bu sevgi, ilgi ve güven arayışına girmesi ve sürekli bu yönde çaba göstermeye başlaması bencilce, kibirli ve grandiyöz olarak algılanmaya başlayacaktır (Altunoğlu, Kocakula, 2017).

Elbette ki narsisistik özellikler gösteren her insanın narsisistik kişilik bozukluğuna sahip olduğu söylenemez. Kişilik bozukluğu ve kişilik özelliği ayrımında en önemli unsur kişinin iç görüşünün yerinde olup olmadığıdır. Narsisistik benlik isre kişinin hayatında mutlu olmasını, başarı ve sahip olduklarından dolayı gurur duyması ve temel motivasyonunu sağlamakta, yanlışlarından dolayı ise utanç gibi olumsuz duyguları yaşammasını sağlamaktadır. Patolojik olmayan narsizma kişi hayatındaki problemlerle baş etme mekanizması geliştirmekte, patolojik narsizmada ise kişi baş etmeye çalışmak yerine benliğini kalkan haline getirmektedir (Atay2009).

NARSİSİSTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Mental rahatsızlıkların tanı el kitabı (DSM-5) e göre: “*Özsever (Narsisistik) Kişilik Bozukluğu*¹ Aşağıdakilerden beşi (ya da daha çoğu) ile belirli, erken erişkinlikte başlayan ve değişik bağlamlarda ortaya çıkan, büyülenme (düşlemlerde ya da davranışlarda), beğenilme gereksinimi ve eşduyum yapamama ile giden yaygın bir örüntü: 1. Büyüklenir (örn. başarılarını ve yeteneklerini abartır; gösterdiği başarılarla oransız bir biçimde, üstün biri olarak görülme beklentisi içindedir). 2. Sınırsız başarı, güç, zekâ, güzellik ya da yüce bir sevgi düşlemleriyle uğraşır durur. 3. “Özel” ve eşi, benzeri bulunmaz biri olduğuna ve ancak özel ya da üstün diğer kişilerce (ya da kurumlarca) anlaşılabilceğine ve ancak onlarla ilişki kurması gerektiğine inanır. 4. Çok beğenilmek ister. 5. Hak ettiği duygusu içindedir (özellikle kayırılacak bir tedavi göreceğine ya da her ne istiyorsa yapılacağına ilişkin anlamsız beklentiler içinde olma). 6. Kendi çıkarı için başkalarını kullanır (kendi amaçlarına ulaşmak için başkalarından yararlanır). 7. Eşduyum yapamaz: Başkalarının duygularını ve gereksinmelerini anlamak istemez. 8. Sıklıkla başkalarını kıskanır ya da başkalarının kendisini kıskandığına inanır 9. Başkalarına saygısız davranır, kendini beğenmiş davranışlar ya da tutumlar sergiler.”

Kaynak: Köroğlu, E. (2013: 333). Dsm - 5 Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabı HYB Yayıncılık

4. Araştırma

4.1. Verilerin İstatistiksel Analizi

Veriler SPSS 22.0 istatistik programıyla değerlendirilmiştir. Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini belirlemek için frekans ve yüzde analizleri, ölçeklerin incelenmesinde ortalama ve standart sapma yöntemleri kullanılmıştır. Katılımcıların ölçek düzeylerini belirleyen boyutlar arasındaki ilişkiler için ise korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır.

4.2. Narsisistik Kişilik Envanteri

Çalışmada, Raskin ve Terry'nin (1988) 40 maddelik Narsisistik Kişilik Envanteri'nin (NKE-40), Ames, Rose ve Anderson (2006) tarafından 16 maddeye indirgenmiş halininin, Güngör ve Selçuk, tarafından Türkçe'ye uyarlanmış versiyonu olan 16 maddelik Narsisistik Kişilik Envanteri kullanılmıştır. NKE-16 Narsisistik Kişilik Envanteri'ndeki 1; 3; 6; 8; 9; 11; 14; 16 numaralı maddelerdeki 1. satırdaki ifadeler ve 2; 4; 5; 7; 10; 12; 13; 15 numaralı maddelerde 2. satırdaki ifadeler narsisizmle tutarlı olan ifadeleri göstermektedir. Ölçekten alınan puanlar 0 ile 16 arasında değişmektedir.

4.3. Orto-15 Testi Değerlendirme

Bireylerin ortoreksiya düzeyini belirlemek amacıyla ORTO-15 ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek 15 maddelik bir özdeğerlendirme ölçeğidir. Ölçekteki soruların cevaplarına 1 ile 4 puan verilmektedir, 1 puan ortorektik davranışı, 4 puan ortorektik olmayan davranışı göstermektedir, toplam puan en az 15, en fazla 60 dır. Puanlama sisteminden anlaşıldığı üzere yüksek puan normal, düşük puan ortorektik davranışları belirtir.

4.4. Hedonik Tüketim Ölçeği

Hedonik Tüketim ölçeği: Tüketicilerin hedonik tüketime olan eğilimlerini belirlemek amacıyla Hedonik tüketim ölçeği: 21 sorudan oluşan ve 5'li Likert olarak sunulan ölçek 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum' u ifade etmektedir.

5. Bulgular ve Yorumlar

Araştırmaya katılanların tanımlayıcı özelliklerine yönelik bulgular aşağıda yer almaktadır.

NARSİSİTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Tablo 1. Katılanların Tamamlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	129	70,1
Erkek	55	29,9
Yaş		
18-24	75	40,8
25-29	45	24,5
30-34	35	19,0
35 Ve Üzeri	29	15,8
Eğitim Düzeyi		
Lise	8	4,3

Üniversite	104	56,5
Lisansüstü	72	39,1
Medeni Durum		
Bekar	130	70,7
Evli	54	29,3
Meslek		
Serbest Meslek	13	7,1
Memur	57	31,0
Emekli	2	1,1
İşsiz	16	8,7
Ev Hanımı	6	3,3

NARSİSİTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Öğrenci	72	39,1
İş Sahibi	18	9,8
Gelir		
10000 Tl Ve Altı	55	29,9
10000-20000	29	15,8
20000-30000	25	13,6
30000 Tl Üzeri	75	40,8

- Katılanlar cinsiyete göre 129'u (%70,1) kadın, 55'i (%29,9) erkek olarak dağılmaktadır.
- Katılanlar yaşa göre 75'i (%40,8) 18-24, 45'i (%24,5) 25-29, 35'i (%19,0) 30-34, 29'u (%15,8) 35 ve üzeri olarak dağılmaktadır.
- Katılanlar eğitim düzeyine göre 8'i (%4,3) lise, 104'ü (%56,5) üniversite, 72'si (%39,1) lisansüstü olarak dağılmaktadır.

•

- Katılanlar medeni duruma göre 130'u (%70,7) bekar, 54'ü (%29,3) evli olarak dağılmaktadır.
- Katılanlar mesleğe göre 13'ü (%7,1) serbest meslek, 57'si (%31,0) memur, 2'si (%1,1) emekli, 16'sı (%8,7) işsiz, 6'sı (%3,3) ev hanımı, 72'si (%39,1) öğrenci, 18'i (%9,8) iş sahibi olarak dağılmaktadır.
- Katılanlar gelire göre 55'i (%29,9) 10000 tl ve altı, 29'u (%15,8) 10000-20000, 25'i (%13,6) 20000-30000, 75'i (%40,8) 30000 tl üzeri olarak dağılmaktadır.

Tablo 2. Narsisistik Kişilik, Hazcı Alışveriş ve Ortoreksiya Puan Ortalamaları

	N	Ort	Ss	Min.	Maks.	Kurtosis	Skewness	Alpha
Narsisistik Kişilik	184	6,554	2,422	2,000	13,000	0,000	0,000	0,000
Hazcı Alışveriş Toplam	184	2,817	0,819	1,000	4,680	0,000	0,000	0,000
Macera İçin Alışveriş	184	2,670	1,045	1,000	5,000	0,000	0,000	0,000
Fikir Edinmek İçin Alışveriş	184	3,250	1,039	1,000	5,000	0,000	0,000	0,000
Başkalarını Mutlu Etmek İçin Alışveriş	184	3,147	1,018	1,000	5,000	0,000	0,000	0,000
Sosyal Amaçlı Alışveriş	184	2,535	1,022	1,000	5,000	0,000	0,000	0,000
Fırsatları Yakalamak İçin Alışveriş	184	2,609	1,054	1,000	5,000	0,000	0,000	0,000
Ortoreksiya	184	37,500	6,503	24,000	56,000	0,000	0,000	0,000

NARSİSİSTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Katılanların “narsisistik kişilik” ortalaması $6,554 \pm 2,422$ (Min=2; Maks=13), “hazcı alışveriş toplam” ortalaması $2,817 \pm 0,819$ (Min=1; Maks=4.68), “macera için alışveriş” ortalaması $2,670 \pm 1,045$ (Min=1; Maks=5), “fikir edinmek için alışveriş” ortalaması $3,250 \pm 1,039$ (Min=1; Maks=5), “başkalarını mutlu etmek için alışveriş” ortalaması $3,147 \pm 1,018$ (Min=1; Maks=5), “sosyal amaçlı alışveriş” ortalaması $2,535 \pm 1,022$ (Min=1; Maks=5), “fırsatları yakalamak için alışveriş” ortalaması $2,609 \pm 1,054$ (Min=1; Maks=5), “ortoreksiya” ortalaması $37,500 \pm 6,503$ (Min=24; Maks=56), olarak saptanmıştır.

Tablo 3. Narsisistik Kişilik, Hazcı Alışveriş ve Ortoreksiya Puanları Arasında Korelasyon Analizi

		Narsisistik Kişilik	Hazcı Alışveriş Toplam	Macera İçin Alışveriş	Fikir Edinmek İçin Alışveriş	Başkalarını Mutlu Etmek İçin Alışveriş	Sosyal Amaçlı Alışveriş	Fırsatları Yakalamak İçin Alışveriş	Ortoreksiya
Narsisistik Kişilik	r	1,000							
	p	0,000							
Hazcı Alışveriş Toplam	r	0,557**	1,000						
	p	0,000	0,000						
Macera İçin Alışveriş	r	0,433**	0,810*	1,000					
	p	0,000	0,000	0,000					
Fikir Edinmek İçin Alışveriş	r	0,244**	0,683*	0,517*	1,000				
	p	0,001	0,000	0,000	0,000				

Başkalarını Mutlu Etmek İçin Alışveriş	r	0,325**	0,782*	0,537*	0,622**	1,000		
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
Sosyal Amaçlı Alışveriş	r	0,485**	0,825*	0,555*	0,349**	0,499**	1,000	
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
Fırsatları Yakalamak İçin Alışveriş	r	0,648**	0,835*	0,618*	0,320**	0,500**	0,750*	1,000
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Ortoreksiya	r	-0,553**	-0,590*	-0,485*	-0,213**	-0,367**	-0,508*	-0,688**
	p	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000

*P<0,05; **P<0,01; Korelasyon Analizi

Narsisistik kişilik, hazcı alışveriş toplam, macera için alışveriş, fikir edinmek için alışveriş, başkalarını mutlu etmek için alışveriş, sosyal amaçlı alışveriş, fırsatları yakalamak için alışveriş, ortoreksiya, puanları arasında korelasyon analizleri incelendiğinde; Hazcı alışveriş toplam ile narsisistik kişilik arasında $r=0.557$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Macera için alışveriş ile narsisistik kişilik arasında $r=0.433$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Macera için alışveriş ile hazcı alışveriş toplam

NARSİSİSTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

arasında $r=0.81$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Fikir edinmek için alışveriş ile narsisistik kişilik arasında $r=0.244$ pozitif ($p=0,001<0.05$), Fikir edinmek için alışveriş ile hazzcı alışveriş toplam arasında $r=0.683$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Fikir edinmek için alışveriş ile macera için alışveriş arasında $r=0.517$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Başkalarını mutlu etmek için alışveriş ile narsisistik kişilik arasında $r=0.325$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Başkalarını mutlu etmek için alışveriş ile hazzcı alışveriş toplam arasında $r=0.782$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Başkalarını mutlu etmek için alışveriş ile macera için alışveriş arasında $r=0.537$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Başkalarını mutlu etmek için alışveriş ile fikir edinmek için alışveriş arasında $r=0.622$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Sosyal amaçlı alışveriş ile narsisistik kişilik arasında $r=0.485$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Sosyal amaçlı alışveriş ile hazzcı alışveriş toplam arasında $r=0.825$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Sosyal amaçlı alışveriş ile macera için alışveriş arasında $r=0.555$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Sosyal amaçlı alışveriş ile fikir edinmek için alışveriş arasında $r=0.349$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Sosyal amaçlı alışveriş ile başkalarını mutlu etmek için alışveriş arasında $r=0.499$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Fırsatları yakalamak için alışveriş ile narsisistik kişilik arasında $r=0.648$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Fırsatları yakalamak için alışveriş ile hazzcı alışveriş toplam arasında $r=0.835$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Fırsatları yakalamak için alışveriş ile macera için alışveriş arasında $r=0.618$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Fırsatları yakalamak için alışveriş ile fikir edinmek için alışveriş arasında $r=0.32$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Fırsatları yakalamak için alışveriş ile başkalarını mutlu etmek için alışveriş arasında $r=0.5$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Fırsatları yakalamak için alışveriş ile sosyal amaçlı alışveriş arasında $r=0.75$ pozitif ($p=0,000<0.05$), Ortoreksiya ile narsisistik kişilik arasında $r=-0.553$ negatif ($p=0,000<0.05$), Ortoreksiya ile hazzcı alışveriş toplam arasında $r=-0.59$ negatif ($p=0,000<0.05$), Ortoreksiya ile macera için alışveriş arasında $r=-0.485$ negatif ($p=0,000<0.05$), Ortoreksiya ile fikir edinmek için alışveriş arasında $r=-0.213$ negatif ($p=0,004<0.05$), Ortoreksiya ile başkalarını mutlu etmek için alışveriş arasında $r=-0.367$ negatif ($p=0,000<0.05$), Ortoreksiya ile sosyal amaçlı alışveriş arasında $r=-0.508$ negatif ($p=0,000<0.05$), Ortoreksiya ile fırsatları yakalamak için alışveriş arasında $r=-0.688$ negatif ($p=0,000<0.05$), korelasyon bulunmuştur.

Tablo 4. Narsisistik Kişiliğin Hazcı Alışveriş ve Ortoreksiya Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Hazcı Alışveriş Toplam	Sabit	1,583	10,878	0,000	81,782	0,000	0,306
	Narsisistik Kişilik	0,188	9,043	0,000			
Macera İçin Alışveriş	Sabit	1,446	7,176	0,000	41,891	0,000	0,183
	Narsisistik Kişilik	0,187	6,472	0,000			
Fikir Edinmek İçin Alışveriş	Sabit	2,565	11,903	0,000	11,492	0,001	0,054
	Narsisistik Kişilik	0,105	3,390	0,001			
Başkalarını Mutlu Etmek İçin Alışveriş	Sabit	2,251	10,939	0,000	21,555	0,000	0,101
	Narsisistik Kişilik	0,137	4,643	0,000			
Sosyal Amaçlı Alışveriş	Sabit	1,194	6,248	0,000	55,985	0,000	0,231

NARSİSİTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

	Narsisistik Kişilik	0,205	7,482	0,000			
Fırsatları Yakalamak İçin Alışveriş	Sabit	0,762	4,436	0,000	131,474	0,000	0,416
	Narsisistik Kişilik	0,282	11,466	0,000			
Ortoreksiya	Sabit	47,233	40,781	0,000	80,206	0,000	0,302
	Narsisistik Kişilik	-1,485	-8,956	0,000			

Narsisistik kişilik ile hazzı alışveriş toplam arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=81,782$; $p=0,000<0.05$). Hazzı alışveriş toplam düzeyindeki toplam değişim %30.6 oranında narsisistik kişilik tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,306$). Narsisistik kişilik hazzı alışveriş toplam düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,188$).

Narsisistik kişilik ile macera için alışveriş arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=41,891$; $p=0,000<0.05$). Macera için alışveriş düzeyindeki toplam değişim %18.3 oranında narsisistik kişilik tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,183$). Narsisistik kişilik macera için alışveriş düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,187$).

Narsisistik kişilik ile fikir edinmek için alışveriş arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=11,492$; $p=0,001<0.05$). Fikir edinmek için alışveriş düzeyindeki toplam değişim %5.4 oranında narsisistik kişilik tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,054$). Narsisistik kişilik fikir edinmek için alışveriş düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,105$).

Narsisistik kişilik ile başkalarını mutlu etmek için alışveriş arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=21,555$; $p=0,000<0.05$). Başkalarını mutlu etmek için alışveriş düzeyindeki toplam değişim %10.1 oranında narsisistik kişilik tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,101$). Narsisistik kişilik başkalarını mutlu etmek için alışveriş düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,137$).

Narsisistik kişilik ile sosyal amaçlı alışveriş arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=55,985$; $p=0,000<0.05$). Sosyal amaçlı alışveriş düzeyindeki toplam değişim %23.1 oranında narsisistik kişilik tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,231$). Narsisistik kişilik sosyal amaçlı alışveriş düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,205$).

Narsisistik kişilik ile fırsatları yakalamak için alışveriş arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=131,474$; $p=0,000<0.05$). Fırsatları yakalamak için alışveriş düzeyindeki toplam değişim %41.6 oranında narsisistik kişilik tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,416$). Narsisistik kişilik fırsatları yakalamak için alışveriş düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,282$).

Narsisistik kişilik ile ortoreksiya arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=80,206$; $p=0,000<0.05$). Ortoreksiya düzeyindeki toplam değişim %30.2 oranında narsisistik kişilik tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,302$). Narsisistik kişilik ortoreksiya düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-1,485$).

6. Bulgular ve Sonuç

NARSİSİSTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Araştırmaya katılan 184 kişinin 129'u kadın, 55'i erkek olarak dağılmaktadır. Katılanların “narsisistik kişilik” ortalaması 6,554 “hedonik tüketim” ortalaması 2,817 “ortoreksiya” ortalaması 37,500 araştırmaya katılanların narsisistik kişilik özellikleri, hedonik tüketim ve ortoreksiya özellikleri orta üzeri düzeyde bulunmuştur. Katılımcıların ifadelerine göre yapılan analizde narsisistik kişilik özelliklerinin hedonik tüketim düzeyini arttırdığı görülmüştür. Narsisistik kişilik özellikleri hedonik tüketim alt faktörlerinden fikir edinmek ve macera için alışveriş düzeyini arttırmaktadır. Benzer bir çalışma Narsisizm Bağlamında Lüks Tüketim Ülker, Y. Tarafından 2021 yılında üniversite öğrencilerine uygulanmış ve bu çalışmaya benzer sonuçlar elde edildiği görülmüştür. Narsisistik kişilik özellikleri olan bireylerde hedonik tüketim ölçeğinin alt faktörleri olan başkalarını mutlu etmek, sosyal amaçlı alışveriş, fırsatları yakalamak için alışveriş düzeylerinde artış olduğu gözlenmiştir.

Bu çalışmada narsisistik kişilik özellikleri ile ortoreksiya arasında negatif anlamlı ilişki bulunmuştur. Narsisistik kişilik özelliklerinin ortoreksiya düzeyini azalttığı görülmüştür. Ayrıca hedonik tüketim ve ortoreksiya arasında da negatif anlamlı ilişki bulunmuştur. Buna göre ortorektik bireylerde hedonik tüketim azalmıştır. Benzer bir çalışma Kör, 2019 tarafından yapılmış ve bu çalışmadan farklı bir sonuç elde edilmiş narsisistik kişilik özelliklerinin ortorektik yeme bozukluğuyla pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Kaynakça

Altunoğlu, E. A., & Kocakula, Ö. (2017). Narsistik Kişilik Özelliklerinin Karar Süreçlerine Etkisi. *İstanbul Journal of Social Sciences*, 18.

Amerikan Psikiyatri Birliği, Ruhsal Bozuklukların Tanısal Ve Sayımsal Elkitabı, Beşinci Baskı (Dsm-5), Tanı Ölçütleri Başvuru Elkitabı'ndan, Çev. Köroğlu E, Hekimler Yayın Birliği, Ankara, 2014.

Ames, D.R., Rose, P., ve Anderson, C.P. (2006), The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality*, 40(4), 440-450.

Arusoğlu G, Sağlıklı Beslenme Takıntısı (Ortoreksiya) Belirtilerinin İncelenmesi, Orto-15 Ölçeğinin Uyarlanması. Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2006 (Danışman: Prof. Dr. Gülden Pekcan)

Atik, A., & Biricik, Z. Sağlıklı Beslenme Takıntısı (Ortoreksiya) Kapsamında Televizyon Sağlık Programlarının Format Yapılarının İncelenmesi. *Atatürk İletişim Dergisi*, (13), 87-102.

AYDIN, A. G. D. S. (2010). Hedonik alışverişin cinsiyet, gelir ve yerleşim büyüklüğüne göre farklılaşması üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3).

Dal, N . (2017). Tüketim Toplumu Ve Tüketim Toplumuna Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (19), 1-21. Doi: 10.20875/Makusobed.311006

Dunn, T. M., & Bratman, S. (2016). On orthorexia nervosa: A review of the literature and proposed diagnostic criteria. *Eating behaviors*, 21,11 17.

Furth EF, Varga M, Szabo SD, Thege BK, Tury F, (2014) When Eating Healthy is not Healthy: Orthorexia Nervosa and Its Measurement with the ORTO-15 in Hungary. *BMC Psychiatry* 2014:14-59.

Güngör, Nil Demet ve Selçuk, Fatma Ülkü. 2015. Narsistik Kişilik Envanteri (NKE-16): Türkçe Uyarlaması. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırma ve Eğitim Laboratuvarı (SAEL), Yayınlanmamış Tartışma Metni, sael.atilim.edu.tr.

NARSİSİSTİK KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ORTOREKSİYA NERVOZA VE HEDONİK (HAZCI) TÜKETİME ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Kör, C. S. Üniversite eğitimi gören kız öğrencilerde yeme tutumlarının, beden algısı ve narsisistik kişilik özelliği ile ilişkisi (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü) 2019.

Köroğlu, E. (2013) (Çeviri). Dsm - 5 Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabı, HYB Yayıncılık

Moroze R.M., Dunn, T. M., Holland, J. C., Yager, J., & Weintraub, P. (2015).

Microthinking about micronutrients: a case of transition from obsessions about healthy eating to near-fatal “orthorexia nervosa” and proposed diagnostic criteria. *Psychosomatics*, 56(4), 397-403.

Öztürk, A. G. M. E., & Ayhan, N. Y. Üniversite Öğrencilerinde Ortoreksiya Görülme Durumu Ve Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları İle İlişkisi.

Ülker, Y. (2021). Narsisizm Bağlamında Lüks Tüketim . Alanya Akademik Bakış , 5 (2) , 1015-1030 . DOI: 10.29023/alanyaakademik.829565.<http://www.orthorexia.com/>

Park, S. W., Kim, J. Y., Go, G. J., Jeon, E. S., Pyo, H. J., & Kwon, Y. J. (2011). Orthorexia Nervosa with Hyponatremia, Subcutaneous Emphysema, Pneumomediastinum, Pneumothorax, and Pancytopenia. *Electrolytes & Blood Pressure : E & BP*, 9(1), 32–37. <http://doi.org/10.5049/EBP.2011.9.1.32>.

Raskin, R., ve Terry, H. (1988), A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890-902.

Tarkan, OĞUZ. (2016). Çağdaş Narkisisos’lar: Facebook Kullanım Alışkanlıkları Ve Narsisizm. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9(2), 51-68.

Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 22(2), 277-284.