

Sosyal Ağ Sitelerinin Kullanımı ve Öznel İyi Oluş

Use of Social Networking Sites and Subjective Well-Being

Leman Pınar Tosun¹ 

Öz

Bu yazıda, sosyal ağ sitelerinin kullanımı ile kişilerin öznel iyi oluşu arasındaki ilişkinin incelendiği görgül çalışmaların gözden geçirilmesi amaçlanmıştır. İlk olarak, söz konusu ilişkinin, sosyal ağ sitelerinin kullanım türlerine göre (aktif ya da pasif) değiştiğine dikkat çekilmiştir. Ardından, sosyal ağ sitelerinin pasif kullanımının neden ve nasıl düşük öznel iyi oluşla ilişkilendiğini açıklamaya yönelik bulgular üreten araştırmalar derlenmiş ve özel olarak sosyal karşılaştırmaları ve kıskançlık duygusunu açıklayıcı faktör olarak öne süren araştırmalar özetlenmiştir. Ayrıca pasif sosyal ağ kullanımının kıskançlık dışında hangi duyguları tetikleyebildiğinin ve öznel iyi oluşun bu duygulara göre nasıl değiştiğinin araştırılması gerektiği gündeme getirilmiştir. Ek olarak, pasif sosyal ağ kullanımının hangi duyguları açığa çıkardığının ve öznel iyi oluşla ilişkisinin sosyal ağlarda kimlerle temas kurulduğuna göre değişip değişmediği sorularına da çalışmalarda verilmiş cevaplar incelenmiştir.

Anahtar sözcükler: Sosyal ağ kullanımı, öznel iyi oluş, sosyal karşılaştırma, kıskançlık.

Abstract

The aim of this article is to review the empirical studies on the relationship between the social networking sites use and subjective well-being of its users. Firstly, it has been pointed out that the outcomes of social networking sites use depend on the type of usage (active or passive). Next, the studies attempting to explain why passive social networking sites use is related to reduced subjective well-being have been compiled, and specifically, the studies in which social comparisons and feeling of envy has been offered as an explanatory mechanism have been summarized. A need for researching about which emotions other than envy may potentially be triggered by the passive social networking sites use and how subjective well-being changes depending on those emotions has been brought forward. In addition, answers given to the questions of whether the relationships between the passive social networking sites use and the users' emotions and subjective well-being depended on who have been contacted through social networking sites were sought.

Keywords: Social networking sites, subjective well-being, social comparisons, envy.

¹ Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü, Bursa

✉ Leman Pınar Tosun, Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü, Bursa, Turkey
pinart@uludag.edu.tr

Geliş tarihi/Submission date: 02.10.2018 | Kabul tarihi/Accepted: 29.10.2018 | Çevrimiçi yayın/Online published: 24.01.2019

GÜNÜMÜZDE sosyal ağlar, kişilerarası İnternet iletişimini sağlamada en çok kullanılan platformlar arasındadır. Sosyal ağlar, kişilerin genel ya da seçilmiş özel bir izleyici kitlesine sunmak üzere çevrimiçi profil oluşturdukları ve bunları istedikleri sıklıkta güncelleyebildikleri; aynı sosyal ağa üye olan kişiler arasından dilediklerini arkadaş ya da izleme listesine alıp kendi oluşturdukları içerikleri (söz, resim, video... vb.) onlarla paylaştıkları ve onların paylaşımlarını takip ettikleri web ortamlarıdır. Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, LinkedIn şu an için ülkemizde sosyal ağların en popüler olanlarıdır. Her birinin amacı birbirinden bir ölçüde farklıdır: Twitter'da yazı, Instagram'da resim, Youtube'da video paylaşımlarına odaklanılmıştır; Facebook sosyalleşme ve boş vakitleri eğlenceli geçirmek için, LinkedIn ise profesyonel yaşamla ilgili paylaşımlar için daha uygundur. Günümüzde pek çok kişi birden fazla sosyal ağa üyedir ve bu platformlarda çok vakit geçirilmektedir. 2016 yılı itibariyle sosyal ağların tüm dünyada toplam 2.8 milyar kullanıcısı vardır ve 2021 yılında 3 milyarı geçeceği kestirilmektedir (Statista 2018a). Kullanıcıların günde ortalama 135 dakikalarını sosyal ağlarda geçirdiklerine dair istatistik mevcuttur (Statista 2018b). Önceleri daha çok gençlerin rağbet ettikleri sosyal ağlar, artık orta ve ileri yaşta bireyler tarafından da yoğun olarak kullanılmaktadır.

Kullanımı böylesine yaygınlaşınca, insanları sosyal ağları kullanmaya motive edenin ne olduğu sorusu sosyal bilimcilerin ilgisini çekmiştir. Dünyada aktif kullanıcı sayısı en yüksek olan sosyal ağ Facebook'tur (Statista 2108c) ve bu nedenle sosyal ağ kullanımı hakkındaki anket araştırmalarının çoğu, Facebook'un kullanıcılarından veri toplayarak yapılmıştır. Bulgulara göre, insanlar sosyal ağları en çok, aile ve arkadaşlarıyla temaslarını sürdürmek ve artık temaslarını yitirdikleri bazı eski arkadaşlarını bulmak için kullanırlar; bunun yanı sıra ortak hobileri ve ilgi alanları olan kişilerle bağlantı kurmak, ünlüleri (sporcular, politikacılar... vb.) takip etmek ve romantik ilişki kurmak gibi amaçlarla da sosyal ağlar kullanılmaktadır (Joinson 2008, Smith 2011, Tosun 2012, Yang ve Brown 2013). Hangi amaçlarla kullanıldıklarının yanı sıra, sosyal ağların kişilerin öznel iyi oluşuna nasıl bir etkisi olduğu da araştırılan bir konudur. Bu soruya cevap aranan araştırmaları tanıtmadan önce, öznel iyi oluş kavramının anlamını net olarak ortaya koymak yerinde olacaktır.

Öznel iyi oluş, kişinin hayattan aldığı doyumunu değerlendirmesidir (Diener 2009). Bir kişinin öznel iyi oluşunun yüksek olması; o kişinin olumlu duygulanımları yüksek düzeyde, olumsuz duygulanımları ise düşük düzeyde deneymediği ve genel olarak yaşamından memnun olduğu anlamına gelir. Dünyanın 41 farklı ülkesinde yapılan bir çalışmanın sonuçları, her ülkede kişilerin öznel iyi oluşu -mutluluğu ve yaşam memnuniyetini- "fevkalade önemli ve değerli" olarak nitelendirdiklerini göstermiştir (Diener 2000). Bir başka çalışmada ise, başkasının ne kadar iyi ve arzulanacak bir hayat sürdürdüğünü değerlendirirken insanların, o kişinin maddi durumundan çok öznel iyi oluşunu -ne kadar mutlu olduğunu ve hayatını ne ölçüde anlamlı bulduğunu- dikkate aldıklarını göstermiştir (King ve Napa 1998). Yüksek düzeyde öznel iyi oluş, pek çok kişi için yaşamdaki temel bir hedef olduğundan, insanlar ellerindeki çeşitli araçları ve olanakları, öznel iyi oluşlarını yükseltmek için kullanmayı denerler. İçinde bulunduğumuz dijital çağın sunduğu sosyal ağ teknolojilerini de, insanlar öznel iyi oluşlarını artırmak yönünde kullanmak isterler; ancak araştırmalar, sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşu artırabileceği gibi azaltabileceğini de göstermektedir. Bu gözden geçirme çalışmasında, her iki yönde sonuç bildiren çalışmalara örnekler verilecek ve sosyal ağ kullanımının öznel iyi

oluşla ilişkisinin pozitif veya negatif yönde olmasının hangi psikolojik süreçlerle gerçekleştiği sorgulanacaktır.

Bu gözden geçirme çalışmasının çerçevesini oluşturmada şu üç koşula dikkat edilmiştir: Birincisi, psikolojik iyi oluşun genel İnternet kullanımıyla değil, özel olarak sosyal ağ kullanımıyla ilişkisine odaklanılmıştır. Burke ve arkadaşlarının (2011), her tür İnternet kullanma davranışını tek bir genel başlık altında toplayıp çeşitli psikolojik değişkenleri bu genel kavramla ilişkilendirmeye çalışmaktan kaçınmak gerektiği şeklindeki eleştirisi dikkate alınmıştır. İkincisi, çok spesifik bazı sosyal ağ kullanma davranışları (örneğin siber zorbalık ya da siber porno), bu gözden geçirmenin konusu dışında tutulmuştur. Söz konusu spesifik davranışları, sadece o davranışlara özgü olan bazı psikolojik süreçlerle açıklamanın uygun olduğu; genel olarak sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşla ilişkisini açıklamak üzere geliştirilmiş kuramlar ve kavramlar bağlamında değerlendirmenin uygun olmayacağı düşünülmüştür. Üçüncü olarak; bu gözden geçirmede amaç, sosyal ağların patolojik kullanımını ya da sosyal ağlara bağımlılığı incelemek değil; genel popülasyonun gündelik yaşamında yer bulan ve geniş kabul gören bir etkinlik olarak sosyal ağ kullanımını ve bu kullanımın kullanıcıların psikolojik iyi oluşlarıyla ilişkisini anlamaktır. Dolayısıyla, burada gözden geçirilen çalışmalar, psikolojik açıdan sağlıklı katılımcılardan verilerin toplandığı görgül araştırmalardır; klinik tanı alan kişilerle yapılan çalışmalar bu gözden geçirmeye dâhil edilmemiştir.

Sosyal ağ kullanımı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin sorgulandığı çalışmalara bakıldığında, bağımsız/yordayıcı değişkenin (sosyal ağ kullanımı) ele alınışı açısından çalışmaların zaman içinde önemli değişim gösterdiği göze çarpar (Verduyn ve ark. 2017). Erken dönem çalışmalarda sosyal ağları kullanma süresi (günde –veya haftada kaç dakika süreyle) veya sıklığı (günde –veya haftada kaç kez) incelenmiştir. Ancak kişilerin sosyal ağları ne kadar süreyle ya da ne sıklıkta kullandıklarını doğru hatırlayamamaları; iş/okul günleriyle tatil günlerinde sosyal ağ kullanarak geçirilen sürelerin genellikle farklı olmasının yarattığı karışıklık gibi sebeplerle bu ölçümler çok sağlıklı değildir. Daha sonraki çalışmalarda, sosyal ağlarda ne kadar süreyle/ne sıklıkta vakit geçirildiğinin yanı sıra neler yaparak vakit geçirildiğinin de önemli olabileceği düşünülerek, kişilere bu siteleri nasıl kullandıklarına dair sorular yöneltilmiş (örneğin ne sıklıkta mesaj gönderdikleri, ne sıklıkta başkalarının profillerini ziyaret ettikleri... vb.) ve elde edilen verileri kullanarak katılımcıların her biri için genel sosyal ağ kullanımı puanı hesaplanmıştır. Ellison ve arkadaşlarının (2007) geliştirdiği İnternet kullanma yoğunluğu ölçeğinden uyarlanan Facebook kullanma yoğunluğu ölçeği, bu tür çalışmalarda faydalanılan ölçüm araçlarına bir örnektir. Son zamanlardaki çalışmalarda daha çok karşılaşılan ise, sosyal ağların farklı tür kullanımlarından her birinin (örneğin pasif ve aktif kullanım) ayrı değişkenler olarak değerlendirilmesidir. Kişilerin genel sosyal ağ kullanımını değerlendirmektense, her bir kullanım türü için ayrı değerlendirme yapmak daha işlevsel olmaktadır çünkü sosyal ağlarda yapılan farklı türdeki etkinliklerden her birinin öznel iyi oluşla ilişkisinin hem şiddeti hem de yönü birbirinden farklı olabilmektedir.

Sosyal Ağların Farklı Kullanım Türleri

Sosyal ağların pek çoğu kullanıcıların bir dizi farklı etkinlik yapmasına fırsat verir, örneğin başkalarıyla birebir ve eş zamanlı olarak yazışmak, genel bir izleyici kitlesiyle bir içeriği paylaşmak, başkalarının paylaşımlarını takip etmek, başkalarının paylaşımlarına

yorum yapmak ya da onları beğenmek. Bu etkinlikler, en geniş biçimde aktif ve pasif olmak üzere iki başlık altında toplanır (Burke ve ark. 2010, Deters ve Mehl 2013, Krasnova ve ark. 2013, Verduyn ve ark. 2015). Aktif kullanım ile kast edilen, kullanıcının başkalarıyla doğrudan iletişim kurması ve/veya onlarla paylaşmak üzere içerik üretmesidir, pasif kullanım ile kast edilen ise, karşı tarafla iletişime geçmeksizin sadece onların sunduğu içeriklerin tüketilmesidir. Bazı çalışmalarda aktif-pasif ayırımından daha detaylı bir sınıflandırmaya gidilmiştir. Örneğin Frison ve Eggermont (2015) üç tür Facebook kullanımı tanımlamıştır: aktif-özel (hedef kişiyle birebir iletişim), aktif-genel (genel izleyici kitlesiyle doğrudan iletişim) ve pasif kullanım. Koroleva ve ark. (2011) ise Facebook kullanımını beş kategoride incelemiştir: aktif katılım, pasif takip, sosyal tarama (eski tanıdıklarını bulmak için Facebook'u tarama) ve sosyal arayış (yeni arkadaşlar arama).

Çalışmalarda, kullanıcıların Facebook'u en çok birebir iletişim için, ikinci olarak ise pasif takip için kullandıkları bildirilmektedir (Frison ve Eggermont 2015, Verduyn ve ark. 2015). Farklı kullanım türlerinin öznel iyi oluş açısından farklı sonuçlar doğurduğu pek çok çalışmada ortaya çıkmıştır. Spesifik olarak, öznel iyi oluşun pasif kullanım ile ilişkisinin negatif olduğu (Krasnova ve ark. 2013; Kross ve ark. 2013, Shaw ve ark. 2015, Tandoc ve ark. 2015, Verduyn ve ark. 2015); sosyal ağlarda kendini başkalarına açmakla (aktif kullanım) ilişkisinin ise pozitif olduğu görülmüştür (Kim ve Lee 2011, Lee ve ark. 2011, Kim ve ark. 2014, Wang 2013). Ayrıca aktif Facebook kullanımı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkide cinsiyetin ve kişiliğin düzenleyici rolü olduğu bulgusunu ortaya koyan çalışmalar da vardır. Şöyle ki, Belçika'da lise öğrencileri arasında yapılan bir çalışma, aktif kullanımın öznel iyi oluşla pozitif ilişkisinin erkeklere kıyasla kız öğrencilerde daha yüksek olduğunu (Frison ve Eggermont 2016) ve ABD'de üniversite öğrencileri arasında yapılan bir başka çalışma ise nörotizm düzeyi yüksek olan kadınlarda aktif Facebook kullanımının depresyon düzeyindeki azalma ile ilişkili olduğunu göstermiştir (Simoncik ve ark. 2014).

Bu noktada, sosyal ağ kullanımı ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmaların yöntemsel özelliklerine de dikkat çekmek gerekli gözükmektedir. Yukarıdaki paragrafta sunulan çalışmalar ilişkisel-kesitsel çalışmalardır ve genellikle ergen ya da genç yetişkin öğrenci örneklemelerinden anket yoluyla veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Pasif sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşu azalttığı, aktif kullanımının ise arttırdığı iddiasını yapabilmek için ilişkisel-boylamsal ve deneysel çalışmalar gerekmektedir. Aksi takdirde sonuçları öznel iyi oluşu yüksek olanların sosyal ağları aktif kullanmayı tercih ettikleri, pasif kullanımdan ise uzak durdukları biçiminde de yorumlamak da mümkün olabilir.

Sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşla ilişkisinin ilişkisel-boylamsal ve deneysel olarak incelendiği çalışmalar görece az da olsa mevcuttur. Verduyn ve ark. (2015), sosyal ağ kullanımı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkiyi inceledikleri iki çalışmadan ilkinde, laboratuvara çağırdıkları katılımcıları rastgele biçimde aktif ve pasif Facebook kullanımı koşullarına atadılar, hangi grupta yer aldıklarına göre katılımcılardan 10 dakika boyunca Facebook hesaplarında aktif veya pasif etkinliklerle vakit geçirmelerini istediler. Bu deneysel manipülasyonun öncesinde ve sonrasında aldıkları duygu durumu ölçümlerini karşılaştırdıklarında, pasif kullanım koşulunda yer alanların duygusal öznel iyi oluşlarında azalma olduğunu gözlediler. İkinci çalışmada ise araştırmacılar, katılımcıların sosyal ağ kullanımlarını gündelik yaşam içinde gözlemledikleri. Bu amaçla 6 gün boyunca her

gün beş defa katılımcılara mesajla sorular iletiler. Onlara mesajı aldıkları andaki duygu durumlarını ve bir önceki mesajdan bu yana çeşitli sosyal ağ etkinliklerini ne sıklıkta yaptıklarını sordular. Bir önceki ölçümden bu yana çeşitli sosyal ağ etkinliklerini ne sıklıkta yaptıklarının, o andaki duygu durumları ile ilişkisini ve o anki duygu durumlarının ise bir sonraki ölçümdeki sosyal ağ kullarımlarıyla ilişkisini analiz ettiler. Bu çalışmada sonuçlar yine, pasif Facebook kullanımının öznel iyi oluşu düşürdüğüne işaret etti. Olumsuz duygu durumunun pasif Facebook kullanımını artırdığı yönünde bir ilişkiye dair bulgu ise elde edilmedi. Bir başka çalışmada; Fardouly ve ark. (2015), katılımcıları iki İnternet kullanımı koşulundan birine rasgele atadılar: Bir grup kadın katılımcı kendi Facebook sayfalarında pasif biçimde 10 dakika vakit geçirdi, kontrol grubundakiler ise aynı süreyi Facebook haricindeki bir web sitesinde geçirdi. On dakikalık süreyi Facebook'ta geçirenlerin olumsuz duygu durumunun, kontrol grubundakilerinkine kıyasla yüksek olduğu görüldü.

Özetle, bu bölümde aktarılan çalışmalar sosyal ağların aktif kullanımının öznel iyi oluşta artışla, pasif kullanımının ise öznel iyi oluşta azalışla ilişkili olduğunu göstermektedir. Ancak araştırmacılar, bu bağlantıyı saptamakla yetinmeyip sosyal ağların aktif ve pasif kullanımını öznel iyi oluştaki artış ve azalışla ilişkili kulan psikolojik süreçleri de anlamak istemişlerdir. Bu gözden geçirmenin bir sonraki bölümünde, pasif sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşla negatif ilişkisini açıklamaya çalışan araştırmalara odaklanılacaktır.

Sosyal Ağların Pasif Kullanımının Öznel İyi Oluşa Etkisi

Literatür incelendiğinde, sosyal ağların pasif kullanımının öznel iyi oluşu nasıl düşürdüğü sorusuna araştırmacıların verdikleri en popüler cevabın “sosyal karşılaştırmaları artırarak” olduğu görülür. Bireylerin girdikleri her ortamda kendi özelliklerini ve çeşitli alanlardaki performanslarını başkalarınınkilerle karşılaştırmaya yönelik güçlü eğilimleri vardır. Sosyal ağlar kişilerin bu eğilimini kolaylaştırır, hızlandırır ve çoğaltır (Haferkamp ve Krämer 2011). Sosyal ağların henüz gündelik yaşamlarımızın bir parçası haline gelmesinden önce çeşitli İnternet araçlarının sosyal etkileri üzerine yapılmış olan araştırmalar, İnternet'teki bazı iletişim ortamlarında (örneği sohbet odalarında) insanların başkalarına gerçek benliklerini değil, idealleştirilmiş benliklerini sunma eğiliminde olduklarına dair bulgular üretmiştir (Walther 1996). Sosyal ağların yaygınlaşmasıyla birlikte ise insanların idealleştirilmiş benliklerini sunma eğilimleri, sosyal ağ profillerinde kendilerinin en güzel/en başarılı/en mutlu oldukları anlarla ilgili paylaşımlarda bulunmaları biçiminde devam ettiği gözlenmektedir. Sosyal ağ sayfalarında gezindikçe kişiler, başkalarının bu sayfalardaki idealleştirilmiş öz sunumlarıyla karşılaşırlar ve burada sergilenen özellikleri kendilerinin gerçek özellikleriyle kıyaslayarak, diğer kişilerin kendilerinden çok daha iyi ve üstün durumda olduğu şeklinde yanlış bir yargıya ulaşabilirler. Chou ve Edge'nin (2012) çalışmasında, kişilerin sosyal ağlarda geçirdikleri zaman ne kadar fazlaysa, başkalarını kendilerinden daha iyi durumda varsaymalarının da o kadar yüksek düzeyde olduğu iddiası test edilmiş ve iddia destek bulunmuştur.

Sosyal karşılaştırma kavramının sosyal psikoloji literatüründe sağlam bir yer edinmesini sağlamış olan Festinger'e (1954) göre, kişiler gereksinimleri doğrultusunda bazen kendilerinden üstün olanlarla, bazen de daha aşağı konumda olanlarla sosyal karşılaştırma yaparlar (sırasıyla yukarı yönde ve aşağı yönde karşılaştırmalar). Yüz yüze ortamda gerçekleştirilen pek çok çalışmanın bulgularına göre aşağı yönde karşılaştırma-

lar kişilerin kendilerini iyi hissetmesini sağlayabilir (Wheeler ve Miyake 1992, Van der Zee ve ark. 1995, Locke ve Nekich 2000, Bogart ve ark. 2004), yukarı yönde karşılaştırmalar ise kişilerin kendini geliştirme motivasyonunu artırabilir (Collins 1996, Buunk ve ark. 1997). Öte yandan, hem yukarı hem de aşağı yönde karşılaştırmalar bazı koşullarda olumsuz duygular da yaratabilir: Kişiler, aşağı yönde karşılaştırma hedefine bakıp kendilerinin de aynı duruma düşmelerinin/aynı talihsizliği yaşamalarının mümkün olduğu yargısına vardıkları takdirde olumsuz duygular yaşarlar; yukarı yönde karşılaştırma hedefine bakıp kendilerinin şanssız olduğunu ya da haksız biçimde dezavantajlı konumda yer aldıklarını düşündükleri takdirde yine olumsuz duygular açığa çıkar (Suls ve ark. 2002). Sosyal karşılaştırmaların sosyal ağlarda incelendiği çalışmalarda ise, genellikle sadece yukarı yönde karşılaştırmalara odaklanılmış ve bu tür karşılaştırmaların depresyonda artış, özgüvenin düşmesi, beden memnuniyetsizliği, kıskançlık hissi gibi olumsuz sonuçları rapor edilmiştir (Locatelli ve ark. 2012, Feinstein ve ark. 2013, Lee 2014).

Bu noktada, yine sözü edilen çalışmaların çoğunun ilişkisel-kesitsel olduğuna dikkat çekmek gerekir. Yapılan az sayıda ilişkisel-boylamsal ve deneysel çalışmaya burada özel olarak değinmek uygun olacaktır. Fardouly ve arkadaşlarının (2015) önceki bölümde de bahsedilmiş olan çalışmasında, öncelikle kadın katılımcıların bir kişilik özelliği olarak sosyal karşılaştırma eğilimine ne ölçüde sahip oldukları ölçülüp söz konusu eğilimi güçlü ve zayıf olanlar belirlenmiş, ardından bazılarının 10 dakika boyunca kendi Facebook sayfalarında, diğerlerine ise başka bir web sayfasında vakit geçirmeleri yönergesi verilmiştir. Süre bitiminde katılımcılara kendi fiziksel görüntülerinden memnuniyetleriyle ilgili sorular yöneltilmiştir. Sosyal karşılaştırma eğilimi güçlü olan kadınlardan vaktini Facebook'ta geçirenlerin, başka bir web sitesinde vakit geçiren kontrol grubundakilere kıyasla, fiziksel görünümüne dair memnuniyetlerinin düşük olduğu görülmüştür. Bir başka deneysel çalışmada da buna benzer biçimde, sosyal karşılaştırma yapma eğilimi güçlü olan katılımcılardan Facebook'ta bir arkadaşlarının sayfasını ziyaret ederek vakit geçirenlerin, aynı süreyi kendi Facebook sayfalarında ya da Facebook dışındaki bir web sayfasında gezinerek vakit geçirenlere kıyasla, kendilerini daha olumsuz değerlendirdikleri, özgüvenlerinin daha düşük olduğu ve duygu durumlarının daha olumsuz olduğu görülmüştür (Vogel ve ark. 2015).

İnsanlar, sosyal karşılaştırmalara çeşitli duygusal tepkiler verirler ve yukarı yönde karşılaştırmalara verilen en tipik duygusal tepki, kıskançlıktır. Sosyal ağların pasif kullanımının öznel iyi oluşu neden ve nasıl azalttığının incelendiği çalışmaların bazısında kıskançlık duygusundaki artış bir açıklama olarak önerilmiş, hatta "Facebook kıskançlığı" diye bir kavram öne sürülmüştür (Muisse ve ark. 2009, Krasnova ve ark. 2013). 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 hissettiklerini; %36.9'u ise sıkılmış, kızgın, hayal kırıklığına uğramış, suçlu, mutsuz hissettiklerini bildirmiştir. Bunun üzerine kızgınlık, hayal kırıklığı gibi olumsuz duygular hissetmelerinin altında yatan sebep sorulduğunda, katılımcıların %29.6'sı bu duyguların temelinde kıskançlığın yattığını bildirmiştir. Kıskançlığı özellikle seyahat etme, sosyal aktiviteler ve sosyal ilişkiler gibi alanlarda başkalarının yaptığı paylaşımlarını izlemenin ardından hissettiklerini belirtmişlerdir. Başka bazı

araştırmaların bulguları da pasif Facebook kullanımının kıskançlık duygusunu pozitif yönde yordadığını göstermektedir (Muisse ve ark. 2009, Ding ve ark. 2017).

Bazı çalışmalarda, sosyal ağlarda başkalarının olumlu paylaşımlarına maruz kalmanın tetiklediği kıskançlık duygusu, sosyal ağların pasif kullanımı ile öznel iyi oluş arasında bir aracı değişken olarak ele alınmıştır. Örneğin, Facebook’u pasif biçimde kullanmanın kıskançlık duygusunu artırarak uzun vadede kişilerin yaşam memnuniyetini olumsuz yönde yordadığı Almanya’daki üniversite öğrencilerinden toplanan bir verinin analizi ile tespit edilmiştir (Krasnova ve ark. 2013). Bir başka çalışmada ise, Çinli üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklemden elde edilen veriler, pasif Facebook kullanımı ile düşük öznel iyi oluş arasındaki ilişkide kıskançlık hissini kısmi aracı rolü bulunduğunu ve söz konusu ilişkide kıskançlığın etkisinin erkeklere kıyasla kadınlarda daha kuvvetli olduğu göstermiştir (Ding ve ark. 2017). ABD’deki üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklemden toplanan veri üzerinde, pasif Facebook kullanımının kıskançlığı, kıskançlığın ise depresyonu tetiklediğine işaret eden bir model test edilerek verinin modelle uyumlu olduğu görülmüştür. Pasif sosyal ağ kullanımının kıskançlık hissiyle ilişkisine işaret eden çalışmaların bazısında, kişilerin sosyal ağlardaki pasif etkinlikleri sırasında sıklıkla yukarı yönde karşılaştırma yaptıkları varsayımı sınamaksızın kabul edilir ve bu karşılaştırmalardan ötürü kıskançlık hislerinin arttığı yorumu yapılır. Oysa bu yorumu yapabilmek için pasif sosyal ağ kullanımının gerçekten de sosyal karşılaştırmaları artırıp artırmadığını görgül olarak incelemek gereklidir. Pasif sosyal ağ kullanımının yukarı yönde karşılaştırmaları, yukarı yönde karşılaştırmaların ise kıskançlık hissini arttırdığı şeklinde zincirleme ilişkinin görgül olarak incelendiği bir çalışmayı Lim ve Yang (2015) yapmıştır ve bu ilişki zincirinin varlığına dair görgül destek sağlamıştır.

Tüm bu bulgulara dayanarak sosyal ağ kullanımının uzun vadede ortaya çıkarttığı olumsuz psikolojik sonuçlarda, yukarı yönde sosyal karşılaştırmalar sonucu hissedilen kıskançlık duygusunun anahtar rolü olduğu söylenebilir. Ancak yine, ilişkinin yönünün net biçimde ortaya koyulabilmesi için, ilişkisel-kesitsel araştırmaların ötesine geçmeye, daha fazla ilişkisel-boylamsal ve deneysel çalışmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Facebook kullanımıyla kıskançlık duygusu arasındaki ilişkiyi ilişkisel-boylamsal ve deneysel yöntemlerle inceleyen görgül araştırmaların sonuçları şunlardır: Verduyn ve arkadaşlarının (2015) altı günlük boylamsal çalışmasına göre, katılımcıların belirli bir ölçüm zamanındaki kıskançlık hisleri, bir önceki ölçümden bu yana ne sıklıkta pasif Facebook kullanımı deneyimi yaşadıklarına bağlıdır. Ayrıca, çeşitli deneysel çalışmalarda katılımcılar yukarı yönde ve aşağı yönde karşılaştırma koşullarından birine (sırasıyla, Facebook’ta yüksek standartlı -başarılı ve alımlı- hedef kişiyle karşılaştırma yapma koşulu ve düşük standartlı -başarısız ve cazibesi düşük- hedef kişiyle karşılaştırma koşulu) atanmıştır. Yukarı yönde karşılaştırma koşulunda olanların aşağı yönde karşılaştırma koşulundakilere kıyasla öznel iyi oluşlarının düşük ve kıskançlık hislerinin yüksek olduğu bulunmuştur. Böylece, kıskançlık hissini yukarı yönde karşılaştırmaların bir sonucu olduğu gösterilmiştir (Haferkamp ve Gramer 2011, Vogel ve ark. 2014, Appel ve ark. 2016).

Sosyal Ağların Pasif Kullanımının Duyguları Tetiklemesi

Bir çalışmada, sosyal ağlarda yaygın olarak ele alınan kıskançlık duygusunun yanı sıra

utanç duygusu da sosyal karşılaştırmaların ardından doğabilecek potansiyel bir duygu olarak incelenmiştir. Lim ve Yang (2015), sosyal ağlardaki sosyal karşılaştırmaların davranışsal (farklı bir sosyal ağa geçme niyeti) ve psikolojik (tükenmişlik hissi) tepkiler üzerindeki etkisinde kıskançlığın ve utancın rolünü incelemiştir. Sonuçlara göre sosyal karşılaştırmalar hem kıskançlık, hem de utanç hissi doğurur ve kıskançlık hissi arttığında bireylerin farklı bir sosyal ağa geçme niyeti artar; utanç düzeyleri arttığında ise daha fazla tükenmişlik yaşarlar.

Sosyal ağların pasif kullanımı, kıskançlık ve utanç gibi olumsuz duygulardan başka, olumlu duygularla da ilişkili olabilir mi? Yüz yüze ortamda sosyal karşılaştırmalara verilen duygusal tepkileri açıklamaya yönelik geliştirilen Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı'na göre yukarı yönde karşılaştırmalar bir yandan kıskançlık, utanç, üzüntü, kızgınlık gibi olumsuz duygular, bir yandan ise ilham alma, umut, hayranlık gibi olumlu duygular uyandırma potansiyeli taşır (Smith 2000). Ne tür duyguların hissedildiği, karşılaştırma hedefinin kim olduğuyla ilişkili olabilmektedir. Kişiler, rakiplerini ya da yabancı gördükleri, uzak hissettikleri kişileri kendilerinden daha başarılı/mutlu/zengin... vb. algıladıklarında olumsuz duygusal tepki verebilirler; öte yandan yakın hissettikleri, kendilerini özdeşleştirdikleri kişilerle (aile veya akraba üyeleri, yakın arkadaşlar... vb.) rekabet içinde olmadıkları alanlarda sosyal karşılaştırmalar yaptıklarında, olumlu duygusal tepki verebilirler. Yukarı yönde karşılaştırmaların ardından Smith'in öngördüğü gibi ilham alma, hayran kalma ve umut duygularının ortaya çıkıp çıkmadığı, sosyal ağ ortamında yeterince test edilmemiştir (Kaşdarma 2016).

Sosyal ağlar, kişilerin hem yakınlarıyla, hem de gence az yakınlarıyla (örneğin "arkadaşların arkadaşları") ve kişisel tanışıklıkları olmayanlarla (örneğin ünlülerle) bir araya geldikleri platformlardır. Sosyal ağlardaki arkadaşlarını veya izleme listesindekileri daha çok kimlerin oluşturduğuna, orada daha çok kimlerle sosyal karşılaştırma yaptıklarına bağlı olarak kişilerin duygusal tepkileri değişebilir. Dolayısıyla sosyal ağların pasif kullanımı, yalnızca kıskançlık ve utancı değil, Smith'in (2000) önerdiği sosyal karşılaştırma temelli duygular listesindeki olumlu duyguları da tetikleyebilir. Bu konu, henüz yeterince incelenmemiştir ve araştırmacıların ilgisini beklemektedir.

Takip Edilen Kişilerin Kullanıcıların Özel İyi Oluşuna Etkisi

Sosyal ağlarda pek çok farklı türde kişiler arası ilişki sürdürülebilir: Kullanıcılar, yüz yüze ortamda aktif biçimde devam etmekte olan sosyal ilişkilerinin bir uzantısı olarak sosyal ağları kullanabilecekleri gibi yabancılarla tanışıp yeni arkadaşlıklar başlatabilirler, ya da dolaylı yollardan tanıdıkları ve arkadaştan çok "tanıdık" olarak nitelendirilmesi daha doğru olabilecek kişilerle iletişim kurabilirler. Sosyal ağlarda, bu kişilerin hepsine –ayrım yapılmaksızın– "arkadaş" ya da "takipçi" gibi bir isim verilse de, aslında sosyal ağlarda birbirinden çok farklı nitelikte ilişkilerin sürdürüldüğünü fark etmek önemlidir, çünkü sosyal ağ kullanımının psikolojik sonuçları, bu ilişki türlerine göre değişebilir (Tosun 2017). Örneğin Bessiere ve arkadaşları (2008), ABDli Facebook kullanıcılarının depresyon düzeyini 6 ay arayla iki kez ölçtükleri boylamsal bir çalışmayla, Facebook'u aileleri ve mevcut arkadaşlarıyla iletişim için kullananların depresyon düzeylerinde düşüş yaşandığını, ancak yüz yüze ortamda yeterince sosyal desteğe sahip olduklarını bildirdikleri halde yine de Facebook'tan yeni arkadaşlar edinen katılımcıların depresyon düzeylerinin yükseldiğini gösterdiler. Benzer bir şekilde, Instagram kullanıcıları arasında yapılan bir çalışmada, kullanıcıların izleme listesindekilerin çoğunluğu tanıdıklar

olması halinde, günlük Instagram kullanma süresiyle kullanıcının depresyon düzeyi arasında negatif ilişki olduğu; izleme listesinin çoğunluğunu yabancılar oluşturduğunda ise tam tersine ilişkinin pozitif olduğu görülmüştür. Bir başka çalışmada, katılımcılarda kıskançlık uyandırabilecek bir içeriğe sahip sahte sosyal ağ bildirimleri hazırlanıp (“son model bir akıllı telefon aldım” ve “çok güzel bir yaz tatili geçirdim” gibi) katılımcılara sunulmuş, bu bildirimlerin sosyal ağlarındaki bir arkadaşları tarafından gönderildiğini hayal etmeleri istenmiş ve bildirimleri alınca ne düzeyde mutluluk ve kıskançlık yaşadıkları sorulmuştur. Bulgulara göre, katılımcıların söz konusu bildirimleri alınca deneyimledikleri mutluluk hissi yüksek, kıskançlık hissi düşüktür. Ancak mutluluk duygusunun yoğunluğu, bildirim göndereni kendileriyle ne ölçüde güçlü bağları olan bir kişi olarak hayal ettiklerine göre değişmektedir: Güçlü bir bağ kurdukları sosyal ağ arkadaşlarından gelen bildirim arından hissettikleri mutluluk düzeyi, orta ve zayıf düzeyde bağ kurdukları kişilerden gelen bildirimlerden sonra hissettikleri mutluluğa kıyasla daha yüksektir.

Özetle son dönemdeki bazı çalışmalar, sosyal ağların pasif kullanımının nasıl duygular uyandıracığı ve öznel iyi oluşu artırmak yönünde mi yoksa azaltmak yönünde bir etki doğuracağı araştırılırken, sosyal ağlarda kendilerine ilişkin içerik oluşturup paylaşanlarla onları izleyenler arasındaki ilişkinin niteliğini de göz önüne almak gerektiğini ortaya koymaktadır. Özellikle bizim kültürümüzün de dâhil olduğu “ilişkililik kültürlerinde” (Kağıtçıbaşı 1996) kişilerin nasıl davrandıkları ve davranışlarının ne tür psikolojik sonuçlar doğurduğunun, karşılarındaki kişinin kim olduğuna göre -kendinden saydığı biri mi yoksa kendinden uzak gördüğü biri mi- değişebileceğini dikkate almak, çalışmaların sonuçlarını yorumlayabilmek açısından önemli olabilir.

Tartışma

Bu çalışma, sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşla ilişkisine dair alandaki çalışmaların şu üç sonucu ortaya koyduğuna dikkati çekmektedir: 1) Sosyal ağlar aktif biçimde kullanıldığında öznel iyi oluşu artırır, pasif biçimde kullanıldığında ise azaltır. 2) Pasif sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşta düşüşle ilişkili olması, yukarı yönde sosyal karşılaştırmaları ve başka kıskançlık olmak üzere olumsuz duyguları tetiklemesinden kaynaklanmaktadır. 3) Pasif sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşta düşüşle ilişkili olması, yukarı yönde sosyal karşılaştırmalardaki hedef kişi kullanıcının bir yakını olduğunda değil, bir yabancı olduğunda ya da kullanıcının az tanıdığı ve yakın hissetmediği biri olduğunda ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada ortaya konan bulgular, sosyal ağları öznel iyi oluşlarına olumlu etki sağlayacak şekilde kullanmaları yönünde kullanıcılara tavsiyeler üretilmesine katkı sağlayacak niteliktedir. Açıklanan bulgular ışığında sosyal ağ kullanıcılarına şunlar tavsiye edilebilir: 1) Kullanıcılar sosyal ağları sadece pasif izlemeler için değil, aktif biçimde – içerik üretip paylaşarak, başkalarının mesajlarına yorum bırakarak ve onlarla birebir iletişime geçerek kullanmalı. 2) Kullanıcılar sosyal ağlarda yukarı yönde karşılaştırma yapmaktan kaçınmasalar da bu karşılaştırmaların üzerlerinde olumsuz psikolojik etkiler bırakmasını engelleyebilirler. Bunun için öncelikle neyle neyi karşılaştırdıklarına dair farkındalıkları olmalıdır: Sosyal ağlarda kişilerin kendileri hakkında sundukları bilgiler çoğunlukla onların gerçek hallerini değil, idealleştirilmiş hallerini yansıtır. Buna dair farkındalıkları olduğunda, kullanıcıların sosyal ağlardaki sosyal karşılaştırmalardan sonra olumsuz duygular yaşamaları azalabilir. 3) Kullanıcılar, sosyal ağlarında kimlerin yer

aldığının bilincinde olmalıdır. Her kullanıcı, ağına kimleri dahi ettiğine bağlı olarak, sosyal ağları kendisi için ya bir sosyal dayanışma ortamı, ya da bir rekabet ortamı haline de getirebilir. Sosyal ağlarındaki olumlu paylaşımlarını gördükçe sevinç, gurur gibi olumlu hisler yaşayacakları, rekabet değil yakınlık hissettikleri kişiler sosyal ağlarında çoğunlukta olduğunda, bu ağlar kişilerin öznel iyi oluşlarını yükselten platformlar olabilir.

Bu gözden geçirme, sosyal ağ kullanımı ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkiye dair çalışma yapmak isteyen araştırmacılara bazı iç görüler kazandırabilir. Öncelikle, araştırmalarda, sosyal ağ kullanımına dair demografik bilgilerle (kullanım süresi ve sıklığı gibi) öznel iyi oluş arasındaki ilişkilerin incelendiği dönemlerin aşıldığı görülmektedir. Son dönemlerde araştırmacılar, sosyal ağ kullanımı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin doğasına dair sağlıklı çıkarımlar yapabilmek için, sosyal ağların ne sıklıkta/ne yoğunlukta değil, nasıl kullanıldığına dair detaylı veri toplayıp bu verileri psikolojideki çeşitli kavramlar ve kuramlar bağlamında incelemeye başlamışlardır. Çevrimdışı ortamda geliştirilmiş kavram ve kuramların –Sosyal Karşılaştırma Kuramı ve Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Modeli gibi- çevrimiçi davranışları açıklamakta da işlevsel olabildiği bu gözden geçirme çalışmasında ele alınan çalışmalarda açıkça görülmektedir. Ayrıca, nedensel çıkarımlar yapmaya olanak verecek ilişkisel-boylamsal ve deneysel çalışmaların sayıca az olduğu ve bundan böyle araştırmacıların bu tür çalışmalara yönelmesine ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

Ülkemizde yapılan çalışmaların pek çoğunda, lise veya üniversite öğrencilerinden toplanan veriler üzerinden, sosyal ağların ne süreyle ve ne sıklıkta kullanıldığına bağlı olarak psikolojik iyi oluş düzeyinin değişip değişmediğinin incelenmesiyle yetinildiği görülmektedir (örneğin, Doğan ve Karakuş 2016, Söner ve Yılmaz 2018). Ancak sosyal ağ kullanımının psikolojik çıktılarının kuramsal bir çerçeve içinde incelendiği ve/veya öğrenci örneklemi dışında örneklemere ulaşılmaya çalışılan ve/veya enlemesine kesitsel araştırma desenleri haricinde araştırma desenlerinin kullanıldığı bazı çalışmalara da rastlamak umut vericidir. Örneğin, Taşçıoğlu ve Tosun (2018), sosyal ağ kullanımının psikolojik iyi oluş ile ilişkisini Benlik Sunumu Kuramı çerçevesinde ele almış, kişilerin Facebook'u ne tür bir benlik sunumu yapmak için kullandıklarının (gerçek benlik, sahte-keşfedici ya da sahte-aldatmacı benlik sunumu) yaşam memnuniyeti ve özsaygıyla ilişkisini biri üniversite öğrencilerinden, diğeri yetişkin bireylerden oluşan iki örnekleme de incelemişlerdir. Bir başka çalışmada ise sosyal ağ kullanımı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki, Öz-Belirleme Kuramı çerçevesinde incelenmiştir (Manuoğlu 2016). Facebook kullanıcısı katılımcılardan 14 gün boyunca sosyal ağ kullanımıyla ilgili günlük tutmalarının istendiği bu çalışmada sonuçlar, Facebook'taki her tür aktivitenin –aktif ya da pasif- sıklıkla yapılmasının psikolojik iyi oluşu düşürdüğünü, ancak kişilerin bu aktiviteler yoluyla özerklik ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri durumunda psikolojik iyi oluşlarının arttığını göstermiştir.

Sosyal ağ kullanımının, bu gözden geçirme çalışmasında özel olarak yer verilen Sosyal Karşılaştırma Kuramı ve onun bir uzantısı olan Sosyal Karşılaştırma Temelli Duygular Kuramı temelinde incelendiği çalışmalar literatürde arandığında ise, iki tez çalışmasının ulaşılmıştır. Kaşdarma'nın (2016) çalışmasında üniversite öğrencilerinden toplanan anket verilerinin incelenmesi yoluyla, hem pasif hem de aktif Facebook kullanımı arttıkça yukarı yönde sosyal karşılaştırmalar yapma sıklığının da arttığı, bu artışın, karşılaştırma sonrasında olumsuz duyguların hissedilme sıklığıyla ilişkili olduğu, bu olumsuz

duyguların hayat tatminindeki düşüşü ve depresyondaki yükselişi açıkladığı bulunmuştur. Ancak bu olumsuz sonuçlar, karşılaştırma hedefi kişinin yakını olduğunda değil, tanıdığı (görece az yakını, örneğin arkadaşının arkadaşı) olduğu koşulda ortaya çıkmıştır. Öte yandan, özel aktif Facebook kullanımının (Facebook'un belirli kişilerle karşılıklı iletişim için kullanılması), yukarı doğru karşılaştırmalar sonrasında olumlu duygular hissedilmesiyle, bu olumlu duyguların ise yüksek hayat tatmini ve düşük depresyon düzeyi ile ilişkili olduğu görülmüştür. İlgili diğer tez çalışmasında ise (Taşcıoğlu 2018) üniversite öğrencileriyle bire bir gerçekleştirilen oturumlarda, onlara sosyal ağlarda serbest zaman geçirebilecekleri 7 dakikalık süre verilmiş, bitiminde bu süre boyunca yaptıkları sosyal ağ etkinliklerini bildirmeleri ve yaşadıkları sosyal karşılaştırma deneyimine ilişkin soruları cevaplamaları istenmiştir. Bulgulara göre kişiler sosyal ağlarda paylaşımlarını izledikleri yakınlarıyla, tanıdıklarıyla veya ünlülerle sosyal karşılaştırma yaptıkça pek çok farklı duyguyu, değişik düzeylerde hissediler. Karşılaştırma yaptıkları kişinin kim olduğuna göre, onu kendilerinden daha iyi konumda veya kendilerini o kişilerden daha iyi konumda algılamalarının ol açtığı duygular farklı olabilmektedir. Hangi duygunun en yoğun hissedildiği, karşılaştırma yapan kişinin çeşitli özelliklerine de -kültürel benlik yönelimleri (ilişkililik ve özerklik), sosyal karşılaştırma yönelimleri ve seçici benlik sunumu düzeyi- bağlı olabilmektedir. Yaşanan sosyal karşılaştırma deneyimlerinin ve bu deneyimlerle açığa çıkan duyguların psikolojik iyi oluşa etkisi ise, bu çalışmada incelenmemiştir.

Burada aktarılan tüm çalışmalar, bir yandan, sosyal ağ kullanımının psikolojik sonuçlarının oldukça karmaşık olduğuna, bir yandan da hem yurtiçi hem de yurtdışı literatürde, bu karmaşık ilişkiyi teorik zemine oturtarak ve farklı araştırma stratejileri ve veri toplama yöntemleri kullanarak inceleme çabalarının arttığına işaret etmektedir.

Sonuç

Sosyal ağ kullanımının öznel iyi oluşla ilişkisine dair literatürde pek çok çalışma vardır, ancak bu ilişkinin yönüne dair sonuçlar tutarsızlık göstermektedir. Bu tutarsızlığa açıklık getirmek ve gündelik yaşamda sık sık gündeme taşınan “Sosyal ağları kullanmak bizi mutlu mu yapıyor, yoksa depresif mi?” tarzındaki sorulara bilimsel dayanağı olan, tatmin edici cevaplar verebilmek için yapılabilecek daha pek çok çalışma vardır. Şu ana kadarki çalışmalar, sosyal ağların, kendimizi istediğimiz an başkalarına kolaylıkla sunmamızı, sosyal desteğe ihtiyaç duyduğumuzda hızla ulaşabilmemizi sağlaması gibi özellikleri sayesinde öznel iyi oluşu artırma potansiyeli taşıdığını göstermektedir. Öte yandan, sosyal ağlarda kendini gerçekte olmadığı gibi sunmanın fazlasıyla kolay olduğuna ve bu tür sunumların kişilerin kendilerini ve başkalarını hatalı değerlendirip olumsuz duygular deneyimlemelerine sebep olduğuna işaret eden çalışmalar da çoktur. Sosyal ağ kullanımının, kullanıcıların öznel iyi oluşa etkisinin nasıl ortaya çıktığına dair süregiden tartışmalar, bazı sosyal psikoloji kuram ve kavramları temelinde yapılırsa sağlam bir zemine oturtulabilir. Genellikle yüz yüze ortamlardaki insan ilişkilerini ve bu ilişkilerin kişilerin öznel iyi oluşuna etkilerini anlamaya yardımcı olmak üzere kullanılan kuram ve kavramlar, sosyal ağlar üzerinden sürdürülen insan ilişkilerini ve bu ilişkilerin etkilerini de anlamamıza yardımcı olabilir. Konuyla ilgili bugüne kadar yapılmış başlıca çalışmaların bir araya getirildiği bu gözden geçirme çalışmasında, bundan sonra yapılacak yeni ve kapsamlı çalışmaların üzerine inşa edilebileceği bir temel sağlamasını umut ederiz.

Kaynaklar

- Appel H, Gerlach AL, Crusius J (2016) The Interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Curr Opin Psychol*, 9:44-49.
- Bessiere K, Kiesler S, Kraut R, Boneva B S (2008) Effects of Internet use and social resources on changes in depression. *Inf Commun Soc*, 11:47-70.
- Bogart LM, Benotsch EG, Pavlovic JDP (2004) Feeling superior but threatened: the relation of narcissism to social comparison. *Basic Appl Soc Psych*, 26:35-44.
- Buunk BP, Gibbons FX, Reis-Bergan M (1997) Social comparison in health and illness: A Historical overview. In *Health, Coping, and Well-Being: Perspective from Social Comparison Theory*, (Eds BP Buunk, FX Gibbons):1-23. Lawrence Erlbaum Associates.
- Burke M, Marlow C, Lento T (2010) Social network activity and social well-being. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems: 1909-1912*. Apr 10-15 2010, Atlanta, GA, USA.
- Burke M, Kraut R, Marlow C (2011) Social capital on Facebook: Changes in tie strength through social network site use. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems: 4187-4196*. May 07-12 2011, Vancouver, BC, Canada.
- Chou HTG, Edge N (2012) They are happier and having better lives than I am: The Impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 15:117-121.
- Collins RL (1996) For better or worse: the impact of upward social comparison on self-evaluations. *Psychol Bull*, 119:51-69.
- Deters FG, Mehl MR (2013) Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Soc Psychol Personal Sci*, 4:579-586.
- Diener E (2000) Subjective well-being. *Am Psychol*, 55:34-43.
- Diener E (2009) Happiness. In *Handbook of Individual Differences in Social Behavior*, (Eds MR Leary, RH Hoyle):147-160. New York, Guilford Press.
- Ding Q, Zhang YX, Wei H, Huang F, Zhou ZK (2017) Passive social network site use and subjective well-being among Chinese university students: A moderated mediation model of envy and gender. *Pers Individ Dif*, 113:142-146.
- Doğan U, Karakuş Y (2016) Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanımının yordayıcısı olarak çok boyutlu yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6:57-71.
- Ellison NB, Steinfield C, Lampe C (2007) The benefits of Facebook "friends": social capital on college students' use of online social network sites. *J Comput-Mediat Comm*, 12:1143-1168.
- Fardouly J, Dierichs PC, Vartanian LR, Halliwell E (2015) Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12:82-88.
- Feinstein BA, Hershenberg R, Bhatia V, Latack JA, Meuwly N, Davila J (2013) Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychol Pop Media Cult*, 2:161-170.
- Festinger L (1954) A Theory of social comparison processes. *Hum Relat*, 12:117-140.
- Frisson E, Eggermont S (2015) Exploring the relationships between different types of Facebook use, perceived online social support, and adolescents' depressed mood. *Soc Sci Comput Rev*, 45:1-19.
- Haferkamp N, Krämer NC (2011) Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 14:309-314.
- Joinson AN (2008) Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems: 1027-1036*. April 05 -10 2008, Florence, Italy.
- Kagıtcıbası C (1996) The autonomous-relational self. *Eur Psychol*, 1:180-186.
- Kaşdarma E (2016) Facebook'taki sosyal karşılaştırma sürecinin ve bu süreçle ilişkili faktörlerin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Bursa: Uludağ Üniversitesi.
- King LA, Napa CK (1998) What makes a life good? *J Pers Soc Psychol*, 75:156-165.
- Krasnova H, Wenninger H, Widjaja T, Buxmann P (2013) Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction?. *Proceedings of the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik* (Eds. RA and B Franczyk): 1471-1491. Şubat 14-17 2013 Leipzig, Almanya.
- Koroleva K, Krasnova H, Veltri N, Günther O (2011) It's all about networking: Empirical investigation of social capital formation on social network sites. *Proceedings of the Thirty Second International Conference on Information Systems* (Eds. DF Galletta, TP Liang): 1-20. 4-7 Aralık 2011 Şangay, Çin.
- Kim J, Lee JR (2011) The Facebook path to happiness: effect of the number of Facebook friends and self-presentation. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 14:359-364.
- Kim JY, Chung N, Ahn KM (2014) Why people use social networking services in Korea: The mediating role of self-disclosure on

- subjective well-being. *Information Development*, 30:276-287.
- Kross E, Verduyn P, Demiralp E, Park J, Lee DS, Lin N, Ybarra O (2013) Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS One*, 8: e69841.
- Lee SY (2014) How do people compare themselves with others on social network sites? The case of Facebook. *Comput Human Behav*, 32:253-260.
- Lee G, Lee J, Kwon S (2011) Use of social networking sites and subjective well-being: A study in South Korea. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 14:151-155.
- Lim M, Yang Y (2015) Effects of users' envy and shame on social comparison that occurs on social network services. *Comput Human Behav*, 51:301-311.
- Locatelli SM, Kluwe K, Bryant FB (2012) Facebook use and the tendency to ruminate among college students: testing mediational hypothesis. *J Educ Comput Res*, 46:377-394.
- Locke KD, Nekich JC (2000) Agency and communion in naturalistic social comparison. *Pers Soc Psychol Bull*, 26:864-874.
- Manuoğlu E (2016) Effects of Facebook use on well-being: A self-determination theory perspective, (Yüksek lisans tezi). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Muise A, Chritofides E, Desmarais S (2009) More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *Cyberpsychol Behav*, 12:441-444.
- Shaw AM, Timpano KR, Tran TB, Joorman J (2015) Correlates of Facebook usage patterns: the relationship between passive Facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Comput Human Behav*, 48:575-580.
- Simoncik TE, Kuhlman KR, Vargas I, Houchins S, Lopez-Duran NL (2014) Facebook use and depressive symptomatology: Investigating the role of neuroticism and extroversion in youth. *Comput Human Behav*, 40:1-5.
- Smith A (2011) Why Americans use social media, PEW Research Center. <http://www.pewinternet.org/2011/11/15/why-americans-use-social-media> (17 Eylül 2018'de ulaşıldı).
- Smith RH (2000) Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons. In *Handbook of Social Comparison: Theory and Research*, (Eds J Suls, L Wheeler):173-200. New York, Plenum.
- Söner O, Yılmaz O (2018) Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13):61-76.
- Statista (2018a) Number of global media users from 2010 to 2021 (billions) <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> (17 Eylül 2018'de ulaşıldı).
- Statista (2018b) Average daily time spent on social media worldwide 2012-2017 <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/> (17 Eylül 2018'de ulaşıldı).
- Statista (2018c) Most famous social network sites as of July 2018, ranked by the number of active users (million) <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (17 Eylül 2018'de ulaşıldı).
- Suls J, Martin R, Wheeler L (2002) Social comparison: why, with whom, and with what effect? *Curr Dir Psychol Sci*, 11:159-163.
- Tandoc EC, Ferrucci P, Duffy M (2015) Facebook use, envy, and depression among college students: Is Facebooking depressing? *Comput Human Behav*, 43:139-146.
- Taşçoğlu C, Tosun LP (2018) Facebook'ta benlik sunumu, otantiklik ve psikolojik iyi oluş. *Nesne Psikoloji Dergisi*, 6(12):103-125.
- Tosun LP (2017) *Sosyal Ağlar ve Sosyal Psikoloji*. İstanbul, Nobel Akademik.
- Tosun LP (2012) Motives for Facebook use and expressing "true self" on the Internet. *Comput Human Behav*, 28:1510-1517.
- Verduyn P, Lee DS, Park J, Shablack H, Orvel A, Bayer J et al. (2015) Passive Facebook usage undermines affective well-being: experimental and longitudinal evidence. *J Exp Psychol Gen*, 144:480-488.
- Verduyn P, Ybarra O, Resibois M, Jonides J, Kross E (2017) Do social networking sites enhance or undermine subjective well-being: A critical review. *Soc Iss Policy Rev*, 11:274-302.
- Vogel EA, Rose JP, Okdie BM, Eckles K, Franz B (2015) Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media and its outcomes. *Pers Individ Dif*, 86:249-256.
- Walther JB (2007) Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Comput Human Behav*, 23:2538-2557.
- Wang SS (2013) "I share, therefore I am": Personality traits, life satisfaction and Facebook check-ins. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 16:870-877.
- Wheeler L, Miyake K (1992) Social comparison in everyday life. *J Pers Soc Psychol*, 62:760-773.
- Van Der Ze KI, Buunk BP, Sanderman R (1995) Social comparison as a mediator between health problems and subjective health evaluations. *Br J Soc Psychol*, 34:53-65.
- Yang C, Brown BB (2013) Motives for using Facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents' social adjustment to college. *J Youth Adolesc*, 42:403-416.

Yazarların Katkıları: Tüm yazarlar, her bir yazarın çalışmaya önemli bir bilimsel katkı sağladığını ve makalenin hazırlanmasında veya gözden geçirilmesinde yardımcı olduğunu kabul etmişlerdir.

Danışman Değerlendirmesi: Dış bağımsız

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir

Authors Contributions: All authors attest that each author has made an important scientific contribution to the study and has assisted with the drafting or revising of the manuscript.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: No conflict of interest was declared by the authors.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.
