

## **Sağlıklı Beden Algısını Nudge’lamak**

### **Ece Zeynep Tırpan**

Son yıllarda sosyal medya platformları bireylerin beden algısını şekillendiren en güçlü çevresel faktörlerden biri hâline gelmiştir. Instagram, TikTok ve benzeri platformlarda sürekli olarak paylaşılan idealize edilmiş beden temsilleri, bireylerin kendilerini başkalarıyla karşılaştırmasına neden olabilmektedir. Sosyal karşılaştırma süreçleri özellikle genç kullanıcılar arasında beden memnuniyetsizliğinin artmasına ve görünüm odaklı öz değerlendirmelerin yaygınlaşmasına yol açabilmektedir.<sup>1</sup>

Beden memnuniyetsizliği yalnızca bireyin içsel bir psikolojik deneyimi değildir; aynı zamanda sağlıksız diyet davranışları, aşırı egzersiz ve yeme bozuklukları gibi riskli davranışlarla da ilişkilendirilen<sup>2</sup> çok boyutlu bir süreçtir. Bu süreçte psikolojik değerlendirmeler ve davranışlar birbirini güçlendirerek bir döngü oluşturur. Dahası, bu döngü bireylerin içinde bulunduğu sosyal ve çevresel bağlamdan bağımsız değildir. Bu nedenle sağlıklı beden algısını destekleyen müdahaleler; bireylerin içinde bulunduğu karar ortamının tasarımıyla da ele alınmalıdır.

### **İdealize beden algısı ve nesneleşme**

Davranış bilimi ölçümlerinde, özellikle öz bildirim temelli araştırmalarda, bireylerin kendilerini gerçekte olduklarından daha olumlu ya da toplumsal olarak daha kabul edilebilir biçimde sunma eğilimi önemli biçimde ortaya çıkar. Bu eğilim, literatürde “sosyal beğenirlik yanlılığı” olarak tanımlanır ve katılımcıların iyi kabul edilen davranışları abartarak, olumsuz değerlendirebilecek davranışları ise eksik bildirmesine yol açar.<sup>3</sup> Bu yönüyle sosyal beğenirlik yanlılığı, bireylerin kendilerini nasıl gördükleri ve nasıl sunmak istedikleri arasındaki farkı yansıtan psikososyal bir göstergedir.

Günümüzde bu yanlılık, araştırma bağlamıyla sınırlı kalmayıp, daha geniş bir kültürel dinamikle iç içe geçmektedir. Özellikle dijitalleşme ve görünürlük ekonomisinin etkisiyle bireyler, sosyal onay ve beğeni üzerinden kimliklerini inşa etme eğilimindedir. Bu çerçevede ele alındığında, sosyal beğeni kazanma yöneliminin yol açtığı idealize beden algısı, toplum içinde belirli bir beden tipinin norm veya başarı göstergesi olarak kabul edilmesiyle oluşur. Sürekli olarak belirli beden tiplerinin öne çıkarılması diğer beden çeşitliliklerinin görünmez hâle gelmesine neden olabilir.

Sosyal medya ortamında ince, kaslı veya “kusursuz” bedenlerin sıklıkla sergilenmesi bireylerin kendi bedenlerini değerlendirme biçimlerini değiştirebilir ve zamanla beden algısının nesneleşmesine yol açabilir.<sup>4</sup> Psikoloji literatüründe bu süreç öz-nesneleşme (self-objectification) olarak tanımlanmaktadır. Öz-nesneleşme, bireyin kendi bedenini dışarıdan gözlemlenen bir nesne gibi değerlendirmeye başlaması anlamına gelir.<sup>5</sup> Bu durumda bireyler bedenlerini sağlık veya işlev üzerinden değil, görünüm üzerinden değerlendirmeye daha yatkın hâle gelir.

Araştırmalar öz-nesneleşmenin beden memnuniyetsizliği, özsaygı düşüşü ve yeme bozukluğu riskleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir.<sup>6</sup> Bu nedenle idealize beden standartlarının

yaygınlaşması yalnızca estetik bir mesele değil, aynı zamanda önemli bir halk sağlığı konusu olarak da değerlendirilmektedir.

### **Sosyal medya ve “trend diyet” kültürü**

Sosyal medya platformlarında yaygınlaşan “trend diyet” içerikleri bu sürecin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bu içerikler genellikle hızlı kilo kaybı vaat eden, basit kurallara dayanan ve dramatik “önce–sonra” görselleriyle sunulan programlardan oluşur.

Davranışsal ekonomi perspektifine göre insanlar birçok kararı hızlı ve sezgisel düşünme süreçleriyle verir. Bu hızlı karar sistemi çoğu zaman ayrıntılı analiz yerine basit ipuçlarından faydalanır. Richard H. Thaler ve Cass R. Sunstein tarafından ortaya konan nudge (okunuşu “nac”) yaklaşımı<sup>7</sup>, tam da bu noktaya odaklanır: İnsanlar her zaman rasyonel analiz yapmadıkları için, karar ortamındaki küçük düzenlemeler (seçim mimarisi) davranışları öngörülebilir biçimde etkileyebilir. Çünkü bireyler çoğu zaman kararlarının farkında olmadan, dikkatlerini çeken, kolay olan ya da sosyal olarak onaylanmış görünen seçeneklere yönelir. Benzer bir vurgu, Zuhâl Baltaş’ın “Aklımız Başımızda (Mı?)”<sup>8</sup> eserinde de karşımıza çıkar. Baltaş, gündelik kararlarımızın önemli bir bölümünün bilinçli değerlendirmeden çok otomatik düşünme kalıpları, duygular ve çevresel etkilerle şekillendiğini vurgular. Bu çerçevede bireyin “kendi aklıyla karar verdiği” düşüncesi çoğu zaman bir yanılsamadır; çünkü kararlarımız, içinde bulunduğumuz bağlam ve maruz kaldığımız mesajlar tarafından güçlü biçimde etkilenir. Trend diyet içerikleri de bu hızlı karar mekanizmasına hitap edecek şekilde tasarlanır ve bu nedenle kullanıcılar üzerinde daha güçlü bir etki yaratma potansiyeline sahiptir.

Ipsos tarafından gerçekleştirilen küresel bir araştırma<sup>9</sup> insanların obeziteyi çoğu zaman aşırı basitleştirilmiş çözümlerle değerlendirdiğini göstermektedir. Araştırmaya göre obezite ile yaşayan bireylerin yaklaşık %63’ü obezitenin diyet ve egzersizle çözülebileceğini düşünmektedir. Diğer taraftan her on kişiden yedisi (%71) obezitenin "sürekli yönetim gerektiren tıbbi bir durum" olduğunu da kabul etmektedir. Bu durum araştırmacılara göre entelektüel anlayış ile içselleştirilmiş inanç arasındaki kopukluğu ortaya koymaktadır. Hastalığın kronik özelliği ile kişisel tercihlerle önlenebileceği inancı arasındaki çelişkiyi göstermektedir. Bu tercihlerin yansımaları olarak, her üç kişiden sadece biri (%35) kilosunu hakkında doktora danışmıştır. Aynı araştırmada katılımcıların globalde yaklaşık %33’ü son bir yıl içinde popüler fakat bilimsel olarak önerilmeyen diyetleri denediğini belirtmiştir. İnternette ya da aile/arkadaşlar aracılığıyla bilgi aramak gibi klinik olmayan yöntemlerin, doktora danışma sıklığına neredeyse eşit, hatta bazen daha yüksek oranda tercih edildiği görülmektedir. Tüm bu bulgular, bireylerin obeziteye ilişkin tamamen bilgisiz olmadığını; ancak sahip oldukları bilginin çoğu zaman inançlarıyla birlikte işlediğini göstermektedir. Başka bir deyişle, sorun tek başına bilgi eksikliği değil, bilginin nasıl yorumlandığı ve hangi bağlamda davranışa dönüştürüldüğüdür. Bu durum, bireylerin kararlarının tümüyle rasyonel değerlendirmelere dayanmadığını; aynı zamanda içinde buldukları bilgi ortamı, sosyal etkileşimler ve maruz kaldıkları içeriklerin çerçevelenme biçimi tarafından

şekillendiğini ortaya koymaktadır. Sağlıklı beden algısını ve davranışlarını desteklemeye yönelik müdahalelerin bu açıdan değerlendirilmesi önem kazanmaktadır.

### **Sağlıklı beden algısı perspektifi**

Sağlıklı beden algısı belirli bir beden ölçüsüne ulaşmak anlamına gelmez. Sağlık literatüründe giderek daha fazla kabul gören yaklaşım, farklı beden tiplerinin de sağlıklı olabileceğini kabul eden beden çeşitliliği yaklaşımıdır.<sup>10</sup> Bu yaklaşım bireylerin sağlık davranışlarını yalnızca kilo üzerinden değerlendirmek yerine daha geniş bir sağlık perspektifi içinde ele almayı önermektedir. Bu perspektife göre enerji düzeyi, fiziksel hareketlilik, uyku düzeni ve psikolojik iyi oluş gibi faktörler de sağlığın önemli göstergeleri olarak kabul edilmektedir.

Araştırmalar, son yıllarda geliştirilen nudge temelli müdahalelerin beslenme davranışları dışında, genel yaşam alışkanlıklarına da odaklandığını göstermektedir. Karar ortamında yapılan küçük düzenlemelerin bireylerin davranışlarını anlamlı şekilde etkileyebildiği; bireyleri daha fazla hareket etmeye, daha düzenli uyumaya ve yaşam kalitesini artıran seçimlere yönlendirdiği ortaya konmaktadır.<sup>11</sup> Bu bulgular özellikle çocukluk döneminden itibaren uygulanacak müdahalelerin uzun vadeli sağlık davranışlarının oluşumunda önemli bir potansiyele sahip olduğunu düşündürmektedir. Bu nedenle sağlıklı beden algısını destekleyen müdahaleler bireyleri belirli bir görünüm standardına yönlendirmek yerine sürdürülebilir sağlık davranışlarını teşvik etmeyi hedeflemelidir.

### **Davranışsal müdahale: Sağlık çerçevesi varsayılanı**

Davranışsal ekonomi alanında geliştirilen nudge yaklaşımı, insanların kararlarını zorlamadan veya seçeneklerini kısıtlamadan karar ortamını düzenleyerek daha faydalı davranışların seçilme olasılığını artırmayı amaçlar.<sup>7,8</sup>

Raporun bu bölümünde odaklanılacak davranışsal müdahale “sağlık çerçevesi varsayılanı” olarak tanımlanabilir. Bu müdahalenin temel amacı bireylerin bedenle ilgili içerikleri değerlendirirken ilk referans noktalarının görünüm değil, sağlık olmasıdır.

Bu müdahale özellikle sosyal medya ortamında uygulanabilir. Kullanıcıların karşısına çıkan içerik akışında hızlı sonuç vadeden diyetler yerine, sürdürülebilir sağlık davranışlarını destekleyen içeriklerin daha görünür hale getirilmesi, bireylerin değerlendirme çerçevesini sağlık odaklı hale getirebilir. Ayrıca platformlar, kullanıcıya sunulan ilerleme göstergelerinde kilo kaybını varsayılan metrik olarak sunmak yerine, haftalık hareket süresi, uyku düzeni veya enerji düzeyi gibi sağlık odaklı göstergeleri öne çıkarabilir.

Bu uygulama kullanıcıların seçim özgürlüğünü kısıtlamaz. Ancak karar verirken kullandıkları bilişsel çerçeveyi değiştirerek sağlık odaklı değerlendirmeleri daha görünür hâle getirir.

### **Sonuç**

Sosyal medya ortamında yaygınlaşan sosyal beğenirlik yanlılığının idealize bedendeki temsilleri bireylerin beden algısını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu durum öz-nesneleşme, beden memnuniyetsizliği ve sağlıksız davranış risklerinin artmasıyla ilişkilidir.

Aynı zamanda sosyal medya ortamında yayılan trend diyetler, hızlı ve basit çözümler sunarak bireylerin sürdürülebilir sağlık davranışlarından uzaklaşmasına neden olabilmektedir. Bu durum, bireylerin sağlıkla ilgili bilgiye sahip olsalar bile bu bilgiyi davranışa dönüştürmede zorlandıklarını ve kararlarının çoğu zaman içinde buldukları ortam tarafından şekillendiğini göstermektedir.

Bu bağlamda sağlıklı beden algısını desteklemek için bireysel farkındalık programlarının yanı sıra, bireylerin içinde bulunduğu karar ortamının tasarımı da kritik bir rol oynamaktadır. Sağlık çerçevesi varsayılanı olarak önerilen davranışsal müdahale, bireylerin bedenle ilgili içerikleri değerlendirirken görünüm odaklı değil, sağlık odaklı bir perspektif geliştirmelerine katkı sağlayabilir. Bu yaklaşım aynı zamanda sağlığın beden ölçüsüyle sınırlı olmadığını ve farklı beden tiplerinin de sağlıklı olabileceğini vurgulayan beden çeşitliliği perspektifiyle de uyumludur.

Nudge yaklaşımı bireylerin seçim özgürlüğünü kısıtlamadan, karar ortamında yapılan küçük düzenlemeler aracılığıyla daha dengeli, sürdürülebilir ve sağlık temelli davranışların ortaya çıkmasını desteklemeyi amaçlamaktadır. Özellikle erken yaşlardan itibaren uygulanacak bu tür müdahaleler uzun vadeli davranış değişikliği açısından önemli bir potansiyel taşımaktadır.

Kaynakça:

1. Fardouly J, Vartanian LR. Social media and body image concerns: current research and future directions. *Curr Opin Psychol*. 2016;9:1–5.
2. Perloff RM. Social media effects on young women's body image concerns: theoretical perspectives and research findings. *Sex Roles*. 2014;71:363–377.
3. Krumpal I. Determinants of social desirability bias in sensitive surveys: a literature review. *Qual Quant*. 2013;47(4):2025–2047. doi:10.1007/s11135-011-9640-9.
4. Holland G, Tiggemann M. A systematic review of the impact of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*. 2016;17:100–110.
5. Fredrickson BL, Roberts TA. Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychol Women Q*. 1997;21(2):173–206.
6. Tiggemann M, Slater A. NetGirls: the Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *Int J Eat Disord*. 2013;46(6):630–633.
7. Thaler RH, Sunstein CR. *Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven (CT): Yale University Press; 2008.
8. Baltaş Z. *Aklımız başımızda (mı?) Nudge: Kararlarımızın Ardındaki Görünmeyen Güç* İstanbul: Kronik Kitap; 2026.
9. Ipsos. *Global obesity perceptions study*. Paris: Ipsos; 2026.
10. Bacon L, Aphramor L. Weight science: evaluating the evidence for a paradigm shift. *Nutr J*. 2011;10:9.
11. Diamant É, Perez T, Drouin O. Nudging interventions to improve children's sleep, physical activity and sedentary behavior: a scoping review. *Prev Med*. 2023;173:107572.