



T.C.

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

PSİKOLOJİ BİLİM DALI

**SOSYAL AĞLARDA YAPILAN SOSYAL KARŞILAŞTIRMALARIN
ARDINDAN HİSSEDİLEN DUYGULAR VE BU DUYGULARIN
İLİŞKİLİ OLDUĞU BİREYSEL DEĞİŞKENLER**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Ceyda TAŞÇIOĞLU

BURSA- 2018



T.C.

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

PSİKOLOJİ BİLİM DALI

**SOSYAL AĞLARDA YAPILAN SOSYAL KARŞILAŞTIRMALARIN
ARDINDAN HİSSEDİLEN DUYGULAR VE BU DUYGULARIN
İLİŞKİLİ OLDUĞU BİREYSEL DEĞİŞKENLER**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Ceyda TAŞÇIOĞLU

Danışman:

Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN

BURSA- 2018

TEZ ONAY SAYFASI

T.C.

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Anabilim Dalı, Sosyal Psikoloji Bilim Dalı'nda öğrenim gören 701545002 numaralı Ceyda TAŞÇIOĞLU'nun hazırladığı 'Sosyal Ağlarda Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duygular ve Bu Duyguların İlişkili Olduğu Bireysel Değişkenler' konulu Yüksek Lisans Tezi ile ilgili savunma sınavı 26/07/2018 günü 14:00-15:00 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin ~~başarılı~~ (başarılı/ ~~başarısız~~) olduğuna ~~oy birliği~~ (oy birliği/ ~~oy çaldığı~~) ile karar verilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı)

Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN

Uludağ Üniversitesi



Üye

Prof. Dr. M. Ersin KUŞDİL

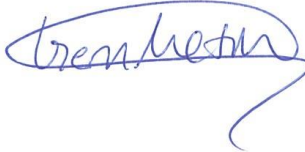
Uludağ Üniversitesi



Üye

Dr. Öğr. Üyesi İrem METİN ORTA

Atılım Üniversitesi



YEMİN METNİ

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum ‘Sosyal Ağlarda Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duygular ve Bu Duyguların İlişkili Olduğu Bireysel Değişkenler’ başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntılarının kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza
10.07.2018



Adı Soyadı: Ceyda TAŞÇIOĞLU
Öğrenci No: 701545002
Anabilim Dalı: Psikoloji
Programı: Tezli
Statüsü: Yüksek Lisans

İNTİHAL YAZILIM RAPORU



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 10/07/2018

Tez Başlığı / Konusu: Sosyal Ağlarda Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duygular ve Bu Duyguların İlişkili Olduğu Bireysel Değişkenler
Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam xii + 115 sayfalık kısmına ilişkin, 10/07/2018 tarihinde şahsım tarafından *Turnitin* adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 7 'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Tarih ve İmza

10/07/2018

Adı Soyadı: Ceyda TAŞÇIOĞLU
Öğrenci No: 701545002
Anabilim Dalı: Psikoloji
Programı:
Statüsü: Y.Lisans Doktora

Danışman
Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN
10.07.2018

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Ceyda TAŞÇIOĞLU
Üniversite	: Uludağ Üniversitesi
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	: Psikoloji
Bilim Dalı	: Psikoloji
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: xii + 122
Mezuniyet Tarihi	: 26/07/2018
Tez Danışman(lar)ı	: Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN

SOSYAL AĞLARDA YAPILAN SOSYAL KARŞILAŞTIRMALARIN ARDINDAN HİSSEDİLEN DUYGULAR VE BU DUYGULARIN İLİŞKİLİ OLDUĞU BİREYSEL DEĞİŞKENLER

Bu tez çalışmasının amacı bireylerin sosyal ağlarında (Facebook ve Instagram) vakit geçirdikleri etkinlikleri ve bu etkinliklerin sonucunda ortaya çıkan sosyal karşılaştırma süreçlerini incelemek; bu sosyal karşılaştırmaların ardından hissedilen duyguları Smith (2000)'in Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı çerçevesinde değerlendirmektir. Bu amaçlarla 227 üniversite öğrencisiyle bire bir gerçekleştirilen oturumlarda, katılımcılara sosyal ağlarda serbest zaman geçirebilecekleri 7 dakikalık süre verildi ve ardından bu süre boyunca yaptıkları sosyal ağ etkinlikleri ve yaşadıkları sosyal karşılaştırma deneyimine ilişkin soruları cevaplamaları istendi. Bulgulara göre katılımcıların başkalarından gelen (yakınlarından, tanıdıklarından, ünlülerden) paylaşımları incelemekle geçirdikleri süre, kendi profillerini inceleyerek ve kendi profillerinde değişiklik yaparak geçirdikleri süreden fazladır. Çeşitli karşılaştırma alanlarında *yakınlarla* yapılan karşılaştırmaların beklendiği üzere ya yatay ya da yukarı yönde olduğu; karşılaştırma hedefi *tanıdıklar* veya *ünlüler* olduğunda ise başarı ve mutluluk alanlarının dışında tüm karşılaştırmaların yukarı yönde olduğu tespit edildi. Hedef *yakınlar* olduğunda, sosyal karşılaştırmaların ardından asimilasyon duygularının, hedef *tanıdıklar* ve *ünlüler* olduğunda ise kontrast duygularının hissedileceği beklentisi test edildi. Kişilerin, sosyal ağlarda paylaşımlarını izledikleri *yakınlarını* kendilerinden daha iyi konumda algıladıkça YY-asimilasyon duygularını (sevinme, hayran kalma veya ilham alma); kendilerini o kişilerden daha iyi konumda algıladıkça ise AY-asimilasyon (kaygılanma, acıma veya sempati) duygularını hissetmelerinin artacağı; sosyal ağlardaki *tanıdıklarını* veya *ünlüleri* kendilerinden daha iyi konumda algıladıkça YY-kontrast duygularını (üzülme, kıskanma veya utanma); kendilerini onlardan daha iyi konumda algıladıkça ise AY-kontrast duygularını (gururlanma, küçümseme veya “oh olsun” duygusu) hissetmelerinin artacağı beklentileri, karşılaştırma alanlarından ancak bazılarında doğrulanabildi. Ardından, tüm bu asimilasyon ve kontrast duygularının hissedilme düzeylerinin karşılaştırmayı yapan kişilerin kültürel benlik yönelimleri (ilişkililik ve özerklik), sosyal karşılaştırma yönelimleri ve seçici benlik sunumu düzeyleri ile ilişkileri incelendi. İlişkililik yönelimi YY-asimilasyon duygularından sevinme ve hayranlık duygularının; AY-asimilasyon duygularındansa sempatinin hissedilme sıklıklarıyla ilişkili bulunurken; özerklik yöneliminin, YY-kontrast duygularından kıskanmanın ve AY-kontrast duygularından gurur duyma ve küçümsemenin hissedilme düzeyleriyle beklendik yönde ilişkili olduğu görüldü. Ayrıca üzülmeye, kıskanmaya, küçümseme ve gurur duyma düzeylerinin, kişilerin seçici benlik sunumu yapma eğilimleriyle ve sosyal kıyaslama yönelimleriyle arasında da pozitif ilişkiler saptandı. Bulgular, literatürdeki mevcut bulgularla karşılaştırılarak, Sosyal Karşılaştırma Kuramı çerçevesinde tartışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Sosyal ağlar, sosyal karşılaştırma, duygular, seçici benlik sunumu, ilişkililik, özerklik, sosyal karşılaştırma yönelimi

ABSTRACT

Name and Surname : Ceyda TAŞÇIOĞLU
University : Uludag University
Institution : Social Science Institute
Field : Psychology
Branch : Psychology
Degree Awarded : Master
Page Number : xii + 122
Degree Date : 26/07/2018
Supervisor (s) : Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN

EMOTIONS FELT AFTER MAKING SOCIAL COMPARISONS ON SOCIAL NETWORKING SITES AND INDIVIDUAL VARIABLES RELATED TO THESE EMOTIONS

The aim of this thesis is to investigate the activities of the individuals in the social networks (Facebook and Instagram) and the social comparison processes that arise as a result of these activities along with the emotions felt after these social comparisons, by taking Smith's (2000) Theory of Social Comparison Emotions as a framework. For this purpose, in 30-minute sessions held individually with 227 university students, participants were given a 7-minute time to spend free time in social network sites and then were asked to answer questions about social comparison processes. According to the findings, participants spent more time to examine the posts sent by others (by their close ones, acquaintances and / or celebrities) than to examine their own profiles and making changes in those profiles. As expected comparisons with *close ones* in various comparison areas were either lateral or upward; whereas, comparisons with *acquaintances and celebrities* were upward except for the areas of achievement and happiness. Moreover, the expectations which the assimilation emotions are more likely to be felt after comparisons with close ones and contrast emotions are more likely to be felt after comparisons with acquaintances and celebrities were tested. The expectations that as long as participants perceive their *close ones* in a better position than themselves, the feeling level of UC-assimilation emotions (happiness, admiration or inspiration) will increase and as long as they perceive themselves in a better position than close ones, level of DC-assimilation emotions (worry, pity or sympathy) will increase were verified only in some comparison areas. Also, expectations that as long as participants perceive *their acquaintances and celebrities* in a better position than themselves, the feeling level of UC-contrast emotions (sadness, shame, anger or jealousy) will increase and as long as they perceive themselves in a better position than their acquaintances and celebrities, level of DC-contrast emotions (pride, contempt or Schadenfreude) will increase were verified only in some comparison areas. Additionally, the relationships between feeling level of all assimilation and contrast emotions and participants' cultural self-orientations (relationality/autonomy), social comparison orientation and selective self-presentation were examined. As expected, relationality was related to happiness and admiration (UC-assimilation emotions) and sympathy (DC-assimilation emotion); whereas autonomy was related to jealousy (UC-contrast) and the feelings levels of pride and contempt (DC-contrast). Furthermore, the levels of sadness, jealousy, contempt and pride were found to be positively related with selective self-presentation and social comparison orientations. These findings were compared to the existing findings in the literature and discussed within the scope of Social Comparison Theory.

Key words: social networking sites, social comparison, emotions, selective self-presentation, relationality, autonomy, social comparison orientation

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim süresince hem akademik hem de manevi anlamda her an desteklerini yanımda hissettiğim değerli kişilere teşekkürlerimi iletmek isterim. İlk olarak, tezimin planlanmasında, yürütülmesinde ve oluşumunda büyük emeği olan, deneyimi ve bilgi birikimiyle tez sürecime ışık tutan, sorularıma ve süreçle ilgili endişelerime sabır ve anlayışla yanıt veren, birlikte akademik çalışmalar yürütmekten onur ve gurur duyduğum değerli danışman hocam Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN'a sonsuz teşekkürlerimi iletmeyi borç bilirim.

Lisansüstü eğitimim sürecinde bilgi birikimi, kıymetli görüşleri ve insani değerleriyle örnek aldığım, tez jürimde yer almayı kabul etmesinden büyük mutluluk duyduğum saygıdeğer hocam Prof. Dr. M. Ersin KUŞDİL'e teşekkürlerimi sunmak isterim. Tez jürimde yer almayı kabul eden bir diğer kıymetli hocam Dr. Öğr. Üyesi İrem METİN ORTA'ya tez çalışmamı daha iyi noktalara taşıyan değerli yorumları için çok teşekkür ederim.

Çalışmamın yoğun geçen veri toplama sürecinde derslerinde tekrar tekrar tezimin duyurusunu yapmama izin verdikleri ve katılımcılarıma kolaylıkla ulaşmama yardımcı oldukları için değerli hocalarım Prof. Dr. Hasan Gürkan TEKMAN'a, Dr. Öğr. Üyesi Selver YILDIZ BAĞDOĞAN'a, Psikolog Zeynep ŞEKER AYGÜL'e, çalışma arkadaşlarım Araş. Gör. Burcu KORKMAZ'a, Araş. Gör. Merve ÇAVUŞOĞLU'na, Araş. Gör. Deniz BİLGER'e, Araş. Gör. Yıldız ÖZKILIÇ KARTAL'a sonsuz teşekkürler.

Gerek tez sürecimde gerek şimdiye kadar yürüdüğüm her yolda desteklerini her daim hissettiğim canım babam Ahmet TAŞÇIOĞLU'na ve biricik annem CANAN TAŞÇIOĞLU'na, bu süreçte en büyük enerji kaynağım olan can ablam Öğr. Gör. Ayşegül TAŞÇIOĞLU'na, bana sonuna kadar güvendiklerini bildiğim değerli kuzenlerim Doç. Dr. Hilal YILDIRIR KESER'e ve Prof. Dr. Aşkın KESER'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. İyi ki varsınız.

Son olarak, tez sürecimi başarıyla tamamlayacağıma dair inançlarıyla her zaman yanımda olan, değerli dostluklarına sahip olduğum için kendimi şanslı hissettiğim canım arkadaşlarım Damla ÖZEL, Merve ÇAKAN, Araş. Gör. Burcu KORKMAZ, Araş. Gör. Sevim YILDIZ ASLAN, Araş. Gör. Hümeysra DERVİŞOĞLU AKPINAR'a sonsuz teşekkürler. Sizler de iyi ki varsınız.

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	ii
YEMİN METNİ.....	iii
İNTİHAL YAZILIM RAPORU	iv
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar	xii
ŞEKİLLER	xi
KISALTMALAR.....	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KURAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI.....	4
1.1. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA KURAMI	4
1.2. SOSYAL KARŞILAŞTIRMALARIN ARDINDAN ORTAYA ÇIKAN DUYGUSAL SONUÇLARI İNCELEYEN ÇALIŞMALAR	6
1.3. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA TEMELLİ DUYGULAR KURAMI	12
1.3.1. Yukarı Yönde Asimilasyon Duyguları.....	14
1.3.2. Yukarı Yönde Kontrast Duyguları	16
1.3.3. Aşağı Yönde Asimilasyon Duyguları	17
1.3.4. Aşağı Yönde Kontrast Duyguları	19
1.4. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA SÜREÇLERİNİN SOSYAL AĞLARDA İNCELENMESİ.....	21
1.5. KÜLTÜREL BENLİK YÖNELİMLERİ: İlişkililik ve Özerklik.....	28
1.5.1. Sosyal Karşılaştırma Sürecinde Kültürel Benlik Yönelimlerini İnceleyen Çalışmalar	30
1.5.2. Kültürel Benlik Yönelimlerine Göre Farklılaşan Duyguları İnceleyen Çalışmalar	32
1.6. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA YÖNELİMİ	35
1.7. ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VE HİPOTEZLERİ	38

1.7.1. Katılımcıların Sosyal Ağlarda Hangi Etkinliklerle Zaman Geçirdikleri ve Bunların Kültürel Benlik Yönelimleriyle İlişkilerine Dair Soru ve Hipotezler.....	39
1.7.2. Sosyal Ağlardaki Karşılaştırmaların Yönüne İlişkin Hipotezler.....	41
1.7.3. Sosyal Ağlarda Yukarı ve Aşağı Yönde Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duygulara Dair Araştırma Soruları.....	42
1.7.4. Karşılaştırma Hedefinin Yakınlık Düzeyine Göre Yukarı ve Aşağı Yönde Karşılaştırma Yapma Düzeyleri ile YYK ve AYK Duyguları Arasındaki İlişkilere Dair Hipotezler.....	43
1.7.5. Sosyal Ağlarda Yukarı ve Aşağı Yönde Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duyguların İlişkili Olabileceği Kişisel Özelliklere Dair Hipotezler...	44

İKİNCİ BÖLÜM

2. YÖNTEM.....	48
2.1. ÖRNEKLEM.....	48
2.2. İŞLEM.....	50
2.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....	50
2.3.1. Demografik Bilgi Formu.....	51
2.3.2. İlişkisel Karşılıklı Bağımlı Benlik Kurgusu Ölçeği.....	51
2.3.3. INDCOL Bireycilik Alt Ölçekleri.....	51
2.3.4. Sosyal Ağlarda Yapılan Aktivitelere ve Sosyal Karşılaştırmalara İlişkin Soru Formu.....	52
2.3.5. Sosyal Ağlarda Sosyal Karşılaştırmalar Sonrasında Hissedilen Duygular Ölçeği.....	53
2.3.6. Sosyal Karşılaştırma Yönelimi Ölçeği.....	54
2.3.7. Sosyal Ağların Kullanımına İlişkin Soru Formu.....	54
2.3.8. Seçici Benlik Sunumu Ölçeği.....	55

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BULGULAR.....	56
3.1. BETİMLEYİCİ ANALİZLER.....	56
3.2. ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZLERİ TEST ETMEYE YÖNELİK ANALİZLER.....	58
3.2.1. Katılımcıların Sosyal Ağlarda Hangi Etkinliklerle Zaman Geçirdikleri ve Bunların Kültürel Benlik Yönelimleriyle İlişkilerine Dair Soru ve Hipotezlere Yönelik Analizler.....	58

3.2.2. Sosyal Ağlardaki Karşılaştırmaların Yönüne İlişkin Hipotezleri Test Etmeye Yönelik Analizler.....	59
3.2.3. Sosyal Ağlarda Yukarı ve Aşağı Yönde Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duygulara Dair Araştırma Sorularını Test Etmeye Yönelik Analizler	63
3.2.4. Karşılaştırma Hedefinin Yakınlık Düzeyine Göre Yukarı ve Aşağı Yönde Karşılaştırma Yapma Düzeyleri ile YYK ve AYK Duyguları Arasındaki İlişkilere Dair Hipotezleri Test Etmeye Yönelik Analizler.....	65
3.2.5. Sosyal Ağlarda Yukarı ve Aşağı Yönde Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duyguların İlişkili Olabileceği Kişisel Özelliklere Dair Hipotezleri Test Etmeye Yönelik Analizler.....	71

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TARTIŞMA	76
4.1. SOSYAL AĞLARDAKİ KARŞILAŞTIRMALARIN YÖNÜ VE HEDEF KİŞİLERİ	77
4.2. YUKARI VE AŞAĞI DOĞRU KARŞILAŞTIRMALARIN ARDINDAN HİSSEDİLEN DUYGULAR.....	78
4.3. KARŞILAŞTIRMA HEDEFİNİN YAKINLIK DÜZEYİNE GÖRE YYK YAPMA DÜZEYLERİ VE YYK DUYGULARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER.....	79
4.3.1. Hedef Kişi Yakınlar Olduğunda YY-Kontrast ve YY-Asimilasyon Duyguları.	80
4.3.2. Hedef Kişi Tanıdıklar ve Ünlüler Olduğunda YY-Kontrast ve YY-Asimilasyon Duyguları	82
4.4. KARŞILAŞTIRMA HEDEFİNİN YAKINLIK DÜZEYİNE GÖRE AYK YAPMA DÜZEYLERİ VE AYK DUYGULARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER.....	83
4.5. KÜLTÜREL BENLİK YÖNELİMLERİ İLE YY- VE AY- ASİMİLASYON VE KONTRAST DUYGULARI	84
4.6. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA YÖNELİMİ İLE YY- VE AY- ASİMİLASYON VE KONTRAST DUYGULARI.....	85
4.7. SEÇİCİ BENLİK SUNUMU İLE YY- VE AY- ASİMİLASYON VE KONTRAST DUYGULARI	86
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	88
KAYNAKLAR.....	92
EKLER.....	105

TABLolar

Tablo 1. Katılımcılara ait demografik bilgiler

Tablo 2. Tüm değişkenlerin ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerleri ile katılımcı sayıları

Tablo 3. Sosyal ağlarda yapılan aktivitelere ait ortalama ve standart sapma değerleri

Tablo 4. Kùltürel Benlik Yönelimleri ile Sosyal Aę Etkinliklerine Ayrılan Süreler Arasındaki Korelasyonlar

Tablo 5. Yakın hissedilen kişilerle yapılan karşılaştırmaların yönüne ilişkin beklenen ve gözlenen frekans değerleri

Tablo 6. Tanıdık fakat görece daha az yakın hissedilen kişilerle yapılan karşılaştırmaların yönüne ilişkin beklenen ve gözlenen frekans değerleri

Tablo 7. Ünlülerle yapılan karşılaştırmaların yönüne ilişkin beklenen ve gözlenen frekans değerleri

Tablo 8. Yukarı yönde duygulara ait ortalama ve standart sapma değerleri

Tablo 9. Katılımcıların her alanda yakınlarıyla, tanıdıklarıyla ve ünlülerle yukarı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri ile YY asimilasyon ve YY kontrast duygularını hissetme sıklıkları arasındaki korelasyonlar

Tablo 10. Özerklik, ilişkililik, sosyal karşılaştırma yönelimi, ve seçici benlik sunumu değişkenlerinin yukarı yönde duygularla arasındaki korelasyonlar

Tablo 11. Aşağı yönde duygulara ait ortalama ve standart sapma değerleri

Tablo 12. Katılımcıların her alanda yakınlarıyla, tanıdıklarıyla ve ünlülerle aşağı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri ile AY-asimilasyon ve AY-kontrast duygularını hissetme sıklıkları arasındaki korelasyonlar

Tablo 13. Özerklik, ilişkililik, sosyal karşılaştırma yönelimi, sosyal aę kullanımı ve seçici benlik sunumu değişkenlerinin aşağı yönde duygularla arasındaki korelasyonlar

Tablo 14. Tüm hipotezlere ait tanımlayıcı tablo

ŞEKİLLER

Şekil 1. Sosyal Karşılaştırma Temelli Asimilasyon ve Kontrast Duyguları

KISALTMALAR

Arkadaşları	ark.
Aşağı yönde	AY
Aşağı yönde karşılaştırma	AYK
Bakınız	Bkz.
Downward comparison	DC
Katılımcı sayısı	N
Maksimum	Mak.
Minimum	Min.
Ortalama	Ort.
Örneğin	örn.
Standart sapma	SS
Upward comparison	UC
Yukarı yönde	YY
Yukarı yönde karşılaştırma	YYK

GİRİŞ

Günümüzde insanların birbirlerine bilgi aktarmak ve birbirleriyle sosyal ilişkiler kurup sürdürmek için kullandıkları pek çok yöntemin arasına, İnternet'teki sosyal ağlar da katılmış, kişiler çeşitli sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak üzere sosyal ağlardan faydalanır olmuşlardır. 'Sosyal ağlar; ortak bir geçmişleri, ortak kariyerleri, ilgi alanları olan insanları bir araya getiren elektronik platformlardır' (Tosun, 2017, s.32). Facebook, sosyal ağların en eski ve en popüler olanlarından. Daha sonra çok kullanılan sosyal ağlar arasına Twitter, Instagram, LinkedIn gibi başka ağlar da eklenmiştir. Kişiler üyesi oldukları sosyal ağlar üzerinden kendileriyle ilgili bilgileri, çeşitli düşüncelerini ve duygularını diğer bireylere duyurur (aktif kullanım), başkalarının orada sundukları bilgileri öğrenir (pasif kullanım) ve onlarla etkileşime geçme fırsatları edinirler. Tüm bunlar sayesinde yüz yüze ortamlardakine benzeyen ya da benzemeyen çeşitli sosyal psikolojik mekanizmalar harekete geçer ve kişiler hem kendileri hem de çevrelerindeki diğer bireyler hakkında olumlu-olumsuz yargılar oluşturur, diğer bireylerle çeşitli ilişkiler başlatır veya var olan ilişkilerini sürdürürler. Sosyal ağlarda ortaya çıkan çeşitli sosyal ve psikolojik süreçlerin yüz yüze iletişim yoluyla gerçekleştirilen süreçlerle ne kadar benzeştiği ya da onlardan ne kadar farklılaştığı sosyal psikologların ilgisini çekmektedir ve sosyal psikoloji süreçlerinin çevrimiçi ortamlarda nasıl işlediği giderek daha fazla incelenmektedir.

Bireylerin duygu durumları, sosyal ağlarda ne tür etkinliklerle -pasif mi yoksa aktif mi- vakit geçirdiklerine bağlı olarak değişebilir. Sosyal ağlarda pasif biçimde vakit geçirebilecekleri iki temel etkinlik şunlardır: Sosyal ağlardaki kendi paylaşımlarını (kendi yükledikleri fotoğraf ve videoları, kendi mesajlarını) veya başkalarınınkini izlemek. Başlıca aktif etkinlikler ise başkalarıyla yazışmak, yorum bırakmak ve kendi profil sayfasını düzenlemektir. Bu aktivitelerden her biri, birbirinden farklı sosyal psikolojik süreçleri harekete geçirme ve çeşitli duyguları açığa çıkarma potansiyellerine sahiptir. Bu süreçleri ve açığa çıkardıkları duyguları bilmek önemlidir, çünkü sosyal ağ kullanımının psikolojik sağlığa etkilerinin olumlu mu olumsuz mu olacağı, bu duyguların türüne ve şiddetine bağlı olabilmektedir. Bu tez çalışmasında, üniversite gençlerinin sosyal

ağlardaki kısa süreli etkinliklerinin, bu etkinliklerin sonucu oluşan duyguların ve bu duyguların ortaya çıkış sürecinin incelenmesi hedeflenmiştir.

Literatüre göre bireyler, sosyal ağ profillerini düzenlerken başkalarında iyi izlenim bırakmak motivasyonu ile hareket ederler; bu nedenle seçici öz sunum yaparak kendilerini aslında olduklarından daha olumlu sunarlar (Walther, 1992: 229). Bunun doğal bir sonucu olarak, başkalarının sosyal ağlardaki paylaşımlarını izleyen bireylerin, bu kişileri gerçekte olduğundan daha olumlu özelliklere sahip olarak algılayabilir. Başkalarının sosyal ağ paylaşımlarını izlemenin, sosyal karşılaştırma sürecini tetikleme mümkündür. Sosyal ağlardaki sosyal karşılaştırmalara dair çalışmalarda sosyal ağları pasif kullanmanın yukarı yönde karşılaştırmalar yapmakla ilişkili olduğu, bu tür karşılaştırmaların kıskançlık veya utanç duyguları yarattığı ve bunların psikolojik sağlığa etkilerinin olumsuz olduğu belirtilmektedir (Chow ve Wan, 2017: 280; Krasnova, Wenninger, Widjaj ve Buxmann, 2013; 4-6; Sagioglou ve Greitemeyer, 2014:362). Yüz yüze ortamlardaki sosyal karşılaştırmalara dair literatürde ise, sosyal karşılaştırmaların kıskançlık ve utanç dışında duygusal sonuçları da tanımlanmış, karşılaştırmaların ardından hangi duyguların yaşanacağını karşılaştırmacının türüne, karşılaştırma yapan kişinin özelliklerine ve kiminle karşılaştırma yaptığına göre değişebileceği yönünde görüşler ve bulgular vardır. Bu farklı duygusal sonuçların ve onları ortaya çıkaran koşulların sosyal ağ ortamında detaylı biçimde incelendiği çalışmalara ise pek rastlanmamaktadır. Bu tez çalışmasında, İnternet'e 7 dakika süreyle erişmek için kendilerine zaman ve imkân tanınan ve bu süreyi sosyal ağlarda diledikleri gibi geçirme yönergesi verilen gençlerin bu süreyi hangi etkinliklerle -örn. kendi sosyal ağ paylaşımlarını ya da başkalarının paylaşımlarını izlemek- geçirdikleri ve bu kısa sürede yaptıkları etkinliklerin duygusal sonuçları incelenmiştir. Gençlerin, başkalarının paylaşımlarını izleyerek vakit geçirdiklerinde paylaşımlarını izledikleri kişilerin kim olduğu (psikolojik olarak yakın hissettikleri kişiler mi, görece az tanıdıkları kişiler mi, yoksa kişisel olarak tanımadıkları ünlüler mi), onlarla kendilerini hangi alanlar açısından (fiziksel görünüm, maddi durum...vb.) ve ne yönde (yukarı ya da aşağı doğru) karşılaştırdıkları ve karşılaştırmaların ardından hangi duyguları deneyimledikleri sorgulanmıştır. Başkalarının sosyal ağ profillerini incelemenin yol açtığı duygularla ilgili olarak Smith'in Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı'ndan hareketle araştırma hipotezleri oluşturulmuş ve test edilmiştir. Ek olarak, gençlerin kültürel yönelimlerinin –

ilişkisellik ve özerklik-, sosyal karşılaştırma yönelimlerinin ve seçici benlik sunma düzeylerinin sosyal ağlardaki karşılaştırmaların ardından ortaya çıkan duygular üzerinde rolü sınanmıştır.

Bu tez çalışmasının giriş bölümünde öncelikle Festinger'in Sosyal karşılaştırma Kuramı tanıtılmış, daha sonra çevrimdışı ortamda gerçekleşen sosyal karşılaştırmaların ardından ortaya çıkan duygusal sonuçlara ilişkin araştırma bulguları aktarılmıştır. Devamında Smith'in Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı tanıtılmış ve sosyal karşılaştırma süreçlerini sosyal ağlarda inceleyen çalışmalara yer verilmiştir. Bir sonraki bölümde, kültürel benlik yönelimleri tanıtılarak kişilerin sosyal karşılaştırma davranışının kültürel benlik yönelimleriyle ve sosyal kıyaslama yönelimiyle ilişkilerine işaret eden çalışmalar özetlenmiştir. Son olarak, sosyal ağlardaki sosyal karşılaştırmaların incelenmesini amaçlayan mevcut çalışma tanıtılarak bu çalışmada cevap aranan araştırma soruları ve test edilen hipotezler gerekçeleriyle beraber sunulmuştur.

1. KURAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde Sosyal Karşılaştırma Kuramı tanıtılmış, ardından sosyal karşılaştırmaların sonrasında ortaya çıkan duygusal sonuçları inceleyen çalışmalar ele alınmıştır. Çalışmanın odaklandığı Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı ayrıntılarıyla açıklandıktan sonra, sosyal ağlarda gerçekleşen sosyal karşılaştırma süreçlerini konu edinen çalışma bulgularına yer verilmiştir. Sonrasında kültürel benlik yönelimleri hakkında bilgi verilerek, sosyal karşılaştırma süreçlerinde kültürel benlik yönelimlerinin yeri ve kültürel benlik yönelimlerine göre farklılaşan duygusal çıktılara dair bir literatür incelemesi aktarılmıştır. Son olarak, sosyal karşılaştırma yönelimine ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

1.1. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA KURAMI

Festinger (1954) tarafından geliştirilen Sosyal Karşılaştırma Kuramı her bireyin, sahip olduğu yeteneklerin düzeyini ve fikirlerin doğruluğunu belirlemek amacıyla başkalarıyla sosyal karşılaştırmalar yaptığı görüşüne dayanmaktadır. Kişi, kendi düşünce ve yeteneklerini ilk olarak mevcut nesnel ölçütlerle değerlendirir. Nesnel ölçütlere ulaşamadığı durumlarda ise başkalarıyla karşılaştırma sürecine yönelir. Kişilerin sosyal karşılaştırmaya yalnızca kendini karşılaştıracağı nesnel ölçütlere ulaşamadığında başvurduğu iddiası sonraki yıllarda eleştirilmiş ve araştırmalar nesnel kriterlerin varlığında dahi bireylerin sosyal karşılaştırma bilgisine ihtiyaç duyduğunu göstermiştir (Klein, 1997: 772). İnsanların kendi görüş ve yeteneklerini sosyal açıdan başkalarıyla değerlendirme eğilimine evrimsel bir bakış açısıyla da açıklama getirilmiş ve canlıların olası etkileşim durumunda hayatta kalabilmesi için rakipleriyle boyut, güç, yetenek vb. açılardan karşılaştırma sürecine girmesinin önemi vurgulanmıştır (Gilbert, Price ve Allan, 1995: 152).

Klasik Sosyal Karşılaştırma Kuramı'na göre kişiye çeşitli tutumlarını başkalarıyla karşılaştırma imkânı verildiğinde, çoğunlukla kendisini çeşitli nitelikleri açısından kendine benzeyen kişilerle karşılaştırır (Festinger, 1954: 121) ve özellikle karşılaştırma

yaptığı şey yeteneği olduğunda ise kendisinden biraz daha yetenekli olan kişilerle (unidirectional drive upward) karşılaştırmaya yönelir (Festinger, 1954: 124). Karşılaştırma hedefi olarak benzer performansa sahip kişilerin seçildiği karşılaştırmalara ‘yatay yönde karşılaştırmalar’, performansı görece iyi olan kişilerin seçildiği karşılaştırmalara ise ‘yukarı doğru karşılaştırmalar’ denilmektedir. Yukarı yönde karşılaştırmaların yanı sıra, bireyler çeşitli alanlarda kendilerinden daha olumsuz/kötü durumda olan kişilerle de karşılaştırmalar yapabilir. Bu tür karşılaştırmalara ise ‘aşağı yönde karşılaştırmalar’ denilmektedir. (Wills, 1981: 246). Bireylerin hangi yönde karşılaştırma yapacakları, motivasyonlarına bağlı olarak değişir. Wood’a (1989: 232) göre sosyal karşılaştırmaların dayandığı üç temel motivasyon bulunmaktadır: kendini değerlendirme (self-evaluation), kendini geliştirme (self-improvement) ve kendini yüceltme (self-enhancement). *Kendini değerlendirme* motivasyonu, Festinger’ın (1954) da belirttiği gibi, bireyin düşünce ve davranışlarıyla ilgili doğru ve gerçekçi bilgilere ulaşma arzusudur. Bireylerin kendileriyle ilgili doğru bilgiler edinme motivasyonu, onları yatay yönde karşılaştırmalar yapmaya yönlendirmektedir (Taylor, Neter ve Waymant, 1995: 1283). *Kendini geliştirme* motivasyonu ise kişinin herhangi bir alandaki performansını artırmaya, özelliklerini geliştirmeye, iyileştirmeye yönelik arzusudur. Bu motivasyon, bireyi genellikle yukarı yönde karşılaştırmalara yöneltir (Taylor ve ark., 1995: 1283). Kendini geliştirme motivasyonuna sahip kişi, -karşılaştırdığı özellik açısından- kendisinden daha iyi durumda olan kişiyi bir rol model olarak algılar ve performansının ona benzemesini ister (Buunk, Kuyper ve van der Zee, 2005: 235). Fakat yukarı doğru karşılaştırmalar yapmak birey üzerinde her zaman olumlu etki bırakamayabilir. Bilakis daha iyi bir performansla karşılaşmak birey tarafından bir tehdit unsuru olarak görülebilir (Brickman ve Bulman, 1977; akt. Buunk ve Mussweiler, 2001: 468) ve birey benlik saygısını korumak (benliğini yüceltmek) amacıyla kendisinden daha kötü performansa sahip biriyle karşılaştırma yapmaya -bir başka deyişle aşağı doğru karşılaştırma yapmaya- yönelebilir (Friend ve Gilbert, 1973: 337). Buna *kendini yüceltme* motivasyonu denilmektedir. Kendilerinden daha kötü/olumsuz durumda olan kişilerle yapılan karşılaştırmalar sonucunda bireylerin kendilerini daha iyi hissettiği iddiası, özellikle sağlık alanında yapılan çalışmalarda doğrulanmaktadır. Örneğin, kanser hastası kadın katılımcılarla yapılan bir çalışmada, katılımcılar kendilerini çoğunlukla daha ağır

durumda olan hastalarla karşılaştırmış ve bu kişilere kıyasla hastalıkla daha iyi baş ettiklerini beyan etmişlerdir (Wood, Taylor ve Lichtman, 1985: 1177).

Sosyal Karşılaştırma süreçleriyle ilgili literatüre bakıldığında ilk dönemlerde yürütülen çalışmaların ağırlıklı olarak karşılaştırma hedefinin (kişinin kendisini kiminle karşılaştıracağı) seçiminde etkili olan faktörler üzerinde yoğunlaştığı görülür (Buunk ve ark., 2005: 229). Sonraki dönemlerde ise çalışmalarda karşılaştırma sürecinin sonunda ortaya çıkabilecek etkilere (örneğin duygusal, davranışsal ve öz değerlendirmeyle ilgili tepkiler üzerindeki etkiler) odaklanılmıştır (Klein, 1997: 763). Mevcut tez çalışmasının konusu kapsamında da sosyal ağlarda sosyal karşılaştırmaların ardından oluşabilecek duygusal sonuçlar ele alınacaktır. Bu doğrultuda bir sonraki bölümde sosyal karşılaştırmalar sonrasında tetiklenen süreçler tanıtılıp, bu süreçlerle ilişkili görülen faktörlere ve duygusal çıktılara ilişkin araştırma bulgularına yer verilmiştir.

1.2. SOSYAL KARŞILAŞTIRMALARIN ARDINDAN ORTAYA ÇIKAN DUYGUSAL SONUÇLARI İNCELEYEN ÇALIŞMALAR

Sosyal karşılaştırmaların ortaya çıkarabileceği iki temel süreç bulunmaktadır: asimilasyon ve kontrast süreçleri. Asimilasyon süreci, bireyin karşılaştırma yaptığı hedef kişiyle kendisi arasında çeşitli özellikler açısından benzerlikleri algılaması, kendini hedef kişiyle özdeşleştirme iken; kontrast süreci bireyin hedef kişiyle kendisi arasındaki farklılıkları algılamasıdır (Mussweiler, 2001: 38). Örneğin kişiler spor performansı açısından kendini başkasıyla karşılaştırırken “yaş, cinsiyet, beden ölçüleri açısından ona benziyorum, o halde performansım onlara benzer olacaktır/olmalıdır” şeklinde düşünebilir (asimilasyon süreci) ya da “önceki spor deneyimlerim, spor yapmaya verdiğim değer ve spora ayırdığım vakit açısından ondan çok farklıyım, o halde performansım onunkinden çok farklı olacaktır/olmalıdır” şeklinde düşünebilir (kontrast süreci). Benzer biçimde, hasta bir kişi kendisini aynı hastalığa sahip kişilerle karşılaştırıp “hastalığım açısından onlara benziyorum, o halde iyileşme sürecim ya da hastalıkla ilgili beni bekleyen son onlarinkine benzeyecektir” şeklinde düşünebilir (asimilasyon süreci) ya da “ben onlardan farklıyım –örn., hastalığın daha önceki/sonraki bir aşamasındayım, hastalıkla baş etmek için sahip olduğum kaynaklar onlarinkinden farklı...vb.- bu yüzden

benim iyileşme sürecim onlarınkinden farklı olacak” şeklinde düşünebilir (kontrast süreci). Sosyal karşılaştırmalarla ilgili literatüre bakıldığında, sosyal karşılaştırmalarda kimi zaman asimilasyon sürecinin kimi zaman ise kontrast sürecinin aktif olduğunu gösteren çalışmalar olduğu görülmektedir (Lockwood ve Kunda, 1997: 98; Pelham ve Wachsmuth, 1995: 834-835). Mussweiler (2003: 475) sosyal karşılaştırma sürecinin ardından asimilasyon ve kontrast süreçlerinin nasıl tetiklendiğini açıklamak için Seçici Ulaşılabilirlik Modelini öne sürmüştür. Modele göre birey, karşılaştırma yaptığı alanda hedef kişiyle ne derece benzediğine odaklandığında, hedef kişiyle benzer olduğuna dair bilgiler daha ulaşılabilir hale gelir ve bu sayede, asimilasyon süreci tetiklenir; öte yandan birey, hedef kişiden ne derece farklılaştığına odaklandığında, bu doğrultudaki bilgiler daha kolay ulaşılır hale gelir ve kontrast süreci tetiklenir. Bir dizi empirik araştırmanın bulguları da sosyal karşılaştırmada asimilasyon ve kontrast süreçlerinin seçici ulaşılabilirlik modelinde açıklandığı şekilde tetiklendiği iddiasını desteklemiştir (Mussweiler, Rüter ve Epstude, 2004: 841). Sosyal karşılaştırmaların kişi üzerinde olumlu ya da olumsuz bir etki bırakması, ne tür bir sosyal karşılaştırmaların ardından hangi sürecin ortaya çıktığına bağlı olabilmektedir. Araştırmacılar, bu iki süreçten hangisinin baskın geleceği üzerinde çeşitli faktörlerin rolünü tespit etmişlerdir. Örneğin, kişinin *öz saygısı* (Aspinwall ve Taylor, 1993; Buunk, Collins, Taylor, Van Yperen ve Dakof, 1990), kendini karşılaştırdığı kişilere olan *psikolojik yakınlığı* (*hedef kişiyle ilişkinin niteliği*) (Brown, Novick, Lord ve Richards, 1992; Tesser, Millar ve Moore, 1988), *karşılaştırma yaptığı alanın kendisi için önemi* (Tesser, 1988) ve *kişinin karşılaştırmadaki konumunu değişken ya da sabit olarak algılaması* -örn.; “*diğerlerinden daha aşağı (ya da yukarı) yukarı konumdayım, ama bunun değişmesi mümkün (ya da mümkün değil)*” *bakış açısı* (Stapel ve Kommen, 2000) karşılaştırma sonrasında asimilasyon ve kontrast süreçlerinden hangisinin ortaya çıkacağı konusunda belirleyici rol oynayan başlıca değişkenlerdir. Mevcut tez çalışmasının kapsamı gereği ilerleyen bölümlerde, adı geçen düzenleyici faktörlerden özellikle *hedef kişiyle ilişkinin niteliğine* dair çalışma bulgularına ayıntılı olarak yer verilirken; *karşılaştırma yapılan alanın kişi için önemine* dair çalışma bulgularından da bahsedilecektir.

Sosyal karşılaştırmaların duygusal sonuçları üzerinde etkili olabildiği görülen faktörlerden biri, *bireyin kendisini karşılaştırdığı hedef kişiyle arasındaki psikolojik yakınlık ya da ilişkinin niteliğidir*. Festinger (1954: 122) tarafından açıklanan Klasik

Sosyal Karşılaştırma Kuramında kişinin kendisini karşılaştırdığı diğer kişinin (hedef kişi) özelliklerinin sosyal karşılaştırma süreci ve sonuçları üzerinde rolüne pek değinilmemiştir; sadece bireylerin görüş ve yetenekleri açısından kendisine benzer nitelikteki hedef kişilerle karşılaştırmalar yapma eğiliminde olduğu belirtilmiştir. Kuramı ele alan çalışmaların artmasıyla birlikte karşılaştırmaların farklı düzeylerde psikolojik yakınlık hissedilen (arkadaş, akraba, aile bireyi, tanıdık vb.) kişilerle yapılmasına bağlı olarak, karşılaştırma sonrasında asimilasyon ve kontrast süreçlerinden hangisinin aktif olacağının değişebileceği saptanmıştır (Tesser, Millar ve Moore, 1988:60; Pelham ve Wachsmuth, 1995: 834-835). Bireyin kendisine psikolojik olarak yakın gördüğü hedef kişiyle yaptığı sosyal karşılaştırmalardan sonra asimilasyon sürecini; yakın ilişki içinde olmadığı yabancı kişilerle yaptığı karşılaştırmaların ardından ise kontrast sürecini deneyimlediği yönünde araştırma bulguları mevcuttur. Örneğin, yürütülen bir dizi çalışmada hedef kişiyle ortak bir özellik (örneğin, aynı günde doğmuş olmak) taşıdıkları için kendilerini çekici/alımlı hedefe psikolojik olarak yakın hisseden katılımcılar, hedef kişinin fotoğraflarını gördükten sonra, daha düşük düzeyde çekici hedefin fotoğraflarını görenlere kıyasla, kendilerini daha alımlı bulduklarını bildirmiştir. Diğer yandan fotoğraflarına maruz kaldıkları çekici hedefle hiçbir ortak özellik paylaşmayan katılımcılar, daha az çekici olan hedefin fotoğraflarını inceleyenlere kıyasla, kendilerini daha düşük düzeyde çekici bulduklarını bildirmiştir (Brown ve ark., 1992: 719-722). Bu örnekten anlaşıldığı üzere sadece bir tane ortak özellik paylaşmak, bireylerin benzerliklere odaklanarak karşılaştırmanın ardından asimilasyon sürecini aktifleştirmeleri üzerinde rol oynamış; ortak paylaşımların olmadığı yabancı kişilerle yapılan karşılaştırmalarda ise farklılıklara odaklanıldığından sonuçlar üzerinde kontrast etkisi hakim olmuştur. Benzer şekilde, bireyin karşılaştırma yaptığı hedef kişi, üyesi olduğu azınlık grubundan biri olduğunda, kendisini değerlendirme sonuçları üzerinde asimilasyon süreci; dış grup üyesi olduğunda ise kendisini değerlendirme sonuçları üzerinde kontrast süreci tetiklenmiştir (Brewer ve Weber, 1994: 273). Bu çalışmalarda, ortak değerlerin ve özelliklerin varlığı şeklinde tanımlanmış olan psikolojik yakınlık kavramı, başka araştırmacılar tarafından farklı tanımlamalarla da incelenmiştir. Örneğin, Aron, Aron, Tudor ve Nelson (1991:250) bu kavramı kişinin kendi benliğiyle yakın hissettiği kişinin benliğini örtüşmüş şekilde algılaması olarak tanımlanmıştır. Özetle, yukarıda bulguları açıklanan bu çalışmalarda karşılaştırmanın yapıldığı hedef kişiyle

ilişkinin niteliğinin asimilasyon ve kontrast süreçlerinin aktifleşmesi üzerinde rol oynadığı görülmektedir.

Diğer yandan, yakın hissedilen kişilerle yapılan sosyal karşılaştırmaların sonuçlarının sadece asimilasyon süreciyle ilişkilendirilmesi çok doğru olmayacaktır. Nitekim *Öz Değerlendirmenin Sürdürülmesi Modeliyle* (Self-evaluation Maintenance Model) Tesser (1988: 181-183) yakın ilişkideki kişilerle (arkadaş, aile bireyi vb.) yapılan karşılaştırmaların hem asimilasyon hem de kontrast süreçlerini aktifleştirebileceği durumları açıklamıştır. Bu modelde bireyin sahip olduğu temel motivasyon, kendini olumlu şekilde değerlendirebilmeyi sürdürmek ve söz konusu olumluluk düzeyini arttırmaktır. Kendini değerlendirme noktasında ise bireyin sahip olduğu yakın ilişkiler önemli rol oynamaktadır. Birey kendi özelliklerini yakın ilişki içinde olduğu kişilerle yaptığı karşılaştırmalar sonucunda değerlendirirken iki farklı süreç deneyimleyebilir: yansıtma ve karşılaştırma süreçleri. Birey, ya karşılaştırma yaptığı kişinin başarısını kendi başarısıymış gibi algılayarak yansıtma sürecini ya da o kişinin performansı ile kendi performansını farklılaştırarak karşılaştırma sürecini aktifleştirebilir. Tesser'in modelindeki yansıtma sürecinin 'asimilasyon'; karşılaştırma sürecinin ise 'kontrast' süreciyle paralellik gösterdiği söylenebilir. Tesser'a göre bu iki süreçten hangisinin ortaya çıkacağı *karşılaştırma yapılan alanının birey için ne derece önemli olduğuna* bağlıdır. Eğer mevcut değerlendirme alanı kişinin benliğiyle yakından ilişkili ve önemli gördüğü bir alansa, yakın hissedilen birinin başarılı performansı kişi için tehdit niteliğinde algılanıp karşılaştırma sürecini tetikleyebilir ve dolayısıyla kişinin öz değerlendirmesini olumsuz yönde etkileyebilir. Eğer mevcut değerlendirme alanı kişinin benliğiyle fazla ilgili olmayan ve önemli görmediği bir alansa, yakın hissedilen birinin başarılı performansı kişinin kendi değerlendirme sürecine yansıtılır (başarının paylaşılması) ve dolayısıyla kişinin öz değerlendirmesini olumlu yönde etkileyebilir.

Tesser ve arkadaşları (1988: 59-60) karşılaştırma yapılan kişiyle olan ilişkinin niteliğinin karşılaştırmadan ardından bireyin kendini nasıl değerlendirdiği üzerindeki etkisini bir dizi araştırmayla test etmiştir. Öz değerlendirme süreci bireyin farkındalığının dışında gerçekleştiği için, öz değerlendirme üzerindeki etkiler duygulanım (affect) ölçümüyle –seçilen kelimelerin 'hoş-hoş değil' şeklinde değerlendirilmesi ve yüz ifadelerinin kamera aracılığıyla kaydedilmesi yoluyla- test edilmiştir. Bulgular, modelle

tutarlı olacak şekilde, katılımcıların düşük düzeyde önem verdikleri alanda, yakın ilişki içinde oldukları kişilerin (arkadaşlarının) kendilerinden daha başarılı performans sergilediğini öğrendiklerinde olumlu duygulanım sergilerken; kendi benlikleri için önemli gördükleri alanda yakın ilişki içinde oldukları kişinin daha başarılı performans sergilediğini öğrendiklerinde olumsuz duygulanım sergilediklerini göstermiştir. Yani, kişi yakın hissettiği kişilerle karşılaştırma yaptığında her zaman bu kişiyle arasındaki benzerliklere odaklanıp asimilasyon sürecini aktifleştirmeyebilir. Bu tür durumlarda karşılaştırma yapılan alan, kişinin benliği için önemli ise kontrast sürecinin tetiklenmesi de olasıdır. Başka bir açıdan bakıldığında yabancı kişilerle, yukarı yönde yapılan karşılaştırmalar sonucunda, karşılaştırmanın yapıldığı alan kişi için önemli olsa da olmasa da, duygusal çıktılar üzerinde kontrast etkisinin oluşması ve olumsuz duygusal sonuçların hissedilmesi beklenebilir. Nitekim, bu açıklamayla tutarlı olacak şekilde, bazı çalışmalarda, katılımcılar kendilerini fiziksel açıdan çekici mankenlerle karşılaştırdıktan sonra ya da önem verdikleri bir alandaki görevde, tanımadıkları kişilerin kendilerinden daha iyi performans sergilediği bilgisine maruz kaldıktan sonra, düşük düzey olumlu duygulanım; yüksek düzey olumsuz duygu durum, kaygı ve kıskançlık gibi duyguları hissettiklerini bildirmişlerdir (Patrick, Neighbors ve Knee, 2004:511; Salovey ve Rodin, 1984: 787-788). Öte yandan, Tayvanlı üniversite öğrencilerinden oluşan bir örnekleme yürütülen bir çalışmada, katılımcılar önemli gördükleri bir alanda yakın hissettikleri kişilerle yaptıkları karşılaştırmalara kıyasla, tanımadıkları akranlarıyla karşılaştırmalar yaptıktan sonra, kendilerini o alanda daha olumlu şekilde değerlendirmiştir (Tsai, Yang ve Cheng, 2014: 532). Bu bulgu batılı olmayan kültürlerdeki bireyler için önemli gördükleri alanda yakın ilişkiye sahip oldukları kişiye kıyasla, yabancı biriyle karşılaştırma yapmanın asimilasyon sürecini tetiklemesinin mümkün olabileceğini düşündürmektedir.

Hedef kişiyle ilişkinin niteliği ve karşılaştırma yapılan alanın kişi için önemine ilişkin faktörlerin sosyal karşılaştırma sonrasında hissedilen duygular üzerindeki etkisini incelemek adına Tesser ve Collins (1988) tarafından yürütülen bir başka çalışmada öz değerlendirilmenin sürdürülmesi modelinde belirtilen süreçlerle (asimilasyon/yansıtma ve kontrast) uyumlu duyguların hissedildiği tespit edilmiştir. Şöyle ki, kıskançlık ve gıpta etme duyguları özellikle katılımcıların kendileri için önemli gördükleri alanda, başka birinin üstün performansına maruz kaldıkları durumu düşündüklerinde artış göstermiştir.

Gururlanma duygusu ise bireyin önem verdiği alanda başkalarından daha üstün performans sergilediği durumlarda hissedilen duygu olmuştur. Ayrıca kişinin maruz kaldığı üstün performans yabancı birine kıyasla yakın hissettiği birine aitse, hedef kişi için hissedilen gurur duygusu (pride in the other) artış göstermiştir (1988: 699-700). McKee ve arkadaşları tarafından yürütülen bir başka çalışma ise, yakın arkadaş çevresiyle yapılan sosyal karşılaştırmaların anlık duygusal çıktıları üzerinde arkadaş grubunu oluşturan kişilerin çeşitliliğinin/niteliğinin de belirleyici olduğunu göstermiştir. Bulgulara göre yakın arkadaş çeşitliliği az olan yani demografik açıdan kendisine benzer arkadaş grubuna sahip olan katılımcılar, heterojen arkadaş grubuna sahip olanlara kıyasla fiziksel görünümle ilgili karşılaştırmalardan sonra daha yüksek düzeyde kıskançlık yaşadığını beyan etmiştir (2013: 360-361). Çünkü yakın arkadaş çevresi demografik açıdan farklılaşan kişilerden oluştuğunda, birey fiziksel görünüşle ilgili farklı normlara maruz kalarak kendi grubunun normlarına daha eleştirel yaklaşma fırsatı yakalar. Böylece fiziksel görünüşle ilgili farklı normlara sahip bireylere daha fazla empati ve olumlu duygular besleyebilir (2013: 352).

Bu bölüme kadar sosyal karşılaştırmaların duygusal çıktıları üzerine anlatılan çalışmalara bakıldığında, duygu durum, duygulanım ve çeşitli duyguların (kıskançlık, gurur, gıpta etme vb.) hissedilme sıklığına ilişkin ölçümlerin yapıldığı dikkat çekmektedir. Duygular literatürü incelendiğinde ele alınan bu üç kavramın - *duygu (emotion)*, *duygu durum (mood)* ve *duygulanım (affect)*- birbiriyle benzer görünse de bazı açılardan birbirinden farklılaştığı görülür. Örneğin, bunlar arasında kapsamı en geniş olan kavram duygulanım olup, kişilerin genel olarak deneyimledikleri hisler olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle duygulanım, duyguları ve duygu durumu kapsayan genel bir kavram olarak ifade edilir. Duygular (emotions) bir kişiye ya da bir nesneye yöneltilmiş, kaynağı belli olan yoğun hisler şeklinde tanımlanırken; duygu durum (mood) belirli bir uyarıcıya yöneltilmemiş, kaynağı belli olmayan, duygulara kıyasla daha düşük yoğunlukta deneyimlenen hisler olarak tanımlanır (Hume, 2012: 260). Tanımlarından anlaşılacağı üzere duygu ve duygu durum arasında bazı farklılıklar mevcuttur. Örneğin, duygular kısa süreli (birkaç saniye ya da dakika süren), anlık ve kontrol edilemez hislerken; duygu durum uzun süreli (saatlerce ya da günlerce süren) ve kontrol edilebilir hislerdir. Duygular, duygu duruma kıyasla daha hızlı ortaya çıkar ve çabuk yok olurlar. Duygular davranışsal sonuçlar doğururken; duygu durum daha çok bilişsel sonuçlarla

(düşüncelerle) ilişkilendirilir. Son olarak duygular spesifik olarak tanımlanır ve çeşitlilik –kızgınlık, mutluluk, korku vb.- gösterir. Duygu durum ise olumlu ve olumsuz çeşitli duyguların bir süre deneyimlenmesiyle süreklilik kazanan daha genel yapıda hislerdir (Beedie, Terry ve Lane, 2005: 871; Hume, 2012: 261). Çalışmalarda katılımcıların olumlu ve olumsuz hisleri anlık ya da günlük ne düzeyde hissettikleri sorularak duygu ölçümleri yapıldığı gibi; bu hisleri son günlerde, geçen hafta, son bir yılda ya da genel olarak ne düzeyde hissettikleri sorularak duygu durum değerlendirmesi yapılmaktadır (Gençöz, 2000: 21; Watson, Clark ve Tellegen, 1988: 1065). Bu açıklamalara bakılarak, sosyal karşılaştırmaların ardından verilen duygusal tepkilere dair tanıtılan çalışmalarda duygu durum ya da duygulanım ölçümleri yapıldığı, fakat çeşitli duyguların (utanma, hayran kalma, üzülmeye vb.) anlık olarak ölçülmediği görülür. Kısacası, çalışmalarda sosyal karşılaştırma süreciyle ilişkili görülen duygular sistematik biçimde ele alınmamıştır. Bu doğrultuda bir sonraki kısımda Smith (2000) tarafından sistematik biçimde oluşturulmuş Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı detaylı olarak tanıtılmıştır. Literatürde farklı sınıflamalarla ele alınan duygu modelleri mevcuttur (örn. Kuşdil, Bayram, Aytaç ve Bilgel, 2004; Van Katwyk, Fox, Spector ve Kelloway, 2000: 222-225; Watson ve ark., 1988: 1067). Fakat mevcut tez çalışmasında Smith'in (2000) geliştirmiş olduğu modelin tercih edilmesi, bu modelin spesifik olarak sosyal karşılaştırmalardan sonra ortaya çıkan duyguları temel almasından kaynaklanmaktadır.

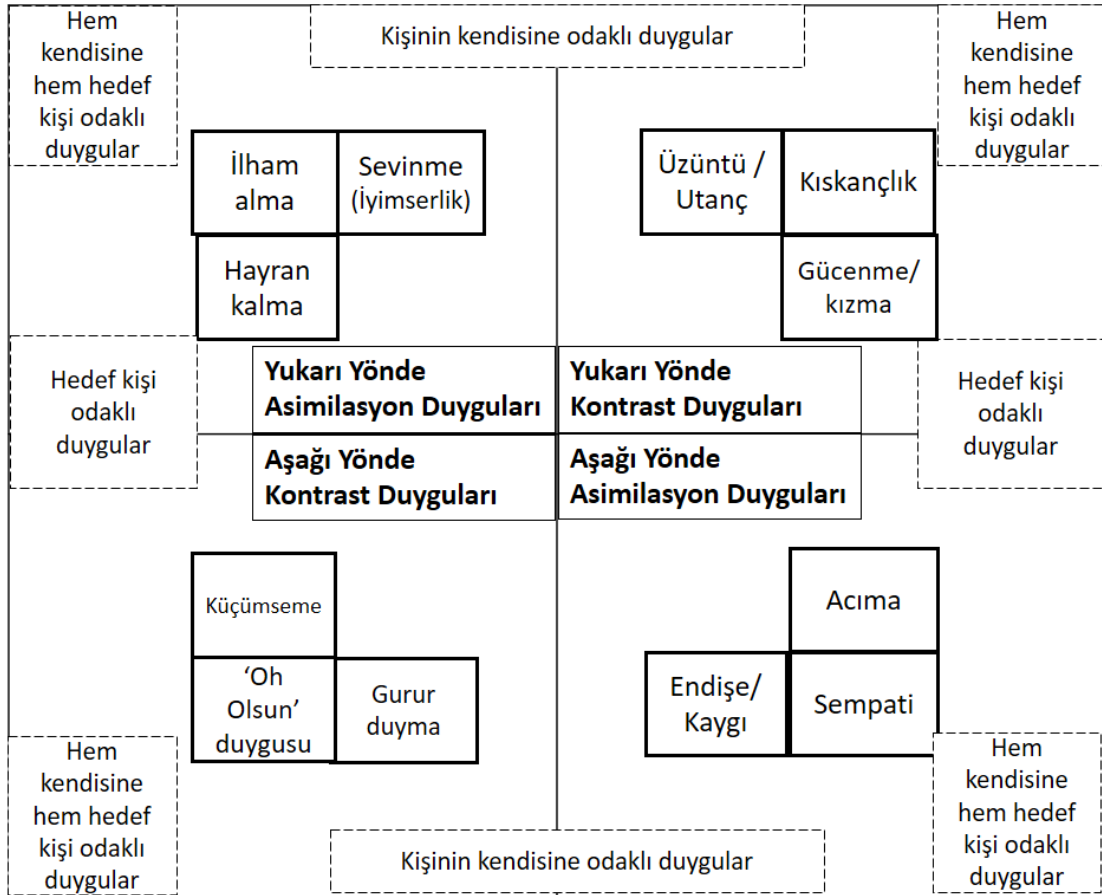
1.3. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA TEMELLİ DUYGULAR KURAMI

Smith (2000: 176) Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı ile bireylerin yaptıkları karşılaştırmaların ardından hangi duyguları hissedeceğini etkileyen faktörleri belirlemiş ve bir model ile kategorize etmiştir (bkz. Şekil 1). Smith'in modeline göre sosyal karşılaştırmaların sonrasında hissedilebilecek kimi olumlu, kimi olumsuz pek çok duygu vardır. Olumlu ya da olumsuz duygulardan hangisinin hissedileceğini belirleyen faktörler şunlardır: *karşılaştırmanın yönü* (aşağı ya da yukarı yönde karşılaştırma), *karşılaştırmanın odak noktası* (kişinin kendisi ya da diğer kişi), *hissedilen* ve *karşılaştırmanın bilişsel çerçevesi* (asimilasyon ya da kontrast süreçleri).

Karşılaştırmanın yönü. Smith'in modeline göre sosyal karşılaştırmaların ardından ne tür duyguların hissedileceği, karşılaştırmanın aşağı ya da yukarı yönde yapılmış olmasına bağlı olarak farklılaşabilir. Şöyle ki, aşağı yönde yapılan karşılaştırmalardan

sonra genellikle olumlu duygular (yüksek öz saygı, gururlanma vb.) (Kulik ve Gump, 1997: 462; Wills, 1981: 245); yukarı yönde yapılan karşılaştırmaların ardından ise olumsuz duygular (kıskançlık vb.) ortaya çıkmaktadır (Salovey ve Rodin, 1984:787). Fakat Buunk ve arkadaşlarının (1990: 1246) kanser hastaları ve evli kadınlarla gerçekleştirdiği iki farklı çalışmanın sonuçları, bireylerin yukarı doğru karşılaştırma yaptıktan sonra olumlu duygular; aşağı doğru karşılaştırma yaptıktan sonra ise olumsuz duygular hissetmesinin de mümkün olabildiğini göstermiştir. İlham alma ve hayranlık, yukarı yönde karşılaştırma sonrasında hissedilen olumlu duygulara örnek olarak verilebilir; kaygılanma ise aşağı doğru karşılaştırmaların ardından hissedilmesi mümkün olan olumsuz bir duygudur.

Şekil 1. Sosyal Karşılaştırma Temelli Asimilasyon ve Kontrast Duyguları



(Not. Bu şekil, Smith, 2000: 176'dan aktarılmıştır.)

Karşılaştırmanın odak noktası. Kişinin karşılaştırma sürecinde kendisini mi yoksa karşılaştırma yaptığı kişiyi/kişileri mi odak noktası olarak belirlediğine bağlı olarak, karşılaştırma sonrasında ne hissettiği değişebilir. Bazı duygular doğası gereği dışsal

temelli olup başkalarına odaklanıldığında, bazıları ise içsel temelli olup kişinin kendisine odaklandığında ortaya çıkmaktadır. Örneğin, kızgınlık duygusu genel olarak başka bir kişi tarafından tetiklendiğinde oluşan bir duygu iken; utanç duygusu kişinin kendi içsel süreçlerine odaklandığında hissettiği bir duygudur (Smith, 2000: 178).

Karşılaştırmanın bilişsel çerçevesi. Sosyal Karşılaştırma literatürüne göre birey bir yeteneğiyle ilgili kendisini başkalarıyla karşılaştırıp, kendisiyle ilgili değerlendirmeye varırken iki bilişsel süreç deneyimlemektedir: asimilasyon (özdeşleşme) ya da kontrast süreçleri (Suls, Martin ve Wheeler, 2002: 162). Asimilasyon (özdeşleşme) süreci, kişi kendisini karşılaştırma yaptığı kişiyle benzer statüde algılayıp, karşılaştırma yaptığı yetenek açısından benzerliklerine odaklandığında ortaya çıkan süreçtir ('Onlar gibiyim/ gibi olacağım'). Kontrast süreci ise kişinin kendisini karşılaştırma hedefinden farklılaştırmasıyla oluşan süreçtir (Onlar gibi değilim/ olmayacağım) (Mussweiler, 2001: 506). Aşağı ve yukarı yönde yapılan karşılaştırmalarda asimilasyon ya da kontrast süreçlerinin hangisinin işlediğine bağlı olarak farklı nitelikte (olumlu ya da olumsuz) duygular oluşabilir (Buunk ve ark., 2005: 230). Smith (2000: 178-179) karşılaştırma yaparken asimilasyon ya da kontrast sürecinin tetiklenmesinde, kişinin *algılanan kontrol düzeyinin*; yani karşılaştırdığı kişiye benzeme olasılığı üzerinde ne derece kontrol sahibi olduğu algısının, belirleyici bir rol oynadığını ifade etmiştir. Smith yukarıda tanıtilen faktörleri göz önünde bulundurarak karşılaştırma sonrasında hissedilen duyguları 4 grupta sınıflandırmıştır: *Yukarı Yönde Asimilasyon Duyguları, Yukarı Yönde Kontrast Duyguları, Aşağı Yönde Asimilasyon Duyguları, Aşağı Yönde Kontrast Duyguları.*

1.3.1. Yukarı Yönde Asimilasyon Duyguları

Yukarı yönde asimilasyon (YY-asimilasyon) duyguları, kişinin kendisinden daha iyi konumda olan biriyle karşılaştırma sürecine girmesi ve kendisini bu kişiyle benzer nitelikte algılaması sonucunda ortaya çıkan duygulardır. Smith (2000: 184-186) bu duyguları, kişinin kendisine, karşılaştırma yaptığı öteki kişiye ya da her ikisine birden odaklanmasıyla hissedilebilecek duygular olarak üç gruba ayırmıştır.

Kişi kendine odaklandığında: YY-asimilasyon sürecinde birey *iyimserlik (optimistic)* duygusunu yaşayabilir. Bu duygu, kişi değerlendirme sürecinde kendisine odaklandığı

ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki, kendisiyle benzer olarak algıladığı öteki kişinin iyi/olumlu konumu, birey tarafından gelecekte ulaşacağı konum olarak değerlendirildiğinde iyimserlik duygusu hissedilebilir. Bu durumu en iyi şekilde açıklayabilecek çalışma bulgularına yukarı doğru karşılaştırma hedefine maruz kalan kanser hastalarının yer aldığı çalışmalarda rastlamak mümkündür (Taylor ve Lobel, 1989: 571). Kendilerinden görece daha iyi durumda ve iyileşmekte olan kanser hastalarıyla ilgili bilgiye maruz kalan kanser hastaları olumsuz duygulardan çok olumlu duygular hissettiğini ve zor tedavi sürecinde iyileşmekte olan hastaların varlığının onlara destek olduğunu bildirmişlerdir (Buunk ve ark., 1990: 1242; Taylor, Aspinwall, Giuliano, Dakof ve Reardon, 1993: 710). Bu bulgular kanser hastalarının yukarı doğru karşılaştırma hedefiyle benzerliklerine odaklanarak, gelecekte onlar gibi sağlıklı duruma gelmeyi düşündükleri ve bu yüzden olumlu duygular (iyimserlik, sevinme vb.) hissettikleri şeklinde yorumlanabilir.

Kişi karşılaştırma hedefine odaklandığında: YY-asimilasyon sürecinde kişi, karşılaştırma hedefine yönelik *hayranlık (admiration)* hissedebilir. Bu duyguyu kişi eğer kendisinden daha iyi ve takdir edilesi konumda olan hedef kişiye odaklanırsa hissedecektir. Hayranlık duygusunun temelinde, üstün performansın hak edildiği düşüncesi yer alır ve o kişi daha cana yakın bulunur (Smith, 2000: 185).

Kişi hem kendisine hem de öteki kişiye odaklandığında: Bu durumda oluşan duygu, *ilham alma (inspiration)* duygusudur. Birey bir yandan üstün performansı için öteki kişiye hayranlık beslerken, bir yandan da kendi performansı açısından olumlu beklentiler içinde olduğunda bu duygu hissedilebilir. Çünkü birey, öteki kişiyi kendisini üstün performansa ulaştıracak bir rol model olarak görür. Yukarı doğru asimilasyon duygusu olarak ilham almanın hissedilmesine Lockwood ve Kunda (1997: 98) çalışması örnek verilebilir. Bu çalışmada muhasebe dersini alan birinci ve dördüncü sınıftaki üniversite öğrencilerine yukarı doğru karşılaştırma hedefi içeren bir metin okutulur. Metinde son sınıftaki bir muhasebe öğrencisinin hem akademik hem sosyal becerilerindeki başarıları yer almaktadır. Metni okuduktan sonra katılımcılar kendi başarı durumlarını değerlendirir ve okudukları kişiyle kendilerine ne derece benzer gördüklerini bildirirler. Birinci sınıf muhasebe öğrencileri son sınıf öğrencilerine kıyasla yukarı doğru karşılaştırma hedefiyle benzerliklerine daha fazla odaklanmış ve son sınıf öğrencilerine kıyasla bilgilerini okudukları kişiden daha yüksek oranda ilham aldıklarını ifade etmişlerdir (1997: 98).

1.3.2. Yukarı Yönde Kontrast Duyguları

Yukarı yönde kontrast (YY-kontrast) duyguları, kişinin kendisinden daha iyi konumda olan biriyle karşılaştırma sürecine girmesi ve kendisini bu kişiyle farklı nitelikte algılaması sonucunda ortaya çıkan duygulardır. Bu duygular da Smith tarafından kişinin kendisine, ötekine veya hem kendisine hem de ötekisine odaklandığı durumlarda ortaya çıkan duygular olarak sınıflandırılmıştır.

Kişi kendine odaklandığında: Birey kendinden iyi durumda olan biriyle karşılaştırma yapıp kendini öteki kişiden farklılaştırdığında eğer kendisine odaklanmışsa *üzüntü ve yılgınlık (depressive feelings)* hissi yaşayabilir. Depresif belirtiler arasında yer alan bu duyguların kaynağı, öteki kişinin avantajlı durumunun karşısında kişinin kendisini daha aşağıda algılamasına dayanmaktadır. YY-kontrast süreçlerinde kişinin olumsuz konumu üzerindeki kontrol düzeyini düşük gördüğü söylenebilir (Smith, 2000: 180-181). Çünkü genellikle kişi konumuyla ilgili içsel nitelikte nedensel atıflar yapıp dezavantajlı durumunu değişmez ve sabit olarak algılayabilmektedir (Martinko ve Thomson, 1998: 274). Durumun değişmez olarak değerlendirilmesi ise algılanan kontrol düzeyini düşürmekte; üzüntü ve yılgınlık duygularının yaşanmasını olası kılmaktadır. YY-kontrast sürecinde bireyin kendisine odaklandığında hissedeceği bir diğer duygu *utanç (shame)* duygusudur. Utanç duygusu kişinin kendi değerini olabildiğince azalttığı ve bu durumdan dolayı kendisini suçladığı durumlarda yaşanır (Niedenthal, Tangney ve Gavanski, 1994: 593). Kişinin dezavantajlı konumunun başkaları tarafında görünür olması (publicity) utanç duygusunun yaşanmasında belirleyici olabilmektedir (Smith, 2000: 182). Kısacası, bireyin YY-kontrast sürecinde dezavantajlı konumunu kendi başarısızlığına odaklanarak değerlendirmesi sonucunda *üzüntü, yılgınlık ve utanç duyguları* hissedilmektedir. Fakat birey bu durumla başa çıkmak adına odak noktasını kendisinden avantajlı durumdaki öteki kişiye de çevirebilir.

Kişi karşılaştırma hedefine odaklandığında: YY-kontrast süreci tetiklendiğinde kişi odak noktasını avantajlı konumda gördüğü öteki kişiye çevirirse *güceniklik ve kızma duyguları (resentment)* hissedilebilir. Eğer kişi, kendini karşılaştırdığı öteki kişinin avantajlı konumunu adil olmayan bir biçimde elde ettiğini düşünüyorsa ve kendisinin

dezavantajlı konumda olmasını öteki kişinin haksız kazancının bir sonucu olarak nitelendiriyorsa güceniklik ve beraberinde kızgınlık duygularının yaşanması muhtemeldir (Folger, Rosenfield, Rheume ve Martin 1983: 541). Diğer yandan, kişinin avantajlı konumda gördüğü öteki kişiyi ne denli sevdiği, karşılaştırmanın ardından nasıl bir duygu hissedeceği üzerinde rol oynayacaktır. Ortony, Clore ve Collins' göre (1988) avantajlı konumdaki kişi seviliyorsa ve alçakgönüllü olarak algılanıyorsa güceniklik duygusu fazla hissedilmezken; seilmeyen ve kibirli olarak algılanan bir kişinin avantajlı konumu güceniklik ve kızgınlık duygularının şiddetli yaşanmasında etkili olabilir (akt. Smith, 2000:183).

Kişi hem kendine hem de karşılaştırma hedefine odaklandığında: YY-kontrast süreci tetiklendiğinde yaşanması olası bir diğer duygu *kıskançlık (envy)* tır. Kıskançlık duygusu, kişinin hem kendi dezavantajlı konumuna odaklanarak duyduğu utancı hem de adil olarak nitelendirmediği öteki kişinin avantajlı konumuna duyduğu güceniklik ve kızgınlık duygularını bir arada barındırır. Kişi, avantajlı konumun adil bir sürece dayanmadığına dair yeterli bilgiye sahip olmasa da, iki odak noktası arasında gidip gelerek içten içte kıskançlık duygusu besler (Smith, 2000: 183).

1.3.3. Aşağı Yönde Asimilasyon Duyguları

Aşağı yönde asimilasyon (AY-asimilasyon) duyguları, bireyin kendisinden daha olumsuz konumdaki kişilerle yaptığı aşağı doğru karşılaştırmalar asimilasyon sürecini aktifleştirdiğinde hissedilebilecek olası duygulardır (Smith, 2000: 190-191). Major ve arkadaşları (1991) ile Wood ve Vander Zee (1997)'nin bulgularına göre, kişinin durum üzerinde algıladığı kontrol düzeyi düşükse, aşağı doğru karşılaştırma esnasında dezavantajlı öteki kişiyle benzerliklerine odaklanması yani asimilasyon sürecini aktifleştirmesi daha olasıdır. Kişinin algılanan aktiflik düzeyi yüksek olduğunda ise aşağı doğru karşılaştırmalar, öteki kişiyle farklılıklar üzerinde yoğunlaşır ve kontrast süreci tetiklenmiş olur (akt. Smith, 2000: 189- 190). Bu durumda kişiler korku, kaygı, acıma veya sempati duygularından birini hissedebilirler. Hangi duyguyu hissettikleri kime odaklandıklarına göre değişebilir. Kişiler kendilerine, hedef kişiye ya da hem kendilerine hem de hedef kişiye odaklanıyor olabilirler.

Kişi kendine odaklandığında: AY-asimilasyon duygularından *korku (fear)* ve *endişe/kaygı (worry)* kişinin karşılaştırma esnasında odağını kendisinde tuttuğunda hissedeceği duygulardır. Kişi, karşılaştırma hedefi olarak belirlediği öteki kişiyle benzerliklerine odaklandığında, öteki kişinin dezavantajlı konumunu kendi yakın geleceğiyle bağlantılandırabilir. Yani, birçok açıdan kendisiyle benzer gördüğü öteki kişi olumsuz bir konumdaysa, kendisinin de olumsuz konuma sahip olma ihtimali yüksektir. Bireyin geleceğine ilişkin bu tür olumsuz düşünceleri korku ve kaygı duygularının hissedilmesinde etkili bir rol oynar. Özellikle kanser hastaları kendilerinden daha ağır durumda olan hastalarla kendilerini karşılaştırdıklarında, hastalıklarının ileri aşamasında kendilerinin de o durumu deneyimleyeceğini düşünüp korku ve kaygı yaşayabilirler. Örneğin, Buunk ve arkadaşlarının (1990: 1241) kanser hastalarına aşağı ve yukarı doğru karşılaştırma hedefi sunduktan sonra duygusal tepkilerini değerlendirdiği çalışmasında, katılımcıların %59'u aşağı doğru karşılaştırma yapmış ve sonucunda korku, kaygı gibi olumsuz duygular hissettiğini belirtmiştir. Ayrıca, kanser hastalarıyla yapılan bir dizi çalışmalar, hastalığıyla ilgili olumsuz içerikli hikayelere maruz kalan katılımcıların (hikayenin ölümle sonlanan olası sonucundan dolayı) daha fazla psikolojik stres yaşadıklarını göstermiştir (Taylor ve ark., 1993: 726-727).

Kişi karşılaştırma hedefine odaklandığında: Kişinin karşılaştırmalarda-AY-asimilasyon sürecinin etkisiyle hissedebileceği bir diğer duygu *acıma (pity)* duygusudur. Lazarus (1991: 288) acıma duygusunu, olumsuz durumda olan biri için duyulan içten üzüntü şeklinde tanımlar. Smith bu tanımdan yola çıkarak, AY-asimilasyon duyguları arasından acıma duygusunu, kişilerin eğer kendilerine değil de dezavantajlı konumda algılanan öteki kişilere odaklanırlarsa hissedileceklerini belirtir. Ayrıca, acıma duygusunun şiddeti, zor durumda olan öteki kişinin ne derece sevilen biri olduğuna, yaşadığı olumsuzluk üzerinde kontrolünün olup olmamasına ve bu durumu ne derece hak ettiği algısına göre değişebilir (Smith, 2000: 190-191).

Kişi hem kendine hem de karşılaştırma hedefine odaklandığında: AY-asimilasyon sürecinde, kişinin hem kendisine hem de öteki kişiye odaklanmasıyla hissedeceği duygu *sempatidir (sympathy)*. Sempati, başkalarının ilgi ve hislerini paylaşma, onlar gibi düşünme eğilimi olarak tanımlanır (Lazarus, 1991: 288). Sosyal karşılaştırma sürecinde ise sempati, kişinin olası geleceğiyle ilgili endişeleri ile dezavantajlı durumda olan öteki

kişi için hissedilen acıma duygusunun karmasıdır. Yani acıma duygusundan farklı olarak sempati de öteki kişiyle benzerlikler de ön plandadır (Smith, 2000: 191). Bununla birlikte, öteki kişinin sevilirliği ve içinde bulunduğu olumsuz durumu ne derece hak ettiği sempati duygusunun hissedilmesinde belirleyici etkenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin bir çalışmada hak edilmeyen bir talihsizlik yaşandığına dair algı arttıkça öteki kişi için hissedilen sempati duygusunun arttığı bulunmuştur (Brigham, Kelso, Jackson ve Smith, 1997: 376).

1.3.4. Aşağı Yönde Kontrast Duyguları

Aşağı yönde karşılaştırmaların kontrast sürecinin (AY-kontrast) aktifleştirmesiyle oluşan duygularda bireyin üstün konumu ön plandadır. Öteki kişinin dezavantajlı konumunda değerlendirilmesi bireyin kendi durumunu olumlamasını beraberinde getirebilir (Wills, 1981: 246). Major'e (1991) göre, kişi bu değerlendirmeyi yaparken, üstün konumunun ve öteki kişiyle arasındaki durumsal farkın sabitliği üzerinde kontrol sahibi olduğunu düşünebilir. Bu yüzden aşağı doğru kontrast süreci olumlu duygusal çıktılarla ilişkilendirilebilir (akt. Smith, 2000: 187).

Kişi kendine odaklandığında: AY-kontrast duyguları arasında kişinin kendi durumuna odaklanmasıyla hissedeceği duygu *gurur (pride)* dur. Birey öteki kişinin dezavantajlı konumuna kıyasla, kendi avantajlı konumunu kişisel özelliklerine atıfta bulunarak açıklayabilir (Ben çalışkan olduğum için ondan daha başarılıyım gibi). Bu da, kendisiyle gurur duymasını sağlar (Smith, 2000: 187-188). Özellikle avantajlı konumunun başkaları tarafından görülmesi ya da bilinmesi (publicity) gurur duygusunun daha yoğun şekilde yaşanmasını sağlar. Bu duruma Webster, Duvall, Gaines ve Smith (2003: 221) tarafından üniversite öğrencilerinin dört farklı deneysel koşul sonrasında hissettikleri gurur duygusunu ölçmek amacıyla düzenlenen çalışma bulguları örnek verilebilir. Çalışmanın bulgularına göre performansın deneyci tarafından bilindiği (publicity) ve olumlu olarak değerlendirildiği (övgü içeren) koşullarda, katılımcının yalnız olduğu koşula kıyasla daha fazla gururlandığı tespit edilmiştir.

Kişi karşılaştırma hedefine odaklandığında: AY-kontrast sürecinde, kişinin dikkati dezavantajlı konumda olan öteki kişiye çevrildiğinde yaşanması muhtemel duygu

küçümseme (contempt) dir. Ortony ve arkadaşlarına (1988) göre, küçümseme, hor görme gibi duygular, öteki kişinin dezavantajlı konumu suçlanmayı hak eden bir eyleme dayandırıldığı zaman ortaya çıkar. Sosyal karşılaştırma sürecinde ise öteki kişinin kayda değer açılardan olumsuz koşullara sahip olması ve bu koşulları hak ettiği algısı küçümseme duygusunu tetiklemektedir. Ayrıca öteki kişinin sevilmeyen biri olması, daha fazla küçümseneceği konusunda belirleyici bir etkidir (akt. Smith, 2000: 188).

Kişi hem kendine, hem karşılaştırma hedefine odaklandığında: AY-kontrast sürecinde kişi hem kendisine hem de öteki kişiye odaklandığında ‘Schadenfreude’ duygusunu hissedebilir. ‘Schadenfreude’ başkalarının talihsiz durumuna sevinme, ‘Oh olsun!’ deme şeklinde açıklanabilir (Smith, Turner, Garonzik, Leach, Urcch-Druskat ve Weston, 1996: 158). Kişi kendi avantajlı konumuyla gurur duyarken, aynı zamanda öteki kişinin kendisinden kötü durumda olmayı hak ettiğini düşünür ve içten içe buna sevinir. Bu sevinmenin altında kişinin kendisini yüceltme motivasyonunun yer aldığını söylemek doğru olacaktır (Wills, 1981: 246).

Bu bölüme kadar önce Klasik Sosyal Karşılaştırma Kuramı (Festinger, 1954) tanıtılıp kişileri yukarı ve aşağı yönde karşılaştırma yapmaya yönlendiren motivasyonlar açıklanmış ve ardından, Smith’in (2000) sosyal karşılaştırmalar sonrası hissedilen duyguları sınıflandırdığı araştırma modeli ayrıntılı olarak sunulmuştur. Bu noktaya kadar aktarılan tüm araştırma bulguları bireylerin *yüz yüze (çevrimdışı) etkileşimlerinde* maruz kaldıkları sosyal karşılaştırma bilgisine verdiği tepkileri inceleyen çalışmalara aittir. Önceki bölümlerde de değinildiği üzere sosyal ağların insanlar tarafından yoğun biçimde kullanılması sosyal karşılaştırma süreçlerini yüz yüze ortamdan (çevrimdışı) *sanal ortamlara (çevrimiçi)* taşımıştır. Bu tez çalışmasında da bireylerin, sosyal ağlarda kendilerine tanınan süre boyunca hangi aktiviteleri yaparak bu süreyi geçirdikleri; bu aktivitelerin tetiklediği sosyal karşılaştırmaların ardından ne sıklıkla YY ve AY asimilasyon ve kontrast duygularının hissedildiği sorularının cevapları aranacaktır. Bundan sonraki bölümde Sosyal Karşılaştırma Kuramının Rönesans Döneminin (Buunk ve Mussweiler, 2001: 469) bir parçası olarak nitelendirilebilecek, çevrimiçi ağlarda gerçekleşen sosyal karşılaştırmalar ve bu karşılaştırmaların psikolojik ve duygusal çıktıklarına ait çalışmalara yer verilmiştir.

1.4.SOSYAL KARŞILAŞTIRMA SÜREÇLERİNİN SOSYAL AĞLARDA İNCELENMESİ

Günümüzde yüz yüze (çevrimdışı) iletişim alanlarının dışında Facebook ve Instagram gibi popüler sosyal ağlar da başkalarıyla ilgili birçok bilgiyle karşılaşılan platformlar haline gelmiştir. Bu platformlarda bireyler demografik bilgilerinin (sosyal roller, kurumlar, tutum ve ilgi alanları vb.) dışında (Gross ve Acquisti, 2005: 75; Tüfekçi, 2008: 27), gezip gördükleri mekânlarla, ne yiyip ne içtikleriyle, mesleki başarılarıyla, sağlıklı ve güzel fiziksel görünümüleriyle ilgili çeşitli paylaşımlar yaparlar (Haferkamp ve Kramer, 2011: 311; Liu, Wu ve Li, 2018: 3). Tüm bu paylaşımlar doğrultusunda çevrimiçi ağların sosyal karşılaştırmalar için ideal bir ortam olduğu iddiasını savunmak yanlış olmayacaktır. Nitekim sosyal ağların kullanım sıklığıyla Facebook'ta yapılan sosyal karşılaştırmaların sıklığı arasında bulunan anlamlı pozitif ilişki söz konusu iddiayı destekler niteliktedir (Jang, Park ve Song, 2016: 152; Lee, 2014: 258).

Pek çok çalışmanın bulgularına göre, sosyal ağlarda yukarı yönde karşılaştırmalar daha sık yapılmaktadır (Feinstein ve ark., 2013: 167; Vogel, Rose, Roberts ve Eckles, 2014: 210; Vries ve Kühne, 2015: 219). Sosyal ağlarda yukarı yönde karşılaştırmaların neden daha sık yapıldığını açıklamak adına bir sonraki kısımda sosyal ağlarda gerçekleşen seçici benlik sunumlarıyla ilgili bilgilere ve araştırma bulgularına yer verilmiştir.

Bireyler sosyal ağlarda kendilerini normalde olduğundan daha iyi ve olumlu şekilde sunma eğilimi gösterirler (Ellison, Heino ve Gibbs, 2006; Mehdizadeh, 2010). Kişilerin sosyal ağlarda kendilerini olduğundan daha olumlu şekilde göstermeleri, kişilerin çevrimdışı iletişim ortamında sağlayamayıp, çevrimiçi iletişim ortamından sağlayabildikleri bazı olanakların varlığıyla ilişkilidir. Şöyle ki, bireyler sosyal ağ profillerini oluştururken teknolojinin sağladığı imkânlar sayesinde kendilerini daha beğenilir şekilde sunacakları görsel ve yazılı paylaşımları kolayca hazırlayabilirler. Örneğin bireyler çeşitli mesajları sosyal ağ profillerinde paylaşmadan önce bu mesajların üzerinde istedikleri kadar düzeltme yapabilirler ve paylaşımlarını hazırlarken herhangi bir zaman sınırlaması ile karşılaşmazlar. Teknolojinin sunduğu bu iki özellik –mesajı göndermeden önce düzeltme yapabilme ve zaman baskısının olmayışı- çevrimiçi iletişimi yüz yüz iletişimden daha avantajlı kılar (Walther, 1996: 19). İnternet iletişiminde

teknolojik imkânları sunarak benliğinin yalnızca beğenilir yönlerini sunmaya “seçici öz-sunum” denmektedir (Walther, 1992: 229). Bu kavram, Walther’in hiperkişisel iletişim kuramının önemli bir unsurudur. Bu kurama göre başkalarıyla İnternet üzerinden olumlu ilişkiler kurmak isteyen kişiler, karşılıklı olarak birbirlerine seçici öz-sunum yaparlar ve bu sayede birbirlerini beğenmeleri ve birbirlerine yakınlık hissetmeleri mümkün hale gelir. İnternet’te tanışan yabancıların arkadaşlık ve romantik ilişki kurmaları bu sayede olmaktadır. Walther’a göre (2007: 2552) bireyler kendilerini seçici bir şekilde sunarken, yazdıkları mesajlara daha uzun zaman ayırır, çeşitli düzeltmeler yaparak bu mesajları daha iyi hale getirmeye çalışır, kullandıkları dilin ve cümlelerin yapısına daha fazla özen gösterirler.

Sosyal ağlarda olumlu bir benlik sunumu için yalnızca yazılı mesajlar üzerinde değil, görsel mesajlar üzerinde de düzeltmeler yapılabilir. Örneğin, birçok sosyal ağ uygulaması çeşitli *filtre* seçenekleriyle fotoğraflar üzerinde düzenleme yapmayı mümkün kılmaktadır. Bir çalışmada, Flickr ve Instagram gibi sosyal medya hesaplarında filtrelerin, fotoğrafları daha eğlenceli ve mükemmel göstermek ve dolayısıyla görenleri etkilemek amacıyla kullanıldığı bulunmuştur (Bakhshi, Shamma, Kennedy ve Gilbert, 2014: 16). Bir başka çalışmada, Manago, Graham, Greenfield ve Salimkhan (2008: 450) Amerika’da 18-23 yaş aralığındaki 23 katılımcıyla gerçekleştirdikleri odak grup görüşmeleriyle, MySpace’de bireylerin kendilerini nasıl sunduğu ve bu sunumlarda cinsiyet farklılığı olup olmadığı incelemiştir. Çalışma bulgularına göre gençler sosyal ağlarda kendilerini gerçekte olduklarından daha olumlu sunmak için aktif bir çaba göstermekte ve bu amaçla fotoğraf paylaşımlarında photoshop gibi çeşitli programlar kullanmaktadırlar. Ayrıca sosyal ağ paylaşımları yoluyla başkalarına sunmak istedikleri olumlu özelliklerin, cinsiyet kalıp yargılarına göre şekillendiği de görülmektedir: Kadınlar, ne ölçüde güzel/çekici göründükleri hakkında, erkekler ise ne ölçüde güçlü ve kuvvetli olduklarına dair başkalarının ne düşündüklerini önemsemektedir (2008: 453).

Bireyler sosyal ağ profillerinde görsel paylaşımlarının yanı sıra, paylaşımlarındaki duygusal içerik açısından da kendilerini seçici bir şekilde sunmaktadır. Örneğin başkalarının gözünde, olumlu bir imaj çizme endişesi yaşayan üniversite öğrencileri, kişisel Facebook sayfalarında paylaşım yaparken olumlu duyguları ifade eden kelimeleri kullanmaya daha fazla eğilim göstermişlerdir (Bazarova, Taft, Choi ve Cosley,

2012:133). Benzer şekilde başka bir çalışmada, Facebook'ta kendi duygusal paylaşımlarını ve arkadaşlarının duygusal paylaşımlarını değerlendiren katılımcılar, hem kendilerinin hem de arkadaşlarının olumsuz duygularansa olumlu duyguları daha fazla paylaşma eğiliminde olduklarını bildirmiştir (Qiu, Lin, Leung ve Tov, 2012: 570-571). Kısacası, yukarıda bahsedilen araştırma bulguları, kişilerin sosyal ağlarda kendilerini stratejik olarak olumlu bir şekilde sunduklarını göstermektedir.

Çevrimiçi sosyal ağlarda bireyler kendilerini çeşitli açılardan gerçekte olduklarından daha iyi, daha güzel, daha beğenilir şekilde sundukları gibi, aynı zamanda sosyal ağlarda başkalarının “makyajlanmış” paylaşımlarına da daha çok maruz kalırlar. Böylece kişiler kendi hayatlarını başkalarının sözde mükemmel hayatlarıyla karşılaştırarak yukarı yönde karşılaştırma yapmış olurlar. Hâlbuki bireyler kendi gerçek durumlarıyla başkalarının sosyal ağlarda sergilediği gerçekten biraz uzaklaşmış ideal durumlarını karşılaştırdıklarının farkında değildir. Chou ve Edge'nin (2012: 119) 425 üniversite öğrencisiyle gerçekleştirdiği çalışma bulguları da bu durumu desteklemektedir. Araştırmada katılımcılar Facebook'taki arkadaşlarının (özellikle kişisel hayatlarıyla ilgili fazla bilgi sahibi olmadıkları arkadaşlarının) kendilerinden daha mutlu olduğunu ve daha güzel yaşam standartlarına sahip olduğunu düşündüklerini bildirmiştir. Bir başka çalışmaya ait, Facebook kullanım yoğunluğu ile olumsuz (yukarı yönde) sosyal karşılaştırma düzeyi arasındaki pozitif ilişkinin varlığı bulgusu da, sosyal ağlarda bireylerin sıklıkla yukarı yönde karşılaştırmalar yaptığını göstermektedir (Vries ve Kühne, 2015: 219).

Literatürde sosyal ağlar üzerinden yapılan karşılaştırmaları ele alan çalışmaların bir kısmı karşılaştırmaların hangi alanlarda yapıldığını ve karşılaştırma sürecinin psikolojik çıktılarını incelemektedir. Bu psikolojik çıktılar öz saygı, öz değerlendirme, olumlu-olumsuz duygu durumu, depresyon ve öznel iyi oluş şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, Vogel ve arkadaşlarının (2014: 210) yürüttüğü bir dizi çalışmadan 145 üniversite öğrencisiyle yürütülen ilişkisel çalışma, katılımcıların Facebook kullanma sıklığı ile öz saygı düzeyleri arasındaki negatif ilişkide Facebook'ta yapılan yukarı yönde karşılaştırmaların aracı rol oynadığını göstermiştir. İkinci çalışmada ise deneysel olarak manipüle edilmiş Facebook profillerine maruz kalan katılımcıların durumluk öz saygı ve kendilerini değerlendirme (öz değerlendirme) düzeyleri ölçülmüştür. Çalışmada

katılımcılara gösterilen profiller iki temel alanda (*sağlık ve sosyal ağlardaki popülerlik/aktiflik*), yukarı ve aşağı yönde karşılaştırma bilgisi içerecek biçimde düzenlenmiştir (2014: 212-213). Bulgulara göre, yukarı yönde karşılaştırma bilgisi içeren Facebook profillerini inceleyen katılımcılar (sağlıklı yaşam ve sosyal ağlarda yüksek düzey popülerlik) aşağı yönde karşılaştırma bilgisi içeren profilleri inceleyenlere kıyasla (sağlıksız yaşam ve sosyal ağlarda düşük düzey popülerlik) durumluk öz saygı düzeylerini daha düşük ve ilgili alanlardaki öz değerlendirmelerini ise daha olumsuz yönde bildirmiştir (2014: 216). Bir başka çalışmada Haferkamp ve Kramer (2011) çevrimiçi yürüttükleri iki deneysel çalışmada *fiziksel görünüm ve meslek/kariyer alanlarında* -yukarı ve aşağı yönde karşılaştırma bilgisi içerecek şekilde- düzenledikleri profilleri katılımcılara göstermiş ve sonrasında katılımcıların duygusal tepkilerini ve bedenleri ile kariyerlerine yönelik memnuniyetlerini ölçmüştür. Bulgulara göre, fiziksel açıdan çekici kişinin profilini inceleyen katılımcılar, daha az çekici kişinin profilini inceleyenlere kıyasla, olumlu duyguları düşük düzeyde bildirirken; bedenleriyle ilgili yüksek düzey memnuniyetsizlik yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Yukarı yönde karşılaştırmalar sonrası olumlu duygulardaki azalma, hedefteki özelliklerin kişi tarafından ulaşılamaz/kazanılamaz olduğu yönündeki algısına dayanıyor olabilir (yukarı yönde kontrast süreci). Çalışmadaki bir diğer bulgu da erkeklerin kadınlara kıyasla kariyer alanına daha fazla odaklandığına dair bulgudur. Şöyle ki, başarılı kariyer bilgisi içeren profili inceleyen erkek katılımcılar, başarısız kariyer bilgisi içeren profili inceleyen erkeklere kıyasla gerçek ve ideal durumları arasında daha fazla uyumsuzluk yaşarken, benzer etki kadınlar için elde edilmemiştir (2011: 313). Bu da sosyal ağlarda yapılan karşılaştırmaların hangi alanda yapıldığına bağlı olarak kadın ve erkeklerde farklı sonuçlarla ilişkili olduğunu göstermektedir.

Literatüre bakıldığında bireylerin sosyal ağlarda yaptığı sosyal karşılaştırmalar sonrasındaki duygu durumları ve duyguları inceleyen özellikle son yıllarda yapılmış birçok çalışmaya rastlamak mümkündür (Appel, Gerlach ve Crusius, 2016: 44). Bu çalışmaların merkezinde '*Facebook kıskançlığı*' olarak isimlendirilen kıskançlık duygusu yer almaktadır (Krasnova ve ark., 2013; Muise, Christofides ve Desmarais, 2009). Krasnova ve arkadaşları tarafından yürütülen bir dizi araştırmada katılımcılara açık uçlu sorularla 'Facebook'ta zaman geçirdiği son anı hatırladıklarında hangi duyguları hissettikleri' sorulmuştur. İçerik analizi sonuçlarına göre katılımcıların %43'ü eğlenmiş,

keyifli memnun, rahatlamış gibi olumlu duygular hissettiğini; %36.9'u ise sıkılmış, kızgın, hayal kırıklığına uğramış, suçlu, mutsuz gibi olumsuz duygular hissettiğini bildirmiştir. Bunun üzerine kızgınlık, hayal kırıklığı gibi olumsuz duyguların altında yatan sebep sorulduğunda, katılımcıların %29.6'sı bu duyguların temelinde kıskançlığın yattığını rapor etmiştir. Özellikle seyahat etme, sosyal aktiviteler ve sosyal ilişkiler gibi alanlarda başkalarının yaptığı paylaşımların ardından kıskançlık hissettiklerini bildirmişlerdir (2013: 4-6). Başka bazı araştırmaların bulguları da Facebook kullanımının – özellikle başkalarının paylaşımlarını izleyerek yapılan pasif kullanımın- kıskançlık duygusunu pozitif yönde anlamlı şekilde yordadığını göstermektedir (Ding, Zhang, Wei, Huang ve Zhou, 2017:144; Muise ve ark., 2009: 443). Kişilerin Facebook hesaplarında başkalarının paylaşımlarını gördükten sonra kıskançlık duygusu hissetmeleri, başkalarının durumlarıyla kendi mevcut durumlarını karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkmaktadır. Facebook'ta gerçekleşen sosyal karşılaştırmalar arttıkça hissedilen kıskançlık duygusunun da arttığı bulgusu bu görüşü desteklemektedir (Lim ve Yang, 2015: 307).

Sosyal ağlarda başkalarının olumlu paylaşımlarına maruz kalınması sonucu tetiklenen kıskançlık duygunu ele alan çalışmaların bir kısmında, bu duygu bireylerin sosyal ağları kullanım davranışının psikolojik ve öznel iyi oluşta düşüşe yol açmasını açıklayan bir aracı değişken olarak ya da bir düzenleyici değişken olarak ele alınmıştır. Örneğin, Facebook'ta pasif kullanım davranışı göstermenin uzun vadede kişilerin yaşam memnuniyetini olumsuz yönde yordadığı ve bu süreçte başkalarının paylaşımlarına yönelik kıskançlık duygusunun aracı rol oynadığı Almanya'daki üniversite öğrencilerinden toplanan verilerin analizi ile tespit edilmiştir (Krasnova ve ark., 2013:11). Çinli üniversite öğrencilerinden oluşan bir örnekleme ise pasif Facebook kullanımı ile düşük öznel iyi oluş arasındaki ilişkide kıskançlığın kısmi aracı rolü bulunmuştur. Ayrıca hissedilen kıskançlığın söz konusu ilişkideki etkisinin erkeklere kıyasla kadınlarda daha kuvvetli olduğu görülmüştür (Ding ve ark., 2017:144). Bu bulgulara dayanarak sosyal ağ kullanımının uzun vadede ortaya çıkarttığı olumsuz psikolojik çıktılarda, sosyal karşılaştırmalar sonucu hissedilen kıskançlık duygusunun etkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bunlara ek olarak Chow ve Wan (2017: 280) 282 katılımcıyla çevrimiçi yürüttüğü çalışmasında, Facebook'ta zaman geçirmenin depresyon belirtilerine sahip olma ile ilişkisinde sosyal karşılaştırmaların ve kıskançlık duygusunun düzenleyici

etkisini incelemiştir, fakat bulgulara göre bu etkiler anlamlı değildir. Araştırmacılar bunu şöyle açıklamıştır: Kişiler pek çok farklı alanda –fiziksel cazibe, başarı...vb- karşılaştırma yapabilir ve sosyal karşılaştırmaların tetiklediği kıskançlık, genel bir depresyon hissinden ziyade karşılaştırmanın yapıldığı alana özgü bir sonuç değişkeni ile ilişkili olabilir. Örneğin Haferkamp ve Kramer (2011: 312) çalışmalarında fiziksel çekicilik alanında yapılan karşılaştırmaların bireyin beden imajı üzerinde olumsuz etkiler bıraktığını gösterirken; mesleki kariyer alanında yapılan karşılaştırmaların bireyin kendi kariyeriyle ilgili memnuniyetinde olumsuz sonuçlar doğurmadığını göstermektedir. Bu bulgudan hareketle, çalışmada kıskançlığın anlamlı bulunamayan düzenleyici rolü, sosyal karşılaştırma yapılan alanların ayrıntılı incelenmemesiyle açıklanmıştır (Chow ve Wan, 2017: 280).

Sosyal ağlarda yaygın olarak ele alınan kıskançlık duygusuna yanı sıra utanç duygusu da sosyal karşılaştırmaların duygusal çıktısı olarak incelenmiştir. Lim ve Yang (2015: 306) tarafından yürütülen çalışmada sosyal standartları karşılayamamanın başarısızlığıyla kişinin utanç hissedeceği hipotez edilmiş ve bu hipotez doğrulanmıştır. Aynı çalışmada, sosyal ağlarda gerçekleşen sosyal karşılaştırmaların davranışsal (farklı bir sosyal ağa geçme niyeti) ve psikolojik (tükenmişlik hissi -burnout-) tepkiler üzerindeki etkisinde kıskançlık ve utanç duygularının rolü araştırılmıştır. Bireyin hissettiği kıskançlık düzeyi arttıkça farklı bir sosyal ağa geçme niyetinin arttığı; hissedilen utanç düzeyi arttıkça da tükenmişlik hissini daha yoğun yaşadığı bulunmuştur. Hissedilen kıskançlığın sosyal karşılaştırmalar ve farklı bir sosyal ağa geçme niyeti arasındaki ilişkide aracı rolü; utanç duygusunun ise sosyal karşılaştırmalar ve tükenmişlik hissi arasındaki ilişkide kısmi aracı rolü tespit edilmiştir.

Yukarıda anlatılan çalışmalarda, kişilerin sosyal ağlarda yaptıkları karşılaştırmalar sonucu hissettikleri başlıca duygu olarak kıskançlık göze çarpmaktadır. Bunun yanında sadece bir çalışmada utanç duygusu işlenmiştir. Kıskançlık ve utanç duyguları değerlendirildiğinde olumsuz kökenli duygular olduğu dikkat çeker. Buradan hareketle Facebook ya da Instagram gibi sosyal ağlarda vakit geçirmenin, bireylerin yoğun biçimde sosyal karşılaştırma bilgisine maruz kalmasına bağlı olarak, daha çok olumsuz kökenli duyguların hissedilmesini tetikleyeceği görüşü iddia edilebilir. Nitekim bir dizi ilişkisel ve deneysel araştırmaların bulguları bu iddiayı destekler nitelikte

sonuçlara ulaşmıştır. Örneğin, Sagioglou ve Greitemeyer (2014:362) ilk olarak katılımcıların Facebook'taki aktiflik düzeyi ile duygulanımları arasında negatif yönde anlamlı ilişki tespit etmiştir. Sonrasında bireylerin Facebook'taki aktivite yoğunluğu arttıkça daha fazla olumsuz duygulanım içerisinde olma eğilimi bulgusunu deneysel bir çalışmayla test etmek amacıyla 263 katılımcıyla ikinci bir çalışma yürütülmüştür. Katılımcılar seçkisiz olarak üç koşuldan birine atanıp -Facebook sayfalarında vakit geçirme (paylaşımında bulunarak, chatleşerek ya da fotoğraflara bakarak), sosyal ağlara girmeksizin internet'te gezinerek vakit geçirme ve hiçbir çevrimiçi etkinlik içermeyen koşul- 20 dakika geçirdikten sonra olumlu- olumsuz duygulanım ölçümü yapılmıştır. Bulgulara göre Facebook'ta zaman geçiren katılımcılar, diğer koşuldaki katılımcılara kıyasla daha fazla olumsuz duygulanım içerisinde olduklarını bildirmiştir. Ayrıca Facebook'ta zaman geçirirken yaptıkları eylemi ne derece anlamlı gördüklerinin duygulanımları üzerinde etkili rol oynadığı tespit edilmiştir. Bir başka çalışmada da seçkisiz olarak atandıkları Facebook hesabını inceleme, moda dergisine ait websiteyi inceleme ve kontrol koşulunda 10 dakika vakit geçiren katılımcılardan, Facebook'ta vakit geçirenler kontrol koşulundakilere kıyasla yüksek düzey olumsuz duygu durumu içinde olduklarını bildirmiştir (Fardouly, Diedrichs, Vartanian ve Halliwell, 2015: 43). Sagioglou ve Greitemeyer (2014) çalışmasında amaç, genel olarak Facebook kullanmanın duygusal çıktılar üzerindeki etkisini gözlemlemektir; özel olarak Facebook'ta sosyal karşılaştırma yapmanın etkisini gözlemlemek amaçlanmamıştır. Dolayısıyla Facebook koşuluna atanan katılımcıların orada sosyal karşılaştırma yapıp yapmadıkları, yaptılarsa ne yönde karşılaştırma yaptıkları bilgisi alınmamıştır. Fardouly ve arkadaşlarının yürüttükleri çalışmalarda ise Facebook kullanımı ve hissedilen duygular arasındaki ilişkide sadece fiziksel görünümle ilgili karşılaştırma yöneliminin etkisi incelenmiş, diğer olası karşılaştırma alanlarının etkisi değerlendirilmemiştir. Ayrıca katılımcıların genel duygu durumu, PANAS (olumlu olumsuz duygu ölçeği) ya da belirli olumsuz duygu ifadeleriyle ölçülmüştür; özel olarak Smith (2000) tarafından sosyal karşılaştırma duygusu olarak tanımlanan duygular değerlendirilmemiştir. Mevcut tez çalışmasında, Sagioglou ve Greitemeyer ile Fardouly ve arkadaşlarının araştırmalarına benzer biçimde sosyal ağlarda (Facebook ve Instagram) vakit geçirmenin ardından ortaya çıkan duyguların incelenmesi amaçlanmış, ancak bunlardan farklı olarak katılımcıların tamamına Facebook'ta serbest vakit geçirme yönergesi verilip kendilerine tanınan süre

boyunca sosyal ağlarda birçok alanda yaptıkları karşılaştırmaların türüne ve karşılaştırmaların ardından hissettikleri duygulara dair sorular yöneltilmiştir.

Bu noktaya kadar bireylerin çevrimiçi sosyal ağlarda, başkalarının (arkadaş, aile bireyi, tanıdık, yabancı vb.) çeşitli alanlardaki paylaşımlarını (gezilen mekânlar, fiziksel görünüm, mesleki başarı vb.) görmeleriyle tetiklenen sosyal karşılaştırma süreçleri ve sonrasında ortaya çıkan duygusal sonuçları inceleyen araştırma bulguları açıklanmıştır. Bir sonraki bölümde kişilerin sosyal ağlarda gerçekleştirdiği sosyal karşılaştırmalar ve ardından hissettiği duygusal çıktılar üzerinde etkili olduğu iddia edilecek iki bireysel değişken tanıtılacaktır: Kültürel benlik yönelimleri ve sosyal karşılaştırma yönelimi.

1.5. KÜLTÜREL BENLİK YÖNELİMLERİ: İlişkililik ve Özerklik

Literatüre bakıldığında sosyal davranış üzerinde kültürel farklılıkları incelemek amacıyla özellikle 1990'lı yıllara kadar popüler olan ve sıklıkla kullanılan kavramlar 'bireycilik ve toplulukçuluk' kavramlarıdır (Göregenli, 1995: 1; Kağıtçıbaşı, 2010: 139). Bireycilik ve toplulukçuluk terimleri, kültürlerarası psikoloji alanına ilk olarak Hofstede'nin 'Kültürün Sonuçları' kitabıyla girmiştir. Hofstede (1980) örgütsel davranışlardaki kültürlerarası farklılıkları incelemek amacıyla 66 ülkedeki beyaz yakalı çalışanlarla geniş çaplı bir çalışma yürütmüş ve sonrasında kültürleri gruplandırmada 4 temel boyut belirlemiştir. Bireycilik bu boyutlardan bir tanesidir (akt. Triandis, 2001: 38). Hofstede (1980) bireycilik ve toplulukçuluğu bir boyuta ait iki uç düzey olarak ele almış ve bu kavramları kültür düzeyinde farklılıkları açıklamak amacıyla kullanmıştır (akt. Oyserman, Coon ve Kimmelmeier, 2002: 6). Bireycilik boyutunu bireyin kendisine ve ailesine odaklanması, görevlerden çok haklarını ön planda tutması, kişisel özerkliğe ve kendini gerçekleştirmeye önem vererek, kimliğini kişisel başarıları üzerinden tanımlaması şeklinde açıklamış ve Amerika'yı en bireyci kültür olarak tespit etmiştir (akt. Oyserman ve ark., 2002: 4).

Triandis, McCunker ve Hui (1990: 1020)'e göre toplulukçu kültürlerde bireylerin davranışları iç grubun normlarına göre şekillenmekte ve iç grup içindeki düzene ve hiyerarşiye önem verilmektedir. Bu tür kültürlerde bireylerin aile bağları oldukça kuvvetlidir. Bireyler iç gruplarını homojen olarak algılar ve iç grup-dış grup ayrımını

keskin bir şekilde belirlerler. Öte yandan, bireyci kültürlerde ise bireyler iç gruplarının amaçlarındansa kişisel amaçlarını ön planda tutarlar. İç grup üyeleriyle fazla duygusal bağlılıkları olmayan bireyler, davranışlarını kişisel beğeni ve çıkarları doğrultusunda şekillendirir. Grup içindeki düzenin devamlılığına önem veren toplulukçu kültürlerle kıyasla, bireyci kültürlerde grup içi çatışmaların yaşanması doğal karşılanır (1990: 1020).

Bireycilik ve toplulukçuluk kavramları kültür düzeyinde ele alındığında dikkat edilmesi gereken bir nokta vardır. Bu nokta aynı kültür içinde yaşayan her bireyin o kültürün özelliklerini yansıtacağı yönündeki yaklaşımdır. Oysa toplulukçu ya da bireyci kültürde yaşayan bireylerin hepsi o kültürün özelliğini göstermeyebilir (Triandis, 2001: 909). Ayrıca toplulukçu ya da bireyci kültüre sahip toplumlar arasında da davranış kalıpları açısından varyasyon gözlemlenebilir. Örneğin her toplulukçu kültürde grup içi düzene diğer toplulukçu kültürlerde olduğu gibi önem verilmeyebilir. Bu noktada Singelis, Triandis ve arkadaşları (1995: 244-245) bireycilik ve toplulukçuluğu hiyerarşik olarak iki düzeyi olan, iki farklı boyut olarak ele almış ve 4'lü tipoloji geliştirmiştir: yatay bireycilik, dikey bireycilik, yatay toplulukçuluk ve dikey toplulukçuluk. Oyserman ve arkadaşları (2002: 40-41) meta analiz sonuçlarında bireycilik boyutunda Avrupalı Amerikalıların, Afrikalı Amerikalı ve Latin Amerikalılardan farklılaşmadığını, dolayısıyla bireycilik ve toplulukçuluğu bir boyutta ele almanın mümkün olmadığını belirtmişlerdir. Kağıtçıbaşı (2010:140) da bireycilik ve toplulukçuluğun, kolay anlaşılır olması açısından tek boyutlu bir kavram olarak ele alındığını belirtse de, bu kavramların tek boyutlu olmadığına dikkat çeker.

Bireycilik ve toplulukçuluk kavramları kültürel analiz düzeyi dışında, bireysel analiz düzeyinde de incelenmiştir. Örneğin Triandis, Leung, Villareal ve Clark (1985) bireycilik ve toplulukçuluğu birey düzeyinde 'idiocentrism ve allocentrism' olarak tanımlamıştır (akt. Kağıtçıbaşı, 2010:140). Benzer şekilde Markus ve Kitayama (1991) da farklı kültürlerde benliğin gelişimi üzerinden iki farklı kültürel benlik kurgusu tanımlamıştır: Bağımsız ve karşılıklı bağımlı benlik kurguları. Bağımsız benlik kurgusundan kasıt; bireylerin benlik yapılarında özerk, bağımsız, başkalarından ayrılmış, ben-merkezci ve biricik olma gibi özellikler sergilemesidir. Karşılıklı bağımlı benlik kurgusu ise; sosyal bağlama göre şekillenen, diğer- merkezli, başkaları ile olan ilişkileri temel alan ve daha bütüncül bir benlik sistemidir. Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinde

yaşayan kişilerin bağımsız benlik kurgusuna; Doğu Asya ve Latin Amerika’da yaşayan bireylerin ise karşılıklı bağımlı benlik kurgusuna sahip oldukları belirtilmiştir. Bireylerin özgüvenlerini destekleyen kaynaklar, sosyal ilişkiler kurma ve sürdürme motivasyonları ile iletişim kurma davranışları, kültürel benlik kurgularına bağlı olarak farklılaşmaktadır (1991: 226-227). Fakat karşılıklı bağımlı ve bağımsız benlik kurguları, bu yaklaşımı destekleyen ampirik bulguların sınırlı oluşu açısından eleştirilmiştir (Matsumoto, 1999: 294).

Kağıtçıbaşı (1996: 36-37) ise kendi kültürel benlik modelini geliştirirken özerklik eğilimini, önceki açıklamalar gibi ilişkililik eğiliminin tersi olarak tanımlamaz; ilişkililik ve özerkliği iki ayrı boyutun farklı düzeyleri olarak ele alır. Bu boyutlar kişilerarası mesafe (ilişkililik- ayrışmışlık) ve etkinlik (özerk- dışa bağımlık) boyutlarıdır. Bireyin kişilerarası mesafe boyutunda ne düzeyde olduğu, etkinlik boyutundaki konumu üzerinde etkili değildir. Yani, bir kişinin hem ilişkililiği hem de özerkliği yüksek düzeyde olabilir (Kağıtçıbaşı, 2005: 412). Nitekim bu yaklaşımı doğrultusunda farklı aile bağlamında ve çocuk yetiştirme tarzlarında gelişen üç benlik türü tanımlamıştır: özerk, ilişkisel ve özerk-ilişkisel benlik.

Buraya kadar birçok araştırmacının, bireylerin sosyal davranışları üzerindeki kültürel farklılıkları açıklamak adına sıklıkla kullandığı kültürel düzeyde bireycilik ve toplulukçuluk kavramları ile bireysel düzeyde ilişkisel (karşılıklı bağımlı) ve özerk (bağımsız) benlik türleri tanıtılmıştır. Bu tez çalışmasında ise Kağıtçıbaşı’nın (1996, 2005) belirttiği gibi ilişkililik ve özerklik yönelimleri iki farklı boyut olarak değerlendirilecek ve bireylerin kültürel benlik yönelimlerine göre sosyal karşılaştırma süreçlerinin ve sonrasında hissettikleri duyguların ne derece farklılaştığı incelenecektir. Bu doğrultuda bir sonraki bölümde sosyal karşılaştırma süreçlerinde kültürel benlik yönelimlerinin rolünü inceleyen araştırma bulgularına yer verilecektir.

1.5.1. Sosyal Karşılaştırma Sürecinde Kültürel Benlik Yönelimlerini İnceleyen Çalışmalar

Bireyin, kendisini başkalarıyla karşılaştırırken ne yönde karşılaştırma yapacağı ve karşılaştırmanın ardından nasıl sonuçlar deneyimleyeceği kültürel benlik yönelimine göre

farklılık gösterebilir. Bireylerin aşağı ve yukarı yönde sosyal karşılaştırmalarının ardından asimilasyon sürecinin mi yoksa kontrast sürecinin mi devreye gireceği ve bu süreçleri hangi duyguların takip edeceği üzerinde söz konusu bireylerin kendi benliklerini ne derece başkalarıyla örtüşük ya da ayırık tanımladıkları ve kişisel duygu, düşünce ve hedeflerine mi yoksa ait oldukları sosyal grubunkilere mi daha çok önem verdikleri belirleyici olabilir. Kültürel benlik yönelimlerinin kişilerarası sosyal karşılaştırmalardaki rolünü inceleyen çalışmaların bir kısmında, farklı kültür gruplarından örneklerle çalışılmış (White ve Lehman, 2005); bir kısmında ise öz bildirim yoluyla (Kemmelmeier ve Oyserman, 2001) ya da hazırlama yöntemiyle (priming method) (Cheng ve Lam, 2007; Stapel ve Koomen, 2001) kültürel benlik eğilimleri manipüle edilmiştir. Bu çalışmaların bulguları aşağıda özetlenmiştir.

White ve Lehman (2005: 235)'ın yürüttüğü bir dizi araştırmada, kişilerin hangi yöndeki karşılaştırmaları daha sık gerçekleştirdiğini ve karşılaştırmaların altında yatan motivasyonu iki farklı kültürel grupta (Asyalı-Kanadalılar ile Avrupalı-Kanadalılar) incelemiştir. Bulgular, kendi performanslarıyla ilgili geribildirim alan Asyalı Kanadalıların, Avrupalı Kanadalılara kıyasla daha fazla karşılaştırma yapma eğiliminin olduğunu ve bu karşılaştırmaları daha çok yukarı yönde karşılaştırma hedefleri seçerek gerçekleştirdiklerini göstermiştir. Özellikle kendi performanslarıyla ilgili başarısız oldukları yönünde geribildirim alan Asyalı Kanadalıların, kendilerini geliştirme motivasyonu belirgin olduğunda (aynı görevi tekrar alacakları söylediğinde), kendilerine verilen sonuç listesinde aşağı yönde karşılaştırma hedeflerindense, yukarı yönde karşılaştırma hedeflerinin sonuçlarına bakma eğilimi gösterdikleri bulunmuştur (White ve Lehman, 2005: 239).

Kemmelmeier ve Oyserman (2001: 321) tarafından yürütülen bir araştırmada yukarı doğru karşılaştırmaların ardından kişilerin kendini olumlu mu olumsuz mu değerlendirdiklerinin, kültürel benlik kurgusuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bulgulara göre karşılıklı bağımlı benlik kurgusu yüksek katılımcılar yukarı yönde karşılaştırma bilgisinden sonra kendi performanslarını daha olumlu değerlendirirken, karşılıklı bağımlı benlik kurgusu düşük olanlar kendilerini daha olumsuz değerlendirmiştir. Sonuçlar şöyle yorumlanmıştır: Karşılıklı bağımlı benlik kurgusu yüksek bireyler, benliklerini başkalarıyla ilişkileri üzerinden tanımladıkları için

karşılaştırma hedeflerinin başarısını, kendi başarıları olarak yansıtmış olabilirler ve dolayısıyla yukarı doğru karşılaştırma onlarda asimilasyon sürecini tetiklemiş olabilir (2001: 312-317).

Benzer şekilde Stapel ve Koomen (2001: 768-769) tarafından yürütülen bir dizi çalışmada ya kişisel ya da sosyal benliği hazırlama yöntemiyle tetiklenen katılımcılar aşağı veya yukarı yönde karşılaştırma bilgisine maruz bırakılmış, ardından bu karşılaştırma bilgisinin katılımcıların öz-değerlendirmelerini nasıl etkilediği gözlenmiştir. Araştırmacılara göre, hazırlama yöntemiyle ‘kişisel benlik’ tetiklendiğinde, kişi ‘ben düşünce yapısı’nda (I frame of mind) olacağından, diğerlerinden farklılıklarına odaklanır ve kontrast süreci deneyimlemeleri beklenir. Öte yandan hazırlama etkisiyle ‘sosyal benlik’ tetiklendiğinde ise ‘biz düşünce yapısı’ aktif hale geleceğinden, bireyler başkalarıyla benzerliklerine odaklanır ve asimilasyon süreci deneyimlemeleri beklenir. Bu beklentiler kısmen destelenmiştir: Kişisel benliği belirgin hale getirilenler kontrast sürecini, sosyal benliği belirgin hale getirilenler ise asimilasyon sürecini deneyimlemiştir –ama sadece kendileriyle ilgili olumlu değerlendirmeler yapabilecekleri durumlarda. Yani kişisel benliği aktifleştirilen ve aşağı yönde karşılaştırma bilgisine maruz kalan katılımcılar kontrast sürecini, sosyal benliği aktifleştirilen ve yukarı yönde karşılaştırma bilgisine maruz kalan katılımcılar ise asimilasyon sürecini yaşamıştır (2001: 768-769). Benzer bir çalışmada, Cheng ve Lam (2007: 207) hazırlama yöntemi kullanarak katılımcılarda ya bağımsız ya da karşılıklı bağımlı benlik kurgusunu aktifleştirmiştir. Bağımsız benlik kurgusu aktif hale getirilen katılımcılarda, sosyal karşılaştırmanın ardından kendi performanslarını değerlendirme aşamasında kontrast süreci tetiklenmiştir. Bu katılımcılar aşağı yönde karşılaştırmalar sonrasında kendini daha olumlu; yukarı yönde karşılaştırmalar sonrasında ise daha olumsuz değerlendirirken, benzer etki karşılıklı bağımlı benlik kurgusu için tespit edilmemiştir (2007: 207).

1.5.2. Kültürel Benlik Yönelimlerine Göre Farklılaşan Duyguları İnceleyen Çalışmalar

Bireyler tarafından hissedilen belli başlı duygular (mutluluk, rahatlama, sakinlik vb.) evrensel olup her toplumda hissedilse de, birtakım duygular kültürel benlik

özelliklerine bağlı olarak bazı toplumlarda daha sık hissedilmektedir. Lutz (1988) duyguların doğallıkla bir ilgisi olmadığını, bilakis sosyal yaşamın bir ürünü olduğunu savunur (akt. Markus ve Kitayama, 1991: 235). Kültürün duyguları şekillendirmede önemli bir rol oynadığını, hangi duyguların ne yoğunlukta ve ne sıklıkta hissedileceğinin kültürel benlik eğilimleriyle ilişkili olduğunu iddia eden Markus ve Kitayama (1991), duyguları ben merkezli (sosyal katılımlı olmayan) ve öteki merkezli (sosyal katılımlı olan) duygular şeklinde sınıflandırmıştır. Ben merkezli duygular kişilerin içsel özellikleriyle (hedefleri ihtiyaçları, istekleri vb.) ilişkilendirilen gurur, öfke ve hayal kırıklığı gibi duygulardır. Bu duygular genellikle kişinin içsel özelliklerinin (hedef ve isteklerinin) engellenmesi, tatmin edilmesi ya da onaylanması durumunda hissedilir. Bu nedenle özerkliği ve bağımsızlığı vurgulayan ben merkezli duyguların bağımsız benlik kurgusuna sahip kişiler tarafından daha sık deneyimlendiği iddia edilmiştir. Diğer taraftan öteki merkezli duyguların temelinde kişilerarası iletişimde başkasının bakış açısından bakabilmek, içsel özelliklerdense başka insanlara odaklanmak yatar. Sempati ve utanç gibi duygular başkalarıyla ilişkilerin güçlenmesine katkı sağlar, karşılıklı bağımlı benlik örüntüsünü destekler. Bu nedenle öteki merkezli duyguların karşılıklı bağımlı benlik kurgusuna sahip kişiler tarafından daha sık hissedildiği iddia edilmiştir (Markus ve Kitayama, 1991: 235).

Duygu deneyimlerinde kültürel farklılıklarla ilgili çalışmaların bazısında farklı kültürlerden bireyler çeşitli duyguları ne yoğunlukta ve ne kadar uzun süreli yaşadıkları açısından ve yaşadıkları duyguların olumlu-olumsuz sonuçları açısından karşılaştırılmıştır. Örneğin, 15 kültürden veri toplanan bir çalışmada (Matsumoto, 1989: 101) hiyerarşik (toplulukçu) kültürlerdeki kişilerin, hiyerarşik olmayan (bireyci) kültürlerdeki kişilere kıyasla üzüntü, korku, öfke gibi olumsuz duyguları daha az sıklıkta yaşamış olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu tür olumsuz duyguların, sosyal ilişkileri olumsuz yönde etkilediği için toplulukçu kültürdeki bireyler tarafından grup bütünlüğüne ve düzenine yönelik tehdit olarak algılandığı düşünülmektedir. Duygusal deneyimlerdeki kültürel farklılıklara dair çalışmaların çoğunda, ABD-Japon kültürleri karşılaştırılmıştır. Amerikalı ve Japon katılımcıların duygusal deneyimleri karşılaştırılarak şu bulgular elde edilmiştir: Bu çalışmalardan birinin bulgularına göre (Matsumoto, Kudoh, Scherer ve Wallbott, 1988: 283) Amerikalılar, Japonlara kıyasla duyguları daha uzun sürede ve daha yoğun şekilde hisseder; duygularla ilişkili bedensel belirtileri ve sözel ifadeleri daha sık

kullanırlar. Ayrıca Japonlara kıyasla, hissettikleri duyguların öz saygılarını daha olumlu yönde etkilediğini bildirirler. Kitayama, Markus ve Kurokawa (2000: 106) da Japon ve Amerikalıların duygusal deneyimlerinin karşılaştırıldığı bir çalışma yapmış ve iki farklı kültürde hangi duyguların daha sık hissedildiği ve hangi duyguların genel iyi hislerle (mutluluk, sevinç, rahatlamışlık hissi vb.) ilişkili olduğunu ölçmüşlerdir. Bulgular, Japon örneğinde arkadaşça hissetme, saygı, bir başkası adına mutlu olma gibi sosyal katılımlı olumlu duyguların ‘iyi hislerle’; Amerikan örneğinde ise sosyal katılımı olmayan olumlu duyguların (üstün olma, gurur vb.) ‘iyi hislerle’ anlamlı ilişkisi olduğunu göstermiştir. Özetle çalışmalar, duyguların altında yatan odak noktasına (ben ve öteki merkezli) bağlı olarak farklı kültürlerde yaşayan kişilerce daha sık deneyimlendiğini göstermektedir.

Kültürel benlik eğilimlerinin sosyal karşılaştırmalar sonrasında ortaya çıkan duygusal tepkiler üzerindeki etkisini inceleyen az sayıda çalışma bulunmaktadır. White, Lehman ve Cohen (2006) kültürün ve benlik kurgularının sosyal karşılaştırmalar sonucunda hissedilen duygular üzerindeki rolünü gerçekleştirdikleri üç çalışma ile göstermişlerdir. İlk çalışmada 21 Avrupalı Kanadalı ve 23 Asyalı Kanadalı katılımcını yukarı (başarılı bir profil) ve aşağı (başarısız bir profil) yönde karşılaştırma hedefine maruz kaldıktan sonra duygulanımları ölçülmüştür. Asyalı Kanadalılar aşağı yönde karşılaştırma bilgisine maruz kaldıktan sonra, yukarı yönde karşılaştırma bilgisine maruz kalanlara kıyasla daha düşük düzeyde olumlu duygulanım içinde olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca Avrupalı Kanadalılara kıyasla aşağı yönde karşılaştırma bilgisinden sonra daha düşük düzeyde olumlu duygulanıma sahip olduklarını bildirmişlerdir (2006: 586). Benzer bulgular, benlik kurgularının hazırlama etkisiyle incelendiği ikinci çalışmada da elde edilmiştir. Karşılıklı bağımlı benlik kurgusunun belirginleştirildiği katılımcılar, başarısız bir kişinin bilgilerine maruz kaldıktan sonra başarılı profile maruz kalanlara kıyasla, olumlu duyguları daha düşük düzeyde rapor etmişlerdir (2006: 587). Sonuçların genellenebilirliğini desteklemek adına üçüncü çalışmada, Avrupalı ve Asyalı katılımcılarda kültürel benlik kurguları (bağımsız ve karşılıklı bağımlı) hazırlama yöntemiyle aktifleştirilmiş ve sonrasında karşılaştırma hedeflerine verdikleri duygusal tepkiler incelenmiştir. Beklentileri doğrular şekilde, karşılıklı bağımlı benlik kurgusu aktifleştirilen Asyalı katılımcılar aşağı yönde karşılaştırma sonrasında en düşük düzeyde olumlu duygulanım bildiren koşul olmuştur (2006: 589).

Görüldüğü üzere literatürde sosyal karşılaştırma sonrasında kişilerin deneyimlediği olumlu –olumsuz duygu durumunun kültürel benlik yönelimlerine bağlı olarak değişip değişmediğinin incelendiği çalışmalar olmakla beraber, Smith’in Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramında sosyal karşılaştırma duygusu olarak tanımlanan duyguların her birinin hissedilme sıklığının katılımcıların kültürel benlik yönelimlerine göre değişiminin bir Türk örneğinde incelendiği çalışmaya rastlanmamıştır. Türk üniversite öğrencileriyle yürütülen bir çalışmada katılımcıların hem ilişkililik hem de özerklik yönelimlerinin yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca ilişkililik yönelimi arttıkça, olumlu duyguların hissedilme düzeyinde artış saptanmıştır (Karakitapoğlu-Aygün, 2004: 468-470). Bunun yanı sıra kızgınlık ve utanma duygularının Türkler tarafından sıkça hissedildiği yönünde bulgu da mevcuttur (Boiger, Güngör, Karasawa ve Mesquita, 2014: 1262). Özetle mevcut tez çalışmasında Türkiye’deki üniversite öğrencilerinden veri toplanarak, sosyal ağlarda gerçekleştirilen sosyal karşılaştırmalar sonrasında hissedilen duyguların düzeyleri ile kültürel benlik yönelimleri arasındaki ilişkiler incelenecektir. Bir sonraki bölümde sosyal ağlarda gerçekleşen karşılaştırmaların ardından hissedilen duygular üzerinde rol oynadığı düşünülen sosyal karşılaştırma yönelimi değişkeni tanıtılacaktır.

1.6. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA YÖNELİMİ

Bireylerin başkalarıyla sosyal karşılaştırmalar gerçekleştirme ihtiyacının evrensel olduğu ve otomatik olarak gerçekleştiği belirtilmiş olsa da (Festinger, 1954: 117) her birey sosyal karşılaştırmaları benzer sıklıkla gerçekleştirmeyebilir; bazıları sosyal karşılaştırmalar yapma konusunda daha istekli iken bazıları daha çekimser kalabilir (Helgeson ve Taylor, 1993: 118). Başkalarıyla gerçekleştirilen sosyal karşılaştırmaların sıklığında ortaya çıkan kişilerarası farklılıkları ölçmek amacıyla ‘Sosyal Karşılaştırma Yönelimi (SKY)’ kavramı kullanılmaktadır (Buunk ve Gibbons, 1999: 129) SKY, bireylerin genel olarak başkalarıyla sosyal karşılaştırma sürecine girme ve bu karşılaştırmaların sonuçlarından etkilenme eğilimi şeklinde tanımlanmaktadır. Yüksek düzeyde SKY’ne sahip kişiler başkalarıyla daha sık karşılaştırma yapma eğilimi gösterirken, düşük düzeyde SKY’ne sahip kişilerin ise başkalarıyla karşılaştırma yapma sıklığı daha düşüktür. SKY yüksek olan kişilerin özellikleri incelendiğinde, kendi duygu

ve düşünceleriyle ilgili farkındalıklarının; başkalarının düşünce ve hislerinin nasıl olduğuna dair meraklarının yüksek olduğu görülür. Ayrıca bu bireylerin olumsuz duygulanım içinde oldukları ve yüksek düzeyde benlik belirsizliği (self-uncertainty) yaşadıkları bulunmuştur (Buunk ve Gibbons, 2006: 19).

Kişilerarası farklılık değişkeni olan SKY'nin düzeyine bağlı olarak, sosyal karşılaştırmaların sonrasında kontrast ve asimilasyon süreçlerinden hangisinin aktifleşeceği ve hangi duyguların hissedileceği değişebilir. Bu konuyla ilgili bir açıklama Musseveiler'in (2003: 479) Seçici Ulaşılabilirlik Modeli'ne dayandırılarak yapılmıştır. Bu modele göre karşılaştırmalar esnasında bireylerin genel eğilimi, kendisi ile karşılaştırma hedefi arasındaki farklılıklardan çok, benzerliklere odaklanmaktır. Dolayısıyla kendisini başkalarıyla sıkça karşılaştırma eğiliminde olan birinin, karşılaştırmalar esnasında benzerliklere odaklanması ve böylelikle asimilasyon sürecinin aktifleşmesi beklenebilir. Literatürde bu açıklamayla örtüşen çalışma bulguları mevcuttur. Örneğin bir çalışmada SKY düzeyi yüksek kişilerin, SKY düzeyi düşük olanlara kıyasla iki farklı görsel arasındaki benzerliklere daha fazla odaklandığı bulunmuştur (Bosch, Buunk, Siero ve Park 2010: 849). Buunk ve arkadaşları ise, SKY'nin sosyal karşılaştırmanın ardından hissedilen duygular üzerindeki rolünü incelemek üzere, iş/meslek yaşamına sahip katılımcılardan oluşan örneklemle çalışmalar yürütmüş, bu çalışmalarda katılımcıları iş performansı açısından yukarı ya da aşağı yönde karşılaştırma yapabilecekleri bilgilere maruz bırakıp ardından nasıl hissettiklerini değerlendirmiştir. SKY düzeyi yüksek kişilerin aşağı yönde karşılaştırma hedefinin ardından olumsuz duygulanım bildirdikleri; yukarı yönde karşılaştırma hedefine maruz kalmanın ise benzer bir etki yaratmadığı gözlenmiştir (Buunk, Van der Zee ve Van yperen, 2001: 759). SKY düzeyinin bu etkisinin, özellikle iş yaşamıyla ilgili tükenmişlik hissi yaşayanlar arasında kuvvetli olduğu görülmüştür (Buunk, Ybema, Gibbons ve Ipenburg, 2001: 348). Bu çalışmalar SKY düzeyi yüksek olan bireylerin sadece aşağı yönde karşılaştırmaların ardından asimilasyon süreci yaşadığına işaret etse de, Bosch ve arkadaşlarının (2010: 851) çalışmasında hem yukarı yönde (çekici hedef kişi) hem de aşağı yönde (daha az çekici hedef kişi) karşılaştırmaların ardından asimilasyon sürecine geçildiği gösterilmiştir. Şöyle ki, yukarı yönde karşılaştırmadan sonra SKY ile duygu durum arasında pozitif yönde; aşağı yönde karşılaştırmadan sonra ise negatif yönde ilişki tespit edilmiştir.

Sosyal karşılaştırma yöneliminin çevrimiçi sosyal ağlarda gerçekleşen karşılaştırmalardaki rolünü incelen çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Vogel, Rose, Okdie, Eckles ve Franz (2015: 251) yürüttükleri birinci çalışmada SKY ile Facebook kullanım yoğunluğu arasında pozitif yönde anlamlı ilişki tespit etmiştir. Karşılaştırma yönelimi yüksek kişilerin, başkalarıyla ilgili sayısız karşılaştırma bilgisine ulaştıkları Facebook gibi sosyal ağları yoğun olarak kullanmayı tercih etmesi beklendik bir bulgudur. Nitekim karşılaştırma yönelimi yüksek bireylerin sosyal ağların sağladığı bu imkândan faydalandığını gösteren bir bulguya göre, yüksek düzey sosyal karşılaştırma yönelimine ve benlik belirsizliğine sahip bireylerin Facebook'ta kendilerini başkalarıyla karşılaştırma sıklığının yüksek olduğu tespit edilmiştir (Lee, 2014: 258).

Sosyal karşılaştırma yöneliminin çevrimiçi sosyal ağlarda gerçekleşen karşılaştırmaların duygusal çıktıları üzerindeki etkisi, çevrimdışı ortamda gerçekleşen süreçlerle farklılaşır niteliktedir. Daha önce bahsedilen bulgularda, SKY yüksek bireylerin, çevrimdışı ortamlardaki karşılaştırmalarda asimilasyon sürecinin tetiklendiği, dolayısıyla yukarı yönde karşılaştırmalarda olumlu, aşağı yönde karşılaştırmalarda ise olumsuz duygu durum ve/veya duygulanım hissetme eğiliminde oldukları açıklanmıştı (Bosch ve ark., 2010: 851; Buunk ve ark., 2001: 759). Fakat çevrimiçi ağlarda gerçekleşen karşılaştırmalarda SKY yüksek olan sosyal ağ kullanıcıları, pasif kullanım etkinlikleri arttıkça yukarı yönde karşılaştırmalardan sonra negatif duyguları daha fazla hissettiklerini bildirmiştir (Wang, Wang, Gaskin ve Hawk, 2017: 5). Benzer şekilde başka bir deneysel çalışmada tanıdıkları kişinin profilini inceleyenler arasından, SKY yüksek olanların, düşük olanlara kıyasla daha fazla olumsuz duygulanım yaşadıkları bulunmuştur (Vogel ve ark., 2015: 254). Bu bulgular çevrimiçi ağlarda yukarı yönde karşılaştırma yapan SKY yüksek kişilerin, kontrast sürecini aktifleştirerek olumsuz duygusal çıktılar hissettiğini göstermektedir. Nitekim, Facebook'ta yapılan sosyal karşılaştırmaların sıklığı arttıkça, karşılaştırmaların ardından olumsuz duyguların hissedilme sıklığının arttığı yönündeki bulgudan yola çıkarak (Lee, 2014: 258), çevrimiçi ağlarda sıklıkla karşılaştırmalar yapan sosyal karşılaştırma yönelimi yüksek bireylerin, olumsuz duygusal çıktılara sahip olması beklenir bir bulgudur. Dolayısıyla sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, sosyal ağlarda gerçekleşen yukarı ve aşağı yöndeki karşılaştırmalardan sonra kontrast sürecinin tetiklenmesi ve kontrast duygularının hissedilmesi beklenmektedir.

1.7. ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VE HİPOTEZLERİ

Günümüzde Facebook ve Instagram gibi çevrimiçi sosyal ağlar gün içerisinde bireylerin sıklıkla kullandığı platformlar haline gelmiştir. Bireylerin bu sosyal ağlarda çoğunlukla başkalarının çeşitli alanlardaki paylaşımlarını (tatil, yemek, aktif sosyal hayata ilişkin fotoğraflar vb.) izleyerek vakit geçirdiği görülmektedir. Kişiler, sosyal ağlarda başkalarını takip ettikçe kendileriyle takip ettikleri kişiler arasında sosyal karşılaştırmala yaparlar (Jang ve ark., 2016: 152; Lee, 2014: 258). Özellikle kullanıcıların sosyal ağ profillerinde kendi hayatlarını normalde olduğundan daha güzel ve olumlu şekilde sunma eğilimi, bu platformlarda yukarı doğru sosyal karşılaştırma süreçlerinin yaşanmasını kaçınılmaz kılar. Sosyal karşılaştırmaların ardından hissedilen duyguların uzun vadede sosyal ağ kullanımının bireylerin psikolojik iyi-oluşlarında (depresyon belirtileri gibi) etkiler oluşturabileceği göz önüne alındığında, bu platformlarda gerçekleşen sosyal karşılaştırma süreçlerinin ardından hissedilen duyguların incelenmesinin gerekliliği gündeme gelmektedir.

Bu doğrultuda mevcut tez çalışmasının amacı, sosyal ağ hesaplarında (Facebook ve Instagram) belirli bir süre boyunca diledikleri şekilde zaman geçirebilecekleri yönergesi verilen katılımcıların, bu süre zarfında hangi etkinlikleri (örn. kendi paylaşımlarını, tanıdıklarının ya da ünlülerin paylaşımlarını izlemek vb.) yaptıklarını, bu etkinliklerin hangi sosyal karşılaştırma süreçlerini tetiklediğini ve ardından hissedilen duygusal sonuçları ayrıntılı olarak incelemektir. Önceki çalışmalarda katılımcılara sosyal ağlarda vakit geçirmeleri için 10 ya da 20 dakikalık zaman verildiği bilinmektedir (Fardouly ve ark., 2015: 43; Midgley, 2013:16). Bu tez çalışmasında ise sürenin fazla uzun ya da fazla kısa olmaması adına 7 dakikalık serbest zaman verilmesi kararlaştırılmıştır.

Önceki bölümlerde anlatıldığı üzere sosyal karşılaştırmaların yapıldığı hedef kişiyle ilişkinin niteliğine (yakınlarla ve yabancılarla yapılan karşılaştırmalar) göre ortaya çıkan bilişsel ve duygusal sonuçlar farklılık gösterebilmektedir (Patrick ve ark., 2004:511; Salovey ve Rodin, 1984: 787-788; Tesser ve ark., 1988: 59-60). Sosyal ağlarda da gerek yakın hissedilen arkadaş, aile bireyi vb. kişilerin gerek hakkında çok fazla bilgi

sahibi olunmayan, uzaktan tanıdık kişilerin gerekse hiçbir bireysel ilişki içinde olunmayan ünlülerin paylaşımları takip edilebilir. Bu bulgulardan hareketle bireylerin sosyal ağlarda paylaşımlarını inceledikleri psikolojik olarak yakın hissettikleri *yakınlarının*, fazla yakın olmadıkları *tanıdıklarının* ve kişisel olarak ilişki içinde olmadıkları fakat yaşantılarını takip ettikleri *ünlülerin* paylaşımlarını görünce gerçekleştirdikleri karşılaştırmaların ardından farklı bilişsel ve duygusal tepkiler vermeleri beklenmektedir. Dolayısıyla mevcut tez çalışması kapsamında, sosyal ağlarda gerçekleşen karşılaştırmaların ardından hissedilen duygusal çıktılar, karşılaştırmanın yapıldığı *hedefkişiyle ilişkinin niteliğine (yakın/tanıdık/ünlü)*, *karşılaştırma yapan kişinin kültürel benlik yönelimine*, *sosyal karşılaştırma yönelimine* ve sosyal ağlarda *kendini seçici sunma düzeyine* göre farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Çalışmanın amaçları doğrultusunda oluşturulan araştırma soruları ve denenceleri şunlardır:

1.7.1. Katılımcıların Sosyal Ağlarda Hangi Etkinliklerle Zaman Geçirdikleri ve Bunların Kültürel Benlik Yönelimleriyle İlişkilerine Dair Soru ve Hipotezler

Bireylerin sosyal ağlarında kendilerine tanınan süreyi hangi aktiviteleri yaparak geçirdiklerinin bilinmesi, bu aktivitelerin altında yatan psikolojik mekanizmaların incelenmesi açısından önem taşımaktadır. Örneğin aktif kullanım aktivitelerinden biri olan ‘kendi profil sayfasında fotoğraf ya da yorum paylaşımı yapılması’ stratejik benlik sunumu süreci ile ilişkili iken (Bakhshi ve ark., 2014: 16; Bazarova ve ark., 2012:133); pasif sosyal ağ kullanımı davranışları -haber akışındaki paylaşımları, başkalarının profil sayfalarını incelemek vb.- ise sosyal karşılaştırma süreçleri ile ilişkilendirilmektedir (Wang ve ark., 2017: 5). Özellikle pasif kullanım aktivitelerinden ayrı ayrı kimlerin sayfalarının incelendiğinin bilinmesi, sosyal karşılaştırma süreçleri ve sonrasında oluşan duygusal çıktılarının ayrıntılı incelenmesi açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle ilk olarak katılımcıların kendilerine tanınan süre boyunca sosyal ağlarda hangi etkinlikleri yaparak zaman geçirdikleri tespit edilecektir.

SORU 1. Sosyal ağlarda vakit geçirmeleri için gün içinde kendilerine belirli bir zaman ve İnternet erişimi sağlanan bireyler bu süre zarfında sosyal ağ hesaplarında

(Facebook ve Instagram) bu vakti en çok şu etkinliklerden hangisiyle geçirirler? Kendilerinin/yakın hissettikleri kişilerin/tanıdıkları fakat görece az yakın hissettikleri kişilerin /ünlülerin/ tanımadığı kişilerin sosyal ağ profillerini izleyerek/kendi sosyal ağlarında paylaşımında bulunarak.

Katılımcıların hangi aktivitelerle vakit geçirdikleri belirlendikten sonra, söz konusu zaman kullanımının bireylerin kültürel benlik yönelimlerinin –ilişkililik ve özerklik- düzeyine göre değişip değişmediği incelenecektir. Bireylerin ilişkililik ya da özerklik yönelimine göre sosyal ağlarda paylaşımlarını izlediği kişilerin niteliklerinin (yakın hissedilen, tanıdık, ünlü ya da yabancı kişilerin paylaşımları) farklılaşması beklenebilir. Örneğin, ilişkililik yönelimi yüksek bireylerin sosyal ağlarında takip ettikleri ve arkadaş oldukları kişilerin genellikle, çevrimdışı ortamdaki sosyal çevrelerinde var olan, kendilerini yakın hissettikleri bireylerden oluşması beklenebilir. Çünkü bu kişiler benliklerini sosyal ilişkileri üzerinden değerlendirdikleri ve dolayısıyla yakın ilişkilerine önem verdikleri için, yüz yüze bağlamda olduğu gibi çevrimiçi sosyal ağlarda da yakın hissettikleri bireylerle iletişim kurmak, onların fotoğraflarını incelemek, yorumlarda bulunmak gibi aktiviteler gerçekleştirme eğiliminde olabilirler. Dolayısıyla, sosyal ağlarında vakit geçirirken paylaşımlarına denk gelecekleri kişilerin genellikle yakın hissettikleri kişiler olması olasıdır. Diğer yandan, özerklik eğilimi yüksek olan bireyler benliklerini başkalarınınkinden ayırttırmakta ve sosyal ilişkilerine görece daha az önem vermektedir. Bu nedenle özerklik yönelimi yüksek bireylerin, sosyal ağlarında kendilerini yakın hissettikleri kişilerin paylaşımlarını görme ya da onların profil sayfalarını inceleme ihtimali daha düşük düzeyde olacaktır. Bu doğrultuda oluşturulan hipotezler aşağıda verilmiştir.

HİPOTEZ 1a. Bireylerin ilişkililik yönelimleri arttıkça, sosyal ağlarında yakınlarının paylaşımlarını incelemek için geçirdikleri sürenin artması beklenmektedir.

HİPOTEZ 1b. Bireylerin özerklik yönelimleri arttıkça tanıdıklarının paylaşımlarını inceledikleri sürenin artması beklenmektedir.

1.7.2. Sosyal Ağlardaki Karşılaştırmaların Yönüne İlişkin Hipotezler

Mevcut tez kapsamında karşılaştırmalar herkesin kendisini olduğundan daha iyi, daha mutlu, daha güzel ve daha eğlenceli olarak sunduğu (Bakhshi ve ark., 2014: 16; Bazarova ve ark., 2012:133; Walther, 1992: 229) çevrimiçi sosyal ağlarda gerçekleşmektedir. Dolayısıyla sosyal ağlarda çoğunlukla başkalarıyla ilgili yukarı yönde karşılaştırma bilgisine maruz kalınmaktadır. Bu nedenle, bireylerin yakın hissettikleri, tanıdıkları fakat görece daha az yakın hissettikleri kişilerle ve ünlülerle sosyal ağlarında yaptıkları karşılaştırmalarda yukarı yönde karşılaştırmaları aşağı yönde karşılaştırmalara kıyasla daha sık yapmaları beklenmektedir. Hedef kişiyle ilişkinin niteliğine bağlı olarak yapılan karşılaştırmaların ne yönde olduğu da değişiklik gösterebilir. Çünkü bireyler yakından tanımadıkları, özel hayatlarıyla ilgili fazla bilgi sahibi olmadıkları -uzaktan tanıdıkları- kişilerle ilgili değerlendirmelere yalnızca sosyal ağlardaki paylaşımlarına bakarak ulaştıklarından, bu kişilerin kendilerinden daha iyi konumda olduklarını düşünmektedirler (Chou ve Edge, 2012: 119). Öte yandan iki kişi arasında çeşitli konularda benzerliklerin olması –benzer müzik zevki, aynı çevrede yaşıyor olma vb.- arkadaşlık kurma sürecini olumlu etkileyen bir faktördür (Nahemow ve Lawton, 1975: 205; Selfhout, Branje, ter Bogt ve Meeus, 2009: 95). Bireyin kendisiyle benzer yönlere sahip kişilerle ilişkilerini güçlendirerek yakın ilişkiler kurabilirler. Dolayısıyla her ne kadar sosyal ağlarda yakın hissettikleri kişilerin yukarı yönde karşılaştırma bilgilerine maruz kalsalar da, yakından tanıdıkları kişilerle karşılaştırma alanlarında benzer olduklarını düşünüp, yatay yönde karşılaştırmalar gerçekleştirmeleri de mümkündür. Bu bilgiler doğrultusunda oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıda verilmiştir.

HİPOTEZ 2a. Farklı karşılaştırma alanlarının her birinde kişilerin *yakınlarıyla* yaptıkları karşılaştırmaların yatay ya da yukarı yönde olması beklenmektedir.

HİPOTEZ 2b. Farklı karşılaştırma alanlarının her birinde kişilerin *tanıdıklarıyla ve ünlülerle* yaptıkları karşılaştırmaların yukarı yönde olması beklenmektedir.

1.7.3. Sosyal Ağlarda Yukarı ve Aşağı Yönde Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duygulara Dair Araştırma Soruları

Yukarıda da açıklandığı üzere sosyal ağlar bireylerin kendilerini seçici olarak sunabildikleri platformlardır (Walther, 1992: 229). Bu da sosyal ağ kullanıcılarının, başkalarının kendilerinden daha iyi şartlara sahip olduğunu zannetmesine ve yukarı yönde karşılaştırmalar yapmasına yol açar (Chou ve Edge, 2012: 119). Birçok çalışma bulgusu da kişilerin sosyal ağlarda yukarı yönde karşılaştırmalar yaptığını tespit etmiştir (Feinstein ve ark., 2013: 167; Vries ve Kühne, 2015: 219). Sosyal ağlarda yapılan karşılaştırmaların ardından bireylerin olumlu-olumsuz duygu durum ve duygulanım düzeyleri incelenirse de (Appel ve ark., 2016: 44) duygusal çıktılar ayrıntılı olarak incelenmemiştir. Literatürdeki çalışmalar sosyal ağlarda başkalarının paylaşımlarına maruz kalındığında özellikle kıskançlık duygusunun hissedildiği görüşü üzerinde durmaktadır (Ding ve ark., 2017:144; Muise ve ark., 2009: 443). Kıskançlık dışında, sadece bir çalışmada sosyal standartları sağlayamama düşüncesiyle birlikte utanma duygusunun hissedildiği tespit edilmiştir (Lim ve Yang, 2015: 306). Bu bulgular incelendiğinde kıskançlık ve utanma duygularının dışında, sosyal ağlarda yukarı yönde karşılaştırmaların ardından hissedilen duygulara örnek olarak verilebilecek duygusal çıktılar bulunmamaktadır. Oysa ki, Smith'in (2000) önerdiği Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular modelinde yukarı yönde asimilasyon ve kontrast duyguları arasında kıskanma ve utanma duygularının dışında çeşitli duygular –ilham alma, hayran kalma, sevinme, üzülme, gücenme/kızma- yer almaktadır. Bu noktadan hareketle, bir sonraki araştırma sorusu kişilerin sosyal ağlarda yukarı yönde karşılaştırmalar sonrasında Smith'in (2000) kategorize ettiği yukarı yönde asimilasyon ve kontrast duygularından hangilerini, ne düzeyde hissettiğini test etmek üzere oluşturulmuştur.

SORU 2. Bireyler sosyal ağlardaki gezintileri sırasında başkalarını kendilerinden daha iyi konumda gördükçe -yukarı doğru karşılaştırmalar yaptıkça- çeşitli YY-asimilasyon ve YY-kontrast duygularından her birini ne düzeyde hissederler?

Her ne kadar bireyler sosyal ağlarda sıklıkla yukarı yönde karşılaştırma bilgilerine maruz kalsalar da, bu durum aşağı yönde karşılaştırmaların gerçekleşmeyeceği anlamına

gelmemektedir. Nitekim sosyal ağlardaki paylaşımlara bakarak kişi bazı alanlarda başkalarını kendisinden iyi konuda görürken; bazı alanlarda kendisini başkalarından daha iyi konumda algılayabilir. Fakat literatürde, sosyal ağlarda gerçekleşen aşağı yönde karşılaştırmaların ardından hissedilen duygusal çıktılarını ayrıntılı olarak inceleyen çalışma bulgularına rastlanmamıştır. Dolayısıyla aşağıdaki araştırma sorusu bireylerin kendilerine tanınan süre içerisinde sosyal ağlarında gerçekleştirdikleri aşağı yönde karşılaştırmaların ardından aşağı yönde asimilasyon ve kontrast duygularından hangilerini, ne düzeyde hissettiğini test etmek üzere oluşturulmuştur.

SORU 3. Bireyler sosyal ağlardaki gezintileri sırasında kendilerini başkalarından daha iyi konumda gördüklerinde -aşağı doğru karşılaştırma yaptıklarında- çeşitli AY-asimilasyon ve AY-kontrast duygularından her birini ne düzeyde hissederler?

1.7.4. Karşılaştırma Hedefinin Yakınlık Düzeyine Göre Yukarı ve Aşağı Yönde Karşılaştırma Yapma Düzeyleri ile YYK ve AYK Duyguları Arasındaki İlişkilere Dair Hipotezler

Çevrimdışı ortamda yapılan karşılaştırmaların ardından hissedilen olumlu ya da olumsuz duygusal çıktılarının, karşılaştırma yapılan hedef kişiyle ilişkinin niteliğine bağlı olarak değiştiğini gösteren bulgular mevcuttur. Örneğin hedef kişiyle ilişki niteliğinin incelenmediği çalışmalar, yukarı yönde karşılaştırmaların ardından düşük düzeyde olumlu duygusal çıktılarının hissedildiğini (Haferkamp ve Kramer, 2011: 312-313; Krasnova ve ark., 2013: 4-6; Patrick ve ark., 2004: 511) göstermektedir. Diğer yandan yakın hissedilen kişilerle yukarı yönde karşılaştırmaların ardından asimilasyon sürecinin aktifleştiği ve olumlu duygusal çıktılarının hissedildiği bulgulanmıştır (Tesser ve ark., 1988: 59-60; Pelham ve Wachsmuth, 1995: 834-835). Bu bulgular, çevrimiçi sosyal ağlarda gerçekleşen yukarı yönde karşılaştırmaların ardından hissedilecek Smith'in (2000) yukarı yönde asimilasyon ve kontrast duyguları üzerinden değerlendirildiğinde aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

HİPOTEZ 3a. Her bir karşılaştırma alanında katılımcılar *yakınlarını* kendilerinden daha iyi konumda algıladıkça -yukarı yönde karşılaştırmalar yaptıkça-, YY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.

HİPOTEZ 3b. Her bir karşılaştırma alanında katılımcılar *tanıdıklarını ve ünlüleri* kendilerinden daha iyi konumda algıladıkça -yukarı yönde karşılaştırmalar yaptıkça-, YY-kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.

Yukarı yönde karşılaştırmalarda olduğu gibi, aşağı yönde karşılaştırmalardan sonra duyguların hissedilme düzeyi, karşılaştırmanın yapıldığı hedef kişiyle ilişkinin niteliğine bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Çevrimdışı ortamda hedef kişiyle ilişki niteliğinin kontrol edilmediği çalışma bulgusuna göre karşılaştırma sonrasında kontrast süreci aktif hale gelmiştir (Brown ve ark., 1992: 723). Ancak yakın hissedilen kişilerle aşağı yönde karşılaştırmalar yapıldığında kontrast sürecinden, asimilasyon sürecinin aktifleşmesi beklenebilir. Dolayısıyla Smith'in (2000) aşağı yönde asimilasyon ve kontrast duyguları açısından değerlendirildiğinde şu hipotezler oluşturulmuştur:

HİPOTEZ 4a. Her bir karşılaştırma alanında katılımcılar kendilerini *yakınlarından* daha iyi konumda algıladıkça -aşağı yönde karşılaştırmalar yaptıkça- AY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.

HİPOTEZ 4b. Her bir karşılaştırma alanında katılımcılar kendilerini *tanıdıklardan ve ünlülerden* daha iyi konumda algıladıkça -aşağı yönde karşılaştırmalar yaptıkça-, AY-kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.

1.7.5. Sosyal Ağlarda Yukarı ve Aşağı Yönde Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duyguların İlişkili Olabileceği Kişisel Özelliklere Dair Hipotezler

Çevrimiçi sosyal ağlarda karşılaştırmaların ardından hissedilen olumlu ya da olumsuz duygusal çıktılar, bireylerin sahip olduğu *kültürel benlik yönelimlerinin düzeyine* bağlı olarak değişebileceği beklenebilir. Çünkü ilgili literatür incelendiğinde, ilişkililik yönelimi yüksek bireylerin ve benliklerini sosyal ilişkileri üzerinden tanımlayan karşılıklı bağımlı benlik kurgusuna sahip bireylerin *yukarı yönde karşılaştırmalardan sonra* asimilasyon süreci deneyimlediği görülür (Kemmelmeyer ve Oyserman, 2001: 321; Stapel ve Koomen, 2001: 768-769). Ayrıca toplulukçu kültüre sahip Japonların, başkası

adına mutlu olma gibi sosyal katılımlı duyguları ‘iyi hislerle’ ilişkilendirdiği bulgusu ele alındığında oluşturulan hipotez şöyledir:

HİPOTEZ 5a. Bireylerin ilişkililik yönelimi arttıkça, YY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının da artması beklenmektedir.

Sosyal ağlarda gerçekleşen *aşağı yönde karşılaştırmalardan* sonra asimilasyon ve kontrast duygularının hissedilme düzeyi, bireylerin sahip olduğu kültürel benlik yönelimlerinin düzeyine bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Çalışma bulguları çevrimdışı ortamda karşılıklı bağımlı benlik kurgusunun aktifleştirildiği bireylerin ve ilişkililik yöneliminin yüksek olduğu Asyalı Avrupalı bireylerin *aşağı yönde karşılaştırma* yaptıktan sonra asimilasyon sürecini aktifleştirerek düşük düzey olumlu duygu durumu içinde olduklarını göstermektedir (Lehman ve Cohen, 2006: 589). Benzer şekilde ilişkililik yönelimi arttıkça, bireylerin *aşağı yönde karşılaştırmalardan* sonra asimilasyon sürecini aktifleştirmeleri ve dolayısıyla asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir. Bu doğrultuda oluşturulan hipotez şudur:

HİPOTEZ 5b. Bireylerin ilişkililik yönelimi arttıkça, AY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının da artması beklenmektedir.

Kültürel benlik yönelimi olarak özerklik yönelimi yüksek kişilerde ise *yukarı yönde karşılaştırmaların* ardından kontrast sürecinin tetiklendiği bulgusu (Cheng ve Lam, 2007: 207) ile bireyci kültürden kişilerin, toplulukçu kültürden olanlara kıyasla üzüntü, öfke gibi olumsuz duyguları daha sık hissettikleri yönündeki bulgudan (Matsumoto, 1989: 101) yola çıkarak *aşağıdaki* hipotez oluşturulmuştur.

HİPOTEZ 6a. Bireylerin özerklik yönelimi arttıkça, YY- kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.

Özerklik yönelimi yüksek bireylerin çevrimdışı ortamda *aşağı yönde karşılaştırmalardan sonra* kontrast sürecini aktifleştirdiğine dair çalışma bulguları mevcuttur. Örneğin, *aşağı yönde karşılaştırma* bilgisine maruz kalan kişisel benliği aktifleştirilmiş bireyler (Stapel ve Koomen, 2001: 768-769) ile bağımsız benlik kurgusu tetiklenmiş bireyler (Cheng ve Lam, 2007: 207) kontrast sürecini deneyimlemişlerdir. Bunlara ek olarak özerklik yöneliminin yüksek düzeyde olduğu Amerikan örneğinde

sosyal katılımı olmayan olumlu duyguların (üstün olma, gurur duyma vb.) ‘iyi hislerle’ ilişkili olduğu yönündeki bulgudan (Kitayama, Markus ve Kurokawa, 2000: 106) hareketle oluşturulan araştırma hipotezi aşağıda verilmiştir.

HİPOTEZ 6b. Bireylerin özerklik yönelimi arttıkça, AY- kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.

Sosyal ağlarda gerçekleşen *yukarı yönde karşılaştırmaların* ardından hissedilen duygusal çıktılarını, bireylerin *sosyal karşılaştırma yönelimlerinin düzeyine* bağlı olarak değişebileceğini beklemek mümkündür. Çünkü sosyal karşılaştırma yönelimi yüksek bireylerin, sosyal ağlarda pasif kullanımları arttıkça negatif duyguları daha fazla hissettikleri bulgusu (Wang ve ark., 2017: 5) ile tanıdıkları kişinin sosyal ağ profilini inceleyenler arasından, SKY yüksek olanların, düşük olanlara kıyasla daha fazla olumsuz duygulanım yaşadıkları yönündeki bulgudan (Vogel ve ark., 2015: 254) hareketle aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

HİPOTEZ 7a. Bireylerin sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, YY- kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.

Sosyal ağlarda gerçekleşen *aşağı yönde karşılaştırmaların* ardından hissedilen duygusal çıktılarını da bireylerin *sosyal karşılaştırma yönelimlerinin düzeyine* bağlı olarak değişebileceğini beklemek mümkündür. Her ne kadar sosyal karşılaştırma yönelimi yüksek bireylerde, çevrimdışı ortamda iş yaşamıyla ilgili aşağı yönde karşılaştırmaların ardından asimilasyon sürecinin aktifleştiği yönünde bulgular olsa da (Bosch ve ark., 2010: 849; Buunk ve ark., 2001: 759), çevrimiçi sosyal ağlarda gerçekleşen aşağı yönde karşılaştırmalardan sonra -yukarı yönde karşılaştırmalarda olduğu gibi- kontrast sürecinin tetiklenmesi beklenmektedir. İlgili hipotez aşağıda sunulmuştur.

HİPOTEZ 7b. Bireylerin sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, AY-kontrast duygularını hissetme sıklığının artması beklenmektedir.

Sosyal ağlarda gerçekleşen *yukarı yönde karşılaştırmaların* ardından hissedilen duygusal çıktılarını, bireylerin *seçici benlik sunumu yapma düzeylerine* bağlı olarak değişebileceğini beklemek mümkündür. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında bireylerin kendini olumlamak, daha fazla beğenilmek gibi amaçlarla kendilerini olduğundan daha

iyi şekilde sundukları söylenebilir. Bu motivasyonla paylaşımlar yapan bireylerin, kendisinden daha iyi konumda olan başkalarının paylaşımlarına maruz kalması sonucu kontrast sürecini deneyimleyerek, olumsuz duygusal tepkileri vermesi beklenir. Bu noktadan hareketle oluşturulan hipotez aşağıda belirtilmiştir.

HİPOTEZ 8a. Bireylerin sosyal ağlarında seçici benlik sunumunda bulunma düzeyleri arttıkça, YY- kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.

Sosyal ağlarda gerçekleşen *aşağı yönde karşılaştırmaların* ardından hissedilen duygusal çıktılarının da –yukarı yönde karşılaştırmalarda olduğu gibi- bireylerin *seçici benlik sunumu yapma düzeylerine* bağlı olarak değişebileceği beklenmektedir. Başkaları tarafından beğenilmek ve onaylanmak amacıyla kendilerini stratejik olarak olumlu şekilde sunan bireyler, sosyal ağlarda çeşitli alanlarda başkalarından daha iyi olduklarını algıladıkları zaman kendi içlerinde onaylanma hissi yaşayabilirler. Bu onaylanmayı paylaşımlarının alacağı beğeni ve yorum sayıları üzerinden yapabilirler. Örneğin, 311 katılımcıyla yürütülen bir çalışmada da sosyal ağlardaki paylaşımların aldığı beğeni ve yorum sayısı, katılımcıların mutluluk ve öz saygı düzeyleriyle pozitif yönde ilişkili bulunmuştur (Zell ve Moeller, 2018: 31). Bu bulgudan da hareketle, sosyal ağlarda belirli alanlarda kendilerini başkalarından iyi konumda gören kişilerin, hedef kişilerle farklılıklarına odaklanarak kontrast sürecini deneyimlemesi beklenebilir. İlgili hipotez aşağıda belirtilmiştir.

HİPOTEZ 8b. Bireylerin sosyal ağlarında seçici benlik sunumunda bulunma düzeyleri arttıkça, AY- kontrast duygularını hissetme sıklığının artması beklenmektedir.

2. YÖNTEM

2.1. ÖRNEKLEM

Tez çalışması kapsamında Uludağ Üniversitesi'nin çeşitli bölümlerinde öğrenim görmekte olan 241 lisans öğrencisinden veri toplanmıştır. Veri setinden uç değerlerin çıkarılmasının ardından 227 kişiyle analizler yürütülmüştür.

Örnekleme 186 kadın, 41 erkek öğrenci yer almaktadır. Katılımcıların yaşları 17 ve 39 arasında değişmekte olup ortalama yaş değeri 21.22 (SS= 2.71) olarak belirlenmiştir. Örneklemin büyük çoğunluğu (%74) Psikoloji bölümü öğrencilerinden oluşurken, katılımcıların %8.4'ü Sosyoloji, %6.6'sı Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, %5.7'si Felsefe ve %5.3'ü ise Türk Dili ve Edebiyatı bölümlerinde eğitim görmektedir. Türk Dili ve Edebiyatı bölümündeki öğrenciler haricinde, öğrencilere çalışmaya katılımlarına karşılık, derslerinden biri için bonus puan verilmiştir. Genel not ortalaması 2,64 (SS= .56) olan örnekleme, en fazla birinci sınıf öğrencileri (%36.3), en az sayıda ise üçüncü sınıf öğrencileri (%8.8) bulunmaktadır. Örnekleme ait demografik özelliklerin dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

Katılımcıların sosyal ağ hesaplarını kullanımına ilişkin beyanları incelendiğinde %70'inin gün içerisinde sıklıkla sosyal ağ hesabını kontrol ettiği görülür. Öte yandan, katılımcıların sadece % 34.8'i hafta içerisinde ara sıra ya da sıklıkla paylaşımlar yaptığını bildirmiştir. Ayrıca katılımcıların neredeyse yarısı (%47.6) sosyal ağ hesaplarını sıklıkla başkalarıyla iletişim kurmak amacıyla kullanmaktadır. Katılımcılara kendilerini ne derece aktif birer sosyal ağ kullanıcısı olarak algıladıkları sorulduğunda, örneklemin % 24.2'si kendisini aktif bir kullanıcı olarak algılamazken, %33'ü orta düzeyde aktif, %42.7'si ise oldukça aktif bir kullanıcı olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların sosyal ağlarında sahip olduğu ortalama arkadaş sayısı 302.66 (SS= 209.34) iken, paylaşımlarını takip ettiğini düşündükleri ortalama takipçi sayısı ise 155.77 (SS= 130.36) olarak bulunmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara ait demografik bilgiler

	Ort.	SS.	%	N
Cinsiyet				
Kadın			81.9	186
Erkek			18.1	41
Yaş	21.22	2.71		227
Bölüm				
Psikoloji			74	168
Sosyoloji			8.4	19
Felsefe			5.7	13
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri			6.6	15
Türk Dili ve Edebiyatı			5.3	12
Sınıf				
1.Sınıf			36.3	82
2.Sınıf			28.8	65
3.Sınıf			8.8	20
4.Sınıf			26.1	59
Not Ortalaması	2.64	.56		227
Sosyal ağ kullanım bilgileri				
Hesabını kontrol etme sıklığı	3.92	.96		
Neredeyse hiçbir zaman			.4	1
Nadiren			9.3	21
Ara sıra			20.3	46
Sıkça			38.3	87
Çok sık			31.7	72
Hesabında paylaşım yapma sıklığı	2.18	.84		
Neredeyse hiçbir zaman			22.5	51
Nadiren			42.7	97
Ara sıra			29.1	66
Sıkça			5.7	13
Çok sık			-	-
Hesabından başkalarıyla iletişime geçme sıklığı	3.37	1.22		
Neredeyse hiçbir zaman			7	16
Nadiren			18.5	42
Ara sıra			26.9	61
Sıkça			25.1	57
Çok sık			22.5	51
Aktiflik algısı	3.26	1.08		
Neredeyse hiç aktif değilim			5.7	13
Biraz aktifim			18.5	42
Orta düzey aktifim			33	75
Aktifim			29.5	67
Çok aktifim			13.2	30
Sosyal ağındaki arkadaş sayısı	302.68	209.34		
Sosyal ağındaki takipçi sayısı	155.77	130.36		

2.2. İŞLEM

Mevcut tez çalışmasının uygulanabilmesi için etik kurul izni Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan (No: 2017-16) alınmıştır (Ek 1). Veri toplama süreci 5 Şubat- 30 Mart 2018 tarihleri arasında, Uludağ Üniversitesi Psikoloji Bölümüne ait görüşme odasında bireysel oturumlar yürütülerek gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla birebire yürütülen oturumların her biri yaklaşık 30 dakika sürmüştür.

Katılımcılara derslerde duyuru yapılarak ulaşılmıştır. Duyurunun yapıldığı ders için bonus puan alabilecekleri yönünde açıklama yapıldıktan sonra, çalışmaya katılmak isteyen öğrencilerin tarih çizelgesinde uygun tarihi ve zamanı belirlemeleri istenmiştir. Belirlenen oturum için gelen her katılımcı ilk olarak çalışmaya gönüllü olarak katıldığına dair gönüllü katılım formunu (Ek 2) okuyup onaylamıştır. Ardından demografik soru formu ile ilişkililik ve özerklik yönelimlerini ölçmeyi hedefleyen ölçeklerden oluşan anket formunu doldurmuştur. Sonrasında katılımcılara sosyal ağ hesaplarında (Facebook ya da Instagram) belirli bir süre (7 dakika) boyunca serbest zaman geçirebileceklerine dair yönerge verilmiştir. Bu sürenin tamamlanmasının ardından ise katılımcılara geri kalan ölçekler doldurtulmuş, katılım sonrası bilgi formu (Ek 3) verilerek oturum sonlandırılmıştır.

2.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu tez çalışmasında kullanılan veri toplama araçları şunlardır: Demografik bilgi formu, İlişkisel Karşılıklı Bağımlı Benlik Kurgusu Ölçeği (Cross, Bacon ve Morris, 2000), INDCOL Bireycilik Alt Ölçekleri (Singelis, Triandis, Bhawuk ve Gelfand, 1995), Sosyal Ağlarda Yapılan Aktivitelere ve Sosyal Karşılaştırmalara İlişkin Soru Formu, Sosyal Ağlarda Sosyal Karşılaştırmalar Sonrasında Hissedilen Duygular Ölçeği, Sosyal Karşılaştırma Yönelimi Ölçeği (Gibbons ve Buunk, 1999), Sosyal Ağların Kullanımına İlişkin Soru Formu ve Seçici Benlik Sunumu Ölçeği. Kullanılan ölçeklerin psikometrik özelliklerine ilişkin bilgiler aşağıda açıklanmıştır.

2.3.1. Demografik Bilgi Formu

Demografik bilgi formu katılımcıların cinsiyet, yaş, bölüm, sınıf ve not ortalamalarına ilişkin bilgi edinmek amacıyla soruların yer aldığı, araştırmacılar tarafından oluşturulan bir formdur. Ek 4’te sunulmuştur.

2.3.2. İlişkisel Karşılıklı Bağımlı Benlik Kurgusu Ölçeği

Cross, Bacon ve Morris (2000) tarafından oluşturulan ölçek kişilerin benliklerini, ne ölçüde başkalarıyla önemli gördükleri ilişkileri üzerinden tanımladığını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek, bu tez çalışmasında katılımcıların ilişkililik yönelimlerini değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır. Türkçe’ye uyarlaması Akın, Eroğlu, Kayış ve Satıcı (2010) tarafından gerçekleştirilen ölçek, ikisi ters madde (8. ve 9. maddeler) olmak üzere 11 madde içermektedir. Katılımcılar her bir maddeye ne derece katıldıklarını 7’li likert tipi derecelendirme ölçeği (1- kesinlikle katılmıyorum, kesinlikle katılıyorum) üzerinden işaretlerler. Ölçeğin Cross ve arkadaşları (2000: 796) tarafından sekiz farklı örnekleme ulaşılan Cronbach alfa katsayıları .85 ve .90 arasında değişmektedir. Ölçeğin test-tekrar test güvenilirliği ise iki farklı örnekleme iki ve bir ay arayla olmak üzere ölçülmüştür. İki ay arayla ölçülen test tekrar test güvenilirliğinin .73 ve .63 arasında; bir ay arayla ölçülenin ise .74 ve .76 değerleri arasında değiştiği görülmüştür. Türk örneklemeden elde edilen Cronbach alfa katsayısı ise .85 olarak bulunmuştur (Akın ve ark., 2010: 583). Ölçeğin bu çalışmada elde edilen Cronbach alfa katsayısı .73 olarak belirlenmiştir. Kullanılan ölçek formu Ek 5’te sunulmuştur.

2.3.3. INDCOL Bireycilik Alt Ölçekleri

Singelis ve arkadaşları (1995) tarafından geliştirilen Bireycilik ve Toplulukçuluk Ölçeğinde bireycilik ve toplulukçuluk, dikey ve yatay olmak üzere 4 boyutta incelenmektedir. Yatay boyut hiyerarşinin önem verilmediği, dikey boyut ise hiyerarşiye önem verilen kültürel grupları ifade etmektedir. Bu tez çalışmasında ölçeğin sadece yatay ve dikey bireycilik alt boyutları kullanılmıştır. Ölçeğin orijinal formunda her iki alt boyut 8 maddeden oluşmaktadır. Fakat kültürlerarası araştırmalarda, farklı örneklemlerde sıklıkla kullanılan bu ölçeğin madde sayılarında zamanla düzenlemeler yapılmıştır. Bu tez çalışmasında kullanılan bireycilik alt ölçekleri ise Wasti ve Erdil (2007) tarafından Türkçe’ye uyarlaması yapılan formundan alınmıştır. Bu formda dikey bireycilik boyutu

8 madde, yatay bireycilik boyutu ise 10 madde içermektedir. Katılımcılar her iki boyuttaki maddelere ne derece katıldıklarını 5'li likert tipi (1- kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum) derecelendirme ölçeğinde değerlendirmiştir. Orijinal çalışmada iki farklı örneklemeden elde edilen Cronbach alfa katsayıları dikey bireycilik boyutu için .75 ve .72, yatay bireycilik boyutu için ise .60 ve .72 olarak belirlenmiştir (Singelis ve ark., 1995: 271). Ölçeğin Türkçe'ye uyarlaması yapılan çalışmadan elde edilen Cronbach alfa katsayıları dikey bireycilik boyutu için .67, yatay bireycilik boyutu için .71'dir (Wasti ve Erdil, 2007: 21).

Ölçeğin bu çalışmada elde edilen Cronbach alfa katsayısı .76 olarak belirlenmiştir. Kullanılan ölçek formu Ek 6'da sunulmuştur.

2.3.4. Sosyal Ağlarda Yapılan Aktivitelere ve Sosyal Karşılaştırmalara İlişkin Soru Formu

Araştırmacılar tarafından oluşturulan bu soru formu iki temel alanda/grupta hazırlanan ölçeklerden oluşmaktadır: Katılımcıların sosyal ağlarda yaptıkları aktivitelere ilişkin ölçek ve bu aktivitelerle gerçekleşen sosyal karşılaştırma süreçlerini inceleyen ölçekler.

Sosyal ağlarda yapılan aktiviteleri ölçmek adına oluşturulan ölçekte katılımcılardan, sosyal ağlarında 7 dakikalık serbest zaman boyunca, belirtilen 6 aktiviteden her biri için, harcadıkları zamanı dakika cinsinden (0 ile 7 dakika arasında) belirtmeleri istenmektedir. Bu aktiviteler kendi profil sayfasındaki paylaşımları inceleme, kendi profilinde değişiklik ya da paylaşımlar gerçekleştirme, yakın arkadaşlarının paylaşımlarını inceleme, çok yakın olunmayan tanıdık kişilerin paylaşımlarını inceleme, takip edilen ünlü ya da tanınmış kişilerin paylaşımlarını inceleme ve sosyal ağda arkadaş olunmayan yabancı kişilerin paylaşımlarını inceleme şeklinde belirlenmiştir. Bu aktivitelerin dışında yaptıkları diğer aktiviteler ve bu aktiviteleri ne kadar süreyle yaptıkları da sorulmaktadır.

Soru formunda yer alan ölçeklerin ikinci kısmı, sosyal ağlarda gerçekleşen sosyal karşılaştırmalara ilişkin sorulardan oluşmaktadır. Bu bölümde yer alan ölçekler, katılımcıların serbest zamanları süresince, belirli alanlarda yaptıkları karşılaştırmaların yönünü, üç farklı karşılaştırma hedefi üzerinden değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir.

Bu karşılaştırma hedefleri katılımcıların '*psikolojik olarak yakın hissettikleri kişiler, çok yakın hissedilmeyen tanıdıkları ve takip ettikleri ünlüler*' olmak üzere gruplandırılmıştır. Her bir karşılaştırma hedefi için '*fiziksel görünüm, maddi durum, sosyal yaşantı/popülerlik, mutluluk, başarı ve diğer alanlar*' gibi alanlarda yapılan karşılaştırma sonuçlarının değerlendirilmesini -2 (*onun benden daha iyi*) ve +2 (*benim ondan daha iyi*) arasında değişen derecelendirme ölçeği üzerinde belirtmeleri istenir. Analizlere başlamadan önce -2 ve +2 skalasına sahip olan bu ölçekten alınan tüm puanlara +2 puan eklemek suretiyle ölçeğin değer aralığı 0- 4 olarak değiştirilmiştir. Ölçekten alınan değerler azaldıkça bireylerin belirtilen alanda hedef kişiyi kendilerinden daha iyi bir konumda algıladıkları -yukarı yönde karşılaştırma yaptıkları-; değerler arttıkça ilgili alanda kendilerini hedef kişiden daha iyi konumda algıladıkları -aşağı yönde karşılaştırmalar yaptıkları- anlaşılmaktadır. Kullanılan ölçek formu Ek 7'de sunulmuştur.

2.3.5. Sosyal Ağlarda Sosyal Karşılaştırmalar Sonrasında Hissedilen Duygular Ölçeği

Bu ölçek katılımcıların sosyal ağlarında geçirdikleri serbest zaman boyunca, yaptıkları sosyal karşılaştırmaların ardından ne tür duyguları hissettiklerini ölçmek amacıyla oluşturulmuştur. Ölçek oluşturulurken Smith (2000)'in Sosyal Karşılaştırmalar Temelli Duygular Kuramı'nda yer alan duygular temel alınmıştır. Bu doğrultuda, Kuram'da yer alan duygular araştırmacı tarafından Türkçe'ye çevrilerek, aşağı ve yukarı yönde karşılaştırmaların ardından hissedilmesi beklenen duygular olmak üzere iki alt ölçek şeklinde düzenlenmiştir. Düzenleme esnasında Sosyal Karşılaştırmalar Temelli Duygular Kuramı'nda yukarı yönde asimilasyon duygusu olarak belirtilen iyimserlik duygusunun, Türkçe düzenlenen ölçekte istenen anlamı vermeyeceği düşünülmüştür. Kurama göre, ileride üstün konumdaki kişinin durumuna sahip olabilme düşüncesiyle hissedilen iyimserlik duygusunun yerine, yine aynı düşünceden kaynaklanabilecek 'sevinme' duygusu ölçeğe dahil edilmiştir. Buna göre, yukarı yönde karşılaştırmaların ardından hissedilmesi beklenen 7 duygu (sevinmek, hayran kalmak, ilham almak, üzülme, utanmak, gücenmek/kızmak ve kıskanmak); aşağı yönde karşılaştırmaların ardından hissedilmesi beklenen 6 duygu (kaygılanmak, acıma, sempati hissetmek, gururlanmak, küçümsemek ve 'oh olsun' duygusu) belirlenmiştir. Katılımcılardan kendilerine tanınan süre boyunca yaptıkları hem yukarı hem de aşağı yönde

karşılaştırmaların sonrasında hissettikleri duyguların sıklığını 5’li likert tipi (1-hiç ya da neredeyse hiç, 5- neredeyse her zaman) derecelendirme ölçeği üzerinde işaretlemeleri istenmiştir. Örneğin, yukarı yönde karşılaştırmaların ardından hissedilen duyguların her birini ‘Sosyal ağımdaki (Facebook/ Instagram) arkadaşlarımdan çeşitli konularda **BENDEN DAHA İYİ** durumda olduğumu gördüğümde hissettim.’ cümlesindeki boşluklu bölüme yerleştirip, ne sıklıkla hissettiklerini işaretlemeleri istenir. Benzer şekilde aşağı yönde karşılaştırmaların ardından hissettikleri duyguların her birini ise ‘Çeşitli konularda **KENDİMİN** sosyal ağımdaki (Facebook/ Instagram) arkadaşlarımdan **DAHA İYİ** durumda olduğumu gördüğümde hissettim.’ cümlesindeki boşluklu bölüme yerleştirip ne sıklıkta hissettiklerini işaretlemeleri beklenir. Ölçek Ek 8’ de sunulmuştur.

2.3.6. Sosyal Karşılaştırma Yönelimi Ölçeği

Bireylerin başkalarıyla karşılaştırma yapma eğilimini ölçmeyi amaçlayan bu ölçek, Gibbons ve Buunk (1999) tarafından geliştirilmiştir. 11 maddeden oluşan ölçeğin iki maddesi (5. ve 11. maddeler) ters yönlüdür. Bu maddelerden 6’sı bireyin yeteneklerini, 5’i ise görüşlerini karşılaştırma yönelimini ölçmeye yönelik oluşturulmuştur. Ölçeğin her maddesi 5’li likert tipi (1- kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum) derecelendirme üzerinden değerlendirilir. Ölçeğin orijinal formunun iç tutarlılık Cronbach alpha katsayısı Amerikan örneklemelerinde .78 ile .85 arasında; Hollandalılardan oluşan örneklemelerde ise .78 ile .84 arasında değişmektedir (Gibbons ve Buunk, 1999: 132). Teközel (2000: 39) tarafından Türkçe’ye uyarlaması yapılan formunda ise alpha değeri .82 olarak bulunmuştur. Ölçeğin bu çalışmada elde edilen Cronbach alfa katsayısı .80 olarak belirlenmiştir. Kullanılan ölçek formu Ek 9’da sunulmuştur.

2.3.7. Sosyal Ağların Kullanımına İlişkin Soru Formu

Bu formda yer alan sorular katılımcıların sosyal ağlarında (Facebook ve Instagram) yaptıkları birtakım eylemlerin sıklığını ölçmek amacıyla araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur (Taşçıoğlu ve Tosun, 2018, baskıda). Katılımcıların sosyal ağlarını kontrol etme sıklığını, sosyal ağları üzerinden iletişime geçme sıklığını ve sosyal ağlarda paylaşımda bulunma sıklığını ölçmeye yönelik soruların yer aldığı ölçek 5’li likert tipi (1- neredeyse hiçbir zaman, 5- çok sık) ölçek üzerinden değerlendirilmektedir. Bunların

yanı sıra katılımcılardan, kendilerini sosyal ağlarında ne derece aktif bir kullanıcı olarak gördüklerini 5’li derecelendirme (1-neredeysse hiç aktif değilim, 5-çok aktifim) üzerinden değerlendirmeleri istenmektedir. Ayrıca bu soru formunda, katılımcıların sosyal ağlarındaki arkadaş sayısını ve paylaşımlarını takip eden kişilerin sayısını öğrenmeye yönelik açık uçlu sorular da yer almaktadır. Sosyal ağların kullanımına ilişkin soru formu Ek 10’da görülebilir.

2.3.8. Seçici Benlik Sunumu Ölçeği

Bu ölçek Walther’ın (1992, 1996, 2007) çevrimiçi ağlarda Seçici Benlik Sunumu yaklaşımına dayanarak mevcut tez çalışmasında kullanılmak üzere araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Katılımcıların sosyal ağlarında yaptıkları paylaşımlarıyla kendilerini ne derece olumlu ve seçici şekilde sunma eğilimi gösterdiklerini ölçmek amacıyla oluşturulan ölçek 4 sorudan oluşmakta ve 5’li likert tipi (1-hiç ya da neredeysse hiç, 5-neredeysse her zaman) derecelendirme ölçeğiyle değerlendirilmektedir. Ölçek maddelerine örnek olarak ‘Sosyal ağ profilimde paylaşım yapmadan önce, paylaşacağım materyal üzerinde çeşitli düzenlemeler (örn. fotoğraflar için filtreler kullanmak, çeşitli efektler eklemek vb.) için vakit harcarım.’ maddesi verilebilir. Ölçeğin bu çalışmada elde edilen Cronbach alfa katsayısı .82 olarak bulunmuştur. Ölçeğe Ek 11’den ulaşılabilir.

3. BULGULAR

Analizlere başlamadan önce çalışmanın verileri üzerinde birtakım düzenlemeler yapılmıştır. İlk olarak veri temizliği aşamasında birden fazla değişken için uç değer niteliğinde olan veriler Mahalanobis D^2 hesaplaması yapılarak belirlenmiş ve veri setinden çıkarılmıştır. Kayıp değer analizine göre boş bırakılan verilerin bulunduğu değişkenlerin %5'ten daha az eksik veriye sahip olup olmadığı kontrol edildikten sonra, boş veriler medyan değeri atanarak doldurulmuştur. Ardından veri setinde bulunan değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediği basıklık ve çarpıklık değerleri üzerinden incelenmiştir. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin standart sapmalarına bölünmesiyle elde edilen yeni değer, -2 ve +2 arasında yer aldığı için değişkenlerin normal dağılım varsayımını sağladığı görülmüştür. (*Ünlülerle beş alanda yapılan karşılaştırmalar dışında*).

3.1. BETİMLEYİCİ ANALİZLER

Bu bölümde tez çalışmasında kullanılan değişkenlerin betimleyici istatistikleri sunulmuştur. Tablo 2' de katılımcıların serbest zamanları boyunca sosyal ağlarında yaptıkları etkinliklere, her bir alanda üç farklı karşılaştırma hedefiyle (yakınlar, tanıdıklar ve ünlüler) yaptıkları karşılaştırmalara, aşağı ve yukarı yönde hissedilen duygulara, sosyal ağ kullanımına ilişkin değişkenlere ve bireysel değişkenlere ilişkin betimleyici istatistik bilgileri sunulmuştur.

Tablo 2. Tüm değişkenlerin ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerleri ile katılımcı sayıları

	Ort	SS	Min.	Mak.	N
Sosyal ağlarda yapılan aktiviteler (harcanan dk olarak)					
Kendi profilini inceleme	1.29	.95	1.00	7.00	227
Kendi profilinde değişiklik yapma	1.10	.56	1.00	7.00	227
Yakınlarının paylaşımlarını inceleme	2.88	1.73	1.00	7.00	227
Tanıdıklarının paylaşımlarını inceleme	2.80	1.76	1.00	7.00	227
Ünlülerin paylaşımlarını inceleme	2.89	1.85	1.00	7.00	227
Tanımadığım kişilerin paylaşımlarını inceleme	2.58	1.86	1.00	7.00	227
Yakınlarla yapılan karşılaştırmalar					
Fiziksel Görünüm	1.77	.94	0.00	4.00	227
Maddi	1.72	.94	0.00	4.00	227
Sosyal yaşam/ popülerlik	1.36	1.11	0.00	4.00	227

Mutluluk	1.90	1.16	0.00	4.00	227
Başarı	2.15	1.07	0.00	4.00	227
Tanıdıklarla yapılan karşılaştırmalar					
Fiziksel Görünüm	1.78	1.15	0.00	4.00	227
Maddi	1.47	.94	0.00	4.00	227
Sosyal yaşam/ popülerlik	1.18	1.14	0.00	4.00	227
Mutluluk	1.92	1.25	0.00	4.00	227
Başarı	2.23	1.15	0.00	4.00	227
Ünlülerle yapılan karşılaştırmalar					
Fiziksel Görünüm	.38	.77	0.00	4.00	227
Maddi durum	.10	.45	0.00	4.00	227
Sosyal yaşam/ popülerlik	.09	.41	0.00	4.00	227
Mutluluk	1.66	1.37	0.00	4.00	227
Başarı	.92	1.03	0.00	4.00	227
Sosyal ağlardaki karşılaştırmaların ardından YY-asimilasyon duygularını hissetme sıklığı					
Sevinme	2.88	.87	1.00	5.00	227
Hayran kalma	3.10	.99	1.00	5.00	227
İlham alma	3.22	1.11	1.00	5.00	227
Sosyal ağlardaki karşılaştırmaların ardından YY-kontrast duygularını hissetme sıklığı					
Üzülme	2.07	.96	1.00	5.00	227
Gücenme/ kızma	1.70	.85	1.00	4.00	227
Kıskanma	2.26	.90	1.00	5.00	227
Utanma	1.31	.65	1.00	4.00	227
Sosyal ağlardaki karşılaştırmaların ardından AY-asimilasyon duygularını hissetme sıklığı					
Kaygılanma	1.65	.75	1.00	4.00	227
Acıma	1.36	.67	1.00	4.00	227
Sempati	2.68	.98	1.00	5.00	227
Sosyal ağlardaki karşılaştırmaların ardından AY-kontrast duygularını hissetme sıklığı					
Gurur duyma	2.84	1.09	1.00	5.00	227
Küçümseme	1.50	.77	1.00	4.00	227
'Oh olsun' duygusu	1.38	.66	1.00	4.00	227
Sosyal Ağ Kullanımına İlişkin Değişkenler					
Kontrol sıklığı	3.92	.96	1.00	5.00	227
Paylaşım sıklığı	2.18	.84	1.00	4.00	227
İletişim Sıklığı	3.37	1.22	1.00	5.00	227
Algılanan aktiflik düzeyi	3.26	1.08	1.00	5.00	227
Sosyal ağındaki arkadaş sayısı	302.68	209.34	25.00	1.400.00	227
Sosyal ağındaki takipçi sayısı	155.77	130.36	10.00	800.00	227
Bireysel Değişkenler					
Özerklik Yönelimi	3.48	.40	2.50	4.67	227
İlişkililik Yönelimi	5.29	.69	3.09	6.91	227
Sosyal Karşılaştırma Yönelimi	3.50	.53	2.18	4.91	227
Seçici Benlik Sunumu	2.96	.93	1.00	4.75	227

*Ort= Ortalama, SS= standart sapma

3.2. ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZLERİ TEST ETMEYE YÖNELİK ANALİZLER

3.2.1. Katılımcıların Sosyal Ağlarda Hangi Etkinliklerle Zaman Geçirdikleri ve Bunların Kültürel Benlik Yönelimleriyle İlişkilerine Dair Soru ve Hipotezlere Yönelik Analizler

İlk araştırma sorusu, sosyal ağlarda vakit geçirmeleri için gün içinde kendilerine belirli bir zaman ve İnternet erişimi sağlanan bireylerin bu vakti hangi etkinliklerle geçireceklerine dair idi. Bu soruya cevap üretmek üzere, katılımcıların kendilerine tanınan sürede sosyal ağ etkinliklerinin her birine ne kadar süre ayırdıkları sorusuna verdikleri cevaplar üzerinde tek yönlü tekrarlı ANOVA analizi yapıldı. Öncelikle, veri dağılımının, bu analizi yapabilmenin gerekli varsayımlarını karşılayıp karşılamadığı incelendi. Mauchly testi sosyal ağlarda yapılan aktiviteler değişkeni için küresellik varsayımından anlamlı şekilde sapma olduğunu gösterdi, $\chi^2(14) = 241.90$, $p < .05$. Bu yüzden ANOVA testinin bulguları değerlendirilirken serbestlik derecelerinde Huynh-Feldt epsilon değerine göre düzeltilme yapıldı ($epsilon = .76$).

ANOVA analizinin sonuçlarına göre katılımcıların sosyal ağlarda her bir etkinliğe harcadıkları süre birbirinden anlamlı olarak farklılaşmaktadır, $F_{(3,82,862.16)} = 75.88$, $p < .001$, kısmi $\eta^2 = .25$. Etkinliklere ait ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'te verilmiştir. Etkinliklere harcanan sürelerin ortalama değerleri arasında Bonferroni yöntemiyle yapılan karşılaştırmalara göre kişilerin kendilerine tanınan süre içinde yakınlarının, tanıdıklarının ve/veya ünlülerin paylaşımlarını incelemekle geçirdikleri süre, kendi profillerini inceleyerek ve kendi profillerinde değişiklik yaparak geçirdikleri süreden fazladır. Bununla birlikte yakınlarının, tanıdıklarının ve ünlülerin paylaşımlarını inceleyerek geçirdikleri süre, birbirinden anlamlı şekilde farklılaşmamıştır.

Tablo 3. Sosyal ağlarda yapılan aktivitelere ait ortalama ve standart sapma değerleri

	Kendi profilini inceleme	Kendi profilinde değişiklik yapma	Yakın hissedilen kişilerin paylaşımlarını inceleme	Tanıdıklarının paylaşımlarını inceleme	Ünlülerin paylaşımlarını inceleme	Tanımadığı kişilerin paylaşımlarını inceleme
Ort. (SS.)	1.29 (.06) ^a	1.10 (.04) ^a	2.88 (.12) ^b	2.80 (.12) ^b	2.89 (.12) ^b	2.58 (.12) ^b

Not. Farklı üst simge taşıyan ortalama puanlar anlamlı düzeyde birbirinden farklıdır.

Hipotez 1a'ya göre, kültürel benlik yönelimlerinden ilişkililik, sosyal ağlarda yakınların paylaşımlarını incelemeye ayrılan süre ile ilişkili olmalıdır ve Hipotez 1b'ye göre özerklik, tanıdıkların paylaşımlarını incelemeye ayrılan süre ile ilişkili olmalıdır. Katılımcıların ilişkililik ve özerklik yönelimlerinin düzeyleriyle, kendilerine tanınan süreden sosyal ağlarda çeşitli etkinliklere ne kadar pay ayırdıkları arasındaki ilişkiler, Pearson korelasyon analizi ile incelenmiş ve Tablo 4'te sunulmuştur. İlişkililik yönelimi ile sosyal ağlarda yakınların paylaşımlarını incelemeye ayrılan vakit arasında Hipotez 1a'da öngörüldüğü gibi anlamlı düzeyde ilişkili bulunamamış, ancak ilişkililik yönelimi, öngörülmedik biçimde, tanıdıkların ($r = .15, p < .05$) ve ünlülerin paylaşımlarını izlemek ($r = .13, p < .05$) ile ilişkili bulunmuştur. Özerklik yönelimi ise, beklendiği gibi, tanıdıkların ($r = .18, p < .01$) paylaşımlarını izlemeyle ilişkili bulunmuş, fakat ünlülerin paylaşımlarını izlemekle ilişkili bulunmamıştır. Ek olarak özerklik yöneliminin, kendi profilinde değişiklikler yapmaya ayrılan zamanla ilişkili olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Kültürel Benlik Yönelimleri ile Sosyal Ağ Etkinliklerine Ayrılan Süreler Arasındaki Korelasyonlar

	Sosyal Ağlarda Yapılan Etkinlikler					
	Kendi profilini inceleme	Kendi profilinde değişiklik yapma	Yakınlarının paylaşımlarını inceleme	Tanıdıklarının paylaşımlarını inceleme	Ünlülerin paylaşımlarını inceleme	Tanımadığım kişilerin paylaşımlarını inceleme
Özerklik	.08	.16*	.12	.18**	.06	-.06
İlişkililik	.11	-.01	.10	.15*	.13*	-.07

Not.* $p < .05$, ** $p < .01$

3.2.2. Sosyal Ağlardaki Karşılaştırmaların Yönüne İlişkin Hipotezleri Test Etmeye Yönelik Analizler

Katılımcıların sosyal ağlarındaki serbest gezintileri sırasında beş farklı karşılaştırma alanından her birinde aşağı, yukarı ve yatay karşılaştırma yapma sıklıklarını karşılaştırmak amacıyla ki-kare uyumluluk analizleri yapılmıştır. Uyumluluk analizleri, yakınlarla, tanıdıklarla ve ünlülerle yapılan karşılaştırmalar için ayrı ayrı yürütülmüştür. Her bir karşılaştırma alanına ait 0 (onun benden daha iyi) – 4 (benim ondan daha iyi) skalasında değişen ölçek değerlerinin, 0 ve 1 değerleri için '1-yukarı yönde karşılaştırma', 2 değeri için '2-yatay yönde karşılaştırma', 3 ve 4 değerleri için '3-aşağı yönde karşılaştırma' olmak üzere yeni değişkenlere transformasyonu yapılmıştır.

İlk olarak *karşılaştırma hedefi yakınlar olduğunda* katılımcıların her bir karşılaştırma alanında yukarı, aşağı ve yatay karşılaştırmalardan hangisini daha fazla yaptıklarını inceleyerek Hipotez 2a test edilmek istenmiştir. Bu amaçla ki- kare uyumluluk analizleri yapılmış, beklenen ve gözlenen frekans değerleri Tablo 5'te gösterilmiştir.

Fiziksel görünüm. Bu alanda yapılan yukarı, yatay ve aşağı yönde karşılaştırmaların miktarlarının eşit olup olmadığını test etmek için yürütülen ki- kare uyumluluk analizinin sonucu istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur, $\chi^2(2, N = 227) = 46.69, p < .001$. Beklenen ve gözlenen değerler incelendiğinde, Hipotez 2a'yı destekleyecek şekilde, en fazla yatay karşılaştırmaların, ikinci olarak yukarı yönde karşılaştırmaların yapıldığı; aşağı yönde karşılaştırmaların ise en az düzeyde yapıldığı görülmektedir.

Maddi durum. Bu alanda yapılan yukarı, yatay ve aşağı yönde karşılaştırmaların miktarlarının da eşit düzeyde olmadığı bulunmuştur, $\chi^2(2, N = 227) = 56.36, p < .001$. Hipotez 2a'yı destekleyecek şekilde, katılımcıların çoğu yatay yönde karşılaştırmalar yaparken yukarı yönde karşılaştırmalarda gözlenen değer, beklenen değere yakın düzeyde çıkmıştır. Aşağı yönde karşılaştırmaların ise gözlenen değer, beklenen değerden oldukça az düzeyde olduğu görülmüştür.

Mutluluk. Bu alanda yapılan yukarı, yatay ve aşağı yönde karşılaştırmaların miktarlarının da eşit düzeyde dağılmadığı bulunmuştur, $\chi^2(2, N = 227) = 14.41, p < .01$. Hipotez 2a'yı destekleyecek şekilde, yatay yönde karşılaştırmalarda gözlenen değerler beklenen değerlerden fazla iken, yukarı yönde karşılaştırmalarda gözlenen ve beklenen değerler birbirine yakındır; aşağı yönde karşılaştırmalarda ise gözlenen değerler beklenenin çok altındadır.

Sosyal yaşam/ popülerlik. Bu alanda yürütülen ki- kare uyumluluk analizinin sonuçları da anlamlı bulunmuştur, $\chi^2(2, N = 227) = 60.80, p < .001$. Bu alanda en fazla yukarı yönde karşılaştırmaların, ardından yatay yönde karşılaştırmaların yapıldığı; en az düzeyde ise aşağı yönde karşılaştırmaların yapıldığı görülmüştür. Dolayısıyla bu bulgu ile Hipotez 2a desteklenmiştir.

Başarı. Bu alanda yürütülen ki- kare uyumluluk analizinin sonuçları da anlamlı bulunmuştur, $\chi^2(2, N = 227) = 12.48, p < .01$. Beklenen değerler incelendiğinde başarı alanında da en fazla yatay yönde karşılaştırmaların yapıldığı görülür. Fakat diğer alanlardan farklı olarak başarı alanında aşağı yönde karşılaştırmaların beklenen değere

yakın düzeyde gerçekleştiği; yukarı yönde karşılaştırmaların ise en az düzeyde yapıldığı görülmektedir.

Özetle, bulgular genellikle Hipotez 2a'yı destekleyecek şekilde, yakınlarla yapılan sosyal karşılaştırmaların ya yatay, ya da yukarı yönde olduğunu göstermektedir.

Tablo 5. Yakınlarla yapılan karşılaştırmaların yönüne ilişkin beklenen ve gözlenen frekans değerleri

YAKINLAR	Fiziksel Görünüm			Maddi			Sosyal yaşam/ popülerlik			Mutluluk			Başarı		
	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı
Beklenen	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7
Gözlenen	68	121	38	71	124	32	127	68	32	71	101	55	56	99	72

İkinci olarak, *karşılaştırma hedefi tanıdıklar olduğunda* katılımcıların her bir karşılaştırma alanında yukarı, aşağı ve yatay karşılaştırmalardan hangisini daha fazla yaptıklarını incelemek üzere ki- kare analizleri yapılmıştır. Fiziksel görünüm ($\chi^2(2, N = 227) = 10.29, p < .01$), maddi durum ($\chi^2(2, N = 227) = 60.19, p < .001$) ve sosyal yaşam/popülerlik ($\chi^2(2, N = 227) = 118.66, p < .001$) alanlarında yapılan karşılaştırmaların yönlerine ilişkin ki- kare analizi bulguları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 6'da verilen beklenen ve gözlenen değerler incelendiğinde bu üç alanda katılımcıların en fazla yukarı yönde karşılaştırma, sonrasında yatay karşılaştırma, en az düzeyde de aşağı yönde karşılaştırma yaptıkları görülür. Mutluluk alanında yukarı, yatay ve aşağı yönde karşılaştırmaların düzeyi birbirinden anlamlı olarak farklılaşmamıştır, $\chi^2(2, N = 227) = 2.26, p > .05$. Son olarak başarı alanı için elde edilen ki- kare analizi bulguları, bu alanda yapılan yukarı, yatay ve aşağı yönde karşılaştırmaların sıklıklarının anlamlı düzeyde farklılaştığını göstermektedir, $\chi^2(2, N = 227) = 9.47, p < .01$. Diğer alanlardan farklı olarak başarı alanında en fazla aşağı yönde karşılaştırmaların, daha sonra yatay yönde karşılaştırmaların yapıldığı; yukarı yönde karşılaştırmaların ise en az düzeyde yapıldığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 6. Tanıdıklarla yapılan karşılaştırmaların yönüne ilişkin beklenen ve gözlenen frekans değerleri

TANIDIKLAR	Fiziksel Görünüm			Maddi			Sosyal yaşam/popülerlik			Mutluluk			Başarı		
	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı
Beklenen	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7
Gözlenen	89	85	53	109	97	21	153	39	35	81	81	65	54	84	89

Özetle, karşılaştırma alanlarında tanıdıklarla yapılan sosyal karşılaştırmaların daha çok yukarı yönde olacağı beklentisi (Hipotez 2b) -başarı ve mutluluk alanları haricinde- doğrulanmıştır. Başarı alanında beklentinin tersine, aşağı yönde karşılaştırmaların daha çok yapıldığı görülmüştür.

Karşılaştırma hedefi ünlüler olduğunda katılımcıların her bir karşılaştırma alanında yukarı, aşağı ve yatay karşılaştırmalardan hangisini daha fazla yaptıklarını incelemek üzere ki- kare analizleri yapılmıştır. Katılımcıların her bir alanda yaptıkları karşılaştırmalardan yukarı, yatay ve aşağı yönde karşılaştırma gruplarına ait beklenen ve gözlenen frekans değerleri Tablo 7’de verilmiştir. Her bir alan için yukarı, yatay ve aşağı yönde karşılaştırmaların eşit düzeyde olup olmadığını test etmek amacıyla yürütülen ki-kare analizi bulguları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ki- kare analizi anlamlılık katsayıları sırasıyla şöyledir: Fiziksel görünüm alanı için $\chi^2(2, N = 227) = 352.53, p < .001$, maddi alan için $\chi^2(2, N = 227) = 436.18, p < .001$, sosyal yaşam/popülerlik için $\chi^2(2, N = 227) = 436.18, p < .001$, mutluluk alanı için $\chi^2(2, N = 227) = 34,53, p < .001$ ve başarı alanı için $\chi^2(2, N = 227) = 192.22, p < .001$. Tablo 7’deki gözlenen değerlere bakıldığında, ünlülerle yapılan karşılaştırmaların çoğunlukla yukarı yönde karşılaştırmalar olduğu görülebilir. Özellikle mutluluk ve başarı alanlarının dışındaki alanlarda yatay ve aşağı yönde karşılaştırmaların yapılma düzeyinin oldukça düşük olduğu dikkat çekmektedir. Tanıdıklarla ve ünlülerle yapılan karşılaştırmaların yönünün incelendiği analizler, karşılaştırma alanlarının pek çoğu için Hipotez 2b’nin doğrulandığını göstermektedir.

Tablo 7. Ünlülerle yapılan karşılaştırmaların yönüne ilişkin beklenen ve gözlenen frekans değerleri

ÜNLÜLER	Fiziksel Görünüm			Maddi			Sosyal yaşam/ popülerlik			Mutluluk			Başarı		
	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı	Yukarı	Yatay	Aşağı
Beklenen	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7	75.7
Gözlenen	209	11	7	224	1	2	224	1	2	117	50	60	174	31	22

3.2.3. Sosyal Ağlarda Yukarı ve Aşağı Yönde Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duygulara Dair Araştırma Sorularını Test Etmeye Yönelik Analizler

Araştırma sorularından ikincisi, bireylerin sosyal ağlardaki serbest gezintileri sırasında yukarı doğru karşılaştırma yaptıklarında çeşitli YY-kontrast ve YY-asimilasyon duygularının ne sıklıkta hissedildiğine dairdir. Duygulardan hangisinin/hangilerinin diğerlerinden anlamlı düzeyde daha sık hissedildiğinin bildirildiğini incelemek üzere tek yönlü tekrarlı ANOVA analizi yapılmıştır. Öncelikle, veri dağılımının, bu analizi yapabilmenin gerekli varsayımlarını karşılayıp karşılamadığı incelendi. Mauchly testi YY-asimilasyon ve kontrast değişkenleri için küresellik varsayımının sağlanmadığını gösterdi, $\chi^2(20) = 130.32, p < .05$. Bu nedenle, F puanının değerlendirilmesinde Huynh-Feldt epsilon değerine göre düzeltilme yapılmıştır ($\epsilon = .84$). ANOVA analizi sonuçlarına göre yukarı yönde duyguların ne sıklıkta hissedildikleri birbirinden anlamlı düzeyde farklıdır, $F_{(5.06,1143.60)} = 162.72, p < .001$, kısmi $\eta^2 = .42$. Hangi duyguların birbirinden anlamlı düzeyde farklılaştığı Bonferroni yöntemiyle incelenmiştir. Sonuçlara göre en sık hissedilen yukarı yönde karşılaştırma duyguları ilham alma ve hayran kalmadır. Onları, sevinme duygusu; sevinmeyi kıskanma ve üzülme duyguları; üzülme ve kıskanma duygularını, gücenme/kızma; gücenme/kızma duygusunu ise utanma takip etmiştir. Yukarı yönde karşılaştırma duygularının hissedilme sıklıklarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ve hangi ortalamaların birbirinden anlamlı düzeyde farklı olduğuna dair bilgi, Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Yukarı yönde duygulara ait ortalama ve standart sapma değerleri

	Yukarı Yönde Asimilasyon Duyguları			Yukarı Yönde Kontrast Duyguları			
	Sevinme	Hayran Kalma	İlham alma	Üzülme	Gücenme/Kızma	Kıskanma	Utanma
Ort. (SS.)	2.88 (.06) ^d	3.11 (.07) ^{de}	3.22 (.07) ^e	2.07 (.06) ^c	1.70 (.06) ^b	2.26 (.06) ^c	1.32 (.04) ^a

Not. Farklı üst simge taşıyan ortalama puanlar anlamlı düzeyde birbirinden farklıdır.

Bireylerin sosyal ağlardaki gezintileri sırasında aşağı doğru karşılaştırma yaptıklarında çeşitli AY-asimilasyon ve AY-kontrast duygularından her birini ne düzeyde hissettiklerine dair araştırma sorusuna (Soru 3) cevap üretmek üzere, tek yönlü tekrarlı ANOVA analizi yapıldı. Öncelikle, veri dağılımının, bu analizi yapabilmenin gerekli varsayımlarını karşılayıp karşılamadığı incelendi. Mauchly testi aşağı yönde karşılaştırma duyguları değişkeni için küresellik varsayımından anlamlı şekilde sapma olduğunu gösterdi, $\chi^2(14) = 133.56$, $p < .05$. Küresellik varsayımı karşılanmadığı için serbestlik derecelerinde Huynh-Feldt epsilon değerine göre düzeltme yapılarak sonuçlar değerlendirilmiştir ($\epsilon = .83$). ANOVA analizi sonuçlarına göre sosyal karşılaştırmalar sonrasında aşağı yönde duyguların hissedilme sıklığı birbirinden anlamlı olarak farklılaşmıştır ($F_{(4.16,940.88)} = 180.00$, $p < .001$, kısmi $\eta^2 = .44$). Hangi duygulara ait ortalama değerlerin diğerlerinden farklı olduğu Bonferroni yöntemiyle incelendiğinde, bir AY-kontrast duygusu olan (kendiyile) gurur duyma ve bir AY-asimilasyon duygusu olan sempatinin diğer duygulardan daha sık hissedildiğinin bildirildiği görülmüştür. Bunu kaygılanma duygusu, kaygılanma duygusunu da küçümseme, acıma ve 'oh olsun' duyguları izlemiştir. Aşağı yönde karşılaştırma duygularının hissedilme sıklıklarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ve hangi ortalama değerlerin diğerlerinden anlamlı düzeyde farklı olduğu bilgisi Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Aşağı yönde duygulara ait ortalama ve standart sapma değerleri

	Aşağı Yönde Asimilasyon Duyguları			Aşağı Yönde Kontrast Duyguları		
	Kaygılanma	Acıma	Sempati	Gurur duyma	Küçümseme	Oh olsun
Ort. (SS.)	1.65 (.05) ^b	1.37 (.04) ^a	2.68 (.06) ^c	2.84 (.07) ^c	1.50 (.05) ^{ab}	1.38(.04) ^a

Not. Farklı üst simge taşıyan ortalama puanlar anlamlı düzeyde birbirinden farklıdır.

3.2.4. Karşılaştırma Hedefinin Yakınlık Düzeyine Göre Yukarı ve Aşağı Yönde Karşılaştırma Yapma Düzeyleri ile YYK ve AYK Duyguları Arasındaki İlişkilere Dair Hipotezleri Test Etmeye Yönelik Analizler

Hipotez 3a ve 3b, katılımcıların her bir karşılaştırma alanında, yakınları, tanıdıkları ve ünlülerle *yukarı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri* –hedef kişiyi kendilerinden ne derece daha iyi konumda algıladıkları- ile bu karşılaştırmaların ardından YY-asimilasyon (sevinme, hayran kalma ve ilham alma) ve YY-kontrast (üzülme, gücenme/kızma, kıskanma ve utanma) duygularını deneyimleme sıklıkları arasındaki ilişkilere dairdir. Bu hipotezleri test etmek üzere, söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon analizi ile incelenmiştir. İlgili değişkenler arasındaki korelasyon değerleri Tablo 10’da verilmiştir. Her bir alanda yapılan karşılaştırmalara ilişkin ölçeğin skalası 0 (onun benden daha iyi) – 4 (benim ondan daha iyi) arasında değiştiği için, tablodaki negatif korelasyon değerleri, bireylerin karşılaştırma yaptığı kişileri kendisinden daha iyi konumda algıladıkça -yani yukarı yönde karşılaştırma yaptıkça- söz konusu duyguyu daha yüksek düzeyde hissettiğine, pozitif korelasyon değerleri ise bireylerin karşılaştırma yaptığı kişileri kendisinden daha iyi konumda algıladıkça, söz konusu duyguyu daha düşük düzeyde hissettiğine işaret etmektedir.

Hipotez 3a’da, her bir karşılaştırma alanında katılımcılar *yakınlarını* kendilerinden daha iyi konumda algılandıkça –yukarı yönde karşılaştırmalar yapıldıkça-, YY-asimilasyon duygularının hissedilme düzeyinin artacağı beklentisi belirtilmiştir. Analizlerin sonucu, katılımcılara sunulan 5 karşılaştırma alanından ikisinde -maddi durum ve fiziksel görünüm- yukarı yönde karşılaştırmaların bazı YY-asimilasyon duygularıyla beklendik yönde ilişkileri olduğunu göstermiştir. Şöyle ki; katılımcılar yakınlarının sosyal ağlardaki paylaşımlarına bakıp onların maddi durumlarının kendilerinkinden daha iyi olduğu yargısına vardıkça hayranlık ($r = -.17, p < .05$) ve ilham alma ($r = -.16, p < .05$) duyguları artmaktadır. Fiziksel görünüm açısından onları kendilerinden yukarıda gördükçe ise sevinme duygusu artmaktadır, $r = -.17, p < .05$. Öte yandan, mutluluk açısından yapılan yukarı yönde karşılaştırmalar YY-asimilasyon duygularından hiç biri ile ilişkili bulunmamış, tam tersine bazı YY-kontrast duyguları ile ilişkili bulunmuştur: Yakınlarının kendilerinden daha mutlu olduklarını düşündükçe kişilerin üzülmeye ($r = -.18, p < .01$) ve kıskanmaya ($r = -.13, p < .05$) hisleri artmaktadır. Ayrıca, maddi durum açısından yapılan karşılaştırmalar yalnızca YY-asimilasyon

duygularıyla değil, bazı YY-kontrast duyguları ile de ilişkili bulunmuştur: Yakınlarını maddi açıdan kendilerinden daha üstün gördükçe kişilerin kıskanma ($r = -.14, p < .05$) ve utanma ($r = -.16, p < .05$) duyguları da artmaktadır.

Hipotez 3b’de, her bir alanda katılımcılar *tanıdıklarını ve ünlüleri* kendilerinden daha iyi konumda algılandıkça -yukarı yönde karşılaştırmalar yapıldıkça-, YY-kontrast duygularının hissedilme sıklığının artacağı beklentisi belirtilmiştir. Analizlere göre, karşılaştırma hedefi *tanıdıklar* olduğunda, yukarı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri ile bazı YY-asimilasyon duyguları arasında sadece tek bir karşılaştırma alanında beklendik yönde ilişkiler vardır: maddi durum. Tanıdıkları kişilerin maddi durumlarının kendilerinden daha iyi olduğu yargısına vardıkça, YY-kontrast duygularından kıskanma ($r = -.19, p < .01$) ve utanma ($r = -.13, p < .05$) duygularının düzeyleri yükselmektedir. Fiziksel görünüm açısından yukarı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri, YY-kontrast duyguları ile ilişkili bulunmazken, bir YY-asimilasyon duygusu olan hayran kalma ile ilişkili bulunmuştur. Kişiler, tanıdıklarını fiziksel görünüm açısından kendilerine kıyasla daha üstün algıladıkça hayranlık hissetmektedirler, $r = -.17, p < .05$. Ek olarak, Hipotez 3b’de beklenenin tersi yönde bir ilişki bulunmuştur: Kişiler, tanıdıklarını kendilerinden daha mutlu algıladıkça, gücenme/kızma duyguları azalmaktadır, $r = .14, p < .05$.

Karşılaştırma hedefi *ünlüler* olduğunda, fiziksel görünüm, mutluluk ve başarı alanlarında kişilerin karşılaştırma hedefini kendilerinden daha iyi durumda görmeleri, Hipotez 3b’yi destekler şekilde, bir YY-kontrast duygusu (üzülme duygusu) ile ilişkili bulunmuştur, sırasıyla $r = -.14, p < .05$, $r = -.13, p < .05$ ve $r = -.14, p < .05$. Öte yandan, ünlüleri başarı alanında kendilerinden daha iyi konumda görmeleri, bir YY-asimilasyon duygusu olan hayran kalmayla da ilişkili bulunmuştur, $r = -.14, p < .05$.

Karşılaştırma hedefinin yakınlık düzeyine göre bireylerin yukarı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri ile hissedilen YYK duyguları arasındaki ilişkiler cinsiyet değişkeninin kontrol edildiği kısmi korelasyon analizleriyle tekrar incelenmiştir. Korelasyon katsayılarında dikkat çekici artış ya da düşüş gözlenmemiş ve anlamlılık düzeylerinin korunduğu bulunmuştur. Sadece ünlülerle fiziksel görünüm açısından yukarı yönde karşılaştırmalar ile üzülmeye duygusunun hissedilme düzeyi arasındaki marjinal düzeydeki ilişki ($r = -.14$) anlamlılık düzeyini kaybetmiştir ($r = -.12$).

Tablo 10. Katılımcıların her alanda yakınlarıyla, tanıdıklarıyla ve ünlülerle yukarı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri ile YY asimilasyon ve YY kontrast duygularını hissetme sıklıkları arasındaki korelasyonlar

Karşılaştırma Hedefleri	Karşılaştırma Alanları	Yukarı Yönde Asimilasyon Duyguları			Yukarı Yönde Kontrast Duyguları			
		Sevinme	Hayran Kalma	İlham alma	Üzülme	Gücenme/Kızma	Kıskanma	Utanma
Yakınlar	Fiziksel Görünüm	-.17*	-.08	.04	-.10	.01	.01	-.08
	Maddi	-.05	-.17*	-.16*	-.02	.02	-.14*	-.16*
	Sosyal yaşam/ popülerlik	-.10	-.10	.02	-.00	.01	-.01	-.13
	Mutluluk	-.07	-.04	.10	-.18**	.07	-.13*	-.08
	Başarı	-.06	.01	.06	-.03	.08	-.02	-.10
Tanıdıklar	Fiziksel Görünüm	-.03	-.17**	-.02	-.02	.01	-.09	-.07
	Maddi	.07	-.11	-.04	-.09	-.09	-.19**	-.13*
	Sosyal yaşam/ popülerlik	-.06	-.10	.05	-.07	.03	.08	.04
	Mutluluk	.02	.01	.13	-.12	.14*	-.04	-.07
	Başarı	-.04	-.05	.03	-.11	-.03	-.07	-.13
Ünlüler	Fiziksel Görünüm	-.05	-.06	.06	-.14*	-.07	-.06	.01
	Maddi	-.02	-.06	.02	-.04	-.03	-.02	.03
	Sosyal yaşam/ popülerlik	-.05	-.06	.02	-.09	.01	-.04	.03
	Mutluluk	.06	-.02	.08	-.13*	-.00	-.13	-.04
	Başarı	-.03	-.14*	.01	-.14*	-.07	-.12	.03

Not 1.* $p < .05$, ** $p < .01$

Not 2. Karşılaştırma alanlarına ilişkin ölçeğin skalası 0 (onun benden daha iyi) – 4 (benim ondan daha iyi) arasında değiştiği için, tablodaki negatif korelasyon değerleri, bireylerin karşılaştırma yaptığı kişileri kendisinden daha iyi konumda algıladıkça -yani yukarı yönde karşılaştırma yaptıkça- söz konusu duyguyu daha yüksek düzeyde hissettiğini, pozitif korelasyon değerleri ise bireylerin karşılaştırma yaptığı kişileri kendisinden daha iyi konumda algıladıkça, söz konusu duyguyu daha düşük düzeyde hissettiğini göstermektedir.

Hipotez 4a ve 4b, çeşitli karşılaştırma alanlarında *aşağı yönde karşılaştırma yapma düzeyinin*, ilişkili olduğu AY-asimilasyon ve AY-kontrast duygularına ilişkindir. Bu hipotezleri test etmek üzere, katılımcıların her bir karşılaştırma alanında, yakınları, tanıdıkları ve ünlülerle aşağı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri ile bu karşılaştırmaların ardından AY-asimilasyon ve AY-kontrast duygularını deneyimleme sıklıkları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Değişkenler arası korelasyon katsayıları Tablo 11’de verilmiştir. Her bir alanda yapılan karşılaştırmalara ilişkin ölçeğin skalası 0 (onun benden daha iyi) – 4 (benim ondan daha iyi) arasında değiştiği için, tablodaki negatif korelasyon değerleri, bireylerin karşılaştırma yaptıkları alanda kendilerini daha iyi konumda algıladıkça, -yani aşağı yönde karşılaştırma yaptıkça-, söz konusu duyguyu daha düşük düzeyde hissettiğine; pozitif korelasyon değerleri ise bireylerin karşılaştırma yaptıkları alanda kendilerini daha iyi konumda algıladıkça, söz konusu duyguyu daha yüksek düzeyde hissettiğine işaret etmektedir.

Hipotez 4a’da, katılımcılar her bir karşılaştırma alanında kendilerini *yakınlarından* daha iyi konumda algıladıkça, AY- asimilasyon duygularının hissedilme düzeyinin artmasının beklendiği belirtilmiştir. Bulgulara göre yakınların katılımcılar tarafından daha olumsuz konumda algılanması, tek bir AY-asimilasyon duygusuyla - kaygılanma- ilişkilidir, o da yalnızca eğer karşılaştırma başarı alanında yapılmışsa, $r = -.22, p < .01$. Başarı alanında yakınlarla yapılan karşılaştırmalar, bir AY-kontrast duygusu olan “oh olsun” duygusuyla da ilişkili bulunmuştur, $r = .21, p < .01$. Bu sonuçlara göre kişiler yakınlarını başarı alanında kendilerinden daha kötü durumda gördüğünde, kendi durumlarının onlara benzemeyeceği düşüncesiyle, kendileri için daha düşük düzeyde kaygılanırlar ve yakınları için yüksek düzeyde ‘oh olsun’ hissine kapılabilirler. Bu bulgulara bakıldığında hipotez 4a’da belirtilen durumun desteklenmediği görülür.

Hipotez 4b’de, katılımcılar her bir karşılaştırma alanında kendilerini *tanıdıklardan ve ünlülerden* daha iyi konumda algıladıkça, AY-kontrast duygularının hissedilme sıklıklarının artacağı beklentisi dile getirilmiştir. Bulgulara göre tanıdıklar başarı açısından, ünlüler mutluluk açısından bireyler tarafından daha olumsuz konumda değerlendirildikçe, “oh olsun” duygusunda artış tespit edilmiştir, sırasıyla $r = .18, p < .01$ ve $r = .13, p < .05$. Bu bulgular Hipotez 4b’yi destekleyecek nitelikteki bulgulardır. Öte yandan kişilerin

maddi alanda kendilerini tanıdıklarından daha iyi konumda görmeleri, beklenilenin tersine küçümseme duygusundaki azalma ile ilişkilidir, $r = -.15, p < .05$.

Karşılaştırma hedefinin yakınlık düzeyine göre bireylerin aşağı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri ile hissedilen AYK duyguları arasındaki ilişkiler cinsiyet değişkeninin kontrol edildiği kısmi korelasyon analizleriyle tekrar incelenmiştir. Korelasyon katsayılarında dikkat çekici artış ya da düşüş gözlenmemiş ve anlamlılık düzeylerinin korunduğu bulunmuştur.

Tablo 11. Katılımcıların her alanda yakınlarıyla, tanıdıklarıyla ve ünlülerle aşağı yönde karşılaştırma yapma düzeyleri ile AY-asimilasyon ve AY-kontrast duygularını hissetme sıklıkları arasındaki korelasyonlar

Karşılaştırma Hedefleri	Karşılaştırma Alanları	Aşağı Yönde Asimilasyon Duyguları			Aşağı Yönde Kontrast Duyguları		
		Kaygılanma	Acıma	Sempati	Gurur duyma	Küçümseme	Oh olsun
Yakın	Fiziksel Görünüm	-.03	.00	-.07	.08	.02	-.01
	Maddi durum	-.03	-.00	-.06	-.05	.02	-.07
	Sosyal yaşam/ popülerlik	.04	.06	-.05	.02	.00	.13
	Mutluluk	.06	-.03	.04	.04	-.06	.03
	Başarı	-.22**	-.00	-.05	.08	-.01	.21**
Tanıdıklar	Fiziksel Görünüm	-.08	.01	-.12	.13	.10	.06
	Maddi durum	-.12	-.10	-.10	-.03	-.15*	-.02
	Sosyal yaşam/ popülerlik	-.12	-.08	-.13	.00	-.03	.08
	Mutluluk	.07	-.01	-.00	.07	-.05	.07
	Başarı	-.07	-.05	.05	.05	.05	.18**
Ünlüler	Fiziksel Görünüm	.00	.03	-.08	-.11	-.05	-.03
	Maddi durum	.05	-.00	-.08	-.03	-.00	.02
	Sosyal yaşam/ popülerlik	.07	-.02	-.08	-.07	.01	.04
	Mutluluk	.11	.01	.00	-.02	-.02	.13*
	Başarı	.01	-.00	.02	-.11	.01	.07

Not 1. * $p < .05$, ** $p < .01$.

Not 2. Karşılaştırma alanlarına ilişkin ölçeğin skalası 0 (onun benden daha iyi) – 4 (benim ondan daha iyi) arasında değiştiği için, tablodaki negatif korelasyon değerleri, bireylerin karşılaştırma yaptıkları alanda kendilerini daha iyi konumda algıladıkça, -yani aşağı yönde karşılaştırma yaptıkça-, söz konusu duyguyu daha düşük düzeyde hissettiğini; pozitif korelasyon değerleri ise bireylerin karşılaştırma yaptıkları alanda kendilerini daha iyi konumda algıladıkça, söz konusu duyguyu daha yüksek düzeyde hissettiğini göstermektedir.

3.2.5. Sosyal Ağlarda Yukarı ve Aşağı Yönde Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duyguların İlişkili Olabileceği Kişisel Özelliklere Dair Hipotezleri Test Etmeye Yönelik Analizler

Hipotez 5a bireylerin ilişkililik yönelimlerinin; Hipotez 6a özerklik yönelimlerinin; Hipotez 7a sosyal karşılaştırma yönelimlerinin; Hipotez 8a ise seçici benlik sunma düzeylerinin, YY-asimilasyon ve YY-kontrast duygularının hissedilme sıklıklarıyla arasındaki ilişkileri test etmeye yöneliktir. Hipotez 5b, Hipotez 6b, Hipotez 7b ve Hipotez 8b ise ilgili değişkenlerin, AY-asimilasyon ve AY-kontrast duygularının hissedilme sıklıklarıyla arasındaki ilişkileri test etmeye yöneliktir. Öncelikle söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson Korelasyon analizi ile incelenmiştir. Özerklik, ilişkililik, sosyal karşılaştırma yönelimi ve seçici benlik sunumu değişkenleri ile YY-asimilasyon ve YY-kontrast duyguları arasındaki korelasyonlar Tablo 12’de; AY-asimilasyon ve AY-kontrast duyguları arasındaki korelasyonlar ise Tablo 13’te gösterilmiştir.

Hipotez 5a’ya göre, bireylerin ilişkililik yönelimi arttıkça, YY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının da artması gerekir. Bulgular, çalışmadaki üç YY–asimilasyon duygusundan ikisinin ilişkililik yönelimi ile beklendik yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu duygular sevinme ve hayranlık duygularıdır, her ikisi için de $r = .18, p < .01$. Hipotez 5b’de bireylerin ilişkililik yönelimi arttıkça, AY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının da artacağı beklentisi ifade edilmiştir. Bulgulara göre ilişkililik yönelimi AY-asimilasyon duygularından kaygılanma ve acıma ile ilişkisiz iken, sempati ile beklendik yönde anlamlı ilişki içindedir, $r = .20, p < .01$. Yanı sıra ilişkililik, AY-kontrast duyguları olan (kendiyile) gurur duyma ile pozitif ve küçümsemeye ise negatif yönde ilişkilidir, sırasıyla $r = .20, p < .01$ ve $r = -.15, p < .05$.

Hipotez 6a’ya göre bireylerin özerklik yönelimi arttıkça, YY-kontrast duygularını hissetme sıklıklarının da artması gerekir. Bulgular, çalışmadaki dört YY–kontrast duygusundan sadece birinin özerklik yönelimi ile beklendik yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu duygu kıskanma duygusudur, $r = .21, p < .01$. Yanı sıra, özerklik yönelimi yukarı yönde asimilasyon duygularından ilham alma ile de pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahiptir, $r = .15, p < .05$. Hipotez 6b’de bireylerin özerklik yönelimi arttıkça, AY-kontrast duygularını hissetme sıklıklarının da artacağı beklentisi ifade edilmiştir. Bulgulara göre özerklik yönelimi, beklenildiği gibi, AY-kontrast duygularından gurur

duyma ve küçümseme ile pozitif yönde ilişkilidir, sırasıyla $r = .26, p < .01$ ve $r = .15, p < .05$.

Hipotez 7a'ya göre bireylerin sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, YY-kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması gerekir. Bulgular, çalışmadaki dört YY-kontrast duygusundan ikisinin sosyal karşılaştırma yönelimi ile beklendik yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu duygular üzülmeye ve kıskanma duygularıdır, sırasıyla $r = .31, p < .01$ ve $r = .26, p < .01$. Hipotez 7b'ye göre bireylerin sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, AY-kontrast duygularını hissetme sıklığının artması gerekir. Bulgulara göre sosyal karşılaştırma yönelimi, AY-kontrast duygularından gurur duyma ve küçümseme ile pozitif yönde ilişkilidir, sırasıyla $r = .32, p < .01$ ve $r = .17, p < .01$.

Hipotez 8a'ya göre bireylerin sosyal ağlarında seçici benlik sunumunda bulunma düzeyleri arttıkça, YY-kontrast duygularını hissetme sıklığının artması gerekir. Bulgular, çalışmadaki dört YY-kontrast duygusundan ikisinin seçici benlik sunumu yapma düzeyiyle ilgili beklendik yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu duygular üzülmeye ve kıskanma duygularıdır, sırasıyla $r = .16, p < .05$ ve $r = .36, p < .01$. Seçici benlik sunumu ayrıca, YY-asimilasyon duygularından biriyle de pozitif yönde ilişkili bulunmuştur: hayran kalma duygusu, $r = .14, p < .05$. Hipotez 8b'ye göre bireylerin sosyal ağlarında seçici benlik sunumunda bulunma düzeyi arttıkça, AY-kontrast duygularını hissetme sıklığının artması gerekir. Bulgulara göre seçici benlik sunumunda bulunma düzeyi, AY-kontrast duygularından gurur duyma ve küçümseme ile pozitif yönde ilişkilidir, sırasıyla $r = .32, p < .01$ ve $r = .18, p < .01$.

Yukarı ve aşağı yönde karşılaştırma duygularının hissedilme düzeyi ile bireysel değişkenler arasındaki ilişkiler cinsiyet değişkeninin kontrol edildiği kısmi korelasyon analizleriyle tekrar incelenmiştir. Korelasyon katsayılarında dikkat çekici artış ya da düşüş gözlenmemiş ve anlamlılık düzeylerinin korunduğu bulunmuştur. Sadece seçici benlik sunumu düzeyi ile hayran kalma duygusunun hissedilme düzeyi arasındaki marjinal düzeydeki ilişki ($r = .14$) anlamlılık düzeyini kaybetmiştir ($r = .11$)

Tez çalışmasında test edilen hipotezler, analizlerde kullanılan yöntemler ve sonuçlar Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 12. Özerklik, ilişkililik, sosyal karşılaştırma yönelimi, ve seçici benlik sunumu değişkenlerinin yukarı yönde duygularla arasındaki korelasyonlar

	<u>Yukarı Yönde Asimilasyon Duyguları</u>			Üzülme	<u>Yukarı Yönde Kontrast Duyguları</u>		
	Sevinme	Hayran Kalma	İlham alma		Gücenme/Kızma	Kıskanma	Utanma
İlişkililik yönelimi	.18** (.17*)	.18** (.18**)	-.03 (-.04)	.01 (.01)	-.07 (-.08)	-.10 (-.02)	.05 (.05)
Özerklik yönelimi	.08 (.08)	.03 (.03)	.15* (.15*)	.01 (-.00)	.07 (.07)	.21** (.21**)	.05 (.05)
Sosyal karşılaştırma yönelimi	-.06 (-.06)	.08 (.08)	-.05 (-.06)	.31** (.31**)	-.04 (-.04)	.26** (.26**)	.06 (.05)
Seçici Benlik Sunumu	.02 (-.02)	.14* (.11)	.05 (.02)	.16* (.14*)	.02 (-.01)	.36** (.34**)	.11 (.09)

Not. * $p < .05$, ** $p < .01$. Parantez içindeki değerler kısmi korelasyon katsayılarını göstermektedir.

Tablo 13. Özerklik, ilişkililik, sosyal karşılaştırma yönelimi, sosyal ağ kullanımı ve seçici benlik sunumu değişkenlerinin aşağı yönde duygularla arasındaki korelasyonlar

	<u>Aşağı Yönde Asimilasyon Duyguları</u>			<u>Aşağı Yönde Kontrast Duyguları</u>		
	Kaygılanma	Acıma	Sempati	Gurur duyma	Küçümseme	Oh olsun
İlişkililik yönelimi	-.04 (-.04)	-.08 (-.07)	.20** (.19**)	.20** (.19**)	-.15* (-.14*)	-.09 (-.09)
Özerklik yönelimi	-.01 (-.01)	-.07 (-.07)	.03 (.02)	.26** (.26**)	.15* (.16*)	.13 (.13)
Sosyal Karşılaştırma Yönelimi	.04 (.04)	-.01 (-.01)	.06 (.06)	.32** (.32**)	.17** (.18**)	.05 (.05)
Seçici Benlik Sunumu	-.12 (-.10)	-.09 (-.03)	.09 (.06)	.32** (.29**)	.18** (.22**)	.11 (.11)

Not. * $p < .05$, ** $p < .01$. Parantez içindeki değerler kısmi korelasyon katsayılarını göstermektedir.

Tablo 14. Tüm hipotezlere ait tanımlayıcı tablo

	Hipotezler	Analiz	Çıkan sonuç	Desteklenme Durumu
1a	Bireylerin ilişkililik yönelimleri arttıkça, sosyal ağlarında yakınlarının paylaşımlarını incelemek için geçirdikleri sürenin artması beklenmektedir.	Korelasyon	Pozitif/ düşük ($r = .10$)	X
1b	Bireylerin özerklik yönelimleri arttıkça tanıdıklarının paylaşımlarını inceledikleri sürenin artması beklenmektedir.	Korelasyon	Pozitif ($r = .18$)	✓
2a	Farklı karşılaştırma alanlarının her birinde kişilerin <i>yakınlarıyla</i> yaptıkları karşılaştırmaların yatay ya da yukarı yönde olması beklenmektedir.	Ki-kare	Fiziksel görünüm, maddi, mutluluk ve başarı alanlarında yatay,	✓
2b	Farklı karşılaştırma alanlarının her birinde kişilerin <i>tanıdıklarıyla ve ünlülerle</i> yaptıkları karşılaştırmaların yukarı yönde olması beklenmektedir.	Ki-kare	Sosyal yaşam/popülerlik alanında yukarı yönde <i>Tanıdıklarla</i> -Fiziksel görünüm, maddi ve sosyal yaşam/popülerlik alanlarında- yukarı yönde <i>Ünlülerle</i> –Tüm alanlarda- yukarı yönde	Birçok karşılaştırma alanı için ✓
3a	Her bir karşılaştırma alanında katılımcılar <i>yakınlarını</i> kendilerinden daha iyi konumda algıladıkça -yukarı yönde karşılaştırmalar yaptıkça-, YY- asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.	Korelasyon	Fiziksel görünüm alanında sevinme ($r = -.17$) Maddi alanda hayran kalma ($r = -.17$) ve ilham alma ($r = -.16$)	Bazı alanlar için ✓
3b	Her bir karşılaştırma alanında katılımcılar <i>tanıdıklarını ve ünlüleri</i> kendilerinden daha iyi konumda algıladıkça -yukarı yönde karşılaştırmalar yaptıkça-, YY-kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.	Korelasyon	<i>Tanıdıklarla</i> Maddi alanda kıskanma ($r = -.19$) ve utanma ($r = -.13$) <i>Mutluluk alanında gücenme/kızma</i> ($r = .14$) <i>Ünlülerle</i> Fiziksel görünüm ($r = -.14$), mutluluk ($r = -.13$) ve başarı ($r = -.14$) alanlarında üzülmeye duygusu	Bazı alanlar maddi alan için ✓
4a	Her bir karşılaştırma alanında katılımcılar kendilerini <i>yakınlarından</i> daha iyi konumda algıladıkça -aşağı yönde karşılaştırmalar yaptıkça- AY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.	Korelasyon	<i>Başarı alanında kaygılanma</i> ($r = -.22$)	X

4b	Her bir karşılaştırma alanında katılımcılar kendilerini <i>tanıdıklardan ve ünlülerden</i> daha iyi konumda algıladıkça -aşağı yönde karşılaştırmalar yaptıkça-, AY-kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.	Korelasyon	<i>Tanıdıklarla</i> Başarı alanında 'Oh olsun' ($r = .18$) <i>Maddi alanda küçümseme</i> ($r = -.15$) <i>Ünlülerle</i> Mutluluk alanında 'Oh olsun' ($r = .13$)	Bazı alanlar maddi alan için ✓
5a	Bireylerin ilişkililik yönelimi arttıkça, YY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının da artması beklenmektedir.	Korelasyon	Sevinme ($r = .18$) ve hayran kalma ($r = .18$)	✓
5b	Bireylerin ilişkililik yönelimi arttıkça, AY-asimilasyon duygularını hissetme sıklıklarının da artması beklenmektedir.	Korelasyon	Sempati ($r = .20$)	✓
6a	Bireylerin özerklik yönelimi arttıkça, YY- kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.	Korelasyon	Kıskanma ($r = .21$)	✓
6b	Bireylerin özerklik yönelimi arttıkça, AY- kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.	Korelasyon	Gurur duyma ($r = .26$) ve küçümseme ($r = .15$)	✓
7a	Bireylerin sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, YY- kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.	Korelasyon	Üzülme ($r = .31$) ve kıskanma ($r = .26$)	✓
7b	Bireylerin sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, AY-kontrast duygularını hissetme sıklığının artması beklenmektedir.	Korelasyon	Gurur duyma ($r = .32$) ve küçümseme ($r = .17$)	✓
8a	Bireylerin sosyal ağlarında seçici benlik sunumunda bulunma düzeyleri arttıkça, YY-kontrast duygularını hissetme sıklıklarının artması beklenmektedir.	Korelasyon	Üzülme ($r = .16$) ve kıskanma ($r = .36$)	✓
8b	Bireylerin sosyal ağlarında seçici benlik sunumunda bulunma düzeyleri arttıkça, AY-kontrast duygularını hissetme sıklığının artması beklenmektedir.	Korelasyon	Gurur duyma ($r = .32$) ve küçümseme ($r = .18$)	✓

4. TARTIŞMA

İnsanların, gündelik yaşamda her biri dakikalarla ifade edilebilen uzunlukta çeşitli bekleme sürelerini ve boş anları (toplu taşımaya araçlarında seyahat, randevu sırası bekleme, bir telefon bekleme ya da bir e-postaya cevap bekleme... vb.) artık her an yanlarında bulunan elektronik iletişim araçları sayesinde ulaşabildikleri sosyal ağlarda geçirdikleri sıklıkla gözlemlenen bir durumdur. Sosyal ağlarda vakit geçirilen bu sürelerin ne gibi bilişsel ve duygusal sonuçlar ürettiğini bilmenin önemli olduğu düşüncesinden hareketle bu tez çalışması hazırlanmıştır. Kişiler, sosyal ağlarda kendi paylaşımlarına odaklanarak (kendi sosyal ağ profillerini ve çeşitli paylaşımları hazırlayıp sunarak) ya da başkalarınınkilere odaklanarak (başkalarının paylaşımlarını izleyerek) vakit geçirebilirler. Bu davranışların farklı türde psikolojik süreçlerle ilişkili olması beklenir. Örneğin sosyal ağlarda kendileriyle ilgili paylaşımında bulunmak benlik sunumu/izlenim oluşturma perspektiflerinden, kendi profilini izlemek öz-olumlama perspektifinden, başkalarına dönük etkinlikler ise sosyal karşılaştırma perspektifinden incelenebilir. Bu noktada, kişilerin sosyal ağlarda daha çok hangi tür etkinliklerle vakit geçirdiklerini bilmek önem kazanmaktadır. Bu tez çalışmasının ilk sorusu, bunu incelemeye yöneliktir. Her bir katılımcıya sosyal ağlarında diledikleri gibi vakit geçirebilecekleri 7 dakikalık bir süre verilmiş, ardından ilk olarak, bu süre boyunca hangi etkinlikleri yaptıklarına dair bir soru yöneltilmiştir. Elde edilen bulgular, bireylerin bu sürede kendi profillerindeki paylaşımlara bakmak ve profilinde paylaşımlar yaparak değişikliklerde bulunmaktansa başka kişilerin paylaşımlarını inceleyerek geçirdiklerini göstermiştir. Yakınlarının, tanıdıklarının, ünlülerin ve tanımadıkları kişilerin paylaşımlarını izleme süreleri ise birbirinden anlamlı düzeyde farklı değildir. Bireylerin gün içinde sosyal ağlarında gezinmeye ayırabildikleri süre kısa olduğunda, bunu kendi paylaşımlarına odaklandıkları etkinliklerden çok, başkalarının paylaşımlarına odaklandıkları etkinlikler ile geçirmeyi tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Bu da, başkalarının paylaşımlarını izlemeye yönelik sosyal ağ kullanımıyla ilişkili bilişsel ve duygusal süreçlerin ayrıntılı ve titiz bir biçimde incelenmesinin özellikle önemli olduğuna işaret etmektedir. Tezin sonraki soru ve hipotezlerinin pek çoğu sosyal ağlardaki karşılaştırmalar ve bunların ardından ortaya çıkan duygularla ilişkilidir.

4.1. SOSYAL AĞLARDAKİ KARŞILAŞTIRMALARIN YÖNÜ VE HEDEF KİŞİLERİ

Bu tez çalışmasında, bireylerin sosyal ağlarında geçirdikleri serbest zaman boyunca sosyal karşılaştırmaları kimlerle, ne yönde yaptıkları sorusunun cevabı araştırılmıştır. Sosyal ağlarda karşılaştırma yapılacak hedef kitle üç grupta ele alınmıştır: yakınlar, tanıdıklar ve ünlüler. Karşılaştırma hedeflerinin bu şekilde ayrı ayrı incelenmesinin altında, farklı yakınlık düzeylerinin karşılaştırma süreci ve sonrasında oluşan duygusal çıktılar üzerinde önemli rol oynayabileceği görüşü yatmaktadır. Karşılaştırma hedefi ünlüler olduğunda karşılaştırma alanlarının hepsinde, tanıdıklar olduğunda ise üçünde (fiziksel görünüm, maddi durum ve sosyal yaşam/popülerlik) en çok yapılan karşılaştırma türünün yukarı yönde karşılaştırma olduğu, karşılaştırma hedefi yakınlar olduğunda ise daha çok yatay karşılaştırmaların yapıldığı görülmüştür. Aşağı doğru karşılaştırmaların görüldüğü yerler sınırlıdır: Yakınlarla ve tanıdıklarla başarı alanındaki karşılaştırmalar aşağı yöndedir. Literatürde, farklı alanlarda sosyal karşılaştırma bilgisine maruz kalmanın psikolojik sonuçlarının karşılaştırıldığı birkaç çalışma vardır. Örneğin, Haferkamp ve Kramer (2011: 311) *fiziksel görünüm ve meslek/kariyer* alanlarında, Vogel ve arkadaşları ise (2014: 210) *sağlık ve sosyal ağlardaki popülerlik/ aktiflik* alanlarında yukarı ve aşağı yönde karşılaştırma bilgisine maruz kalmanın etkilerini deneysel manipülasyon içeren çalışmalarla incelemiştir. Öte yandan, sosyal ağlarda herhangi bir deneysel müdahale olmaksızın, diledikleri gibi vakit geçirmeleri için serbest olan bireylerin, hangi alanlarda, kimlerle ve ne yönde karşılaştırma yaptıklarının araştırıldığı yayınlanmış bir çalışma –Kanada’da yürütülen bir yüksek lisans tezinin dışında (Midgley, 2013)- yoktur. Bu yönü, mevcut çalışmayı özgün kılmaktadır. Midgley (2013:16) tarafından yürütülen tez çalışmasında ise, yukarı yönde karşılaştırmaların aşağı yönde karşılaştırmalara kıyasla daha fazla yapıldığı; toplamda yapılan karşılaştırma sayısı arttıkça, olumsuz duygulanım düzeyinin arttığı yönündeki bulgular mevcut tez çalışmasının bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

Yakınlarla yukarı yönde karşılaştırmalardan çok yatay yönde karşılaştırmaların yapılması şu şekilde açıklanabilir: Yakınlarının hayatlarıyla ilgili olarak katılımcıların sahip olduğu tek bilgi kaynakları sosyal ağlar değildir; farklı kaynaklar yoluyla yakınlarına dair sosyal ağların sağladığından daha fazla ve daha gerçekçi bilgiye sahip olabilirler. Bu sayede, yakınları sosyal ağlarda seçici öz-sunum yapıyor olsalar bile,

kendilerini bu idealleştirilmiş sunumlarla değil, kişilerin sahici durumlarıyla karşılaştırabilirler. Ayrıca, birisiyle kendini benzer görmek, ona yakınlık hissetmenin koşullarından biri olarak kabul edilebilir; literatürde arkadaşlık ilişkilerinin kurulması ve ilerlemesi için benzer özelliklere sahip olunması gerektiğine işaret edilmektedir (Nahemow ve Lawton, 1975: 205; Selfhout ve ark., 2009: 95). Dolayısıyla yakınlarımıza dair sosyal ağlarda yukarı yönde karşılaştırma bilgilerine maruz kalsak da, onları bize yakın kılan şey benzerliklerimiz olduğundan, bu çalışmadaki “(karşılaştırma hedefini) kendinizden ya da kendinizi ondan ne kadar iyi konumda görüyorsunuz?” sorusuna daha çok “aynı düzeyde görüyorum” şeklinde cevaplamaları anlaşılırdır. Son olarak; kişilerin, tanıdıkları ve ünlülerle başarı alanında aşağı yönde karşılaştırmaları yukarı yönde ve yatay karşılaştırmalardan daha çok yapmaları ile ilgili bir açıklama; örnekleme oluşturan üniversite öğrencilerinin akademik başarıya önem vermeleri, bu alanda başkalarından daha iyi konumda olduklarını düşünecek kadar kendilerinden emin olmaları olabilir.

4.2. YUKARI VE AŞAĞI DOĞRU KARŞILAŞTIRMALARIN ARDINDAN HİSSEDİLEN DUYGULAR

Tez çalışmasında katılımcıların kendilerine verilen süre boyunca yaptıkları sosyal karşılaştırmaların ardından Smith (2000) tarafından ileri sürülen *yukarı* yönde karşılaştırma duygularını ne sıklıkla hissettikleri incelenmiştir. Bulgulara göre en sık hissedilen duygular ilham alma ve hayran kalma duygularıdır. Bu iki duyguyu sevinme, kıskanma, üzülmeye duyguları takip etmektedir. En düşük düzeyde hissedilen duygular ise gücenme/kızma ve utanma duyguları olmuştur. Literatüre bakıldığında çevrimiçi sosyal ağlar bağlamında Smith (2000)’in ileri sürüdüğü duyguları ayrıntılı olarak inceleyen çok fazla araştırma mevcut değildir. Birçok çalışma sosyal ağlarda yukarı yönde karşılaştırmalardan sonra olumsuz duyguların ve özellikle kıskançlık duygusunun sıklıkla hissedildiğini göstermektedir (Krasnova ve ark., 2013: 6; Muise ve ark., 2009: 443; Tandoc, Ferrucci ve Duffy, 2015: 143). Fakat mevcut çalışma kapsamında elde edilen bulgularda en çok hissedilen ilham alma, hayran kalma ve sevinme duyguları olumlu şekilde değerlendirilebilecek asimilasyon duygularıdır. Öte yandan Lin ve Utz (2015:32) Alman katılımcılarla yürüttükleri deneysel çalışmada, başkalarının Facebook paylaşımlarını incelemenin olumsuz hissettirmekten çok –kıskanmış, sinirlenmiş vb.-, olumlu hissettirdiği –hoş, ilişkili, bilgili, eğlenmiş- yönünde bulguya ulaşmıştır. Bu tezde

yukarı yönde karşılaştırmaların ardından olumlu duyguların daha sık hissedildiği bulgusu, Lin ve Utz çalışmasındaki bulguyla uyumluluk göstermektedir. Çalışmada katılımcılardan sosyal ağlardaki yukarı yönde karşılaştırmaların ardından ne sıklıkta hissettiklerini değerlendirmeleri istenen dört YY-kontrast duygusu içinden en sık hissettiklerini bildirdiklerinin kıskançlık olması ise, önceki çalışma bulgularıyla tutarlıdır. Ayrıca, YY-kontrast duygularının hissedilme sıklığının YY-asimilasyon duygularına kıyasla düşük düzeyde rapor edilmesi, katılımcıların sosyal beğenirlik kaygısı güttükleri, dolayısıyla hissettikleri olumsuz duyguları belirtmekten kaçınabilecekleri ihtimalini de akla getirmektedir.

Tez çalışması kapsamında, katılımcıların kendilerine tanınan serbest zaman boyunca, Smith'in aşağı yönde karşılaştırma duygularını ne düzeyde hissettikleri de incelenmiştir. Bulgular bireyin üstün konumundan ötürü kendisiyle gurur duyma ve hedef kişiye sempati duyma duygularının, diğer duygulara kıyasla daha yüksek düzeyde hissedildiğini göstermiştir. Ardından sırasıyla, kendi konumu için kaygılanma duygusu, hedef kişiyi küçümseme duygusu, hedef kişiye acıma duygusu ve onun bulunduğu olumsuz durumu hak ettiği düşüncesiyle 'oh olsun' duygusu hissedilmiştir. Bu duyguların ortalama değerleri incelendiğinde yukarı yönde duygulara kıyasla daha düşük düzeylerde hissedilmiş oldukları görülür. Bu durum, karşılaştırmaların çevrimiçi ağlarda gerçekleşmesiyle ve bu ağlarda yukarı yönde karşılaştırmaların daha sık yapılmasıyla bağlantılı olabilir. Bir başka açıklama ise bireylerin kendilerinden daha olumsuz durumda gördükleri kişiler hakkında kendileriyle ilgili olumlu, hedef kişi hakkında olumsuz duygularını sosyal beğenirlik kaygısından dolayı açıkça beyan edememeleri olabilir.

Tez çalışmasının ikinci amacı sosyal ağlarda meydana gelen karşılaştırma süreçlerinin duygusal çıktıları etkileyen faktörlerin incelenmesidir. Bu faktörlerin – *hedef kişiyle ilişkinin niteliği, kültürel benlik yönelimleri, sosyal karşılaştırma yönelimi ve seçici benlik sunumu yönelimi*- hem yukarı hem aşağı yönde karşılaştırma duygularının hissedilme sıklığı üzerinde etkili rol oynayıp oynamadığı test edilmiştir.

4.3. KARŞILAŞTIRMA HEDEFİNİN YAKINLIK DÜZEYİNE GÖRE YYK YAPMA DÜZEYLERİ VE YYK DUYGULARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER

İlk olarak yukarı doğru karşılaştırma yapma düzeyleriyle her bir *YY-kontrast ve YY-asimilasyon* duygusunu hissetme düzeyleri arasındaki ilişkiler ve de bu ilişkilerin,

karşılaştırma hedeflerinin ne yakınlıkta kimseler olduğuna göre (yakın, tanıdık veya ünlü) değişip değişmeyeceği incelenmiş ve bu amaçla yakınlarla, tanıdıklarla ve ünlülerle yapılan karşılaştırmalar ile yukarı yönde asimilasyon ve kontrast duygularının hissedilme sıklığı arasındaki ilişkiler tespit edilmiştir. Yakınların belirli alanlarda kişinin kendisinden daha iyi konumda algılanmasının YY-asimilasyon duygularıyla, tanıdıkların ve ünlülerin belirli alanlarda daha iyi konumda algılanmasının ise YY-kontrast duygularıyla ilişkili olması beklenmiştir. Elde edilen bulgulara bakıldığında bu beklentilerin karşılaştırma alanlarının bazıları için doğrulanabildiği görülmüştür. Ayrıntılı olarak değerlendirildiğinde şunlar görülmektedir: Kişiler, yakınlarını kendilerinden daha iyi konumda algıladıkça, eğer karşılaştırma alanı fiziksel görünüm ise sevinme hisleri artar; karşılaştırmayı mutluluk açısından yapıyorlarsa üzülmeye ve kıskanmaya; maddi durum açısından yapıyorlarsa hayran kalma, ilham alma ve aynı zamanda kıskanma ve utanma hisleri artar. Karşılaştırmalar yakınlarla değil de tanıdıklar veya ünlülerle yapıldığında ise bulgular şöyledir: Tanıdıkları fiziksel görünüm açısından kendinden daha iyi konumda algılamak hayran kalma duygusundaki; maddi durum açısından daha iyi konumda algılamak kıskanma ve utanmadaki artışla; mutluluk açısından daha iyi konumda algılamak ise gücenme/kızmadaki azalışla ilişkili bulunmuştur. Ünlüleri fiziksel görünüm ve mutluluk açısından kendinden daha iyi konumda algılamak üzülmeye hissindeki, başarı alanında ünlüleri kendinden iyi konumda algılamak ise üzülmeye ve hayran kalmadaki artış ile ilişkilidir.– Bulguları şu şekilde değerlendirmek mümkündür:

4.3.1. Hedef Kişi Yakınlar Olduğunda YY-Kontrast ve YY-Asimilasyon Duyguları

Yakınlarla yukarı yönde yapılan karşılaştırmada asimilasyon duygularının hissedilme düzeyinde artış yaşanması, literatürdeki bulgularla örtüşmektedir. Şöyle ki, gerek çevrimdışı gerek çevrimiçi ortamda gerçekleşen yukarı yönde karşılaştırmaları inceleyen önceki çalışmalarda, yakınlarla yapılan karşılaştırmaların ardından öz değerlendirme aşamasında asimilasyon sürecinin tetiklendiği (Brown ve ark., 1992: 719-722); çevrimiçi ortamda yapılan çalışmalarda ise, yakın ilişki içinde olunan kişilerin paylaşımlarında, görece uzak hissedilen kişilerin paylaşımlarına kıyasla daha fazla mutluluk duygusunun hissedildiği yönünde bulgular mevcuttur (Lin ve Utz, 2015: 35).

Çünkü birey, yakın hissettiği kişilerle kendisini benzer algılayıp, onların üstün konumunu gelecekteki durumuyla ilişkilendirerek iyimserlik duygusu hissederek sevinebilir, o kişilere hayran kalabilir ve kendisinin de o konuma ulaşabileceği yönündeki düşüncelerinden dolayı ilham alma duygusunu hissedebilir. Öte yandan mevcut çalışmada yakınlarla mutluluk ve maddi durum alanlarında yukarı yönde yapılan karşılaştırmalar arttıkça, üzülmeye, kıskanmaya, utanmaya gibi kontrast duygularının da hissedilme düzeyinde artış olduğu bulunmuştur. Bu bulgular yukarıdaki açıklamalarla uyuşmuyor gibi görünse de, çevrimdışı ortamda gerçekleşen önceki bazı çalışmalarda yakınlarla yukarı yönde karşılaştırmaların kontrast sürecini tetikleyip, olumsuz duygusal çıktılar oluşturabileceği yönünde bulgulara da rastlanmaktadır. Örneğin Tesser ve arkadaşları (1988: 59-60) karşılaştırma yapılan alan bireyin önem verdiği bir alan ise, yakınlarla yapılan yukarı yönde karşılaştırmalarda olumsuz duygulanım içinde olunabileceğini vurgulamıştır. Bu iddiadan hareketle, mevcut çalışmada, yakınlarıyla yaptıkları karşılaştırmaların sonrasında katılımcıların üzülmeye ve kıskanmaya hissetmiş olmalarının, onlar için mutluluğun hayatlarındaki çok önemli bir karşılaştırma alanı olduğu düşünülebilir. Mutluluk açısından yapılan karşılaştırmaların yanı sıra, maddi durum açısından yapılan yukarı yönde karşılaştırmaların da, kıskançlık ve utanma duygularının hissedilme düzeyinde artış ile ilişkili olduğu görülmüştür. Bu bulgu, yine katılımcıların maddiyata çok fazla önem vermeleri sebebiyle ortaya çıkmış olabilir. Şuna da dikkat çekmek iyi olabilir: Maddi durum karşılaştırmaları yakınlarla ve tanıdıklarla yapıldığında kıskanma ve utanma hisleri yaşanmaktadır; ancak, yakınlarla yapılan maddi durum karşılaştırmaları tanıdıklarla yapılandan farklı olarak, hayran kalma ve ilham alma duygularıyla da ilişkilidir. Yani, tanıdıklarla maddi durum açısından yapılan yukarı yönde karşılaştırmaları sadece YY-kontrast duyguları ile, yakınlarla yapılanlar ise hem YY-kontrast hem de YY-asimilasyon duyguları ile ilişkilidir.

Yakınlarla yapılan karşılaştırmaların beklenmedik şekilde kıskançlık ile ilişkili bulunmasını açıklamak için, literatürdeki şu bilgiyi göz önüne almak da faydalı olabilir: Kıskançlık, *iyimser kıskançlık* (benign) –üstün konuma ulaşmak için motivasyon artırıcı duygu (imrenme)- ve *kötümser kıskançlık* (malicious) –başkasının üstün konumunun rahatsız edici olduğu, motivasyon azaltıcı duygu- olarak ayrıştırılmıştır (van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2012: 195). Kişilerin başkasıyla ilişkisinin yakınlığı arttıkça, karşılaştırma sonrasında hissedilen iyimser kıskançlık düzeyinin arttığı bulgusundan (Lin

ve Utz, 2015: 35) hareketle, tez çalışmasında maddi durum ve mutluluk açısından yakınlarla yapılan yukarı yönde karşılaştırmalarla birlikte artış gösteren kıskançlık duygusunun, iyimser kıskançlık olabileceği düşünülebilir.

4.3.2. Hedef Kişi Tanıdıklar ve Ünlüler Olduğunda YY-Kontrast ve YY-Asimilasyon Duyguları

Tanıdıklarla yapılan yukarı yönde karşılaştırmaların YY-kontrast duygularıyla ilişkisi incelendiğinde, tanıdıkları kişilerin maddi alanda kendilerinden daha iyi konumda oldukları algılandıkça, kıskanma ve utanma duygularının daha fazla hissedildiği görülür. Literatürde çevrimiçi ortamda karşılaştırma hedefiyle ilişkinin niteliğine bakılmaksızın yabancı birinin fiziksel görünümüyle ilgili yukarı yönde karşılaştırma bilgisine maruz bırakılan katılımcıların, düşük düzeyde olumlu duygu durum içinde oldukları (Haferkamp ve Kramer, 2011: 313), çevrimiçi sosyal ağlarda başkalarının paylaşımlarını inceleyen kişilerin kendi başarısızlıklarından dolayı kıskançlık ve utanç duygularını hissettikleri (Lim ve Yang, 2015: 306) yönünde bulgular mevcuttur. Bu bulgular mevcut tez çalışmasında tanıdıklarla yapılan yukarı doğru karşılaştırmalar arttıkça kıskançlık ve utanma duygularının yüksek düzeyde hissedildiği bulgusuyla tutarlılık göstermektedir. Bireylerin tanıdıkları kişi yabancı biri statüsünde değerlendirilmese de bu kişileri kendilerine görece daha az yakın gördükleri için öz değerlendirme aşamasında kontrast süreci deneyimleyip olumsuz duygusal tepkiler göstermiş olabilirler. Sosyal ağlardaki *ünlülerle* yapılan yukarı yönde karşılaştırmaların YY-kontrast duygularıyla ilişkisi incelendiğinde ise kıskançlık, utanma ve gücenme/kızma gibi kontrast duygularının hissedilmediği görülür. Bu, katılımcıların takip ettikleri ünlülerin çeşitli alanlarda sahip oldukları üstün konumlarını hak edilmiş ve ulaşılamaz olarak algılamalarından kaynaklanıyor olabilir. Ünlülerle karşılaştırmaların ardından hissedilen tek YY-kontrast duygusunun üzüntü olması, bu algıdan kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca Smith ve Kim'e (2007) göre sosyal karşılaştırmalarda kıskançlık duygusunu tetikleyen iki önemli faktör, karşılaştırma yapılan kişiyle benzerliklerin ve yüksek düzey ilişkililiğin (high personal relevance) olmasıdır; bu iki faktör de daha çok yakın ilişkide olunan kişiler ve tanıdıklar için geçerlidir (akt., Wang ve ark., 2017: 3). Bunlardan hareketle ünlülerle yapılan karşılaştırmalarda sadece üzülmeye duygusunun hissedilme düzeyindeki artış açıklanabilir. Tüm bu YY-kontrast duygularıyla birlikte, tanıdıklarla ve ünlülerle yapılan yukarı yönde

karşılaştırmaların bazı alanlarda bir YY-asimilasyon duygusu olan hayran olma ile de ilişkili olduğu görülmektedir: Tanıdıkların fiziksel görünüm alanında ve ünlülerin ise başarı alanında daha iyi konumda olduğu görüldükçe, hayran kalma duygusunun hissedilme düzeyinde artış görülmüştür. Hayran kalma duygusundaki artış, bireylerin serbest zaman boyunca paylaşımlarını inceledikleri tanıdıklarının fiziksel görünümle ilgili konumuna ve takip ettikleri ünlülerin sahip olduğu başarılı konuma hak ederek ulaştıklarına dair düşüncelerinden kaynaklı olabilir (Smith, 2000: 185).

4.4. KARŞILAŞTIRMA HEDEFİNİN YAKINLIK DÜZEYİNE GÖRE AYK YAPMA DÜZEYLERİ VE AYK DUYGULARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Çalışma kapsamında belirli alanlarda bireyler kendilerini yakınlarından daha iyi konumda algıladıkça –aşağı yönde karşılaştırmalar yaptıkça-, asimilasyon sürecinin aktifleşip bu süreçle ilgili duyguların hissedilmesi beklenmekteydi. Sonuçlara göre, aşağı doğru karşılaştırmalar AY-asimilasyon duygularıyla ilişkili değildir. Bunun tek istisnası yakınlarla başarı alanında karşılaştırmaların kaygı duygusuyla ilişkili olması durumudur. Ancak bu ilişki de beklentinin tersi yöndedir: kişi yakınlarıyla başarı karşılaştırmaları yaptıkça ve kendini daha başarılı konumda algıladıkça hissettiği kaygı azalmaktadır. Bu da, katılımcıların kendilerinin yakınlarından daha başarılı olduklarını gördükçe, asimilasyon sürecinin sonucu olarak “benim başarıım da onlarınkinin seviyesine düşer mi?” düşüncesine kapılmadıklarını, tam tersine, ne kadar başarılı iseler asimilasyonu (“onlara benziyorum” düşüncesini) o kadar az yaşayıp kendilerini kaygıdan uzak tuttuklarını göstermektedir. Yakınlarla başarı alanında yapılan aşağı yönde karşılaştırmaların asimilasyon değil, kontrast sürecini tetiklemiş olabileceğini destekler nitelikte bir başka bulgu daha vardır: Yakınlarla aşağı yönde karşılaştırma yapma düzeyinin AY-kontrast duygularından “oh olsun” duygusu ile pozitif ilişkisi. Bu duygu, birey başarı alanında kendisini tanıdıklarından daha iyi konumda gördükçe de yükselmektedir. “Oh olsun” duygusu ayrıca, ünlülerle mutluluk açısından yapılan aşağı doğru karşılaştırmalarla da yükselmektedir. Bu bulgular, bireyler kendilerini tanıdıkları kişilerden ve ünlülerden daha iyi konumda algıladıkça, AY-kontrast duygularının hissedilme düzeyinin artacağı şeklindeki hipotezi desteklemektedir. Öte yandan, tanıdıklarının maddi durum açısından kendilerinden daha olumsuz durumda olması, beklenilenin aksine küçümseme duygusunda artışla değil azalmayla ilişkili bulunmuştur. Bu durum, katılımcıların yine sosyal beğenirlik kaygısıyla başkalarını küçümseme gibi

sosyal açıdan hoş olmayan bir duyguyu hissetmedikleri yönünde beyan vermelerinden kaynaklı olabilir.

4.5. KÜLTÜREL BENLİK YÖNELİMLERİ İLE YY- VE AY- ASİMİLASYON VE KONTRAST DUYGULARI

Mevcut tez çalışmasında ele alınan ve sosyal ağlarda gerçekleşen aşağı ve yukarı yönde karşılaştırmalardan sonra hissedilen duyguların düzeyleri üzerinde etkili rol oynayabileceği düşünülen bir diğer bireysel değişken *kültürel benlik yönelimleridir*. Mevcut çalışmada, bireylerin ilişkililik yönelimi yükseldikçe, beklendiği üzere, kendilerinden üstün konumda gördükleri kişilere hayran kalma ve gelecekteki konumları için sevinme düzeyleri artmıştır. Bu bulgular çevrimdışı ortamda gerçekleşen yukarı yönde karşılaştırmalarda, ilişkililik yönelimi yüksek ve karşılıklı bağımlı benlik kurgusuna sahip bireylerde asimilasyon sürecinin aktifleştğini gösteren bulgularla tutarlılık göstermektedir (Kimmelmeier ve Oyserman, 2001: 321; Stapel ve Koomen, 2001: 768-769). İlişkililik yönelimi yüksek bireyler kendilerini ilişkileri üzerinden tanımlamakta ve sosyal çevreleriyle olan bağlarına büyük önem vermektedirler. Dolayısıyla başkalarının sosyal ağlarda kendilerinden daha iyi konumdaki paylaşımlarını gördüklerinde, onlar gibi olmak isteyip hayranlık duygusunu ve ileride onlar gibi olabileceklerini düşündükleri için sevinme duygusunu hissetmiş olmaları mümkündür.

Özerklik yöneliminin ise YY- asimilasyon duygularından ilham alma duygusunun; YY-kontrast duygularından ise kıskanma duygusunun hissedilme düzeyiyle ilişkili olduğu bulunmuştur. Özerklik yönelimi yüksek bireyler benliklerini başkalarından bağımsız, biricik ve özerk olarak tanımladıklarından bu bireyler için sahip oldukları becerilerinin ve yeteneklerinin konumu önemlidir ve konumlarını tespit etmenin başlıca yöntemi, başkalarıyla sosyal karşılaştırmalar yapmaktır. Dolayısıyla özerklik yönelimi yüksek bireyler sosyal ağlarında kendilerinden daha iyi konumda olan birilerini görünce, bunu kendileri için bir tehdit olarak algılayıp kontrast süreci deneyimleyebilir ve yüksek düzey kıskançlık duygusu hissedebilirler. Bu bulgularla uyumlu olarak, literatürde özerklik yönelimi arttıkça yukarı yönde karşılaştırmalarda kontrast sürecinin aktifleştğini yönünde (Cheng ve Lam, 2007: 207) ve bireyci kültürlerde öfke, üzüntü gibi olumsuz duyguların toplulukçu kültürlerle kıyasla daha fazla hissedildiği yönünde (Matsumoto,

1989: 101) bulgulara rastlamak mümkündür. Ayrıca özerklik yöneliminin artmasıyla başkalarının üstün durumundan ilham alma duygusunun hissedilme düzeyinin artması, yine bu bireylerin kendi performanslarını geliştirme ve biricik olma motivasyonu ile ilişkili bir bulgu olarak yorumlanabilir.

Benzer şekilde, aşağı yönde karşılaştırmaların ardından hissedilen duyguların bireylerin kültürel benlik yönelimiyle ilişkisine dair analizler yapılmış ve şu bulgulara ulaşılmıştır: İlişkililik yönelimi arttıkça, aşağı yönde kontrast duygularından kendisiyle gurur duyma düzeyinde artış; hedef kişiyi küçümseme düzeyinde ise azalma yaşanmıştır. Ayrıca hedef kişiye karşı daha fazla sempati duygusu hissedilmiştir. Bu noktada sosyal ilişkilerini sürdürme motivasyonuna sahip ilişkililik yönelimi yüksek bireylerin, olumlu sosyal katılımlı duyguları deneyimleme; sosyal katılımı olmayan olumsuz duygulardan ise kaçınma eğiliminde olması beklenebilir. Dolayısıyla dezavantajlı kişiye sempati duyulması ve küçümseme duygusundan kaçınılması bu şekilde açıklanabilir. Öte yandan ilişkililik yönelimi yüksek bireylerin dezavantajlı konumdaki kişiyle karşılaştırma yaptığında kendisiyle gurur duyma düzeyindeki artış beklenmedik bir bulgudur.

Özerklik yönelimi arttıkça, bireylerin aşağı yönde kontrast duygularından kendi üstün konumlarıyla gurur duyma eğilimi; hedef kişinin dezavantajlı konumunu ise küçümseme eğilimi gösterdikleri bulunmuştur. Bu duygular, kendisini biricik gören, beceri ve yeteneklerini geliştirme motivasyonu yüksek olan özerklik yönelimi yüksek bireylerin, kendi durumunu başkalarına kıyasla daha olumlu şekilde algıladığı zamanlarda hissetmeleri beklenen duygulardır.

4.6. SOSYAL KARŞILAŞTIRMA YÖNELİMİ İLE YY- VE AY- ASİMİLASYON VE KONTRAST DUYGULARI

Tez çalışması kapsamında ele alınan ve sosyal ağlarda yapılan karşılaştırmaların ardından hissedilen yukarı ve aşağı yönde duyguların düzeyleri üzerinde belirleyici rol oynayan bir başka değişken, *sosyal karşılaştırma yönelimidir*. Bulgulara göre bireylerin sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, karşılaştırmaların ardından YY-kontrast duygularından üzüme ve kıskanma duygularını hissetme düzeyleri de artış göstermektedir. Bu bulgu, sosyal karşılaştırma yönelimi yüksek bireylerin sahip oldukları özellikleri/durumları değerlendirmeleri sırasında kendilerine ilişkin algılarının zayıf (poor self-perception) olmasından ve genel olarak olumsuz duygulanım içinde

olmalarından kaynaklanıyor olabilir (Buunk ve Gibbons, 2006: 19; Buunk ve Gibbons, 2007: 13). Bu özellikleri sebebiyle sosyal karşılaştırma eğilimi yüksek olan bireylerin, başkalarının yaşantılarına dair karşılaştırma bilgisinin fazlasıyla mevcut olduğu sosyal ağlarda, daha sık yukarı yönde karşılaştırma yapıp kendi dezavantajlı konumlarıyla ilgili olumsuz değerlendirmeler yapmaları ve bu değerlendirmelerin ardından üzüntü ve kıskançlık gibi olumsuz duygular hissetmeleri şaşırtıcı değildir. Nitekim daha önceki çalışmalarda da SKY yüksek bireylerin Facebook hesaplarında vakit geçirdikten sonra olumsuz duygulanım ve duyguları hissettiklerine dair bulgular mevcuttur (Vogel ve ark., 2015: 254; Wang ve ark., 2017: 5).

Sosyal karşılaştırma yöneliminin aşağı yönde duyguların hissedilme düzeyleri ile de ilişkileri incelenmiş ve AY-kontrast duygularından gurur duyma ve küçümseme duygularıyla ilişkisi saptanmıştır. Şöyle ki, sosyal karşılaştırma yönelimi arttıkça, bireylerin sosyal ağlarda kendilerini diğerlerinden üstün konumda algıladıkları karşılaştırmaların ardından kendileriyle gurur duyma düzeylerinde ve diğerlerini küçümseme eğilimlerinde artış yaşanmıştır. Sosyal ağların doğası gereği -yukarı yönde karşılaştırma bilgisine kıyasla- aşağı yönde karşılaştırma bilgisiyle karşılaşmanın ihtimali düşük olacaktır. Fakat böyle bir durum gerçekleştiğinde SKY yüksek bireylerin -yukarı yönde karşılaştırma bilgisine maruz kaldıkları zaman kendilerini değerlendirirken olduğu gibi- kontrast sürecini tetiklemeleri beklenebilir. Dolayısıyla kendi avantajlı durumlarıyla gurur duyma eğilimi gösterirken; karşılaştırma yaptıkları kişiyi olumsuz durumundan ötürü küçümseme eğilimi de gösterebilirler.

4.7. SEÇİCİ BENLİK SUNUMU İLE YY- VE AY- ASİMİLASYON VE KONTRAST DUYGULARI

Mevcut çalışmada ele alınan ve sosyal ağlarda gerçekleşen karşılaştırma süreçleri üzerinde etkili rol oynadığı düşünülen son bireysel değişken *seçici benlik sunumu yönelimidir*. Kendini olduğundan daha olumlu şekilde sunma yöneliminin, YY-kontrast ve AY-kontrast duygularının hissedilme sıklığıyla ilişkili olması beklenmiştir. Katılımcıların seçici benlik sunumu yönelimi arttıkça, yukarı yönde karşılaştırmalardan sonra YY-kontrast duygularından ikisinde -kıskançlık ve üzüntü- ve AY-kontrast duygularından ikisinde -gurur duyma ve küçümseme- artış bildirilmesi, beklentileri doğrulamaktadır.

Seçici benlik sunumu yapma eğiliminin YY-kontrast duyguları ile ilişkisi şu şekilde açıklanabilir: Sosyal ağlarda kendini olduğundan daha iyi, güzel, başarılı vb. biri gibi sunma eğiliminin altında başkalarından beğeni ve onay alma isteği yatıyor olabilir. Nitekim sosyal ağlarda paylaşılan bir fotoğraf ya da gönderinin alacağı ‘beğeni’ sayısı kişilerin kendini ve başkalarını değerlendirmesinde bir ölçüm birimi olarak kullanılır olmuştur. Ortaokul çağındaki Singapurlu kız öğrencilerin Instagram hesaplarında kendilerini sunma biçimleri ve yaptıkları sosyal karşılaştırmaların yapılandırılmış görüşmelerle incelendiği bir çalışmada bu olgu açıkça gözlenmektedir: Öğrenciler sosyal ağlardaki beğeni, yorum ve takipçi sayılarını arkadaşlarınıninkilerle karşılaştırdıklarını; hem aşağı yönde hem de yukarı yönde karşılaştırmalar yaptıklarını; yukarı yönde karşılaştırmaların ardında hayal kırıklığı, üzüntü, utanç ve öfke duygularını yaşayıp bazen az sayıda beğenilen fotoğraflarını silmeyi tercih ettiklerini; aşağı yönde karşılaştırmalardan sonra ise sevinçli ve gururlu hissettiklerini dile getirmişlerdir (Chua ve Chang, 2016: 194-195). Mevcut çalışmada, seçici benlik sunumu yönelimi arttıkça, YY-kontrast duygularına ek olarak, bir YY-asimilasyon duygusu olan hayran kalmanın düzeyinde de artış tespit edilmiştir. Cinsiyet değişkeni kontrol edildiğinde ise seçici benlik sunma düzeyi ile hayran kalma duygusu arasındaki ilişki anlamlılık düzeyini kaybetmiştir. Daha iyi bir yaşantıya sahip kişilere duyulan hayran kalma duygusunun altında, bireyin öyle bir hayatı idealize etmesi ve bu nedenle kendi hayatını olduğu gibi değil, olmasını istediği ideal haliyle sunması yatıyor olabilir (Michikyan, Dennis ve Subrahmanyam, 2015: 58-60; Qiu ve ark., 2012: 570-571).

Seçici benlik sunumu yapmak ve AY-kontrast duyguları arasındaki ilişki hakkında şunları söylemek mümkündür: Seçici benlik sunumuyla kişiler, genellikle başkalarından farklılığını/üstünlüğünü ortaya koymaya çalışır. Dolayısıyla seçici benlik sunumunun kontrast sürecini tetiklemesi anlaşılır bir durumdur. Seçici benlik sunumu yapma eğilimine sahip olmanın, kendisinin iyi ve üstün bir konumda olduğunu başkalarına gösterme motivasyonuna sahip olmak anlamına geldiği düşünülebilir. Dolayısıyla bu kişiler, farklarını/üstünlüklerini sosyal ağlarda ortaya koydukça kendilerinden aşağı konumdakilerle yaptıkları sosyal karşılaştırmalar kendisiyle gururlanma ve başkasını küçümseme duygularını doğurmaktadır.

Özet olarak, bireysel değişkenler –ilişkililik yönelimi, özerklik yönelimi, sosyal karşılaştırma yönelimi ve seçici benlik sunma düzeyi- ile sosyal ağlardaki karşılaştırmalar sonrasında yukarı ve aşağı yönde duyguların hissedilme düzeyleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde şu değerlendirmeler yapılabilir: Beklenildiği üzere, ilişkililik yönelimi arttıkça, hem *YY- asimilasyon* -sevinme ve hayran kalma- hem *AY- asimilasyon* -sempati- duygularının hissedilme düzeyinde artış görülmüştür. Yine beklenildiği üzere, özerklik yönelimi, sosyal karşılaştırma yönelimi ve seçici benlik sunumu düzeyleri arttıkça, ortak olarak *YY-kontrast* duygularından kıskançlık ve üzülmeye duygularında; *AY- kontrast* duygularından ise kendisiyle gurur duyma ve küçümseme duygularında artış tespit edilmiştir. *YY- kontrast* duygularından kıskançlık ile anlamlı ilişkisi saptanmayan ve *AY- asimilasyon* duygularından sempati ile ilişkili bulunan tek bireysel değişken ilişkililik yönelimidir. Ayrıca *AY- kontrast* duygularından başkalarını küçümsemenin ilişkililik yönelimi ile anlamlı ilişkisi bulunsa da ilişkinin yönü negatiftir. Bu bulgulardan hareketle, yüksek düzey ilişkililik yöneliminin sosyal karşılaştırmalarda asimilasyon sürecini aktifleştirdiği, *YY* ve *AY* asimilasyon duygularının hissedilmesiyle ilişkili olduğu çıkarımını yapmak mümkündür. Diğer taraftan, yüksek düzey özerklik yönelimi, sosyal karşılaştırma yönelimi ve seçici benlik sunumu eğilimlerinin ise kontrast sürecini aktifleştirdiği, genel olarak *YY* ve *AY* kontrast duygularının hissedilmesiyle ilişkili oldukları çıkarımını yapmak mümkündür.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Mevcut tez çalışmasında, hayatımızın hemen hemen her anında var olan sosyal ağlarda yaptığımız etkinliklerin hangi sosyal karşılaştırma süreçlerini tetiklediği, karşılaştırmalar sonunda hissedilen duygusal tepkilerin neler olduğu yönünde literatürde yer alan bulguları destekleyen ve yer yer literatüre yeni katkı sağlayan bulgular elde edilmiştir. Literatürde sosyal ağ kullanımının, bireylerin psikolojik ve öznel iyi oluşları üzerinde olumlu ya da olumsuz bir etki yaratabileceği, etkinin ne nitelikte (olumlu ya da olumsuz) ve ne şiddette olacağının sosyal ağlarda gerçekleşen karşılaştırmaların sonrasında hissedilen duygularla ilişkili olacağı iddia edilmektedir. Örneğin, kıskançlık duygusunun ve yapılan sosyal karşılaştırmaların, Facebook kullanımı ve hissedilen depresyon belirtileri arasındaki ilişkide aracı rol oynadığı yönünde bulgular mevcuttur

(Appel ve ark., 2016: 46; Krasnova ve ark., 2013: 11; Tandoc ve ark., 2015: 143). Dolayısıyla, mevcut tez çalışması sosyal ağ kullanımı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide önemli rol oynayan sosyal karşılaştırmaları ve bu karşılaştırmaların duygusal sonuçlarını ayrıntılı biçimde incelemesi açısından sosyal ağlara ilişkin literatüre katkı sağlamaktadır. Ayrıca sosyal karşılaştırma süreçlerinin ve sonuçlarının çevrimdışı ortamdaki farklı olarak *çevrimiçi ortamda* incelenmiş olması, Rönesans Dönemini yaşamakta olduğu söylenen Sosyal Karşılaştırma literatürüne (Buunk ve Mussweiler, 2001: 469) de katkı sağlamıştır.

Literatürde sosyal ağlarda gerçekleşen sosyal karşılaştırmaların (özellikle yukarı yönde karşılaştırmaların) bireylerin anlık duygu durumlarıyla ve belli başlı birkaç duyguyu -kıskançlık, mutluluk, utanç gibi- hissetme düzeyleri ile ilişkileri değerlendirilmiştir. Ancak bu tez çalışması, sosyal ağlardaki hem yukarı hem de aşağı yönde karşılaştırmaların sonrasında hissedilen duyguları Smith (2000)'in geliştirmiş olduğu Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı çerçevesinde sistematik bir şekilde inceleniyor olması açısından önceki çalışmalardan farklılaşmaktadır. Ayrıca karşılaştırmalar sonrasında hangi duyguların, ne düzeyde hissedileceği üzerinde bazı bireysel değişkenlerin - hedef kişiyle ilişkinin niteliği, kültürel benlik yönelimleri, sosyal karşılaştırma yönelimi ve seçici benlik sunumu yönelimi- belirleyici rolünün ele alınması bu tezin mevcut literatüre bir diğer katkısıdır. Katılımcılardan sosyal ağlarında başkalarıyla kendilerini karşılaştırdıklarında ne hissettiklerini geçmiş deneyimlerinden hareketle cevaplandırmalarını istemektense, her bir katılımcıya doğal bir sosyal ağ kullanım ortamı sağlanıp önce sosyal ağlarında serbest zaman geçirme imkânı verilmesi ve hemen ardından bu sosyal ağ gezintileri sırasında yaşadıkları duygulara dair öz-bildirim ölçümlerinin alınması, tez çalışmasının bir diğer güçlü yanı olarak gösterilebilir. Önceki çalışmaların aksine, katılımcıların yabancı kişilere ait profil bilgilerine maruz kalmaktansa, gerçek arkadaşlarının, aile bireylerinin veya tanıdıklarının paylaşımlarını incelemesi bulguların ekolojik geçerliliğini de arttırmaktadır. Bu da tez çalışmanın bir başka güçlü yanındır.

Tez çalışmasının güçlü yanları olduğu kadar sınırlılıkları da bulunmaktadır. Sınırlılıklardan biri, katılımcıların çalışmaya katıldıkları oturum öncesindeki duygusal durumlarının ölçülmemesidir. Böyle bir ölçüm yapıldığında katılımcıların oturum

öncesindeki duygu durumları hakkında bilgi sahibi olunabilir; böylece katılımcıların oturum öncesindeki duygu durumları kontrol edildiğinde, duygusal tepkilerin halen anlamlı olup olmadığı incelenebilirdi. Benzer şekilde, sosyal ağlarda geçirilen serbest zamanın ardından Smith'in (2000) önermiş olduğu Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygulara ek olarak, olumlu ve olumsuz duygu durum ölçümü de yapılabilirdi. Böylece oturum öncesi ve sonrası ortaya çıkan duygusal sonuçlar hem duygu durum hem de Smith'in Sosyal Karşılaştırma Temelli Duyguları açısından ayrıntılı olarak incelenmiş olurdu. Bu noktadan hareketle, gelecek çalışmalar için, ön-test görevi görmesi açısından 'duygu durum sıfat kontrol listesi' (mood adjective checklist) kullanılarak ya da olumlu olumsuz duygu ölçümü (PANAS) yapılarak katılımcıların oturum öncesindeki duygusal durumlarının kontrol edilmesi önerilir. Tez çalışmasının bir başka sınırlılığı, Smith tarafından önerilen yukarı ve aşağı yönde asimilasyon/ kontrast duygularının çevrimdışı ortamda ne sıklıkta hissedildiğinin Türkiye'deki üniversite öğrencilerinden oluşan bir örnekleme incelemek amaçlı bir ön çalışmanın yapılmamasıdır. Böyle bir çalışma yapılmadığından, katılımcıların çeşitli duyguları yüz yüze ortamda ve sosyal ağlarda yaptıkları sosyal karşılaştırmaların ardından hissetme sıklıklarının düzeyleri karşılaştırılamamıştır. Dolayısıyla da, sosyal ağ kullanımı sebebiyle öğrencilerin gündelik yaşamlarında bazı duyguları daha sık ve yoğun olarak yaşayıp yaşamadıkları konusunda bir yorum yapılamamaktadır. Bunun yanı sıra tez çalışmasının örnekleme cinsiyet değişkeni açısından dengeli dağılmadığı için, sosyal karşılaştırmalar sonrasında duyguların hissedilme düzeyi üzerinde cinsiyet değişkeninin rolü incelenememiştir. Önceki çalışmalar, sosyal ağlarda kadın ve erkeklerin hem karşılaştırma alanlarına verdikleri önem açısından farklılaştıklarını -erkeklerin iş/kariyer alanına kadınlardan daha fazla önem vermesi gibi- (Haferkamp ve Kramer, 2011: 313) hem de karşılaştırmalar sonrasında hissettikleri duyguların düzeyleri açısından farklılaştıklarını -kadınların erkeklere kıyasla yüksek düzey olumsuz duygu durumu içinde olması- (Fox ve Vendemia, 2016: 597) gösteren bulgular sunmaktadır. Bu noktadan hareketle gelecek çalışmaların, çevrimiçi ağlarda gerçekleşen sosyal karşılaştırmalar ve sonrasında ortaya çıkan duygusal tepki süreçleri üzerinde cinsiyet değişkeninin rolünü incelemeleri aydınlatıcı olacaktır. Gelecek çalışmalar için bir başka öneri, katılımcıların karşılaştırmalar sonrasında verdikleri duygusal tepkileri değerlendirirken, sosyal beğenirlik kaygılarının öz bildirim yoluyla ya da örtük bir biçimde kontrol edilmesi

olacaktır. Çünkü bireyler sosyal beğenirlik kaygılarından dolayı başkalarına yönelik olumsuz duygularını gerçekte hissettiklerinden daha düşük düzeyde bildirebilirler.

KAYNAKLAR

- AKIN Ahmet – Yüksel EROĞLU – Ahmet Rıfat KAYIŞ – Seydi Ahmet SATICI, “The validity and reliability of the Turkish version of the relational-interdependent self-construal scale”, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2010, 5, 579-584.
- APPEL Helmut - Alexander L GERLACH - Jan CRUSIUS, “The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression”, *Current Opinion in Psychology*, 2016, 9, 44-49.
- ASPINWALL Lisa G. – Shelley E. TAYLOR, “Effects of Social Comparison Direction, Threat, and Self-Esteem on Affect, Self-Evaluation, and Expected Success” , *Journal of Personality and Social Psychology*, 1993, 64(5), 708-722.
- BAKHSI Saeideh – David A. SHAMMA – Lyndon KENNEDY – Eric GILBERT, “Why we filter photos and how it impacts engagement”, *International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM)*, 2015, 12–21.
- BAZAROVA Natalya N. – Jessie G. TAFT – Yoon HYUNG CHOI – Dan COSLEY, “Managing Impressions and Relationships on Facebook: Self- Presentational and Relational Concerns Revealed Through the Analysis of Language Style”, *Journal of Language and Social Psychology*, 2012, 32(2) 121–141.
- BEEDIE Christopher – Peter TERRY – Andrew LANE, “Distinctions between emotion and mood”, *Cognition and Emotion*, 2005, 19(6), 847- 878.
- BOİGER Michael – GÜNGÖR Derya – KARASAWA Mayumi – MESQUİTA Batja, “Defending honour, keeping face: Interpersonal affordances of anger and shame in Turkey and Japan”, *Cognition and Emotion*, 2014, 28(7), 1255-1269.
- BOSCH A. Zwenneke – Abraham P. BUUNK – Frans W. SIERO – Justin H. PARK, “Why some women can feel more, and others less, attractive after exposure to attractive targets: The role of social comparison orientation” , *European Journal of Social Psychology*, 2010, 40, 847-855.
- BREWER Marilynn B. – Joseph G. WEBER, “Self-evaluation effects of interpersonal versus intergroup social comparison”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1994, 66(2), 268–275.

- BRIGHAM Nancy L. – Kimberly A. KELSO – Mark A. JACKSON – Richard H. SMITH, “The Roles of Invidious Comparisons and Deservingness in Sympathy and Schadenfreude”, *Basic and Applied Social Psychology*, 1997, 19(3), 363–380.
- BROWN Jonathon D. – Natalie J. NOVICK – Kelley A. LORD – Jane M. RICHARDS, “When Gulliver travels: Social context, psychological closeness, and self-appraisals”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1992, 62(5), 717-727.
- BUUNK Bram P. – Rebecca L. COLLINS – Shelley E. TAYLOR – Nico W. VANYPEREN – Gayle A. DAKOF, “The affective consequences of social comparison: Either direction has its ups and downs”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990, 59(6), 1238–1249.
- BUUNK Abraham. P. –Frederick X. GIBBONS, “Social comparison orientation: a new perspective on those who do and those who do not compare with others”, *Social Comparison and Social Psychology: Understanding Cognition, Intergroup Relations, and Culture*, 2006,15–32.
- BUUNK Abraham. P. –Frederick X. GIBBONS, “Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2007, 102, 3-21.
- BUUNK P. Bram – Hans KUYPER – Yvonne G. VAN DER ZEE, “Affective response to social comparison in the classroom”, *Basic and Applied Social Psychology*, 2005, 27(3), 229-237.
- BUUNK P. Bram – Thomas MUSSWEILER, “New directions in social comparison research, *European Journal of Social Psychology*, 2001, 31(5), 467–475.
- BUUNK Bram P. – Karen VAN DER ZEE – Nico W. VANYPEREN, “Neuroticism and Social Comparison Orientation as Moderators of Affective Responses to Social Comparison at Work”, *Journal of Personality*, 2001, 69(5), 745–762.
- BUUNK P. Bram – Jan F. YBEMA - Frederick X. GIBBONS – Marielouise IPENBURG, “The affective consequences of social comparison as related to

professional burnout and social comparison orientation”, *European Journal of Social Psychology*, 2001, 31(4), 337–351.

CHENG Rebeccz Wing-yi - Shui-fong LAM ,” Self construal and social comparison effects”, *British Journal of Educational Psychology*, 2007, 77(1), 197-211.

CHOU Hui-Tzu Grace – Nicholas EDGE, “They Are Happier and Having Better Lives than I Am”: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others’ Lives”, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2012, 15(2), 117–121.

CHOW Tak Sang – Hau Yan WAN, “Is there any ‘Facebook Depression’? Exploring the moderating roles of neuroticism, Facebook social comparison and envy”, *Personality and Individual Differences*, 2017, 119, 277–282.

CHUA Trudy Hui Hui - Leanne CHANG, “Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls’ engagement in self-presentation and peer comparison on social media”, *Computers in Human Behavior*, 2016, 55, 190-197.

COOPER Catherine R. - Jill DENNER, “ Theories linking culture and psychology: Universal and community-specific processes”, *Annual Review of Psychology*, 1998, 49(1), 559–584.

CROSS Susan E. – Pamela L. BACON – Michael L. MORRIS, “The relational-interdependent self-construal and relationships” *Journal of Personality and Social Psychology*, 2000, 78(4), 791-808.

DING Qian – Yong-Xin ZHANG – Hua WEI – Feng HUANG – Zong-Kui ZHOU, “Passive social network site use and subjective well-being among Chinese university students: A moderated mediation model of envy and gender”, *Personality and Individual Differences*, 2017, 113, 142–146.

ELLISON Nicole –Rebecca HEINO – Jennifer GIBBS, “Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2006, 11, 415–441.

- FARDOULY Jasmine, VARTANIAN Lenny R, “Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between facebook usage and body image concerns”, *Body Image*, C. XII, 2015, ss. 82-88.
- FEINSTEIN Brian A. – Rachel HERSHENBERG – Vickie BHATIA – Jessica A. LATAACK – Nathalie MEUWLY – Joanne DAVILA, “Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism”, *Psychology of Popular Media Culture*, 2013, 2(3), 161–170.
- FESTINGER Leon, “A Theory of Social Comparison Processes”, *Human Relations*, 1954, 7(2), 117–140.
- FOLGER Robert – Chris MARTIN, “Relative deprivation and referent cognitions: Distributive and procedural justice effects”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 1986, 22(6), 531–546.
- FOX Jesse – Megan A. VENDEMIA, “Selective Self-Presentation and Social Comparison Through Photographs on Social Networking Sites”, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2016, 19(10), 593-600.
- FRIEND Ronald M. – Joel GILBERT, “Threat and fear of negative evaluation as determinants of locus of social comparison”, *Journal of Personality*, 1973, 41(2), 328–340.
- FRISON Eline – Steven EGGERMONT, “Exploring the Relationships Between Different Types of Facebook Use, Perceived Online Social Support, and Adolescents’ Depressed Mood”, *Social Science Computer Review*, 2016, 34(2) 153-171.
- GIBBONS Frederick X. – Bram P. BUUNK, “Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1999, 76(1), 129- 142.
- GILBERT Paul - John PRICE – Steven ALLAN, “Social comparison, social attractiveness and evolution : how might they be related?”, *New Ideas in Psychology*, 1995, 13(2), 149–165.

- GÖREGENLİ Melek, “Kültürümüz açısından bireycilik-toplulukçuluk eğilimleri: Bir başlangıç çalışması”, *Türk Psikoloji Dergisi*, 1995.
- GROSS Ralph – Alessandro ACQUISTI, “Information revelation and privacy in online social networks”, *In Proceedings of the 2005 ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society*, 2005, 71-80.
- HAFERKAMP Nina – Nicole C. KRAMER, “Social Comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites” *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2011, 14(5), 309–314.
- HELGESON Vicki S. - Shelley E. TAYLOR, “ Social comparisons and adjustment among cardiac patients”, *Journal of Applied Social Psychology*, 1993, 23(15), 1171–1195.
- HUME, David, “Emotions and Moods”, *Organizational Behaviour*, (ed.) Stephen P Robbins- Timothy A Judge, 2012, ss. 258-297.
- GENÇÖZ Tülin, “Pozitif ve negatif duygu ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması”, *Türk Psikoloji Dergisi*, 2000, 15(46), 19-26.
- JANG Kyungeun – Namkee PARK – Hayeon SONG, “Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes”, *Computers in Human Behavior*, 2016, 62, 147–154.
- KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, “ Özerk- ilişkisel benlik: Yeni bir sentez”, *Türk Psikoloji Dergisi*, 1996, 11 (37), 36-43.
- KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, “Autonomy and relatedness in cultural context implications for self and family”, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2005, 36(4), 403–422.
- KARAKĞTAPOĞLU-AYGÜN Zahide, “Self, Identity, and Emotional Well-Being Among Turkish University Students”, *The Journal of Psychology*, C. CXXXVIII, S. 5, 2004, ss. 457-478.

KAŞDARMA Ezgi, *Facebook'taki Sosyal Karşılaştırma Sürecinin Ve Bu Süreçle İlişkili Faktörlerin İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.

KEMMELMEIER Markus – Daphna OYSERMAN, “ The ups and downs of thinking about a successful other: self-construals and the consequences of social comparisons” , *European Journal of Social Psychology*, 2001, 31(3), 311-320.

KITAYAMA Shinobu - Hazel Rose MARKUS - Masaru KUROKAWA, “Culture, emotion, and well-being: Good feelings in Japan and the United States”, *Cognition and Emotion*, 2000, 14(1), 93–124.

KLEIN William M., “Objective standards are not enough: Affective, self-evaluative, and behavioral responses to social comparison information”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1997, 72(4), 763–774.

KRASNOVA Hanna – Helena WENNINGER – Thomas WIDJAJA - Peter BUXMANN, “ Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction?”, *11th International Conference on Wirtschaftsinformatik*, 2013, 1–16.

KULIK James A. – Brooks B. GUMP, “Affective reactions to social comparison: The effects of relative performance and related attributes information about another person”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1997, 23(5), 452-468.

KUŞDİL M. ERSİN – Nuran BAYRAM – Serpil AYTAÇ – Nazan BİLGEL, “Çalışma yaşamında bireylerin yaptıkları işe ilişkin duygularının iş stres tepkileri üzerine etkisi”, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 2004, 6(1).

LAZARUS Richard S., “Emotion and adaptation”, *Oxford University Press on Demand*, 1991.

LEE Sang Yup, “How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook”, *Computers in Human Behavior*, 2014, 32, 253–260.

- LIM Myungsuh - Yoon YANG, “ Effects of users’ envy and shame on social comparison that occurs on social network services”, *Computers in Human Behavior*, 2015, 51, 300–311.
- LIN Ruoyun – Sonja UTZ, “The emotional responses of browsing Facebook: Happiness, envy, and the role of tie strength”, *Computers in Human Behavior*, 2015, 52, 29-38.
- LIU Hongbo – Laurie WU – Xiang Robert) LI, “ Social media envy: How experience sharing on social networking sites drives millennials’ aspirational tourism consumption”, *Journal of Travel Research*, 2018, 1-15.
- LOCKWOOD Penelope – Ziva KUNDA , “ Superstars and Me : Predicting the impact of role models on the self”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1997, 73(1), 91–103.
- MANAGO Adriana M. – Michael B. GRAHAM – Patricia M. GREENFIELD – Goldie SALIMKHAN, “Self-presentation and gender on MySpace”, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 2008, 29, 446–458.
- MARKUS Hazel Rose – Shinobu KITAYAMA, “Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation”, *Psychological Review*, 1991, 98(2) 224-253.
- MARTINKO Mark J. - Neal F. THOMSON, “A Synthesis and Extension of the Weiner and Kelley Attribution Models”, *Basic and Applied Social Psychology*, 1998, 20(4), 271-284.
- MATSUMOTO David – Tsutomu KUDOH – Klaus SCHERER – Harald WALLBOTT, “Antecedents of and reactions to emotions in the United States and Japan”, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1988, 19(3), 267-286.
- MATSUMOTO David, “ Cultural influences on the perception of emotion”, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1989, 20(1), 92–105.

- MATSUMOTO David, “Culture and self: An empirical assessment of Markus and Kitayama’s theory of independent and interdependent self- construals”, *Asian American Journal of Psychology*, 1999, 2, 289–310.
- MCKEE Stephanie – Heather J. SMITH – Aubrey KOCH – Ronda BALZARINI - Marissa GEORGES – Matthew Paolucci CALLAHAN, “Looking up and seeing green: Women’s everyday experiences with physical appearance comparisons”, *Psychology of Women Quarterly*, 2013, 37(3), 351–365.
- MEHDIZADEH Soraya, “ Self-Presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook”, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2010, 13(4), 357–364.
- MICHIKYAN Minas – Jessica DENNIS – Kaveri SUBRAHMANYAM, “Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults”, *Emerging Adulthood*, 2015, 3(1) 55-64.
- MIDGLEY Claire Elizabeth, *Keeping in Touch or Keeping Score? Social Comparisons on Facebook*, (Yüksek Lisans Tezi), Toronto: University of Toronto, 2013.
- MUISE Amy - Emily CHRISTOFIDES – Serge DESMARAIS, “ More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy?”, *CyberPsychology & Behavior*, 2009, 12(4), 441–444.
- MUSSWEILER Thomas, “Focus of comparison as a determinant of assimilation versus contrast in social comparison”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2001, 27(1), 38–47.
- MUSSWEILER Thomas, “Comparison processes in social judgment: Mechanisms and consequences”, *Psychological Review*, 2003, 110(3), 472–489.
- MUSSWEILER Thomas – Katja RUTER – Kai EPSTUDE, “The ups and downs of social comparison: Mechanisms of assimilation and contrast”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 2004, 87(6), 832–844.

- NIEDENTHAL Paula M. – June Price TANGNEY – Igor GAVANSKI, “If only I weren’t” versus “If only I hadn’t”: Distinguishing shame and guilt in counterfactual thinking”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1994, 67(4), 585–595.
- OYSERMAN Daphna - Heather M. COON - Markus KEMMELMEIER, “Rethinking Individualism and Collectivism: Evaluation of Theoretical Assumptions and Meta-Analyses ”, *Psychological Bulletin*, 2002, 128(1) 3-72.
- PATRICK Heather - Clayton NEIGHBORS – C. Raymond KNEE, “Appearance-related social comparisons: The Role of contingent self-esteem and self-perceptions of attractiveness”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2004,30(4), 501–514.
- PELHAM Brett. W. - Jeff Orson WACHSMUTH, “The waxing and waning of the social self: Assimilation and contrast in social comparison”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1995, 69(5), 825–838.
- SAGIOGLOU Christina - Tobias GREITEMEYER, “Facebook’s emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it”, *Computers in Human Behavior*, 2014, 35, 359–363.
- SALOVEY Peter – Judith RODIN, “Some antecedents and consequences of social-comparison jealousy”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1984, 47(4), 780.
- SELFHOUT Maarten H.W. – Susan J.T. BRANJE – Tom F.M. ter BOGT – Wim H.J. MEEUS, “The role of music preferences in early adolescents’ friendship formation and stability ”, *Journal of Adolescence*, 2009, 32, 95–107.
- SINGELIS Theodore M. – Harry C. TRIANDIS – Dharm P.S. BHAWUK – Michele J. GELFAND, “Horizontal and vertical dimensions of individualism and collectivism: A theoretical measurement refinement”, *Cross-Cultural Research*, 1995, 29(3), 240–275.
- SMITH Richard H., “Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons”, *Handbook of social comparisons* içinde (s. 173-200). Springer, Boston, MA. 2000.

- STAPEL Diederik A. - Willem KOOMEN, “I, we, and the effects of others on me: How self-construal level moderates social comparison effects”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, 80(5), 766–781.
- SULS Jerry – Rene MARTIN - Ladd WHEELER, “Social comparison: Why, with whom, and with what effect?”, *Current Directions in Psychological Science*, 2002, 11(5), 159-163.
- TANDOC JR. Edson C. - Patrick FERRUCCI - Margaret DUFFY, “Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing?”, *Computers in Human Behavior*, 2015, 43,139–146.
- TAŞÇIOĞLU Ceyda – Leman Pınar TOSUN, “Facebook’taki benlik sunumları, otantiklik ve psikolojik iyi oluş”, *Nesne Psikoloji Dergisi*, Basımda.
- TAYLOR Shelley E. - Lisa G. ASPINWALL – Traci A. GIULIANO - Gayle A. DAKOF – Kathleen K. REARDON, “Storytelling and coping with stressful events”, *Journal of Applied Social Psychology*, 1993, 23(9), 703–733.
- TAYLOR Shelley E. – Marci LOBEL, “Social comparison activity under threat: Downward evaluation and upward contacts”, *Psychological Review*, 1989, 96(4), 569–575.
- TEKÖZEL Mert, *Sosyal Karşılaştırma Süreçlerinde Benliğin Olumlu Değerlendirilmesi İhtiyacının İncelenmesi*. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir, 2000.
- TESSER Abraham, “Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior”, *Advances in experimental social psychology* içinde (s. 181-227). Academic Press, 1988.
- TESSER Abraham - James E. COLLINS, “Emotion in social reflection and comparison situations: Intuitive, systematic, and exploratory approaches”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1988, 55(5), 695–709.

- TESSER Abraham – Murray MILLAR – Janet MOORE, “Some affective consequences of social comparison and reflection processes: The pain and pleasure of being close”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1988, 54(1), 49–61.
- TOSUN Leman Pınar, “*Sanal Ortamda Gerçek Kişiler: Sosyal Ağlar ve Sosyal Psikoloji*” Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık, 1. Baskı, 2017.
- TRIANDIS Harry C., “Individualism-Collectivism and Personality” , *Journal of Personality*, 2001, 69(6), 907–924.
- TRIANDIS Harry C. – Christopher MCCUSKER - C. Harry HUI, “Multimethod probes of individualism and collectivism”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990, 59(5), 1006–1020.
- TSAI Chia-Ching – Yung-Kai YANG – Chia-Hsin CHENG, “The Effect Of Social Comparison With Peers On Self-Evaluation”, *Psychological Reports: Mental & Physical Health*, 2014, 115(2) 526-536.
- TUFEKCI Zeynep, “Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites”, *Bulletin of Science, Technology & Society*, 2008, 28(1), 20-36.
- QIU Lin – Han LIN - Angela Ka Yee LEUNG - William TOV, “Putting their Best Foot Forward: Emotional Disclosure on Facebook”, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2012, 15(10), 569-572.
- VAN KATWYK Paul T. – Suzy FOX – Paul E. SPECTOR – E. Kevin KELLOWAY, “Using the job-related affective well-being scale (JAWS) to investigate affective responses to work stressors”, *Journal of Occupational Health Psychology*, 2000, 5(2), 219-230.
- VRIES De Dian A. – Rinaldo KÜHNE, “Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook”, *Personality and Individual Differences*, 2015, 86, 217-221.

- WALTHER Joseph B., “Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction”, *Communication Research*, 1996, 23(1), 3-43.
- WALTHER Joseph B., “Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition”, *Computers in Human Behavior*, 2007, 23(5), 2538-2557.
- VAN DE VEN Niels - Marcel ZEELENBERG – Rik PIETERS, “Appraisal patterns of envy and related emotions”, *Motivation and Emotion*, 2012, 36:195–204.
- WANG Jin-Liang – Hai-Zhen WANG – James GASKIN – Skyler HAWK, “The mediating roles of upward social comparison and self-esteem and the moderating role of social comparison orientation in the association between social networking site usage and subjective well-being” *Frontiers in Psychology*, 2017, 8, 1-9.
- WATSON David – Lee Anna CLARK – Auke TELLEGEN, “Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scales”, *Journal of Personality and Social Psychology*, C. LIV, S. 6, 1988, ss. 1063-1070.
- WASTI S. Arzu – ERDİL Selin Eser, “Bireycilik ve toplulukçuluk değerlerinin ölçülmesi: Benlik kurgusu (self construal scale; SCS) ve INDCOL ölçeklerinin Türkçe Geçerlemesi”, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2007, 7, 1-21.
- WEBSTER J. Matthew - Jamieson DUVALL – Leslie M. GAINES – Richard H. SMITH, “The roles of praise and social comparison information in the experience of pride”, *The Journal of social psychology*, 2003, 143(2), 209-232.
- WHITE Katherine – Darrin R. LEHMAN, “Culture and social comparison seeking: The role of self-motives”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2005, 31(2), 232-242.
- WHITE Katherine – Darrin R. LEHMAN – Dov COHEN, “Culture, self-construal, and affective reactions to successful and unsuccessful others”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 2006, 42(5), 582-592.

- WILLS Thomas Ashby, “Downward comparison principles in social psychology”, *Psychological Bulletin*, 1981, 90(2), 245–271.
- VOGEL Erin A. – Jason P. ROSE - Lindsay ROBERTS – Katheryn ECKLES, “Social comparison, social media, and self-esteem”, *Psychology of Popular Media Culture*, 2014, 3(4), 206–222.
- VOGEL Erin A. - Jason P. ROSE - Bradley M. OKDIE – Katheryn ECKLES - Brittany FRANZ, “Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes”, *Personality and Individual Differences*, 2015, 86, 249- 256.
- WOOD Joanne V., “Theory and research concerning social comparisons of personal attributes”, *Psychological Bulletin*, 1989, 106(2), 231–248.
- WOOD Joanne V. – Shelley E. TAYLOR - Rosemary R. LICHTMAN, “ Social comparison in adjustment to breast cancer”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1985, 49(5), 1169–1183.
- ZELL Anne L. – MOELLER Lisa, “Are you happy for me ... on Facebook? The potential importance of “likes” and comments”, *Computers in Human Behavior*, 2018, 78, 26-33.

EKLER

Ek 1. Etik Onay Örneđi


ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK KURULLARI
(Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu)
TOPLANTI TUTANAĞI

OTURUM TARİHİ
24 Kasım 2017

OTURUM SAYISI
2017-16

KARAR NO 7 : Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'nden alınan Psikoloji Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi Ceyda TAŞÇIOĞLU'nun "Sosyal Ağlarda Seçici Benlik Sunumu ve Sosyal Karşılaştırma Süreçlerinin İncelenmesi" konulu tez çalışması kapsamında uygulanacak anket sorularının değerlendirilmesine geçildi.

Yapılan görüşmeler sonunda; Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'nden alınan Psikoloji Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi Ceyda TAŞÇIOĞLU'nun "Sosyal Ağlarda Seçici Benlik Sunumu ve Sosyal Karşılaştırma Süreçlerinin İncelenmesi" konulu tez çalışması kapsamında uygulanacak anket sorularının, fikri, hukuki ve telif hakları bakımından metod ve ölççeğine ilişkin sorumluluğu başvurucuya ait olmak üzere uygun olduğuna oybirliği ile karar verildi.


Prof. Dr. Mehmet YUCE
Kurul Başkanı

Ek 2.Gönüllü Katılım Formu

Gönüllü Katılım Formu

Bu çalışma Uludağ Üniversitesi Psikoloji Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Leman Pınar Tosun danışmanlığında Araş. Gör. Ceyda Taşcıoğlu'nun yüksek lisans tezi kapsamında yürütülmektedir. Çalışmanın amacı bireylerin sosyal ağlarda hangi aktiviteleri yaptıkları ve bu aktiviteler sonucu hissettikleri duyguları incelemektir. Bu çalışmada, sizden kimlik belirleyici hiçbir bilgi istenmemektedir. Yanıtlarınız gizli tutulacak ve sadece araştırmacılar tarafından değerlendirilip tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır. Çalışma yaklaşık 30 dakika sürecektir.

Çalışma ile ilgili sorularınız araştırma sonunda cevaplandırılacaktır. Bu araştırmaya katıldığınız için şimdiden teşekkür ederiz. Araştırma hakkında daha fazla bilgi almak için Ceyda Taşcıoğlu ile iletişime geçebilirsiniz.

(Ofis No: E-129, Tel: 294 28 42,e-posta: ceydatascioglu2@gmail.com)

Yukarıdaki metni okudum ve bu çalışmanın amacını ve verilen diğer bilgileri anladım. Bu koşullarda, çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum.

(Formu doldurup imzaladıktan sonra uygulayıcıya veriniz. Çalışma sonrasında araştırmayla ilgili detaylı bilgi almak için mail adresinizi yazınız.)

Tarih

İmza

Mail Adresiniz

Ek 3. Katılım Sonrası Bilgi Formu

Katılım Sonrası Bilgi Formu

Daha önce de belirtildiği gibi, bu çalışma Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim dalında Doç. Dr. Leman Pınar Tosun danışmanlığında, Ceyda Taşcıoğlu'nun yüksek lisans tezi kapsamında yürütülen bir çalışmadır.

Çalışmanın amacı, bireylerin Sosyal ağlarında (Facebook ve Instagram) kendi sayfalarındaki kişisel paylaşımlarını ne derece olumlu ve beğenilir şekilde yaptığını belirlemek; başkalarının paylaşımlarını gördüğünde kendisini onlarla hangi alanlarda, hangi yönde karşılaştırdığını ve sonrasında hissettikleri duyguları incelemek; bunlara ek olarak ilişkisellik ve özerklik eğilimlerinin karşılaştırma sonrasında hissedilen duygular üzerindeki etkisini incelemektir.

Bu çalışmadan elde edilen bilgiler sadece bilimsel araştırma ve yazılarda kullanılacaktır. Araştırmaya katıldığınız için teşekkür ederiz.

Araştırmanın sonucunu öğrenmek ya da daha fazla bilgi almak için Ceyda Taşcıoğlu'na başvurabilirsiniz (E-posta: ceydatascioglu2@gmail.com).

Ek 4. Demografik Bilgi Formu

Demografik Bilgi Formu

1.Cinsiyetiniz: Kadın: ___ Erkek: ___

2.Yaşınız: ___

3.Bölümünüz: _____

4.Sınıfınız: 1. Sınıf: 2. Sınıf: 3. Sınıf: 4.sınıf:

5.Not Ortalamanız: _____

Ek 5. İlişkisel Karşılıklı Bağımlı Benlik Kurgusu Ölçeği

İlişkisel Karşılıklı Bağımlı Benlik Kurgusu Ölçeği (Cross, 2000)

Aşağıda çeşitli tutum ve duygularla ilgili bir dizi ifade sıralanmıştır. Lütfen doğru veya yanlış cevap olmadığını unutmayınız. Her bir ifadeye katılma ya da katılmama durumunuzu en iyi şekilde gösteren numarayı işaretleyiniz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Bazen Katılmıyorum	Kararsızım	Bazen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Yakın ilişkilerim kim olduğumu büyük oranda yansıtır.	1	2	3	4	5	6	7
2. Kendimi birisine çok yakın hissettiğimde, o kişi benim çok önemli bir parçamış gibi gelir.	1	2	3	4	5	6	7
3. Yakınlık duyduğum herhangi bir kişi önemli bir başarı elde ettiğinde, bundan çok gurur duyarım	1	2	3	4	5	6	7
4. Benim kim olduğumu anlamak, yakın arkadaşlarıma bakmak ve onların kim olduğunu anlamaktan geçer.	1	2	3	4	5	6	7
5. Kendimi düşündüğümde aynı zamanda yakın arkadaşlarımı ve ailemi de düşünürüm.	1	2	3	4	5	6	7
6. Eğer birisi bana yakın bir kişiyi incitirse, ben de kendimi incinmiş hissederim.	1	2	3	4	5	6	7
7. Yakın ilişkilerim genellikle benlik imajımın önemli bir parçasıdır.	1	2	3	4	5	6	7
8. Yakın ilişkilerim genellikle kendimi nasıl hissettiğimi çok az etkiler.	1	2	3	4	5	6	7
9. Yakın ilişkilerim nasıl bir insan olduğumu algılamamda önemli değildir.	1	2	3	4	5	6	7
10. Yakın arkadaşlarımdan kim olduğumu bilmek beni gururlandırır.	1	2	3	4	5	6	7
11. Birisi ile yakın arkadaşlık kurduğumda çoğunlukla kendimi o kişiyle yoğun biçimde özdeşleştiririm.	1	2	3	4	5	6	7

Ek 6. INDCOL Ölçeğinin Bireycilik Alt Boyutları

INDCOL Ölçeğinin Bireycilik Alt Boyutları

Aşağıdaki ifadelere ne derece katıldığınızı yan tarafta bulunan 1 (hiç katılmıyorum) ile 5 (tamamen katılıyorum) arasındaki derecelendirme kısmına işaretleyiniz.

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. (DB) Kazanmak her şeydir.	1	2	3	4	5
2. (DB) Başkaları benden daha başarılı olduğunda rahatsız olurum.	1	2	3	4	5
3. (DB) İşimi başkalarından daha iyi yapmak benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
4. (DB) Rekabet doğanın kanunudur.	1	2	3	4	5
5. (YB) Özgün bir birey olmak benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
6. (DB) Başkası benden daha başarılı olduğu zaman kendimi gergin ve kamçılanmış hissederim.	1	2	3	4	5
7. (YB) Çoğu zaman kendi bildiğim gibi yasarım.	1	2	3	4	5
8. (YB) Başkalarına güvenmektense kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
9. (YB) Başkalarından bağımsız bireysel kimliğim benim için çok önemlidir.	1	2	3	4	5
10. (YB) Bireysel kimliğim benim için çok önemlidir.	1	2	3	4	5
11. (YB) Ben başkalarından ayrı özgün bir bireyim.	1	2	3	4	5
12. (YB) Kendine özgü ve başkalarından farklı olmaktan hoşlanırım.	1	2	3	4	5

13. (DB) Rekabet olmadan iyi bir toplum düzeni kurulamaz.	1	2	3	4	5
14. (YB) İnsan hayatını başkalarından bağımsız olarak yaşamalıdır.	1	2	3	4	5
15. (DB) Başkalarıyla rekabet edebileceğim ortamlarda çalışmak hoşuma gider.	1	2	3	4	5
16. (YB) İnsanlara açık ve dosdoğru konuşmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
17. (DB) Başarı hayattaki en önemli şeydir.	1	2	3	4	5
18.(YB) Eğer başarılı oluyorsam bu benim yeteneklerim sayesinde.	1	2	3	4	5

Ek 7. Sosyal Ağlarda Yapılan Aktivitelere ve Sosyal Karşılaştırmalara İlişkin Soru Formu

Sosyal Ağlarda Yapılan Aktivitelere ve Sosyal Karşılaştırmalara İlişkin Soru Formu

Deney esnasında yaklaşık 7 dk boyunca sosyal ağınızda yaptığınız aktiviteleri ve bu aktiviteleri **yaklaşık ne kadar süre yaptığınızı** yan tarafta bulunan derecelendirme kısmında işaretleyiniz.

	← 0 dk 7 dk →						
	1	2	3	4	5	6	7
Kendi profilimdeki paylaşımlara ve kaç beğeni aldığıma baktım.	1	2	3	4	5	6	7
Kendi profilimde değişiklik ya da paylaşımlar yaptım.	1	2	3	4	5	6	7
Yakın arkadaşlarımla paylaşımlarını (fotoğraf, video, haber vb.) inceledim.	1	2	3	4	5	6	7
Tanıdığım kişilerin (çok yakın olmadığım kişilerin) paylaşımlarını (fotoğraf, video, haber vb.) inceledim.	1	2	3	4	5	6	7
Takip ettiğim ünlü ya da tanınmış kişilerin paylaşımlarını inceledim.	1	2	3	4	5	6	7
Sosyal ağımda arkadaş olmadığım yabancıların paylaşımlarını inceledim.	1	2	3	4	5	6	7
Diğer:(Yukarıda belirtilenlerin dışında yaptığınız aktiviteleri ve yaklaşık süresini yazınız.)	1	2	3	4	5	6	7

YÖNERGE: İnsanlar sosyal ağlarında (Facebook/ Instagram) gezinirken başkalarının paylaşımlarına denk gelebilirler. Böyle zamanlarda belirli alanlarda **KENDİNİLERİNİ BAŞKALARINDAN** daha iyi/üstün vb. görebilirler ya da **BAŞKALARINI KENDİLERİNDEN** daha iyi/üstün vb. görebilirler.

7 dk boyunca sosyal ağınızda gezinirken, paylaşımlarını incelediğiniz kişilerin belirtilen alanlarda ne derece **SİZDEN DAHA İYİ** olduğunu ya da **SİZİN ONLARDAN DAHA İYİ** olduğunuzu aşağıdaki örnek cümleye bakarak yan taraftaki derecelendirme kısmına işaretleyiniz.

NOT: Bu soruları sırasıyla,

1.PSİKOLOJİK OLARAK YAKIN HİSSETTİĞİNİZ KİŞİLERİN,

2.TANIDIĞINIZ FAKAT ÇOK YAKIN OLMADIĞINIZ KİŞİLERİN ve

3.ÜNLÜ KİŞİLERİN paylaşımları için ayrı ayrı cevaplamanız istenmektedir.

1.PSİKOLOJİK OLARAK YAKIN HİSSETTİĞİNİZ KİŞİLER

Sosyal ağ hesabımda **psikolojik olarak yakın hissettiğim kişilerin paylaşımlarını.....(A).....** açı(sın)dan **değerlendirdiğimde(B).....olduğunu/olduğumu düşündüm.**

(A)	(B)				
1.Fiziksel görünüm	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
2. Maddi durum	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
3.Sosyal yaşantı/popülerlik	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
4.Mutluluk	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
5. Başarı	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
6. Diğer alanlar.....	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi

2.TANIDIĞINIZ FAKAT ÇOK YAKIN OLMADIĞINIZ KİŞİLER

Sosyal ağ hesabımda sadece tanıdığım (psikolojik olarak yakın olmadığım) kişilerin paylaşımlarını.....(A)..... açısı(sın)dan değerlendirdiğimde(B)..... olduğunu/ olduğumu düşündüm.

(A)	(B)				
1.Fiziksel görünüm	-2 Onun benden daha kötü	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Onun benden daha iyi
2. Maddi durum	-2 Onun benden daha kötü	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Onun benden daha iyi
3.Sosyal yaşantı/popülerlik	-2 Onun benden daha kötü	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Onun benden daha iyi
4.Mutluluk	-2 Onun benden daha kötü	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Onun benden daha iyi
5. Başarı	-2 Onun benden daha kötü	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Onun benden daha iyi
6. Diğer alanlar.....	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi

3.ÜNLÜ KİŞİLER

Sosyal ağ hesabımda **ünlü kişilerin paylaşımlarını**.....(A).....
açı(sın)dan değerlendirdiğimde(B).....olduğunu/olduğumu düşündüm.

(A)	(B)				
1.Fiziksel görünüm	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
2. Maddi durum	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
3.Sosyal yaşantı/popülerlik	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
4.Mutluluk	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
5. Başarı	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi
6. Diğer alanlar.....	-2 Onun benden daha iyi	-1	0 Neredeyse benimle aynı	1	2 Benim ondan daha iyi

Ek 8. Sosyal Ağlarda Sosyal Karşılaştırmalar Sonrasında Hissedilen Duygular Ölçeği

Sosyal Ağlarda Sosyal Karşılaştırmalar Sonrasında Hissedilen Duygular Ölçeği

Aşağıda sosyal ağlarınızda (Facebook ve Instagram) gezinirken başkalarının paylaşımlarını gördüğünüzde hissedebileceğiniz olası duygular verilmiştir. Her bir duyguyu **7 dk boyunca sosyal ağınızda gezinirken karşılaştığınız paylaşımları** değerlendirerek ne sıklıkla hissettiğinizi 1 (hiç ya da neredeyse hiç) ve 5 (neredeyse her zaman) arasındaki derecelendirme kısmına işaretleyiniz.

Sosyal ağımdaki (Facebook/ Instagram) arkadaşlarımın çeşitli konularda BENDEN DAHA İYİ durumda olduğunu gördüğümde hissettim.					
1.Üzüldüğümü	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
2.Sevindiğimi	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
3.Güçendiğimi/Kızdığımı	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
4.Hayran kaldığımı	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
5.Kıskandığımı	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
6.İlham aldığımı	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
7.Utandığımı	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman

Çeşitli konularda KENDİMİN sosyal ağımdaki (Facebook/ Instagram) arkadaşlarımdan DAHA İYİ durumda olduğumu gördüğümde hissettim.					
1.Gururlandığımı	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
2.Kaygılandığımı	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
3.Küçümsediğimi	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
4.Acıdığımı	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
5.'Oh Olsun' dediğimi	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
6.Sempati hissettiğimi	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman

Ek 9. Sosyal Karşılaştırma Yönelimi Ölçeği

Sosyal Karşılaştırma Yönelimi Ölçeği

Hepimiz zaman zaman kendimizi diğer kişilerle kıyaslamaktayız. Bu kıyaslamalar bazen hislerimizi, bazen görüşlerimizi, bazen yeteneklerimizi, bazen de içerisinde bulunduğumuz durumu başka insanlarınkilerle karşılaştırmak biçiminde olabilir. Bu kıyaslamaları fazla ya da az yapıyor olmak, 'iyi' ya da 'kötü' olarak nitelendirilebilecek bir durum değildir.

Lütfen siz de aşağıda yer alan tercih ifadelerine ne kadar katıldığınızı size uygun numarayı seçerek belirtiniz.

1.Çoğu zaman sevdiğim insanların (kız/erkek arkadaşım, ailemden kişiler vb.) yaptıkları şeyleri nasıl yaptıklarıyla, diğer insanların nasıl yaptıklarını karşılaştırırım.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
2.Yaptığım şeylerin diğer insanların yaptıklarıyla karşılaştırıldığında nasıl olduğuna her zaman çok dikkat ederim.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
3.Bir şeyi ne kadar iyi yaptığımı bilmek istediğimde, yaptığım şeyi insanların yaptıklarıyla karşılaştırırım.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
4.Ne kadar sosyal birisi olduğum konusunda (sosyal becerilerim, popülerliğim vb.) kendimi sık sık diğer insanlarla karşılaştırırım.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
5.Kendimi sık sık başkalarıyla karşılaştıran birisi değilimdir.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
6.Hayatta ne kadar başarılı olduğum konusunda çoğu zaman kendimi başka insanlarla karşılaştırırım.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
7.Diğer insanlarla karşılıklı görüş ve deneyimlerimiz hakkında konuşmaktan çoğu zaman zevk alırım.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum

8.Çoğu zaman, benim karşılaştığım sorulara benzer sorunlarla karşılaşmış kişilerin ne düşündüğünü öğrenmeye çalışırım.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
9.Benimkine benzer bir durumda başka insanların ne yapacağını bilmek her zaman hoşuma gider.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
10.Bir konuda daha fazla şey öğrenmek istersem, o konuda başka insanların ne düşündüğünü öğrenmeye çalışırım.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum
11.Hayatta ne durumda olduğumu asla başkalarının durumlarına göre değerlendirmem.				
1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle katılıyorum

Ek 10. Sosyal Ağların Kullanımına İlişkin Soru Formu

Sosyal Ağ Kullanımına İlişkin Soru Formu

Yönerge: Aşağıdaki soruları dikkatlice okuduktan sonra sorulara vereceğiniz cevapları yan tarafta verilen 1 (neredeysse hiçbir zaman) ile 5 (çok sık) arası derecelendirme kısmında işaretleyiniz.

		Neredeysse hiçbir zaman	Nadiren	Ara sıra	Sıkça	Çok sık
1	Günde ortalama kaç defa Facebook/Instagram hesabınızı kontrol ediyorsunuz?	1	2	3	4	5
2	Haftada tahmini ne sıklıkla fotoğraf, video, kişisel görüş ya da gazete haberi paylaşıyorsunuz?	1	2	3	4	5
3	Haftada tahmini ne sıklıkla Facebook/Instagram üzerinden arkadaşlarınızla iletişime geçiyorsunuz? Örneğin mesajlaşma, gönderilere yorum yazma vb.	1	2	3	4	5

4. Ne kadar aktif bir Facebook/Instagram kullanıcısı olduğunuzu düşünüyorsunuz?

Neredeysse hiç aktif değilim ____

Biraz aktifim ____

Orta düzeyde aktifim ____

Aktifim ____

Çok aktifim ____

5. Facebook/Instagram'daki arkadaş sayınız kaçtır?(Sayı giriniz.) ____

6. Facebook/Instagram'daki gönderilerinizi kaç kişinin takip ettiğini düşünüyorsunuz?
(Sayı giriniz.) ____

Ek 11. Seçici Benlik Sunumu Ölçeği

Seçici Benlik Sunumu Ölçeği

Aşağıdaki maddelerin her birinin size ne derece uyduğunu yan tarafta bulunan 1 (hiç ya da neredeyse hiç) ve 5 (neredeyse her zaman) arasındaki değerlendirme ölçeğinde işaretleyiniz.

1. Sosyal ağ profilimde (Facebook ya da Instagram) kendimi olduğumdan daha iyi/olumlu gösterecek paylaşımlar (fotoğraf, haber, gönderi vb.) yaparım.	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
2. Sosyal ağ profilimde paylaşım yapmadan önce, paylaşacağım materyal üzerinde biraz zaman harcarım.	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
3. Sosyal ağ profilimde paylaşım yapmadan önce, paylaşacağım materyal üzerinde çeşitli düzenlemeler (örn. fotoğraflar için filtreler kullanmak, çeşitli efektler eklemek vb.) için vakit harcarım.	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman
4. Sosyal ağ profilimde neyi, nasıl paylaşacağımı düşünürken vakit harcarım.	1 Hiç ya da neredeyse hiç	2 Pek sık değil	3 Ara sıra	4 Sık sık	5 Neredeyse her zaman

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

TEZ ÇOĞALTMA VE ELEKTRONİK YAYIMLAMA İZİN FORMU

Yazar Adı Soyadı	Ceyda TAŞÇIOĞLU
Tez Adı	Sosyal Ağlarda Yapılan Sosyal Karşılaştırmaların Ardından Hissedilen Duygular ve Bu Duyguların İlişkili Olduğu Bireysel Değişkenler
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	Psikoloji
Tez Türü	Yüksek Lisans
Tez Danışman(lar)ı	Doç. Dr. Leman Pınar TOSUN
Çoğaltma (Fotokopi Çekim) izni	<input type="checkbox"/> Tezimden fotokopi çekilmesine izin veriyorum <input type="checkbox"/> Tezimin sadece içindekiler, özet, kaynakça ve içeriğinin % 10 bölümünün fotokopi çekilmesine izin veriyorum <input checked="" type="checkbox"/> Tezimden fotokopi çekilmesine izin vermiyorum
Yayımlama izni	<input type="checkbox"/> Tezimin elektronik ortamda yayımlanmasına izin Veriyorum

Hazırlamış olduğum tezimin belirttiğim hususlar dikkate alınarak, fikri mülkiyet haklarım saklı kalmak üzere Uludağ Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı tarafından hizmete sunulmasına izin verdiğimi beyan ederim.

Tarih :10.07.2018

İmza :

