

# Seeking Connection but Finding Comparison: The Relationship Between Social Comparison, Loneliness, and Social Media Use<sup>1</sup>

Gökçe DİK<sup>2</sup>, Adem KANTAR<sup>3</sup>

## About the Article

Received: 25.12.2024  
Accepted: 10.02.2025  
Published: 07.03.2025

## Keywords

Social comparison  
Loneliness  
Social media use  
Digital well-being

## Abstract

While the link between social comparison and loneliness is well-documented, the influence of different social media behaviors on this relationship remains underexplored, particularly in non-Western contexts. This study examined how creating, sharing, consuming, and communicating on social media moderate the relationship between social comparison and loneliness. Data were collected from 525 individuals across 25 provinces in Türkiye and analyzed using moderation analyses. Results indicated that upward social comparison was positively related to loneliness. However, active behaviors, such as content creation and sharing, were found to weaken this link. Conversely, passive behaviors, such as scrolling and browsing, were observed to strengthen the association and correspond with higher levels of loneliness. These findings suggest that fostering active and meaningful social media engagement can reduce loneliness.

## For Citation

Dik, G. & Kantar, A. (2025). Seeking Connection but Finding Comparison: The Relationship Between Social Comparison, Loneliness, and Social Media Use. *MSKU Journal of Education*, 12(1), 1-22. DOI: 10.21666/muefd.1607217

Recent studies focusing on our interaction with social media have shown that it has both positive and negative effects on psychological well-being. For example, a study analyzing 27 meta-analyses (Valkenburg et al., 2022) found that the effects of social media on psychological health are not uniform and depend on the types of usage. In other words, while social media can provide positive social connections and support for some users, it can lead to negative comparisons and increased feelings of loneliness for others. According to recent global statistics from We Are Social (2024), social media usage among young adults has been steadily increasing, with over 90% of individuals aged 18-34 engaging with social media platforms daily. Therefore, focusing on the types of social media use or its motivations is crucial.

Social media has become a widespread platform among young adults today. According to a 2024 report by the Pew Research Center, nearly half of young people in the United States report being "constantly" active on social media (Pew Research Center, 2024). In this context, understanding the effects of social media usage on young adults is crucial for grasping their digital behaviors and psychological states. Studies on the relationship between social media use and psychological factors such as depression, loneliness, and life satisfaction highlight the complexity of these interactions (Valkenburg et al., 2022). Furthermore, the effects of social media use on body image and self-esteem are noteworthy. Studies indicate that social media use is associated with risk factors such as body dissatisfaction and negative body image (Fardouly et al., 2015; Tiggemann & Slater, 2014).

While the direct examination of how different types of social media use influence the relationship between social comparison and loneliness is still developing, several studies provide valuable insights. For instance, Yang (2016) emphasizes the differential impacts of active and passive social media use,

<sup>1</sup>This research was funded by the Scientific and Technological Research Council of Turkey (TÜBİTAK) under the 2209-A program with the project code 1919B012224024. We would like to express our gratitude to TÜBİTAK for their support

<sup>2</sup>Istanbul Technical University - [dik24@itu.edu.tr](mailto:dik24@itu.edu.tr) - <https://orcid.org/0000-0003-0627-7265>

<sup>3</sup>Erzurum Technical University - [adem.kantar@erzurum.edu.tr](mailto:adem.kantar@erzurum.edu.tr) - <https://orcid.org/0000-0001-8486-9376>

finding that passive use, such as scrolling through posts or stories, intensifies feelings of loneliness and promotes negative social comparisons. Similarly, Vogel et al. (2014) highlighted how social media platforms provide an environment conducive to social comparison, negatively impacting users' self-esteem and increasing loneliness. Verduyn et al. (2017) distinguished between active and passive social media use, noting that active use (e.g., posting) is associated with positive psychological outcomes, while passive use (e.g., browsing) is linked to increased loneliness and social comparison. Additionally, Lup et al. (2015) examined Instagram use, finding that active users experience more positive outcomes, whereas passive users report higher levels of loneliness and negative affect. Given these previous studies (Taylor et al., 2023), it is evident that different types of social media use have distinct impacts on the relationship between social comparison and loneliness.

Recent reports suggested that Instagram remains one of the most popular platforms among young adults, with approximately 58.3 million users in Türkiye as of 2024, where the 25-34 age group constitutes the largest user demographic (Statista, 2024). By doing so, informative evidence can be gathered on when and under what circumstances social media may contribute to psychological well-being. Therefore, this study investigates the moderating roles of social media usage behaviors in the relationship between social comparison and loneliness among emerging adults Instagram users in Türkiye.

## LITERATURE REVIEW

Social media platforms have become common channels for social interaction in the digital age. These platforms focus on intense attention as they allow individuals to connect, share content, and interact with a global community. However, though the effort individuals spend to stay connected is at an all-time high, a significant number of people ironically today suffer from loneliness (Olds & Schwartz, 2009).

Even though social media platforms are designed and aimed to bring people together, they paradoxically have the potential to lead to loneliness. Loneliness can be defined as the discrepancy between the level of social interaction an individual hopes for and the level of social interaction they are experiencing (Teo & Lee, 2016). Upon a similar point made by this definition, an experimental study by Deters and Mehl (2012) showed that participants who made more updates on their social media status suffered less from loneliness. In addition, a recent meta-analysis conducted by O'Day and Heimberg (2021) indicated that individuals who feel lonely use social media to compensate for the lack of in-person relationships. In this respect, several studies found positive associations between social media use and increased levels of loneliness (e.g., Nowland et al., 2017; Youssef et al., 2020).

Active social media use involves sharing thoughts, emotions, and daily experiences through posts, comments, or media content, often as a means of self-expression and social connection (O'Day & Heimberg, 2021). Research suggests that actively engaging in social media, such as posting updates and interacting with others, may help alleviate loneliness by fostering a sense of belonging (Deters & Mehl, 2012). In contrast, passive social media use involves consuming content without interaction, such as scrolling through feeds or viewing others' posts. This behavior often leads to social comparison, where individuals evaluate their own lives against idealized portrayals of others, increasing feelings of inadequacy and loneliness (Feinstein et al., 2013). Studies indicate that while active engagement can mitigate loneliness, passive use exacerbates it by reinforcing negative self-perceptions (Haferkamp & Kramer, 2011).

From this point, Holt-Lunstad et al. (2015) define loneliness feelings as social isolation. Social isolation is categorized into two sub-dimensions: subjective and objective. While objective social isolation corresponds to a lack of social ties physically, subjective social isolation is seen as the individual's feeling of being separate from others (Holt-Lunstad et al., 2015). Even though these two sub-dimensions are interrelated, they are not completely the same. For instance, a person may be objectively in social isolation but not feel lonely. On the other hand, a person could be objectively connected to others but still feel an inner loneliness. As subjective loneliness corresponds to a painful negative feeling, the person who feels lonely might feel the need to connect with others (Bonetti et al., 2010). Our study focuses on the self-perceived subjective loneliness of the individual.

Social comparison might be a critical factor in understanding the complex relationship with loneliness. According to social comparison theory, individuals evaluate their social and personal worth by comparing themselves to others (Festinger, 1954). Social comparison is defined as a process in which people evaluate themselves by comparing their characteristics and achievements relative to others (Suls

et al., 2002). This process can occur in two directions: upward and downward comparison. Upward comparison occurs when individuals compare themselves to those they perceive as more successful or accomplished, often leading to feelings of inadequacy or envy. On the other hand, downward comparison involves comparing oneself to those perceived as less successful, often leading to a temporary sense of relief or superiority. Both of these processes can influence emotional states, with upward comparisons potentially exacerbating loneliness, and downward comparisons offering a temporary boost in self-esteem (Festinger, 1954). Thus, while social media platforms can strengthen social connections, they also serve as suitable grounds for social comparison, often leading to feelings of inadequacy and loneliness (Yang, 2016).

## PRESENT STUDY

Our study examined how the relationship between social comparison and feelings of loneliness, well-documented in previous research, changes according to different types of social media use. Engaging in active use of social media, such as posting, commenting, and interacting directly with others, enhances well-being (Yang, 2016). Conversely, passive use, such as scrolling through videos and consuming content without interaction, is associated with negative psychological outcomes (Verduyn et al., 2017). Although past studies have linked active social media use (e.g., creating) with positive outcomes and passive social media use (e.g., consuming) with negative psychological consequences (Lup et al., 2015), the moderating role of media usage types in the social comparison-loneliness relationship has not yet been examined (to the best of our knowledge).

Based on the literature, this study aimed to test the following hypotheses:

**H<sub>1</sub>.** Social comparison is positively associated with perceived loneliness.

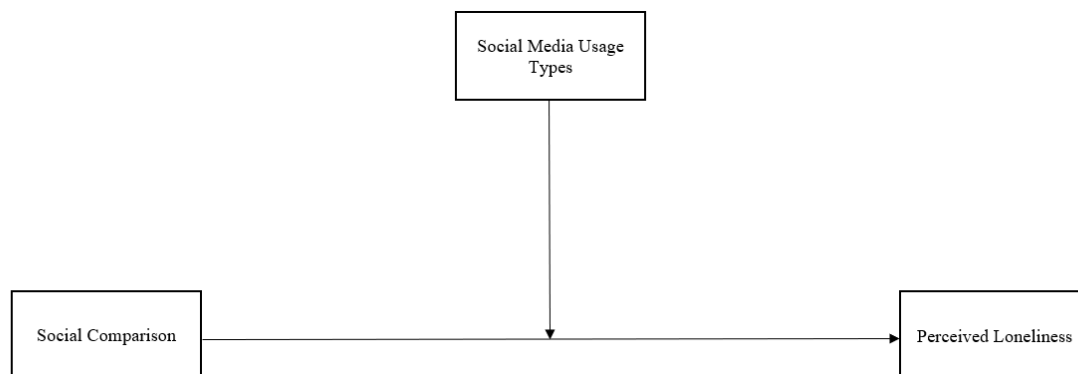
**H<sub>2</sub>.** Sharing moderates the link between social comparison and loneliness, weakening it at high levels.

**H<sub>3</sub>.** Consuming moderates the link between social comparison and loneliness, strengthening it at high levels.

**H<sub>4</sub>.** Creating moderates the link between social comparison and loneliness, weakening it at high levels.

**H<sub>5</sub>.** Communicating moderates the link between social comparison and loneliness, weakening it at high levels.

The proposed research model, developed in line with the study's hypotheses, is presented in Figure 1.



**Figure 1.** Proposed Research Model

## METHOD

### Power Analysis

Sample size was determined using Monte Carlo Power Analysis for Indirect Effects (Zhang, 2013) via an R-based application. Based on an effect size ( $f^2 = 0.13$ ), power of 0.85, and a significance level of 0.05, the required sample was 525 participants (Schoemann et al., 2017).

### Participants and Procedure

The study included 525 undergraduate students from 21 provinces in Türkiye, with 345 females (65.7%) and 180 males (34.3%). Their ages ranged from 18 to 33 years ( $M = 21.25$ ,  $SD = 2.18$ ). All participants used Instagram as their primary social media platform. They reported an average of 9 interactions ( $M = 8.68$ ,  $SD = 18.86$ ) and 139 likes ( $M = 138.85$ ,  $SD = 117.25$ ) per post. Socio-economic distribution (SED) included 96 (18.3%) lower, 276 (52.6%) middle, and 153 (29.1%) upper SED participants. Faculty distribution was as follows: 61.3% ( $n = 322$ ) Letters, 8.6% ( $n = 45$ ) Economics & Administrative Sciences, 6.1% ( $n = 32$ ) Education, 6.1% ( $n = 32$ ) Engineering & Architecture, 5.3% ( $n = 23$ ) Health Sciences, and 12.6% ( $n = 66$ ) other faculties. Most participants were third-year (30.1%,  $n = 158$ ) and second-year (29%,  $n = 152$ ) students, while first and fourth-year students comprised 40.9%.

Participants voluntarily consented before completing the web-based survey. They first answered demographic questions and then proceeded to other instruments. The survey took approximately 10-15 minutes and allowed participants to exit anytime.

### Measures

**Demographic Information Form.** Data regarding participants' gender, age, socioeconomic status, faculty, education level, Instagram usage, interaction, and like counts were collected through a demographic information form created by the researchers.

**UCLA Loneliness Scale (ULS-8).** ULS-8 is a scale consisting of eight items. It was developed by Hays and DiMatteo (1987) as a shorter version of the original 20-item. Doğan et al. (2011) adapted the scale into Turkish. The scale is an 8-item Likert-type scale, with higher scores indicating a greater loneliness level. Previous research found that the ULS has good internal consistency, with a Cronbach's alpha of 0.84 (Hays & DiMatteo, 1987). The current study found a similar Cronbach's alpha of 0.79. The current study used confirmatory factor analysis to confirm the suitability of the ULS for this sample. The results showed that the model fit the data well, with the following fit indices:  $\chi^2/df = 2.09$ ,  $CFI = 0.98$ ,  $TLI = 0.96$ ,  $RMSEA = 0.04$ , and  $SRMR = 0.03$ .

**Social Comparison Scale (SCS).** Allan and Gilbert (1995) developed SCS based on Festinger's (1954) Social Comparison Theory. The Turkish scale adaptation was carried out by Öksüz and Malhan (2004). The scale has 18 six-point Likert-type items. The SCS focuses on measuring how individuals perceive themselves compared to others, with higher scores indicating a tendency to view oneself more negatively than others. Cronbach's alpha coefficient of the scale was determined to be .87, which is consistent with previous research (Öksüz & Malhan, 2004). Its validity is supported by fit indices in the research sample:  $\chi^2/df = 3.56$ ,  $CFI = 0.92$ ,  $TLI = 0.91$ ,  $RMSEA = 0.06$ , and  $SRMR = 0.07$ .

**The Outside School Social Media Use (OSSMB).** Lu et al. (2018) developed OSSMB to assess an individual's level of social media use. Torun (2019) adapted the scale to fit Turkish culture using a university sample. The scale consists of 21 items rated on a five-point Likert scale. It includes four subdimensions: Consuming, Communicating, Creating, and Sharing. The scale's internal consistency coefficient was found to be .86, which is consistent with previous studies (Torun, 2019). The model fit the data well, as revealed by the following fit indices:  $\chi^2/df = 2.51$ ,  $CFI = 0.92$ ,  $TLI = 0.90$ ,  $RMSEA = 0.05$ , and  $SRMR = 0.06$ .

### Statistical Analyses

Before analysis, we verified that the data met multivariate statistical assumptions. The distribution of research variables was normal, as skewness and kurtosis values were within the  $\pm 2$  range (George & Mallery, 2010). Consistency metrics exceeded 0.70, confirming internal reliability. No missing values were present. Outliers were identified using Mahalanobis Distance and Z scores, removing nine participants (Hayes, 2022). Multicollinearity was assessed using variance inflation factor (VIF), tolerance, and Durbin-Watson (DW) values. All VIF values were below 10, tolerance values exceeded 0.10, and the DW value (1.91) indicated no multicollinearity issues. We conducted a series of analyses

to examine the relationship between loneliness and social media use. Descriptive statistics and bivariate correlations were first calculated. Then, moderation models tested the moderating effect of social media usage types using the JAMOVI medmod package.

## RESULTS

### Descriptive Statistics

Table 1 presents the variables' bivariate correlations, mean, standard deviation, skewness, kurtosis, and reliability values.

**Table 1.** Descriptive Statistics and Correlations for Research Variables

Variable	1	2	3	4	5	<i>M</i>	<i>SD</i>	Range	Skewness	Kurtosis	$\alpha$	$\omega$
1. Loneliness	—					27.2	4.18	13- 32	-.91	.28	.79	.79
2. Social Comparison	.632*	—				80.3	12.4	44- 108	-.35	-.01	.87	.88
3. Communicating	.155*	.270*	—			12.4	5.49	6- 30	.81	.12	.82	.83
4. Creating	.086*	.232*	.438*	—		8.89	3.75	6 -25	1.20	1.13	.69	.71
5. Sharing	.250*	.227*	.405*	.535*	—	13.5	4.74	5 -25	.30	-0.52	.75	.75
6. Consuming	-.335*	-.189*	-.268*	-.194*	-.426*	9.98	3.30	4- 20	.37	-0.10	.65	.68

\* $p < .05$

Table 1 results indicated significant correlations among variables. Loneliness positively correlated with social comparison ( $r = .632, p < .001$ ), communicating ( $r = .155, p < .001$ ), creating ( $r = .086, p = .048$ ), and sharing ( $r = .250, p < .001$ ), but negatively with consuming ( $r = -.335, p < .001$ ). Social comparison positively correlated with communicating ( $r = .270, p < .001$ ), creating ( $r = .232, p < .001$ ), and sharing ( $r = .227, p < .001$ ), but negatively with consuming ( $r = -.189, p < .001$ ). Additionally, the Cronbach's  $\alpha$  and  $\omega$  values of the research variables in Table 1 are at an acceptable level (George & Mallery, 2003).

### Moderation Analyses

After confirming assumptions, we examined how social comparison affects loneliness across social media usage types. Table 2 presents the results. Table 2 presented the moderation analyses on the relationship between social comparison and loneliness across different social media use types.

**Table 2.** Moderation Estimates for the Effect of Social Comparison on Loneliness at Different Levels of Moderators

Moderator	<i>Estimate</i>	<i>SE</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>
<i>Communicating</i>				
Social Comparison	0.211	0.011	18.64	<.001
Communicating	-0.002	0.025	-0.08	.930
Social Comparison * Communicating	-0.003	0.001	-1.62	.104
<i>Creating</i>				
Social Comparison	0.212	0.011	18.85	<.001
Creating	-0.030	0.037	-0.81	.415
Social Comparison * Creating	-0.008	0.003	-2.76	.006
<i>Sharing</i>				
Social Comparison	0.196	0.011	17.32	<.001
Sharing	0.116	0.029	3.99	<.001
Social Comparison * Sharing	-0.006	0.002	-3.17	.002
<i>Consuming</i>				
Social Comparison	0.195	0.010	17.95	<.001
Consuming	-0.264	0.040	-6.50	<.001
Social Comparison * Consuming	0.009	0.002	3.14	.002

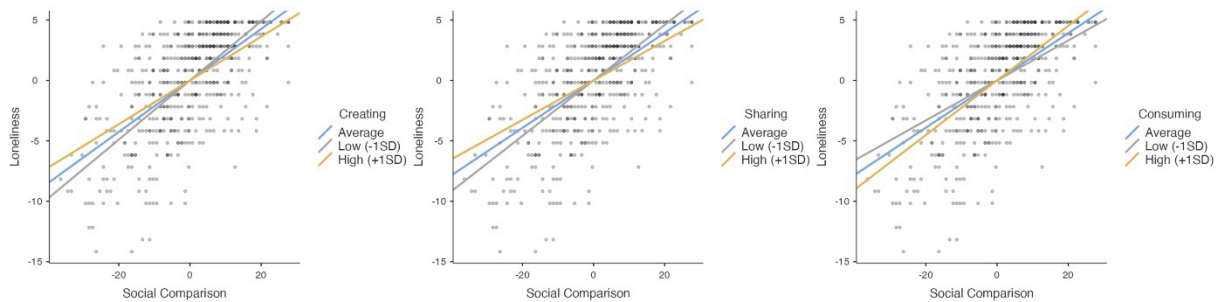
**Note.** The interaction term indicates the effect of the predictor (Social Comparison) on the dependent variable (Loneliness) at different levels of the moderator.



Communicating did not show a significant moderating effect ( $\beta = -0.003$ ,  $Z = -1.62$ ,  $p = .104$ ) and was excluded from further analyses. Sharing was linked to higher loneliness ( $\beta = 0.117$ ,  $Z = 3.99$ ,  $p < .001$ ) and a weaker association between social comparison and loneliness ( $\beta = -0.007$ ,  $Z = -3.17$ ,  $p = .002$ ). Consuming was associated with lower loneliness ( $\beta = -0.265$ ,  $Z = -6.50$ ,  $p < .001$ ) but strengthened the link between social comparison and loneliness ( $\beta = 0.009$ ,  $Z = 3.14$ ,  $p = .002$ ). Creating was not directly related to loneliness ( $\beta = -0.030$ ,  $Z = -0.815$ ,  $p = .415$ ) but weakened this link ( $\beta = -0.009$ ,  $Z = -2.77$ ,  $p = .006$ ).

As shown in Figure 2, the moderating effect of content creation behaviors on Instagram on the relationship between social comparison and perceived loneliness has been examined.

**Figure 2.** Social Media Usage Types as Moderators in the Link Between Social Comparison and Perceived Loneliness



As shown in Figure 2, for the moderator 'creating usage behaviors' on Instagram, the simple slope estimate at the average level was 0.213 ( $SE = 0.011$ ,  $Z = 18.7$ ,  $p < .001$ ). At the low level (-1SD), the estimate was higher (0.245,  $SE = 0.015$ ,  $Z = 15.5$ ,  $p < .001$ ). At the high level (+1SD), the estimate was lower (0.181,  $SE = 0.016$ ,  $Z = 10.8$ ,  $p < .001$ ), indicating a weaker but still significant effect.

Similarly, Figure 2 illustrates the moderating effect of 'sharing usage behaviors' on Instagram. At the average level, the simple slope estimate was 0.196 ( $p < .001$ ). At the low level (-1SD), the estimate increased to 0.229 ( $p < .001$ ). Conversely, at the high level (+1SD), it decreased to 0.163 ( $p < .001$ ), suggesting a weaker but still significant effect.

Finally, Figure 2 also illustrates the moderating effect of 'consuming usage behaviors' on Instagram. The simple slope estimate was 0.195 ( $p < .001$ ) at the average level, 0.165 ( $p < .001$ ) at the low level (-1SD), and 0.226 ( $p < .001$ ) at the high level (+1SD).

## DISCUSSION

The primary aim of this study was to examine how the relationship between social comparison and feelings of loneliness varies according to different types of social media use. We investigated the moderating effects of creating, sharing, consuming, and communicating behaviors on Instagram. Our results confirmed that social comparison is positively related to loneliness, with higher levels of social comparison leading to increased feelings of loneliness. This finding aligns with previous research (Vogel et al., 2014; Yang, 2016) and extends this well-documented relationship to the Turkish cultural context. Demonstrating this link in a non-Western setting adds valuable cross-cultural evidence to social comparison and loneliness literature.

Our study's first hypothesis was accepted, confirming that social comparison is positively related to loneliness. With this confirmation, we proceeded to moderation analyses. Understanding the moderating effects of different social media behaviors is crucial as it provides insights into how these behaviors can either mitigate or exacerbate the impact of social comparison on loneliness. Past studies have shown that passive use of social media, such as consuming, can increase social comparison and feelings of inadequacy, thereby intensifying loneliness (Vogel et al., 2014; Lup et al., 2015). Conversely, active engagement, such as creating and sharing content, can foster social connectedness and support, reducing loneliness (Verduyn et al., 2017).

Our second hypothesis was also accepted, showing that sharing behavior on social media moderates the relationship between social comparison and loneliness. When sharing behavior is high, the association between social comparison and loneliness is weaker. This moderation effect can be understood through

the lens of the Social Exchange Theory, which posits that social interactions are based on reciprocal exchanges that provide emotional benefits (Homans, 1958). Sharing content on social media often involves receiving feedback and positive reinforcement from others, which can reduce feelings of loneliness. From this perspective, our result aligns with the idea that active social media engagement can foster social connectedness and support (Yang, 2016).

Our third hypothesis was accepted, showing that consuming behavior on social media moderates the relationship between social comparison and loneliness, strengthening the association when consuming behavior is high. The finding that consuming behavior strengthens the relationship between social comparison and loneliness is consistent with both The Displacement Hypothesis (Nie et al., 2002; Nie, 2001) and the Compensatory Internet Use Theory (CIUT) (Kardefelt-Winther, 2014). According to CIUT, individuals use online activities, including social media, to compensate for offline deficiencies such as loneliness and anxiety. Passive consumption of social media content, such as scrolling through photos/videos without interaction, can increase social comparison and feelings of inadequacy.

Our fourth hypothesis was accepted, showing that creating behavior on social media moderates the relationship between social comparison and loneliness, weakening the association when creating behavior is high. This result suggests that active engagement in social media content creation can be a protective factor against the negative effects of social comparison. Our result complies with The Self-Enhancement Theory, which posits that engaging in activities that promote self-expression, and creativity can improve self-esteem and well-being (Sedikides & Gregg, 2008). When individuals create content, they shift from passive consumption to active contribution, which can foster a sense of achievement and connectedness, thereby mitigating feelings of loneliness.

Our fifth hypothesis, which proposed that communicating behavior on social media moderates the relationship between social comparison and loneliness, was not supported. Our result agrees that not all social media interactions are equally meaningful or supportive. Superficial interactions, such as brief comments or likes, may not provide the emotional support needed to mitigate loneliness. For example, Hampton et al. (2014) discussed the "spiral of silence" phenomenon, where social media users feel pressured to conform and refrain from expressing dissenting views, potentially limiting the depth and authenticity of interactions. Similarly, Twenge and Campbell (2019) highlighted the negative mental health outcomes associated with excessive screen time, emphasizing that digital interactions often lack the nonverbal cues and emotional intimacy of face-to-face communication. While social media allows for communication, the effectiveness of these interactions in impacting well-being and loneliness depends greatly on their depth and quality (Mansfield et al., 2021).

## CONCLUSION

This study sheds light on the complex relationship between social comparison, loneliness, and different types of social media behaviors among Turkish university students. Our findings confirm the well-known link between social comparison and loneliness, showing that higher levels of social comparison are closely associated with increased feelings of loneliness. This relationship is consistent within the Turkish cultural context, providing valuable cross-cultural evidence to the existing body of literature. Additionally, our study highlights the importance of looking at specific social media behaviors rather than general usage patterns. We found that actively engaging in behaviors such as creating and sharing content can help reduce the negative effects of social comparison on loneliness. On the other hand, passive behaviors like consuming content without interaction tend to intensify these effects, leading to greater feelings of inadequacy and loneliness. We can help foster a more supportive and connected online environment by promoting content creation and sharing and discouraging passive consumption. These results emphasize the need for mental health professionals and social media platforms to encourage more active and meaningful engagement.

## LIMITATIONS AND FUTURE DIRECTIONS

This study has several limitations. More clearly, the cross-sectional correlational design limits our ability to establish causality. While we identified significant associations between social comparison, loneliness, and social media behaviors, we cannot definitively conclude that one causes the other. Longitudinal studies are needed to understand the directionality of these relationships better.

Additionally, experimental studies could test the effectiveness of interventions designed to promote active engagement and reduce passive social media consumption. Moreover, exploring protective factors against negative social comparisons in social media use is essential. One potential protective factor could be self-compassion. Although the buffering effect of self-compassion has been examined in other contexts, such as psychological help-seeking (Kantar & Yalçın, 2023), its role in mitigating negative social comparisons on social media usage types has yet to be explored. Investigating different types of social comparisons, such as upward versus downward comparisons, can also provide a better understanding of these relationships.

## THEORETICAL CONTRIBUTIONS

This study contributes to social comparison and loneliness literature by examining their interaction with specific social media behaviors. This demonstrates that active engagement (creating and sharing) can buffer the negative effects of social comparison. In contrast, passive engagement (consuming) exacerbates them. This study extends previous theories, such as the Self-Enhancement Theory and Compensatory Internet Use Theory, within a digital context. Additionally, by testing these relationships within a Turkish sample, this study provides cross-cultural validation of these psychological processes.

## PRACTICAL IMPLICATIONS

The findings of this study emphasize the importance of encouraging social media users to create content to enhance their well-being. Social media platforms and mental health professionals can develop programs and interventions that promote creative activities such as blogging, video creation, and artistic endeavors. By facilitating self-expression and social interaction through content creation, these strategies can help reduce the negative impact of social comparison on loneliness. Encouraging more active engagement behaviors instead of passive scrolling can foster a sense of community and social connectedness, which may reduce the adverse effects of social comparison on loneliness (Verduyn et al., 2017).

However, not all active engagement is meaningful. Superficial interactions, such as brief comments or likes, may not provide the emotional support needed to reduce loneliness. For example, Hampton et al. (2014) discuss the spiral of silence phenomenon, where social media users feel pressured to conform and refrain from expressing dissenting views, potentially limiting the depth and authenticity of interactions. Therefore, promoting active use must focus on meaningful content creation and sharing, free from bullying and violence, to foster a positive impact on users' well-being.

**AI Use in Writing.** Generative AI was used solely for language proofreading (e.g., Grammarly), while all other stages of research and writing were independently conducted by the authors.

**Author Contributions.** Ethical processes, conceptualization, literature review, writing, and data collection were carried out by G.D. Methodology development, data analysis, manuscript review and editing, and result evaluation were conducted by A.K.

**Data Sharing.** Data will be shared upon request, adhering to ethical and legal regulations.

**Ethics.** After obtaining ethical approval from Erzurum Technical University, the research data was collected in accordance with the Helsinki Declaration of Human Rights. The ethical approval was documented with the number 04/27.

**Funding.** This research was funded by the Scientific and Technological Research Council of Türkiye (TUBITAK) under Research Project Acceptance No. 1919B012224024.

## REFERENCES

- Allan, S., & Gilbert, P. (1995). A social comparison scale: Psychometric properties and relationship to psychopathology. *Personality and Individual Differences*, 19(3), 293–299. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(95\)00086-1](https://doi.org/10.1016/0191-8869(95)00086-1)
- Bonetti, L., Campbell, M., & Gilmore, L. (2010). The Relationship of Loneliness and Social Anxiety with Children's and Adolescents' Online Communication. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 279–285. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0215>



- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2012). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychological and Personality Science*, 4(5), 579–586. <https://doi.org/10.1177/1948550612469233>
- Doğan, T., Çötök, N. A., & Tekin, E. G. (2011). Reliability and validity of the Turkish Version of the UCLA Loneliness Scale (ULS-8) among university students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 15, 2058–2062. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.04.053>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161–170. <https://doi.org/10.1037/a0033111>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 Update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- George, D., & Mallery, P. (2010) *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference* 17.0 Update. 10th Edition, Pearson, Boston.
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309–314. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120>
- Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis* (3rd ed.). The Guilford Press.
- Hays, R. D., & DiMatteo, M. R. (1987). A Short-Form measure of loneliness. *Journal of Personality Assessment*, 51(1), 69–81. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5101\\_6](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5101_6)
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., Baker, M. D., Harris, T., & Stephenson, D. (2015). Loneliness and social isolation as risk factors for mortality. *Perspectives on Psychological Science*, 10(2), 227–237. <https://doi.org/10.1177/1745691614568352>
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606. <https://doi.org/10.1086/222355>
- Kantar, A., & Yalçın, İ. (2023). Masculine Gender Role Stress and Attitudes towards seeking Psychological help: Serial Mediation by Self-Stigma and Self-Compassion. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04702-1>
- Kardefelt-Winther, D. (2013c). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351–354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>
- Lu, J., Luo, J., Liang, L., & Jing, M. (2018). Measuring adolescents' social media behavior outside and inside of school: development and validation of two scales. *Journal of Educational Computing Research*, 57(5), 1108–1130. <https://doi.org/10.1177/0735633118786851>
- Mansfield, L., Victor, C. R., Meads, C., Daykin, N., Tomlinson, A., Lane, J. C., Gray, K., & Golding, A. (2021). A Conceptual Review of Loneliness in Adults: Qualitative Evidence Synthesis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(21), 11522. <https://doi.org/10.3390/ijerph182111522>
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the internet. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 420–435. <https://doi.org/10.1177/00027640121957277>
- Nie, N. H., Hillygus, D. S., & Erbring, L. (2002). Internet Use, Interpersonal Relations, and Sociability: A Time Diary Study. *The Internet in Everyday Life*, 213–243. <https://doi.org/10.1002/9780470774298.ch7>
- Nowland, R., Necka, E. A., & Cacioppo, J. T. (2017). Loneliness and social internet use: Pathways to reconnection in a digital world? *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), 70–87. <https://doi.org/10.1177/1745691617713052>
- O'Day, E., & Heimberg, R. G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 100070. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100070>

- Öksüz, E., & Malhan, S. (2004). Sosyal Karşılaştırma Ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik analizi. *Ulusal Aile Hekimliği Kongresi, Bursa*.
- Olds, M. D., & Schwartz, R. S. (2009). *The Lonely American: Drifting Apart in the Twenty-First Century*. Boston: Beacon Press.
- Pew Research Center. (2024). Social media use in 2024. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>
- Schoemann, A. M., Boulton, A. J., & Short, S. D. (2017). Determining power and sample size for simple and complex mediation models. *Social Psychological and Personality Science*, 8(4), 379–386. <https://doi.org/10.1177/1948550617715068>
- Sedikides, C., & Gregg, A. P. (2008). Self-Enhancement: food for thought. *Perspectives on Psychological Science*, 3(2), 102–116. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2008.00068.x>
- Statista. (2024). *Instagram Users in Turkey by Age and Gender*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1024687/instagram-users-turkey-age-gender>
- Suls, J., Martin, R. K., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 159–163. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00191>
- Taylor, Z., Yankouskaya, A., & Panourgia, C. (2023). Social media use, loneliness and psychological distress in emerging adults. *Behaviour & Information Technology*, 43(7), 1312–1325. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2023.2209797>
- Teo, W. J. S., & Lee, C. S. (2016). Sharing brings happiness?: Effects of sharing in social media among adult users. In *Lecture Notes in Computer Science* (pp. 351–365). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-49304-6\\_39](https://doi.org/10.1007/978-3-319-49304-6_39)
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 47(6), 630–643. <https://doi.org/10.1002/eat.22321>
- Torun, E. D. (2019). Sosyal Medya Davranışları Ölçeğinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32, 217–234. <https://doi.org/10.31123/akil.620551>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2019). Media Use Is Linked to Lower Psychological Well-Being: Evidence from Three Datasets. *Psychiatric Quarterly*, 90(2), 311–331. <https://doi.org/10.1007/s11126-019-09630-7>
- Valkenburg, P. M., Kraemer, E., & Vossen, H. G. M. (2022). Social media use and adolescent well-being: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 73, 101239. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2020.101239>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites Enhance or undermine subjective Well-Being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. Retrieved from <https://wearesocial.com/us/blog/2024/01/digital-2024>
- Yang, C. (2016). Instagram Use, Loneliness, and Social Comparison Orientation: Interact and Browse on Social Media, But Don't Compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703–708. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0201>
- Youssef, L., Hallit, R., Kheir, N., Obeid, S., & Hallit, S. (2020). Social media use disorder and loneliness: any association between the two? Results of a cross-sectional study among Lebanese adults. *BMC Psychology*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-020-00421-5>
- Zhang, Z. (2013). Monte Carlo based statistical power analysis for mediation models: methods and software. *Behavior Research Methods*, 46(4), 1184–1198. <https://doi.org/10.3758/s13428-013-0424-0>

# Bağlantı Ararken Karşılaştırma Bulmak: Sosyal Karşılaştırma, Yalnızlık ve Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki<sup>1</sup>

Gökçe DİK<sup>2</sup>, Adem KANTAR<sup>3</sup>

## Makale Hakkında

Gönderim Tarihi: 25.12.2024  
Kabul Tarihi: 10.02.2025  
Yayın Tarihi: 07.03.2025

## Anahtar Kelimeler

Sosyal karşılaştırma  
Yalnızlık  
Sosyal medya kullanımı  
Dijital refah

## Özet

Sosyal karşılaştırma ile algılanan yalnızlık arasındaki ilişki literatürde sıklıkla ele alınmış olsa da bu ilişkinin sosyal medya kullanım türlerine göre nasıl değiştiğine dair bulgular sadece batı merkezli kültürlerden gelmektedir. Literatürde yer alan bu araştırma boşluğuna karşılık gelecek şekilde, bu çalışmanın temel amacı, sosyal medyada içerik oluşturma, paylaşma, tüketme ve iletişim kurma gibi kullanım türlerinin sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişkide düzenleyici rolünü incelemektir. Araştırmanın verileri Türkiye'nin 25 ilinden toplamda 525 katılımcıdan toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, yukarı yönlü sosyal karşılaştırma ile algılanan yalnızlık arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medyada içerik oluşturma ve paylaşma gibi kullanım türleri sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi zayıflatırken sosyal medya içeriklerini salt olarak tüketmenin ise sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki bağlantıyı güçlendirdiği elde edilmiştir. Araştırmanın sonuçları, sosyal medyanın aktif kullanılması ve anlamlı sosyal etkileşimleri desteklemesi durumunda kullanıcıların algılanan yalnızlık düzeylerini azaltabileceğini göstermektedir. Elde edilen bulgular ilgili literatür çerçevesinde tartışılmıştır.

## Alıntı için

Dik, G. ve Kantar, A. (2025). Bağlantı Ararken Karşılaştırma Bulmak: Sosyal Karşılaştırma, Yalnızlık ve Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki. *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(1), 1-22. DOI: 10.21666/muefd.1607217

Güncel araştırmalar, sosyal medya platformları aracılığıyla kurulan etkileşimlerin psikolojik iyi oluşu hem olumlu hem de olumsuz yönde etkileyebileceğini ortaya koymaktadır. Örneğin, 27 meta-analizin incelendiği bir araştırmada (Valkenburg ve ark., 2022), sosyal medyanın psikolojik sağlık üzerindeki etkilerinin tekdüze olmadığı ve kullanım biçimlerine bağlı olarak değiştiği ortaya konmuştur. Başka bir deyişle, sosyal medya bazı kullanıcılar için olumlu sosyal bağlantılar ve destek sağlarken, bazıları için olumsuz kıyaslamalara ve artan yalnızlık duygularına neden olabilmektedir.

Küresel ölçekte yapılan araştırmalar (We Are Social, 2024), sosyal medya kullanımının genç yetişkinler arasında giderek arttığını göstermektedir. 18-34 yaş aralığındaki bireylerin %90'ından fazlası her gün sosyal medya platformlarına erişmektedir. Günümüzde sosyal medya platformları, genç yetişkinler arasında yaygın bir kullanım alanına sahiptir. Pew Araştırma Merkezi'nin (2024) raporuna göre, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki gençlerin neredeyse yarısı sosyal medyada "sürekli" aktif olduklarını belirtmektedir. Bu bağlamda, genç yetişkinlerin sosyal medya kullanımını etkileyen faktörlerin incelenmesinin önem arz ettiği ifade edilebilir.

Sosyal medya kullanımı, depresyon, yalnızlık ve yaşam doyumu arasındakileri ilişkileri ele alan araştırmalar karmaşık bulgular rapor etmişlerdir (Valkenburg ve ark., 2022). Örneğin, sosyal medyanın

<sup>1</sup> Bu çalışma, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) 2209-A programı kapsamında 1919B012224024 proje koduyla desteklenmiştir. Desteklerinden dolayı TÜBİTAK'a teşekkür ederiz.

<sup>2</sup>İstanbul Teknik Üniversitesi - [dik24@itu.edu.tr](mailto:dik24@itu.edu.tr) - <https://orcid.org/0000-0003-0627-7265>

<sup>3</sup>Erzurum Teknik Üniversitesi - [adem.kantar@erzurum.edu.tr](mailto:adem.kantar@erzurum.edu.tr) - <https://orcid.org/0000-0001-8486-9376>

beden algısı ve benlik saygısı üzerindeki etkileri de dikkat çekicidir. Yapılan çalışmalar, sosyal medya kullanımının beden memnuniyetsizliği ve olumsuz beden algısı gibi risk faktörleriyle ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Fardouly ve ark., 2015; Tiggemann ve Slater, 2014).

Farklı sosyal medya kullanım türlerinin sosyal karşılaştırma ve yalnızlık üzerindeki etkilerine dair doğrudan araştırmalar literatürde sınırlı olmakla birlikte, mevcut çalışmalar bu ilişkiye dair önemli öngörüler sunmaktadır. Örneğin, Yang (2016) yaptığı çalışmada, aktif ve pasif sosyal medya kullanımının farklı psikolojik sonuçlar doğurduğunu belirterek pasif sosyal medya kullanımının (örneğin, gönderileri veya hikâyeleri yalnızca kaydırarak gözden geçirmenin) yalnızlık duygularını artırarak olumsuz sosyal karşılaştırmaları teşvik ettiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Vogel ve ark. (2014), sosyal medya platformlarının sosyal karşılaştırma için elverişli bir ortam sunarak kullanıcıların benlik saygısını olumsuz etkilediğini ve yalnızlık hislerinin artmasına neden olduğunu vurgulanmıştır.

Verduyn ve ark. (2017) ise aktif ve pasif sosyal medya kullanımını birbirinden ayırarak, aktif kullanımın (örneğin, içerik paylaşmak ve yorum yapmak) daha olumlu psikolojik sonuçlarla ilişkili olduğunu, pasif kullanımın ise (örneğin, yalnızca içerikleri tüketmek) artan yalnızlık ve sosyal karşılaştırma ile bağlantılı olduğunu belirtmişlerdir. Buna ek olarak, Lup ve ark. (2015) Instagram kullanımına odaklandıkları araştırmalarında, aktif kullanıcıların daha olumlu psikolojik sonuçlar yaşarken, pasif kullanıcıların daha yüksek düzeyde yalnızlık ve olumsuz duygular bildirdiğini ileri sürmüşlerdir. Bu bulgular, farklı sosyal medya kullanım türlerinin sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi anlamlı şekilde etkileyebileceğine dair kanıtlar sunmaktadır (Taylor ve ark., 2023).

Güncel araştırmalar, Instagram'ın genç yetişkinler arasında en popüler platformlardan biri olmaya devam ettiğini ortaya koymaktadır. 2024 yılı itibarıyla Türkiye'de yaklaşık 58,3 milyon Instagram kullanıcısı bulunmakta olup, kullanıcıların çoğunluğunu 25-34 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır (Statista, 2024). Bu nedenle, sosyal medyanın hangi koşullarda psikolojik iyi oluşa katkıda bulunabileceğinin anlaşılması önem arz etmektedir. Bu noktadan hareketle, bu çalışma Türkiye'de beliren yetişkin Instagram kullanıcılarında sosyal medya kullanım biçimlerinin, sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkideki düzenleyici rolünü incelemektedir.

## LİTERATÜR TARAMASI

Dijital çağda sosyal medya platformları, sosyal etkileşim için yaygın olarak kullanılan araçlardır. Bu tür platformlar, bireylerin bağlantı kurmasına, içerik paylaşmasına ve küresel bir toplulukla etkileşimde bulunmasına olanak tanıdığı için yoğun ilgi görmektedir. Bununla birlikte bireyler, tarihte hiç olmadığı kadar bağlantıda kalmaya çalışırken paradoksal bir şekilde günümüzde birçok kişi yalnızlık hissi yaşamaktadır (Olds ve Schwartz, 2009).

Sosyal medya platformları insanları bir araya getirmek amacıyla tasarlanmış olsa da ironik bir şekilde yalnızlığa da yol açma potansiyeline sahiptir. Yalnızlık, bireyin beklediği sosyal etkileşim düzeyiyle deneyimlediği sosyal etkileşim arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (Teo & Lee, 2016). Bu tanım doğrultusunda, Deters ve Mehl (2012) tarafından gerçekleştirilen deneysel bir çalışma, sosyal medya paylaşımlarını daha sık güncelleyen katılımcıların daha az yalnızlık yaşadığını ortaya koymuştur. Benzer şekilde, O'Day ve Heimberg (2021) tarafından yapılan güncel bir meta-analiz, yalnız hisseden bireylerin yüz yüze ilişkilerindeki eksiklikleri telafi etmek için sosyal medyayı kullandığını ortaya koymuştur. Geçmiş araştırmalar, artan sosyal medya kullanım sürelerinin artan yalnızlık düzeyleriyle pozitif yönde ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır (örneğin, Nowland ve ark., 2017; Youssef ve ark., 2020).

Aktif sosyal medya kullanımı, bireylerin düşüncelerini, duygularını ve günlük deneyimlerini paylaşımlar, yorumlar veya medya içerikleri aracılığıyla ifade etmesini ve sosyal bağlantılar kurmasını sağlamaktadır (O'Day ve Heimberg, 2021). Araştırmalar, sosyal medyada aktif etkileşimde bulunmanın -örneğin içerik paylaşmanın ve diğer kullanıcılarla iletişim kurmanın- aidiyet duygusunu artırarak yalnızlığı hafifletebileceğini öne sürmektedir (Deters ve Mehl, 2012). Buna karşılık, pasif sosyal medya kullanımı, gönderilere veya akışlara göz atmak gibi etkileşim içermeyen tüketim biçimlerini ifade etmektedir. Pasif kullanımlar, bireylerin kendilerini başkalarıyla kıyaslamalarına neden olarak yetersizlik ve yalnızlık duygularını artırabilmektedir (Feinstein ve ark., 2013). Araştırmalar, aktif sosyal medya kullanımının yalnızlığı azaltabileceğini, ancak pasif kullanımın olumsuz benlik algısını pekiştirerek yalnızlık duygusunu artırdığını göstermektedir (Haferkamp ve Kramer, 2011). Bu bağlamda sosyal medya kullanımı ile yalnızlık duyguları arasındaki ilişkinin hangi faktörlere bağlı olarak değiştiğinin anlaşılması önem arz etmektedir.



Yalnızlık hissi alan yazınında araştırmacılar tarafından farklı boyutlarda ele alınmaktadır. Holt-Lunstad ve ark. (2015), yalnızlık hissini sosyal izolasyon olarak tanımlamaktadır. Sosyal izolasyon, nesnel (objektif) ve öznel (sübjektif) olmak üzere iki alt boyuta ayrılmaktadır. Nesnel sosyal izolasyon, fiziksel düzeyde sosyal bağların eksikliğini ifade ederken, öznel sosyal izolasyon bireyin kendini diğerlerinden ayrılmış hissetmesiyle ilgilidir (Holt-Lunstad ve ark., 2015). Bu iki alt boyut birbiriyle ilişkili olsa da tamamen aynı değildir. Örneğin, bir kişi nesnel olarak sosyal izolasyon içinde olabilir ancak yalnız hissetmeyebilir. Öte yandan, bir birey nesnel olarak sosyal bir çevreye sahip olsa da içsel bir yalnızlık hissedebilir. Öznel yalnızlık, olumsuz ve acı verici bir duygu olduğu için yalnız hisseden bireyler başkalarıyla bağlantı kurma ihtiyacı duyabilmektedir (Bonetti ve ark., 2010). Bu çalışma, bireyin kendi algısına dayalı öznel yalnızlık üzerine odaklanmaktadır.

Sosyal karşılaştırma, yalnızlık hissini anlaşılan bir faktör olabilir. Sosyal Karşılaştırma Teorisi'ne göre, bireyler kendi sosyal ve kişisel değerlerini başkalarıyla kıyaslayarak değerlendirmektedir (Festinger, 1954). Sosyal karşılaştırma, bireylerin kendilerini diğerlerinin özellikleri ve başarılarıyla kıyaslamaları süreci olarak tanımlanmaktadır (Suls ve ark., 2002). Bu süreç yukarı yönlü karşılaştırma ve aşağı yönlü karşılaştırma olmak üzere iki yönlü olarak gerçekleşmektedir. Yukarı yönlü karşılaştırma, bireylerin kendilerini daha başarılı veya daha üstün gördükleri kişilerle kıyaslamalarıdır. Bu durum genellikle yetersizlik veya kıskançlık duygularına yol açmaktadır. Öte yandan, aşağı yönlü karşılaştırma ise bireyin kendisini daha az başarılı kişilerle kıyaslamasıdır ve bu durum kısa süreli rahatlama veya üstünlük hissi yaratabilmektedir. Ancak her iki karşılaştırma türü de duygusal durumları etkileyebilmektedir; yukarı yönlü karşılaştırma yalnızlığı artırabilirken, aşağı yönlü karşılaştırma geçici bir benlik saygısı artışı sağlayabilmektedir (Festinger, 1954). Bu nedenle, sosyal medya platformları bireyler arasındaki sosyal bağlantıları güçlendirme potansiyeline sahip olsa da aynı zamanda sosyal karşılaştırma için uygun bir zemin oluşturarak yetersizlik ve yalnızlık duygularını arttırabileceği ifade edilmektedir (Yang, 2016).

## MEVCUT ÇALIŞMA

Bu araştırmanın temel amacı sosyal karşılaştırma eğilimi ile algılanan yalnızlık arasındaki ilişkide sosyal medya kullanım türlerinin düzenleyici rolünü incelemektir. Sosyal medyanın aktif kullanımı (örneğin, paylaşım yapmak, yorum yazmak ve doğrudan başkalarıyla etkileşimde bulunmak) bireylerin iyi oluşunu artırmaktadır (Yang, 2016). Buna karşılık, pasif kullanım (örneğin, videoları kaydırarak izlemek ve içerikleri etkileşimde bulunmadan tüketmek), olumsuz psikolojik sonuçlarla ilişkilidir (Verduyn ve ark., 2017). Geçmiş çalışmalar, aktif sosyal medya kullanımının (örneğin, içerik oluşturma) olumlu sonuçlarla, pasif kullanımın ise (örneğin, yalnızca tüketme) olumsuz psikolojik etkilerle ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Lup ve ark., 2015). Ancak, sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkide sosyal medya kullanım türlerinin düzenleyici rolü bildiğimiz kadarıyla henüz araştırılmamıştır. Mevcut literatüre dayanarak bu çalışmada aşağıdaki hipotezler test edilecektir:

**H1.** Sosyal karşılaştırma ile algılanan yalnızlık pozitif yönde ilişkilidir.

**H2.** Sosyal medyayı paylaşım yapma odaklı kullanım, sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi düzenler.

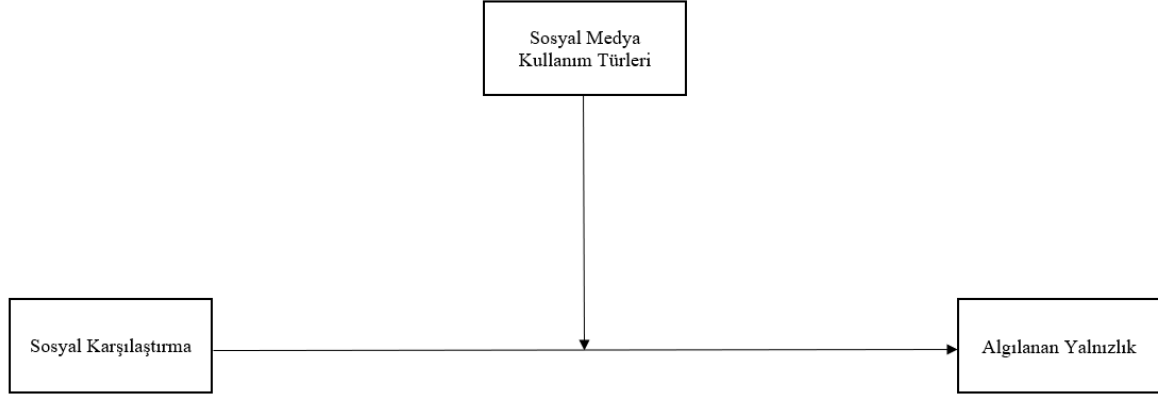
**H3.** Sosyal medyayı içerik tüketme odaklı kullanım, sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi düzenler.

**H4.** Sosyal medyayı içerik oluşturma odaklı kullanım, sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi düzenler.

**H5.** Sosyal medyayı iletişim kurma odaklı kullanım, sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi düzenler.

Çalışmanın hipotezleri doğrultusunda geliştirilen önerilen araştırma modeli Şekil 1'de sunulmuştur.





Şekil 1. Önerilen Araştırma Modeli

## YÖNTEM

### Güç Analizi

Örneklem büyüklüğü, Monte Carlo Dolaylı Etkiler İçin Güç Analizi (Zhang, 2013) kullanılarak R tabanlı bir uygulama aracılığıyla belirlenmiştir. Etki büyüklüğü ( $f^2 = 0.13$ ), güç değeri 0.85 ve anlamlılık düzeyi 0.05 temel alındığında, gerekli örneklem büyüklüğü 525 katılımcı olarak hesaplanmıştır (Schoemann ve ark., 2017).

### Katılımcılar ve Uygulama Süreci

Çalışma, Türkiye'nin 21 ilinden 525 lisans öğrencisiyle yürütülmüştür. Katılımcıların 345'i kadın (%65,7), 180'i erkektir (%34,3). Yaşları 18 ile 33 arasında değişmekte olup, yaş ortalaması 21,25 ( $SS = 2,18$ ) olarak hesaplanmıştır. Tüm katılımcılar birincil sosyal medya platformu olarak Instagram'ı kullanmaktadır. Katılımcılar, gönderi başına ortalama 9 etkileşim ( $\bar{x} = 8,68$ ,  $SS = 18,86$ ) ve 139 beğeni ( $\bar{x} = 138,85$ ,  $SS = 117,25$ ) aldıklarını bildirmiştir. Sosyo-ekonomik dağılım incelendiğinde, 96 katılımcı (%18,3) düşük, 276 katılımcı (%52,6) orta ve 153 katılımcı (%29,1) yüksek sosyo-ekonomik düzeyde yer almaktadır. Fakülteye göre dağılım şu şekildedir: %61,3 ( $n = 322$ ) Edebiyat Fakültesi, %8,6 ( $n = 45$ ) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, %6,1 ( $n = 32$ ) Eğitim Fakültesi, %6,1 ( $n = 32$ ) Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, %5,3 ( $n = 23$ ) Sağlık Bilimleri Fakültesi ve %12,6 ( $n = 66$ ) diğer fakültelerden oluşmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu üçüncü sınıf (%30,1,  $n = 158$ ) ve ikinci sınıf (%29,  $n = 152$ ) öğrencilerinden oluşurken, birinci ve dördüncü sınıf öğrencileri toplam katılımcıların %40,9'unu oluşturmaktadır.

Katılımcılar, çalışmaya katılmadan önce gönüllü onamlarını vermiştir. Web tabanlı anket, önce demografik sorulara yer verilerek başlamış, ardından diğer ölçüm araçlarına geçilmiştir. Yaklaşık 10-15 dakika süren anket, katılımcıların istedikleri zaman ayrılabilmelerine olanak sağlayacak şekilde tasarlanmıştır.

### Ölçme Araçları

**Demografik Bilgi Formu.** Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet, yaş, sosyoekonomik düzey, fakülte, eğitim düzeyi, Instagram kullanma durumu, etkileşim ve beğeni sayısı düzeyine ilişkin veriler, araştırmacılar tarafından oluşturulan demografik bilgi formu ile toplanmıştır.

**UCLA Yalnızlık Ölçeği.** UCLA Yalnızlık Ölçeği, sekiz maddeden oluşan bir ölçektir. Hays ve DiMatteo (1987) tarafından, orijinal 20 maddelik ölçeğin daha kısa bir versiyonu olarak geliştirilmiştir. Ölçeğin Türk kültürüne uyarlaması Doğan ve ark. (2011) tarafından gerçekleştirilmiştir. UCLA Yalnızlık Ölçeği, 8 maddelik Likert tipi bir ölçektir ve yüksek puanlar daha yüksek yalnızlık düzeyini göstermektedir. Geçmiş araştırmalar, ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olduğunu göstermiş ve Cronbach alfa katsayısını 0,84 olarak rapor etmiştir (Hays ve DiMatteo, 1987). Mevcut çalışmada benzer bir alfa katsayısı olan 0,79 elde edilmiştir. Ayrıca, bu çalışmada doğrulayıcı faktör analizi uygulanarak

UCLA'nın bu örneklem için uygunluğu test edilmiştir. Analiz sonuçları, modelin veriye iyi uyum sağladığını göstermiştir:  $\chi^2/df = 2,09$ ,  $CFI = 0,98$ ,  $TLI = 0,96$ ,  $RMSEA = 0,04$  ve  $SRMR = 0,03$ .

**Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ).** Allan ve Gilbert (1995), Festinger'in (1954) Sosyal Karşılaştırma Teorisine dayalı olarak Sosyal Karşılaştırma Ölçeğini geliştirmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Öksüz ve Malhan (2004) tarafından yapılmıştır. Ölçek, altı dereceli Likert tipi 18 maddeden oluşmaktadır. SKÖ, bireylerin kendilerini başkalarıyla nasıl algıladıklarını ölçmeye odaklanmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanlar, bireyin kendisini diğerlerine kıyasla daha olumsuz algılamaya eğiliminde olduğunu göstermektedir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,87 olarak hesaplanmış olup geçmiş araştırmalarla tutarlıdır (Öksüz ve Malhan, 2004). Ölçeğin geçerliliği, araştırma örnekleminde elde edilen uyum indeksleri ile desteklenmiştir:  $\chi^2/df = 3,56$ ,  $CFI = 0,92$ ,  $TLI = 0,91$ ,  $RMSEA = 0,06$  ve  $SRMR = 0,07$ .

**Okul Dışı Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (ODSM).** Lu ve ark. (2018) tarafından bireylerin sosyal medya kullanım düzeyini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek, Torun (2019) tarafından bir üniversite örnekleminde Türk kültürüne uyarlanmıştır. Beşli Likert tipi 21 maddeden oluşan ölçek, tüketme, iletişim kurma, içerik oluşturma ve paylaşma olmak üzere dört alt boyuta sahiptir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,86 olarak bulunmuştur. Geçmiş çalışmalar da benzer bir güvenilirlik katsayısı rapor etmiştir (Torun, 2019). Araştırma örnekleminde ölçek yapısının doğrulandığı görülmüştür:  $\chi^2/df = 2,51$ ,  $CFI = 0,92$ ,  $TLI = 0,90$ ,  $RMSEA = 0,05$  ve  $SRMR = 0,06$ .

### İstatistiksel Analizler

Verilerin analizine geçilmeden önce çok değişkenli istatistiksel varsayımları teyit edilmiştir. Araştırma değişkenlerine ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $\pm 2$  aralığında yer almasından dolayı verilerin normal dağıldığı görülmüştür (George ve Mallery, 2010). İç tutarlılık katsayıları 0.70'in üzerinde bulunarak ölçeklerin iç güvenilirliği doğrulanmıştır. Verilerde eksik değer bulunmamaktadır. Aykırı değerler, Mahalanobis Uzaklık Değeri ve Z standart skorları kullanılarak belirlenmiş ve dokuz katılımcı veri setinden çıkarılmıştır (Hayes, 2022). Çoklu bağlantı problemi, varyans enflasyon faktörü (VIF), tolerans ve Durbin-Watson (DW) değerleri ile değerlendirilmiştir. Tüm VIF değerleri 10'un altında, tolerans değerleri 0.10'un üzerinde bulunmuş ve DW değeri (1.91) çoklu bağlantı sorunu olmadığını göstermiştir.

Çalışmada yalnızlık ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemek için bir dizi analiz gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, tanımlayıcı istatistikler ve değişkenler arasındaki ikili korelasyonlar hesaplanmıştır. Ardından, sosyal medya kullanım türlerinin düzenleyici etkisini test etmek için moderasyon modelleri analiz edilmiştir. Analizler JAMOVİ'nin *medmod* paketi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

## BULGULAR

### Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 1, değişkenler arasındaki ikili korelasyonları, ortalama, standart sapma, çarpıklık, basıklık ve güvenilirlik değerlerini göstermektedir.

**Tablo 1.** Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyonlar

Değişken	1	2	3	4	5	$\bar{x}$	SS	Ranj	Çarpıklık	Basıklık	$\alpha$	$\omega$
1. Yalnızlık	—					27,2	4,18	13 - 32	-,91	,28	,79	,79
2. Sosyal Karşılaştırma	,632*	—				80,3	12,4	44 - 108	-,35	-,01	,87	,88
3. İletişim Kurma	,155*	,270*	—			12,4	5,49	6 - 30	,81	,12	,82	,83
4. Oluşturma	,086*	,232*	,438*	—		8,89	3,75	6 - 25	1,20	1,13	,69	,71
5. Paylaşma	,250*	,227*	,405*	,535*	—	13,5	4,74	5 - 25	,30	-0,52	,75	,75
6. Tüketme	-,335*	-,189*	-,268*	-,194*	-,426*	9,98	3,30	4 - 20	,37	-0,10	,65	,68

\* $p < .05$

Tablo 1 sonuçları, değişkenler arasında anlamlı korelasyonlar olduğunu göstermektedir. Yalnızlık, sosyal karşılaştırma ( $r = ,32$ ,  $p < ,001$ ), iletişim kurma ( $r = ,155$ ,  $p < ,001$ ), içerik oluşturma ( $r = ,086$ ,  $p$

= ,048) ve paylaşma ( $r = ,250, p <,001$ ) ile pozitif yönde ilişkiliyken, tüketme ile negatif yönde ilişkilidir ( $r = -0,335, p <,001$ ). Sosyal karşılaştırma, iletişim kurma ( $r = ,270, p <,001$ ), içerik oluşturma ( $r = ,232, p <,001$ ) ve paylaşma ( $r = ,227, p <,001$ ) ile pozitif yönde; tüketme ile negatif yönde ilişkilidir ( $r = -0,189, p <,001$ ). Ayrıca, Tablo 1'de gösterilen araştırma değişkenlerinin Cronbach's  $\alpha$  ve  $\omega$  değerleri kabul edilebilir seviyededir (George ve Mallery, 2003).

### Düzenleyici Etkilere Yönelik Analizler

Varsayımların doğrulanmasının ardından, sosyal karşılaştırmanın yalnızlık üzerindeki etkisinin sosyal medya kullanım türlerine göre nasıl değiştiği incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 2'de sunulmaktadır. Tablo 2, sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkinin farklı sosyal medya kullanım türlerine göre düzenleyici analizlerini göstermektedir.

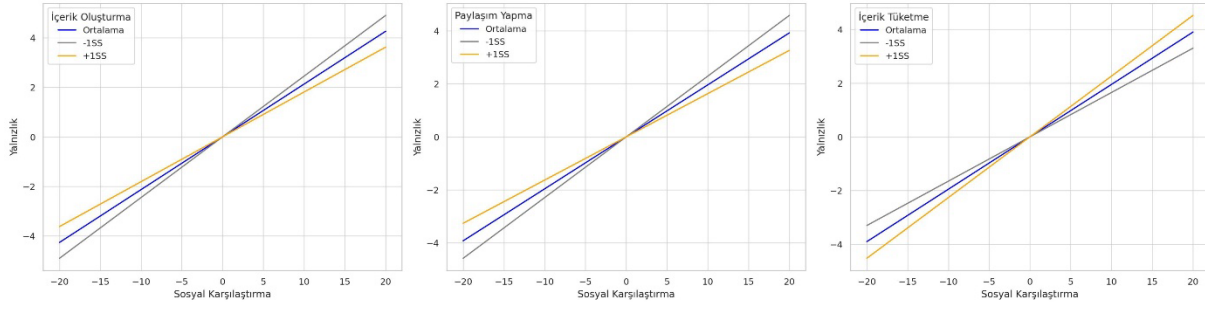
**Tablo 2.** Sosyal Karşılaştırmanın Yalnızlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Düzenleyici Etki Katsayıları

Moderatör	Katsayı	SH	Z	p
<i>İletişim Kurma</i>				
Sosyal Karşılaştırma	0,211	0,011	18,64	< ,001
İletişim Kurma	-0,002	0,025	-0,08	,930
Sosyal Karşılaştırma * İletişim Kurma	-0,003	0,001	-1,62	,104
<i>İçerik Oluşturma</i>				
Sosyal Karşılaştırma	0,212	0,011	18,85	< ,001
İçerik Oluşturma	-0,030	0,037	-0,81	,415
Sosyal Karşılaştırma * İçerik Oluşturma	-0,008	0,003	-2,76	,006
<i>Paylaşma</i>				
Sosyal Karşılaştırma	0,196	0,011	17,32	< ,001
Paylaşma	0,116	0,029	3,99	< ,001
Sosyal Karşılaştırma * Paylaşma	-0,006	0,002	-3,17	,002
<i>Tüketme</i>				
Sosyal Karşılaştırma	0,195	0,010	17,95	< ,001
Tüketme	-0,264	0,040	-6,50	< ,001
Sosyal Karşılaştırma * Tüketme	0,009	0,002	3,14	,002

**Not.** Etkileşim terimi, bağımsız değişkenin (Sosyal Karşılaştırma) bağımlı değişken (Yalnızlık) üzerindeki etkisinin düzenleyici değişkenin farklı seviyelerinde nasıl değiştiğini göstermektedir.

İletişim kurma değişkeninin düzenleyici etkisi anlamlı bulunmamıştır ( $\beta = -0,003, Z = -1,62, p = ,104$ ) ve bu nedenle ileri analizlerden çıkarılmıştır. Paylaşma, daha yüksek yalnızlık düzeyleri ile ilişkilidir ( $\beta = 0,117, Z = 3,99, p <,001$ ) ve sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi zayıflatmaktadır ( $\beta = -0,007, Z = -3,17, p = ,002$ ). Tüketme, daha düşük yalnızlık düzeyleri ile ilişkilidir ( $\beta = -0,265, Z = -6,50, p <,001$ ), ancak sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir ( $\beta = 0,009, Z = 3,14, p = ,002$ ). İçerik oluşturma, yalnızlık ile doğrudan ilişkili bulunmamıştır ( $\beta = -0,030, Z = -0,815, p = ,415$ ), ancak sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi zayıflatmaktadır ( $\beta = -0,009, Z = -2,77, p = ,006$ ).

Şekil 2'de gösterildiği gibi, Instagram'daki içerik oluşturma davranışlarının sosyal karşılaştırma ve algılanan yalnızlık arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisi incelenmiştir.



**Şekil 2.** Sosyal Karşılaştırma ile Algılanan Yalnızlık Arasındaki İlişkiye Düzenleyici Olarak Sosyal Medya Kullanım Türleri

Orta düzeydeki basit eğim tahmini 0.213 ( $SH = 0,011$ ,  $Z = 18,7$ ,  $p < ,001$ ) olarak hesaplanmıştır. Düşük seviyede (-1SS), bu tahmin daha yüksek olup 0.245 ( $SH = 0,015$ ,  $Z = 15,5$ ,  $p < ,001$ ) olarak bulunmuştur. Yüksek seviyede (+1SS) ise tahmin daha düşük olup 0.181 ( $SH = 0,016$ ,  $Z = 10,8$ ,  $p < ,001$ ) olarak hesaplanmıştır. Buna göre, sosyal medyayı içerik oluşturma amacıyla kullanma motivasyonu arttıkça sosyal karşılaştırma eğilimi ile algılanan yalnızlık arasındaki ilişkinin zayıfladığı söylenebilir. Ancak, bu ilişkinin yüksek seviyede de anlamlı olduğu unutulmamalıdır.

Benzer şekilde, Instagram'da "paylaşma davranışlarının" sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisi incelenmiştir. Orta düzeydeki basit eğim tahmini 0,196 ( $p < ,001$ ) olarak hesaplanmıştır. Düşük seviyede (-1SS), bu tahmin artarak 0,229 ( $p < ,001$ ) seviyesine ulaşmıştır. Buna karşılık, yüksek seviyede (+1SS) tahmin 0,163 ( $p < ,001$ ) seviyesine düşmüştür. Bu durum, etkinin zayıfladığı ancak hâlâ anlamlı olduğunu göstermektedir.

Son olarak, Instagram'da "tüketme davranışlarının" sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisi ele alınmıştır. Orta düzeyde basit eğim tahmini 0,195 ( $p < ,001$ ) olarak hesaplanmıştır. Düşük seviyede (-1SS), bu tahmin 0,165 ( $p < ,001$ ) seviyesinde bulunmuştur. Yüksek seviyede (+1SS) ise tahmin 0,226 ( $p < ,001$ ) olarak hesaplanmıştır. Diğer bir deyişle, sosyal medyayı içerik tüketme amacıyla kullanma arttıkça, sosyal karşılaştırma ile algılanan yalnızlık arasındaki ilişki güçlenmektedir.

## TARTIŞMA

Bu çalışmanın temel amacı, sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkinin farklı sosyal medya kullanım türlerine bağlı olarak nasıl değiştiğini incelemektir. Bu kapsamda, Instagram'da içerik oluşturma, paylaşma, tüketme ve iletişim kurma davranışlarının düzenleyici etkileri araştırılmıştır.

Araştırma kapsamında elde ettiğimiz sonuçlar, sosyal karşılaştırmanın yalnızlıkla pozitif yönde ilişkili olduğunu ve sosyal karşılaştırma düzeyi arttıkça yalnızlık hissini de arttırdığını doğrulamıştır. Bu bulgu, benzer sonuçları elde eden geçmiş araştırmalar kümesine (Vogel ve ark., 2014; Yang, 2016) Türk kültüründen de aynı doğrultuda bir sonuç eklemiştir.

Çalışmamızın ilk hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir deyişle, sosyal karşılaştırmanın yalnızlıkla pozitif yönde ilişkili olduğu saptanmıştır. Bu doğrulamadan ardından düzenleyici etkilerin analizine geçilmiştir. Farklı sosyal medya davranışlarının düzenleyici rollerini anlamak önemlidir. Diğer bir deyişle, bu davranışlar, sosyal karşılaştırmanın yalnızlık üzerindeki etkisini nasıl artırabileceği veya azaltabileceği hakkında öngörüler sunmaktadır. Geçmiş araştırmalar, sosyal medyanın pasif kullanımının (örneğin, yalnızca içerik tüketmek) sosyal karşılaştırmayı ve yetersizlik hissini artırarak yalnızlığı şiddetlendirebileceğini göstermektedir (Vogel ve ark., 2014; Lup ve ark., 2015). Buna karşılık, aktif etkileşim (örneğin, içerik oluşturma ve paylaşma) sosyal bağlantıyı ve desteği artırarak yalnızlığı azaltabilmektedir (Verduyn ve ark., 2017).

Araştırmanın ikinci hipotezi de kabul edilmiştir. Diğer bir deyişle, sosyal medyada paylaşma davranışlarının, sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi düzenlediği görülmüştür. Paylaşma davranışı arttığında, sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişki daha zayıf hâle gelmiştir. Bu düzenleyici etki, Sosyal Değişim Teorisi (Homans, 1958) çerçevesinde anlaşılabilir. Bu teoriye göre, sosyal etkileşimler, karşılıklı alışverişe dayalıdır ve duygusal faydalar sağlamaktadır. Sosyal medyada içerik paylaşmak, genellikle başkalarından geri bildirim almak ve olumlu pekiştirme kazanmakla ilişkilidir. Buna bağlı olarak, yalnızlık hissi azalabilmektedir. Bu perspektiften

bakıldığında, elde edilen bulgular, aktif sosyal medya kullanımının sosyal bağlılık ve destek sağlayabileceği fikriyle örtüşmektedir (Yang, 2016).

Araştırmanın üçüncü hipotezi kabul edilmiştir. Sosyal medyada tüketme davranışının, sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi düzenlediği ve tüketme davranışının yüksek olduğu durumlarda bu ilişkiyi güçlendirdiği bulunmuştur. Tüketme davranışının sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi güçlendirmesi Telafi Edici İnternet Kullanımı Teorisi (Kardefelt-Winther, 2014) ile tutarlıdır. Telafi Edici İnternet Kullanım Teorisine göre, bireyler sosyal medya da dâhil olmak üzere çevrimiçi aktiviteleri, yalnızlık ve kaygı gibi çevrimdışı eksiklikleri telafi etmek için kullanmaktadır. Ancak, sosyal medya içeriğini etkileşimsiz bir şekilde pasif olarak tüketmek (örneğin, fotoğrafları veya videoları yalnızca kaydırarak izlemek), sosyal karşılaştırmayı artırarak yetersizlik duygularını pekiştirebilir.

Araştırmanın dördüncü hipotezi de kabul edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, sosyal medyayı içerik oluşturma amacıyla kullanmanın, sosyal karşılaştırma eğilimiyle yalnızlık arasındaki ilişkiyi zayıflattığı bulunmuştur. Başka bir deyişle, sosyal medyada aktif olarak içerik üretmenin, sosyal karşılaştırmadan olumsuz etkilerine karşı bir koruyucu faktör işlevi görebileceği söylenebilir. Bu bulgu, Benlik Güçlendirme Teorisi (Sedikides ve Gregg, 2008) ile uyumludur. Bu teoriye göre, bireylerin kendilerini ifade etmelerine ve yaratıcılıklarını ortaya koymalarına olanak tanıyan aktivitelerin, benlik saygısını ve iyi oluşu artırabileceğini öne sürmektedir. Bireyler içerik oluşturduğunda, pasif tüketimden aktif katılıma geçmektedirler. Bu geçiş, başarı ve bağlılık duygusunu teşvik ederek yalnızlık hissini hafifletebilir.

Araştırmanın beşinci hipotezi, iletişim kurma davranışının sosyal karşılaştırma ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi düzenlediği yönündeki varsayımımızı desteklenmemiştir. Bu sonuç, tüm sosyal medya etkileşimlerinin eşit derecede anlamlı veya destekleyici olmadığı fikriyle örtüşmektedir. Yüzeysel etkileşimler (örneğin, kısa yorumlar veya beğeniler), yalnızlığı azaltmak için gerekli olan duygusal desteği sağlamayabilir. Örneğin, Hampton ve ark. (2014), “sessizlik (suskunluk) sarmalı” fenomenini tartışarak, sosyal medya kullanıcılarının baskı hissederek muhalif görüşlerini ifade etmekten kaçınabileceğini ve bunun da etkileşimlerin derinliğini ve samimiyetini sınırlayabileceğini belirtmiştir. Benzer şekilde, Twenge ve Campbell (2019), aşırı ekran süresinin olumsuz ruh sağlığı sonuçlarıyla ilişkili olduğunu vurgulayarak, dijital etkileşimlerin yüz yüze iletişimin sağladığı sözel olmayan ipuçlarını ve duygusal yakınlıktan yoksun olduğunu öne sürmüştür. Sosyal medya iletişimi, yalnızlık üzerinde etkili olabilir. Fakat bu etkileşimlerin yalnızlık ve iyi oluş üzerindeki etkisi, büyük ölçüde etkileşimlerin yoğunluğu ve kalitesine bağlıdır (Mansfield ve ark., 2021).

## SONUÇ

Bu çalışma, Türk üniversite öğrencileri arasında sosyal karşılaştırma, yalnızlık ve farklı sosyal medya kullanım türleri arasındaki ilişkiye ışık tutmaktadır. Bulgularımız, sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi ele alan önceki araştırma sonuçlarını doğrulamakta ve sosyal karşılaştırma düzeyinin artmasının yalnızlık hissini de artırdığını göstermektedir. Bu ilişkinin Türk kültürü bağlamında da geçerli olması, mevcut literatüre kültürler arası önemli kanıtlar eklemektedir.

Ayrıca, çalışmamız genel sosyal medya kullanım kalıplarına odaklanmaktan ziyade belirli sosyal medya davranışlarını incelemenin önemi vurgulamaktadır. İçerik oluşturma ve paylaşma gibi aktif etkileşimler, sosyal karşılaştırmadan yalnızlık üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilmektedir. Buna karşın, etkileşim olmadan içerik tüketme gibi pasif davranışlar, bu olumsuz etkileri pekiştirerek yetersizlik ve yalnızlık duygularını artırmaktadır. Sosyal medya ortamında içerik oluşturma ve paylaşmanın teşvik edilmesi, pasif tüketimin ise azaltılması, daha destekleyici ve bağlantılı bir çevrimiçi ortamın geliştirilmesine yardımcı olabilir. Ayrıca, ruh sağlığı profesyonellerinin ve sosyal medya platformlarının, kullanıcıları daha aktif ve anlamlı etkileşimlere teşvik etmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

## ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE GELECEK ARAŞTIRMALAR

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma kesitsel desenli olduğundan nedensel çıkarımlardan kaçınılmalıdır. Diğer yandan, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilere yönelik nedensel ilişkilerin de anlaşılabilmesi için boyutsal tasarımı çalışmaları bu araştırma kapsamında önerilmektedir. Bununla birlikte, aktif sosyal medya kullanımını teşvik eden ve pasif sosyal medya



tüketimini azaltan müdahalelerin etkinliğini test etmek için deneysel tasarımlı araştırmaların da yürütülmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Araştırma sonuçlarından hareketle, sosyal medyada yukarı yönlü sosyal karşılaştırma eğilimine yönelik koruyucu faktörlerin gelecekte araştırılmasına ihtiyaç duyulduğu ileri sürülebilir. Bu koruyucu faktörlerden biri öz-şefkat olabilir. Öz-şefkatın koruyucu rolü, psikolojik yardım arama (Kantar ve Yalçın, 2023) gibi farklı bağlamlarda incelenmiş olsa da bildiğimiz kadarıyla sosyal medya kullanımında olumsuz sosyal karşılaştırmaları azaltmadaki rolü henüz araştırılmamıştır. Son olarak, sosyal medya kullanımında sosyal karşılaştırma türlerinin (yukarı, aşağı vb.) de incelenmesi önem arz etmektedir.

## TEORİK KATKILAR

Sosyal medya kullanıcılarında yukarı yönlü sosyal karşılaştırma eğilimleri yalnızlık hissini artırmaktadır. Bununla birlikte, aktif sosyal medya kullanıcılarında sosyal karşılaştırma ile yalnızlık arasındaki ilişki zayıflarken, pasif sosyal medya kullanıcılarında ise bu ilişki güçlenmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyada aktif etkileşimin (içerik oluşturma ve paylaşma) sosyal karşılaştırmanın olumsuz etkilerini hafifletebileceği, pasif etkileşimin (tüketme) ise bu etkileri şiddetlendirebileceği elde edilmiştir. Bu araştırma sosyal karşılaştırma, yalnızlık ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkileri Türk kültürü örnekleminde de test ederek bu alanda yürütülen araştırma kümesine kültürler arası bir katkı sağlamıştır.

## PRATİK ÇIKARIMLAR

Bu çalışmanın bulguları, sosyal medya kullanıcılarını içerik oluşturmaya teşvik etmenin, onların psikolojik iyi oluşlarını artırmada önemli olduğunu göstermektedir. Sosyal medya platformları ve ruh sağlığı profesyonelleri, blog yazarlığı, video üretimi ve sanatsal faaliyetler gibi yaratıcı etkinlikleri teşvik eden programlar ve müdahaleler geliştirebilir. Kendini ifade etme ve sosyal etkileşimi artırma stratejileri, sosyal karşılaştırmanın yalnızlık üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yardımcı olabilir. Pasif kaydırma yerine aktif etkileşimin teşvik edilmesi, topluluk hissi ve sosyal bağlılığı artırarak sosyal karşılaştırmanın yalnızlık üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilir (Verduyn ve ark., 2017).

Araştırmanın sonuçlarına göre sosyal medyada yaşanan her aktif etkileşim psikolojik açıdan faydalı olmayabilir. Örneğin, kısa yorumlar, beğeniler gibi yüzeysel etkileşimler yalnızlığı azaltmak için gerekli duygusal desteği sağlamayabilir. Başka bir örnek olarak, Hampton ve ark. (2014), sosyal medya kullanıcılarının “sessizlik (suskunluk) sarmalı” fenomeni nedeniyle görüşlerini açıklamaktan kaçındığını ve bunun da etkileşimlerin derinliğini ve samimiyetini sınırlayabileceğini öne sürmektedir. Benzer şekilde, Twenge ve Campbell (2019), aşırı ekran süresinin olumsuz ruh sağlığı sonuçlarıyla ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle, aktif kullanımın teşvik edilmesi, yalnızca içerik üretmekle sınırlı kalmamalı, aynı zamanda zorbalık ve şiddetten arındırılmış, anlamlı etkileşimleri destekleyen bir ortam yaratmaya odaklanmalıdır. Bu şekilde, sosyal medya kullanımının bireylerin iyi oluşları üzerindeki olumlu etkileri maksimize edilebilir.

**Yapay Zekâ Kullanımı.** Üretken yapay zekâ yalnızca dil düzeltme amacıyla (örneğin, Grammarly) kullanılmış olup, araştırma ve yazımın tüm diğer aşamaları yazarlar tarafından bağımsız olarak gerçekleştirilmiştir.

**Yazar Katkıları.** Etik süreçler, kavramsallaştırma, literatür taraması, yazım ve veri toplama süreçleri G.D. tarafından yürütülmüştür. Yöntem geliştirme, veri analizi, makale gözden geçirme ve düzenleme ile sonuç değerlendirme ise A.K. tarafından gerçekleştirilmiştir.

**Veri Paylaşımı.** Veriler, etik ve yasal düzenlemelere uygun olarak talep edilmesi hâlinde paylaşılacaktır.

**Etik.** Etik kurul onayının Erzurum Teknik Üniversitesi'nden alınmasının ardından, araştırma verileri Helsinki İnsan Hakları Bildirgesi doğrultusunda toplanmıştır. Etik kurul onayı, 04/27 numarası ile belgelenmiştir.

**Finansman.** Bu araştırma, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) tarafından 1919B012224024 numaralı Araştırma Projesi kapsamında desteklenmiştir.

## KAYNAKÇA

- Allan, S., & Gilbert, P. (1995). A social comparison scale: Psychometric properties and relationship to psychopathology. *Personality and Individual Differences*, 19(3), 293–299. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(95\)00086-1](https://doi.org/10.1016/0191-8869(95)00086-1)
- Bonetti, L., Campbell, M., & Gilmore, L. (2010). The Relationship of Loneliness and Social Anxiety with Children's and Adolescents' Online Communication. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 279–285. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0215>
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2012). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychological and Personality Science*, 4(5), 579–586. <https://doi.org/10.1177/1948550612469233>
- Doğan, T., Çötök, N. A., & Tekin, E. G. (2011). Reliability and validity of the Turkish Version of the UCLA Loneliness Scale (ULS-8) among university students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 15, 2058–2062. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.04.053>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161–170. <https://doi.org/10.1037/a0033111>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 Update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- George, D., & Mallery, P. (2010) *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference* 17.0 Update. 10th Edition, Pearson, Boston.
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309–314. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120>
- Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis* (3rd ed.). The Guilford Press.
- Hays, R. D., & DiMatteo, M. R. (1987). A Short-Form measure of loneliness. *Journal of Personality Assessment*, 51(1), 69–81. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5101\\_6](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5101_6)
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., Baker, M. D., Harris, T., & Stephenson, D. (2015). Loneliness and social isolation as risk factors for mortality. *Perspectives on Psychological Science*, 10(2), 227–237. <https://doi.org/10.1177/1745691614568352>
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606. <https://doi.org/10.1086/222355>
- Kantar, A., & Yalçın, İ. (2023). Masculine Gender Role Stress and Attitudes towards seeking psychological help: Serial Mediation by Self-Stigma and Self-Compassion. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04702-1>
- Kardefelt-Winther, D. (2013c). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351–354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>
- Lu, J., Luo, J., Liang, L., & Jing, M. (2018). Measuring adolescents' social media behavior outside and inside of school: development and validation of two scales. *Journal of Educational Computing Research*, 57(5), 1108–1130. <https://doi.org/10.1177/0735633118786851>
- Mansfield, L., Victor, C. R., Meads, C., Daykin, N., Tomlinson, A., Lane, J. C., Gray, K., & Golding, A. (2021). A Conceptual Review of Loneliness in Adults: Qualitative Evidence Synthesis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(21), 11522. <https://doi.org/10.3390/ijerph182111522>
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the internet. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 420–435. <https://doi.org/10.1177/00027640121957277>

- Nie, N. H., Hillygus, D. S., & Erbring, L. (2002). Internet Use, Interpersonal Relations, and Sociability: A Time Diary Study. *The Internet in Everyday Life*, 213–243. <https://doi.org/10.1002/9780470774298.ch7>
- Nowland, R., Necka, E. A., & Cacioppo, J. T. (2017). Loneliness and social internet use: Pathways to reconnection in a digital world? *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), 70–87. <https://doi.org/10.1177/1745691617713052>
- O'Day, E., & Heimberg, R. G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 100070. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100070>
- Öksüz, E., & Malhan, S. (2004). Sosyal Karşılaştırma Ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik analizi. *Ulusal Aile Hekimliği Kongresi, Bursa*.
- Olds, M. D., & Schwartz, R. S. (2009). *The Lonely American: Drifting Apart in the Twenty-First Century*. Boston: Beacon Press.
- Pew Research Center. (2024). Social media use in 2024. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>
- Schoemann, A. M., Boulton, A. J., & Short, S. D. (2017). Determining power and sample size for simple and complex mediation models. *Social Psychological and Personality Science*, 8(4), 379–386. <https://doi.org/10.1177/1948550617715068>
- Sedikides, C., & Gregg, A. P. (2008). Self-Enhancement: food for thought. *Perspectives on Psychological Science*, 3(2), 102–116. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2008.00068.x>
- Statista. (2024). *Instagram Users in Turkey by Age and Gender*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1024687/instagram-users-turkey-age-gender>
- Suls, J., Martin, R. K., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 159–163. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00191>
- Taylor, Z., Yankouskaya, A., & Panourgia, C. (2023). Social media use, loneliness and psychological distress in emerging adults. *Behaviour & Information Technology*, 43(7), 1312–1325. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2023.2209797>
- Teo, W. J. S., & Lee, C. S. (2016). Sharing brings happiness?: Effects of sharing in social media among adult users. In *Lecture Notes in Computer Science* (pp. 351–365). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-49304-6\\_39](https://doi.org/10.1007/978-3-319-49304-6_39)
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 47(6), 630–643. <https://doi.org/10.1002/eat.22321>
- Torun, E. D. (2019). Sosyal Medya Davranışları Ölçeğinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32, 217–234. <https://doi.org/10.31123/akil.620551>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2019). Media Use Is Linked to Lower Psychological Well-Being: Evidence from Three Datasets. *Psychiatric Quarterly*, 90(2), 311–331. <https://doi.org/10.1007/s11126-019-09630-7>
- Valkenburg, P. M., Kraemer, E., & Vossen, H. G. M. (2022). Social media use and adolescent well-being: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 73, 101239. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2020.101239>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites Enhance or undermine subjective Well-Being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. Retrieved from <https://wearesocial.com/us/blog/2024/01/digital-2024>
- Yang, C. (2016). Instagram Use, Loneliness, and Social Comparison Orientation: Interact and Browse on Social Media, But Don't Compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703–708. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0201>

- Youssef, L., Hallit, R., Kheir, N., Obeid, S., & Hallit, S. (2020). Social media use disorder and loneliness: any association between the two? Results of a cross-sectional study among Lebanese adults. *BMC Psychology*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-020-00421-5>
- Zhang, Z. (2013). Monte Carlo based statistical power analysis for mediation models: methods and software. *Behavior Research Methods*, 46(4), 1184–1198. <https://doi.org/10.3758/s13428-013-0424-0>