

# YAŞLI BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM MOTİVASYONLARININ VE SOSYAL KARŞILAŞTIRMA EĞİLİMLERİNİN İNCELENMESİ

Ayşe Sena KEÇECİ<sup>1</sup>

Merve ŞİŞMAN<sup>2</sup>

Muhammed Şükrü AYDIN<sup>3</sup>

## Öz

Teknolojinin insan hayatına daha çok dahil olmasıyla birlikte yaşlı nüfus içerisinde teknoloji kullanımında artış yaşandığı görülmektedir. Özellikle sosyal medya platformları aracılığıyla insanlar hem hızlıca bilgi sahibi olabilmekte hem de iletişim kurmak daha kolay hale gelmektedir. Aynı zamanda sosyal medyada bireyler başkalarının paylaşım ve içeriklerini izleyerek başka insanların nerede olduklarını ve ne yaptıklarını gözlemeleme fırsatı yakalamaktadırlar. Bireylerin maruz kaldıkları bu bilgiler onların sosyal karşılaştırma yapmalarına sebep olmaktadır. Bu doğrultuda, şimdiki araştırmada yaşlılık dönemindeki bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını ve sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilimlerini incelemek amaçlanmıştır. Araştırma yaşları 60 ile 76 arasında değişen (Ort=64,33) toplam 30 katılımcı (17'si kadın) ile yürütülmüştür. Veriler yarı yapılandırılmış görüşmelerle toplanmış, verilerin analizinde ise içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Veri analizleri sonucunda iki tema oluşturulmuştur: “sosyal medya kullanım motivasyonları” ve “sosyal karşılaştırmaya bağlı duygusal ve davranışsal çıktılar”. Sosyal medya kullanım motivasyonları temasının altında “ilişki, vakit geçirme, bilgi edinme, takip etme ve paylaşım yapma” kategorileri ortaya çıkmıştır. Katılımcıların sosyal medyadaki sosyal karşılaştırmaya bağlı duygusal ve davranışsal çıktıları ise yukarı ve aşağı yönlü sosyal karşılaştırma olmak üzere iki kategori altında incelenmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlar önceki bulgularla benzerlikleri ve farklılıkları üzerinden tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İleri yetişkinlik, sosyal karşılaştırma, sosyal medya, yaşlı bireyler

<sup>1</sup> Psikolog, E-posta: aysenakececi@hotmail.com, ORCID: 0009-0009-3511-6269

<sup>2</sup> Psikolog, E-posta: mrvssmn.23@gmail.com, ORCID: 0009-0009-5033-8660

<sup>3</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, E-posta: muhammed.aydin@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1112-3180

KEÇECİ A.S., ŞİŞMAN M., AYDIN M. Ş. (2025). Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Motivasyonlarının ve Sosyal Karşılaştırma Eğilimlerinin İncelenmesi Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 25(66), 141-173. DOI:10.21560/spcd.vi.1495345

# EXAMINATION OF SOCIAL MEDIA USAGE MOTIVATIONS AND SOCIAL COMPARISON TENDENCIES AMONG OLDER ADULTS

## *Abstract*

With the greater involvement of technology in human life, there has been an increase in the use of technology among the elderly population. Especially through social media platforms, individuals can reach information quickly and it becomes easier to communicate. At the same time, on social media, individuals have the opportunity to observe where other people are and what they are doing by watching the posts and content of others. This information that individuals are exposed to causes them to make social comparisons. Therefore, the current research aims to examine the motivations of social media usage motivations and social comparison tendencies on social media in elderly individuals. The study was conducted with a total of 30 participants (17 of whom were female) aged between 60 and 76 ( $M= 64,33$ ). The data were collected through semi-structured interviews, and content analysis method was used in the analysis of the data. As a result of the data analysis, two themes were created: “motivations for social media use” and “emotional and behavioral outcomes related to social comparison”. Under the theme of motivations for social media use, the categories of “relationship, spending time, obtaining information, following and sharing” have emerged. The emotional and behavioral outcomes of the participants due to social comparison on social media were examined under two categories as upward and downward social comparison. The data were discussed in terms of similarities and differences with the previous findings.

**Key Words:** *Late adulthood, social comparison, social media, elderly individuals*

## GİRİŞ

Günümüzde teknolojik gelişmelerin hız kazanması ve toplumdaki her kesime internet erişiminin sağlanmasıyla beraber internet kullanım oranları da oldukça artmıştır. TÜİK (2023) verilerine göre 2022 yılında internete erişimi olan hanelerin oranı %94,1 iken bu oran 2023 yılında %95,5'e yükselmiştir. İnternet kullanımı oranları ise 2022 yılında %85 iken; 2023 yılında %87,1'e yükselmiştir. İnsanların internet kullanım amaçlarına bakıldığında; bilgiye ulaşma, ulusal ve uluslararası gelişmeleri takip edebilme, bankacılık işlemleri, sağlık hizmetleri ve market alışverişi gibi günlük ihtiyaçların karşılanmasına yönelik nedenlere rastlanmaktadır. Yetişkin bireylerin interneti kullandıkları alanlardan biri de sosyal platformlardır (Kartal, 2013). Türkiye'de YouTube, Instagram ve Facebook platformlarının en sık kullanılanlar olduğu raporlanmıştır (TÜİK, 2023).

Sosyal platformlar bireylerin gündemi takip etme, sosyal ilişkilerini sürdürme, yeni ilişkiler kurma, kendi hayatlarını ve fikirlerini başkalarıyla paylaşma olanakları sunan ortamlardır (Dailey ve ark., 2020). Bu uygulamalardan hangisinin daha çok tercih edildiği ise yaşam dönemlerine göre farklılaşabilmektedir. Örneğin, genç yetişkinlerin en çok kullandığı sosyal medya uygulamasının Instagram; yaşlı bireylerin en çok kullandığı uygulamanın ise Facebook olduğu ifade edilmiştir (Akbuğa, 2023; Baş ve ark., 2023). Genç ve ileri yetişkinlik dönemlerindeki bu farklılığın sebeplerinden biri sosyal medyanın hangi amaçla kullanıldığı olabilir. Yaşlı bireylerde sosyal medya kullanım amaçları sosyal etkileşim, ilişkiyi sürdürme, ilgi duydukları bilgileri arama, boş vakitleri değerlendirme gibi başlıklar üzerinden ele alınmaktadır (Kalınkara ve Sarı, 2023). Örneğin, yaşlı bireylerin sosyal medyaya katılma sebeplerinden biri sosyal çevrelerinin, bir diğer ifadeyle kendi akranlarının, bu uygulamaları kullanmalarından etkilenerek onlarla ilişkilerini sürdürmeye çalışmalarıdır (Hsu ve ark., 2014). İleri yetişkinlik dönemindeki bireylerle yapılan farklı araştırmalarda da sosyal medyayı kullanma motivasyonlarının sosyal etki kaynaklı olduğu belirtilmektedir (ör., Praveena, 2021; Şamilova ve Ayhan, 2022). Hatta sosyal etki aynı zamanda bireylerin paylaşım sıklığını da etkileyen bir durumdur.

Barak'a (2018) göre yetişkin sosyal medya kullanıcıları "benlik sunumlarını" oluşturdukları profiller üzerinden gerçekleştirmektedirler. Bu profiller aracılığıyla kendileri hakkında yaptıkları paylaşımlar, başkalarına yaptıkları yorum ve beğenilerle kendi duygu, düşünce, davranış ve hayata karşı tutumlarını aynı zamanda başka kullanıcılara aktarma imkanı bulmaktadırlar (Şener, 2009). Benlik sunumu işlevinin yanı sıra başka kullanıcılarla rahatça etkileşim kurulması da sosyal etkileşimin günlük yaşamdan uzaklaşıp sanal ortama taşınmasını sağlamıştır. Bireyler sanal ortamda kurdukları etkileşimlerde kendilerine benzeyen, benzer paylaşımlar yapan ve kendilerine negatif tutumlar sergilemeyecek kişilerle etkileşim kurmaya daha fazla özen göstermektedirler. Aynı zamanda sosyal medyada maruz kaldıkları diğer paylaşım ve içeriklerden de başkalarının nerede olduklarını ve ne yaptıklarını gözlemlene fırsatı yakalamaktadırlar (Barak, 2018). Bu gözlemler bireylere diğerleri hakkında bilgi verdiğinden kendilerini diğer insanlarla ilişkilendirerek, kendilerini değerlendirme ve geliştirme gibi amaçlar doğrultusunda bazen bilinçli bazen de bilinçsiz olarak başkalarıyla karşılaştırmaya yönelmektedirler (Mussweiler ve ark., 2006). Sözü edilen bu süreç yetişkinlerin sosyal medya kullanımlarındaki sosyal karşılaştırmalarda karşımıza çıkmaktadır.

Festinger (1954) insanların kendi düşüncelerini, değerlerini, kapasitelerini ve görünüşlerini anlamlandırmak için başka insanlarla karşılaştırma yaptıkları süreci "sosyal karşılaştırma" olarak tanımlamıştır. Sosyal karşılaştırma kuramını ortaya koyan Festinger (1954) kuramın ilk öne sürüldüğü dönemde insanların sadece kendilerine benzeyen kişilerle karşılaştırma yaptıklarını ileri sürmüştür ancak ilerleyen yıllarda kuramı geliştiren diğer araştırmacılar insanların sadece benzer kişilerle değil aynı zamanda kendisinden farklı kişilerle de kıyaslama yaptıklarını belirtmişlerdir (örn., Wood, 1989). Bu noktada aşağı ve yukarı yönde olmak üzere iki farklı sosyal karşılaştırmadan söz edilmektedir. İnsanlar kendilerini daha iyi hissetmek istediklerinde, kendi buldukları durum, ortam, sosyal çevre ve yeteneklerinden daha kötü durumda olan insanlarla kendilerini kıyaslayarak "aşağı yönlü" sosyal karşılaştırma yaparlar. Bunun aksine kendi buldukları durum, ortam, sosyal çevre ve kendi yeteneklerinden daha iyi durumda olan insanlarla

kendilerini kıyasladıklarında ise “yukarı yönlü” sosyal karşılaştırma yapmış olurlar (Crocker ve ark., 1987; Wills, 1981).

Literatür incelendiğinde, sosyal medya platformlarındaki sosyal karşılaştırmalara yönelik çalışmalara rastlanmaktadır. Örneğin, Vogel ve arkadaşları (2014) tarafından Facebook'ta üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen bir çalışmada aşağı yönlü sosyal karşılaştırmanın bireylerde benlik saygısını artırıcı etki yarattığı; yukarı yönlü sosyal karşılaştırmanın ise bireylerin benlik saygısını düşürücü etki yarattığı bulunmuştur. Bu bulguların aksine yukarı yönlü sosyal karşılaştırmada bireylerin kendilerini sadece kötü hissedebileceği değil, kendilerini değerlendirme ve geliştirme fırsatı yakaladıklarından dolayı kendilerini daha iyi hissedebileceğini ortaya koyan araştırmalar da mevcuttur (Collins, 1996). Yetişkinlerin Facebook'taki sosyal karşılaştırma eğilimlerine bakıldığında ise aşağı yönlü sosyal karşılaştırmadan ziyade çoğunlukla yukarı yönlü sosyal karşılaştırma yaptıkları belirtilmektedir (Vogel ve ark., 2014). Bu açıklamayla tutarlı olacak şekilde sosyal karşılaştırma düzeyleri yüksek olan bireylerin -kendisini başkalarıyla daha fazla kıyaslayan-Facebook'ta harcadıkları zamanın da daha fazla olduğu çalışmalarda raporlanmıştır (örn., Lee, 2014; Vogel ve ark., 2015). Sözkese ve Biçer'in (2018) 18-30 yaş aralığındaki bireylerle Instagram üzerinden yaptıkları bir çalışmada yine benzer sonuçlarla karşılaşılmıştır. Bu çalışmanın sonuçları bireylerin aşağı yönlü sosyal karşılaştırmaya kıyasla yukarı yönlü sosyal karşılaştırmayı daha çok yaptıklarını ortaya koymuştur.

Sosyal karşılaştırmanın bireyler üzerinde bazı duygusal ve davranışsal çıktıları da bulunmaktadır. Örneğin, Lee'nin (2014) çalışmasında sosyal medyada yapılan karşılaştırmaların sıklığı ve düzeyleri arttıkça bireylerin kaygı ve depresyon düzeylerinin de artış gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka çalışmada sosyal karşılaştırma eğilimi düşük olan bireylerin yalnızlık düzeylerinin de düşük olduğu raporlanmıştır (Yang, 2016). Büyükmumcu ve Ceyhan'ın (2019) yaptıkları çalışmada ise kullanıcıların sosyal medyada yukarı yönlü karşılaştırma yaparken kendilerini daha çok başarılı, zengin, sosyal ve mutlu bir yaşama sahip kişilerle karşılaştırdıkları görülmüştür. Yukarı yönlü karşılaştırmalarda bireyler umut, özenme gibi hisleri daha fazla deneyimlerken kıskançlık gibi duygular daha az deneyimlenmektedir.

Bunun yanı sıra yukarı yönlü karşılaştırmaya eğilimli kullanıcılar benliği geliştirici davranışları da daha çok sergilemektedirler. Bireyler aşağı yönlü karşılaştırmalara daha az başvurmakla beraber bunu yaparken genelde sosyoekonomik düzeyi düşük, sosyal çevresi gelişmemiş ve hayatında birini kaybeden kişilerle kıyaslamaktadırlar. Aşağı yönlü karşılaştırmada üzüntü, acıma, korku gibi duygular daha çok deneyimlenirken küçümseme duygusu daha az hissedilmektedir. Dolayısıyla bireyler bu karşılaştırma türüne karşı genelde kaçınma davranışı göstermektedirler (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2019).

Sosyal medyanın insan hayatına daha fazla dâhil olmasıyla ileri yetişkinlik dönemindeki bireylerin de sosyal medya kullanımlarında artış yaşandığı görülmektedir. Sosyal medya kullanımındaki bu artışlar bireylerin sosyal karşılaştırma davranışlarını da sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirmelerine yol açmaktadır. Sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilimleri üzerine gerçekleştirilen çalışmalara bakıldığında bunların genç yetişkinler üzerinden yapılan araştırmalar olduğu görülmektedir. Literatürde yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımları ile yalnızlık, çevreleriyle etkileşim ve haberleşme gibi farklı değişkenlerle bağlantıları üzerine araştırmalar mevcuttur ancak sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilimlerine yönelik herhangi bir araştırma bulunmamaktadır. Bu nedenle keşifsel olan mevcut araştırmada yaşlı bireylerin sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilim ve motivasyonlarını incelemek hedeflenmiştir.

## YÖNTEM

### Araştırma Deseni

Bu araştırma, 60 yaş ve üstü bireylerin sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilimlerini ve motivasyonlarını açığa çıkarmak, sosyal karşılaştırmanın neden olduğu duygu ve davranışları bir bütün olarak incelemek ve araştırmacılar tarafından objektif bir şekilde yorumlamak için uygun bir teknik olan nitel araştırma yöntemi ile yürütülmüştür (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

### Katılımcılar

Araştırmanın katılımcıları 60-76 yaşları arasında (Ort = 64,33; Ss: 5,14) yetişkin bireylerden oluşmuştur. Katılımcı grubu 17 kadın ve 13 erkek olmak

üzere toplam 30 kişiden oluşmaktadır. Çalışmaya dahil edilme kriteri olarak Instagram veya Facebook kullanımı ölçüt kriter olarak belirlenmiştir. Sosyal medya uygulaması olarak bu iki platformun seçilme nedeni çalışmanın yaş grubunu oluşturan katılımcıların bu uygulamaları daha sık kullanmalarındır (Akbuğa, 2023). Katılımcıların yaşları, kullandıkları sosyal medya platformları, ne kadar süredir sosyal medya kullandıkları ve bu uygulamalarda günlük geçirdikleri saatlere ilişkin bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1. Demografik Bilgiler**

	Yaş	Kullanılan Sosyal Medya	Ne zamandan beri kullandığı (Yıl)	Günlük kullanım süresi (Saat)
K1	76	Facebook-Instagram	3	2
K2	68	Instagram	3	1
K3	60	Facebook-Instagram	10	1
K4	68	Instagram	5	1
K5	74	Facebook-Instagram	10	4
K6	63	Instagram	5	1
K7	64	Facebook-Instagram	4	2
K8	62	Facebook-Instagram	10	1
K9	65	Instagram	5	1
K10	60	Instagram	3	1
K11	60	Instagram	10	1
K12	63	Instagram	2	1
K13	62	Instagram	8	1
K14	71	Instagram	3	1
K15	60	Instagram	4	1
K16	65	Instagram	1	1
K17	73	Instagram	4	3
E1	63	Facebook	15	2
E2	60	Facebook	8	3
E3	60	Facebook-Instagram	9	1
E4	60	Facebook-Instagram	9	2
E5	64	Facebook-Instagram	15	6
E6	72	Facebook-Instagram	5	3
E7	60	Facebook-Instagram	10	1
E8	61	Facebook	10	1
E9	60	Facebook	10	2

E10	61	Facebook-Instagram	6	5
E11	74	Facebook	10	1
E12	60	Facebook-Instagram	9	3
E13	61	Facebook-Instagram	8	2

### Veri Toplama Araçları

Mevcut araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde hazırlanılmış sorulara ek olarak konuşmanın akışına bağlı olarak araştırmacılar yeni sorular ekleyerek esneklik göstermişlerdir. Form oluşturulurken görüşme sorularının çok uzun ve detaylı olmamasına, aynı zamanda yüzeysel olmamasına dikkat edilmiştir. Katılımcıların sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma motivasyonlarını değerlendirmek üzere hazırlanan sorular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

- 1.Sosyal medyayı hangi nedenlerle kullanıyorsunuz?
- 2.Sosyal medyada geçirdiğiniz zaman diliminde neler yaparsınız?
- 3.Siz sosyal medyada paylaşım yapıyor musunuz?  
- Sosyal medyada yaptığınız paylaşımların içerikleri neler?
4. Sosyal medyada neleri takip edersiniz?
5. Takip ettiğiniz hesapları takip etme sebepleriniz nelerdir?
6. Başkalarının yaptıkları paylaşımlarda sizin dikkatinizi çeken şeyler nelerdir?
- 7.Başkalarının paylaşımlarıyla kendi hayatınızı karşılaştırır mısınız?  
- Eğer başkalarının paylaşımlarıyla karşılaştırıyorsanız hangi alanlarda kendinizi kıyaslırsınız?
8. Sosyal medyada başkalarının paylaşımları size nasıl hissettirir?
9. Sosyal medyada başkalarının paylaşımları sizin davranışlarınızı etkiler mi?
10. Sosyal medyada başkalarının paylaşımları çevrenizdeki insanlarla olan ilişkilerinizi etkiler mi?

### İşlem ve Veri Analizi

Mevcut çalışmanın yürütülmesi için Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'ndan 10.01.2024 tarih ve 2024/002 sayılı etik onay alınmıştır. Katılımcılara ilk olarak bilgilendirilmış onam



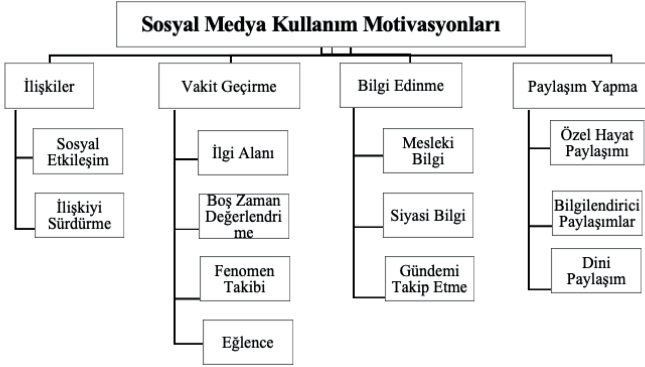
formu sunulmuş, ardından veri toplama işlemine geçilmiştir. Yaklaşık olarak 15 dakika süren görüşmeler katılımcılarla yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Bilgilendirilmiş onam formunda alınan izinler doğrultusunda görüşmelerde katılımcılardan ses kaydı alınmıştır. Ses kayıtları daha sonra yazılı metinlere dönüştürülerek içerik analizine hazır hale getirilmiştir. Görüşmelerin bütüncül olarak değerlendirilmesi için yazıya dönüştürülen veriler bütün araştırmacılar tarafından iki defa okunmuştur. Verilerin anlamlı bir şekilde yorumlanabilmesi için öncelikle yazılı metinlerden kodlar oluşturulmuştur. Bu kodlama işlemi başta araştırmacılar tarafından ayrı ayrı yapılmış olup sonrasında ortak kodlara geçiş yapılmıştır. Daha sonra oluşturulan kodların benzerlikleri ve ilişkili olmalarına göre uygun kategoriler oluşturulmuş ve kategoriler uygun temaların altında toplanmıştır.

## BULGULAR

Mevcut araştırmanın amacı, yaşlı bireylerin sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilim ve motivasyonlarının neler olduğunun araştırılmasıydı. Buna yönelik gerçekleştirilen görüşmeler ve veri analizleri sonucunda, 60 yaş ve üzeri bireylerle yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkan cevaplara göre iki tema oluşturulmuştur. Bunlar, “sosyal medya kullanım motivasyonları” ve “sosyal karşılaştırmaya bağlı duygusal ve davranışsal çıktılar” şeklindedir. İlk olarak katılımcıların sosyal medya kullanma motivasyonlarına yönelik bulgular sunulmuş, ardından sosyal karşılaştırmaya bağlı duygusal ve davranışsal çıktılara yönelik bulgular paylaşılmıştır.

### Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları

Sosyal medya kullanım motivasyonları temasının altında ilişki, vakit geçirme, bilgi edinme ve paylaşım yapma kategorileri bulunmaktadır (bkz. Şekil 1).



Şekil 1. Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları

## İlişki

Yapılan görüşmeler sonucunda bireylerin sosyal medyayı çevrelerindeki insanlarla etkileşimde bulunmak ve ilişkilerini sürdürmek amaçlarıyla kullandıkları görülmüştür. Katılımcılar arkadaşlarıyla etkileşimde bulunmak amacıyla sosyal medyayı kullandıklarını belirten cevaplardan bazıları şu şekildedir:

*“Komşularımın, akrabalarımın paylaştığı hikâyelere bakmak için, onların attıklarını okurum. Gelen mesajlara bakar, onları okurum.” (K1)*

*“Onun dışında tabii eş dost arkadaş onlar da var onları da takip ediyorum. Mecburen işte onların paylaşımlarını beğeniyorum zaten. Böyle fotoğraflarını yemek şeylerini falan arada onlar da oluyor tabii ki” (K3)*

Etkileşimde bulunma motivasyonunun yanı sıra katılımcılar var olan ilişkilerini sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar ve mesajlar aracılığıyla sürdürdüklerini belirtmişlerdir.

*“Benim şehirlerarası akrabalarım da var onlarla iletişime geçiyorum. Facebook da mesela Avustralya’dakilerle daha çok iletişime geçiyorum.” (K7)*

*“Akrabalar ailelerle gruplar var, haberleşme grubu haberleşmek için kullanıyoruz. Hikayelere bakıyorum. Kiminle paylaşmış ne etmiş nasıl diye.” (E7)*

*“Yani arkadaşlarımla iletişim kurmak onlarla yazışmak için kullanıyorum. Haberdar olmak eski liseden ya da ilkokul ortaokuldan arkadaşlarımı bulmak için de kullanıyorum. Bazen böyle bulup onlara yazdığım hatta fotoğrafımı attığım bak biz buradan konuşuyoruz dediğim arkadaşlarım oldu.” (E8)*

### Vakit Geçirme

Katılımcılar sosyal medyayı sıkıldıklarında vakit geçirmek, sevdikleri fenomenleri takip etmek, hobileri ve ilgi alanlarına zaman ayırmak ve bunlarla ilgili paylaşımları takip etmek amacıyla kullandıklarını söylemişlerdir. Katılımcıların cevaplarına göre, ilgi alanlarına ait paylaşımların bu dönemdeki bireylerin dikkatlerini daha çok çektiği görülmüştür.

*“Örgü üzerinde çantadır öyle şeyler var ya onlara bakarım. Ne kadar güzel olmuş derim. Geçtikçe geçer geçtikçe geçer onlara bakarım.” (K14)*

*“Birilerini veya hesapları takip edeyim diye değil oyalanayım diye, vakit geçireyim diye.” (K1)*

*“Boş olduğum zamanlar vaktimi doldurmak için girip sevdiğim kendi sevdiğim şeylere bakarım. Sanatla ilgilendiğim için sanat sayfalarının attıkları şeylere falan bakarım.” (K8)*

*“E yani dediğim gibi kızım işte biz zaten almışız yaşı başı öyle vakit geçsin diye kendimizi oyalamak için takip edip izliyoruz.” (E8)*

Katılımcılar sevdikleri ünlü kişilerin ve fenomenlerin hayatı hakkında bilgi almak, bu kişilerin paylaşımlarını görmek için onları takip ettiklerinden bahsetmişlerdir.

*“Bazı kişiler şey ne günlüklerini koyuyorlar onları takip ederim. Magazin dünyasını takip ederim. “Kuşum Aydın’ın” çekimlerine bakarım. Bir bozkırlı Hasanım var YouTubedan onu takip ederim.” (K5)*

*“Bazen Canan Karatay’ı dinliyorum. Orda doktorlar konuşuyor onları dinliyorum. Onun haricinde fazla şeylere bakmam yani.” (K13)*

Katılımcılar kendilerini güldüren içerikleri komik bulup eğlenmek amacıyla takip ettiklerini belirtmişlerdir.

*“Komedi olarak Güldür Güldür ile ilgili videolara bakmayı seviyorum beni mutlu ediyor. Komedi videoları kedi videoları falan beni mutlu ediyor.”*  
(K16)

### **Bilgi Edinme**

Görüşmeler sırasında katılımcılar sosyal medyayı bir bilgi kaynağı olarak kullandıklarını ve bu bilgilerden faydalandıklarını ifade etmişlerdir. Bu bilgilerin daha çok mesleki, siyasi, ülke ve ölüm haberleri gibi genel gündem bilgilerinden oluştuğu görülmüştür. Katılımcılar kendi meslekleriyle ilgili bilgileri takip ederek kendilerini mesleki açıdan geliştirmeye çalışmaktadırlar.

*“Mesleğimle ilgili şeylere. Teknolojik şeylere bakıyorum. Görsellere yani teknoloji devamlı değişiyor yani.”* (E2)

*“Kendim patchwork yapıyorum onunla ilgili araştırmak işte yeni bir şeyler öğrenmek onlara göre kendimde bir şeyler düzenlemek o açıdan bakıyorum.”* (K3)

Bulgulara göre, araştırmanın katılımcıları ülkenin siyasi yapısını ve gelişmelerini takip etmek amacıyla sosyal medyayı bir bilgi kaynağı olarak kullanmaktadırlar.

*“Daha çok siyasi paylaşımlar oluyor, onları takip edip inceliyorum. Başka şeyleri çok okumuyorum.”* (E6)

*“Siyasi gündemde dikkatimi çekiyor böyle açık oturum var oluyor bazen biliyor musun bilmiyorum onlara bakarım.”* (E13)

Bunlara ek olarak, katılımcılar ülke hakkındaki ya da kendi yaşadıkları bölgelerdeki genel gündemi sosyal medya aracılığıyla takip ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca çevrelerindeki insanların ölüm haberleri gibi durumlar dahil olmak üzere genel sosyal gündemlerini de takip ettiklerini söylemişlerdir.

*“Kim ne yapmış, kim ölmüş. Mesela bizim köyden ölen oldu mu hemen paylaşıyorlar. Altınekin’in Belediyesine bağlayıp onlar paylaşıyorlar.”* (E5)

*“Genelde haberlere bakıyorum. Gazze’deki olan yurtdışında olanları, ülkede olanları takip ederim. İlgilendirenlere bakıyorum. Ölüm haberleri oluyor onlara bakıyorum.”* (K4)

### *Paylaşım Yapma*

Katılımcılar sosyal medyada başkalarının paylaşımlarına baktıkları kadar kendileri de paylaşım yaptıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların cevapları sonucunda yaptıkları paylaşımların genel olarak özel hayat paylaşımları, bilgilendirici paylaşımlar ve dini paylaşımlardan oluştuğu görülmüştür. Katılımcılar sosyal medya üzerinden kendi özel günleri ve aile üyeleriyle gezdikleri yerleri paylaşarak kendi özel hayatlarından paylaşımlarda bulunmaktadır.

*“Sanatla ilgili beğendiğim resimler olursa atıyorum. Bir de özel günlerde de paylaşımda bulunuyorum.” (K8)*

*“Böyle birine sitem ettiysem sitemkâr paylaşımlar yapıyorum. Onun dışında çalışma arkadaşlarım ve aile fertlerimle de hikâye paylaşıyorum.” (E7)*

*“Yani ailemle bazen güzel günlerimiz de kutlamalarımızda ailemle atarım bazen siyasi sendika ile ilgili şeyler onları da paylaşabiliyorum.” (E10)*

Sonuçlar, katılımcıların kendi meslekleriyle ilgili ya da genel faydalı buldukları bazı bilgileri arkadaş çevrelerinin de yararlanması amacıyla paylaştıklarını ortaya çıkarmıştır.

*“Çok hoşuma giderse bir yapım, bakım, onarım işleri olursa. Bazıları da bilgilensin arkadaşlarımda diye o şekilde paylaşım yapıyorum.” (E1)*

*“Nadiren de olsa yapıyorum. Ben normalde antrenörüm aynı zamanda spor adına paylaşımlarım oluyor. Futbol antrenörüyüm. Genelde onlarla ilgili paylaşımlarda bulunuyorum. Bazen uzun mesajlar değil de kısa bilimsel içerikli yazılar da yazıyorum.” (E3)*

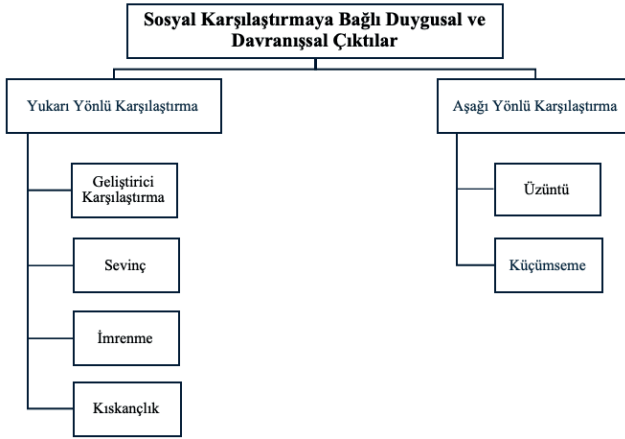
Dini paylaşım boyutu açısından, katılımcıların “Cuma” mesajları ya da beğendikleri dualar gibi dini bilgileri paylaştıkları görülmüştür.

*“Cuma mesajlarıyla ilgili fotoğraflar atarım, her cuma atarım.” (K2)*

*“Mesela bu gördüğüm duayı etrafımdakilerle paylaşıyorum. Hani iyi yönde olan şeyleri etrafımdakilere de gönderirim.” (K12)*

## Sosyal Karşılaştırmaya Bağlı Duygusal ve Davranışsal Çıktılar

Katılımcıların sosyal medyadaki sosyal karşılaştırmaya bağlı duygusal ve davranışsal çıktıları yukarı ve aşağı yönlü sosyal karşılaştırma olmak üzere iki kategori altında incelenmiştir (bkz. Şekil 2).



Şekil 2. Sosyal Karşılaştırmaya Bağlı Duygusal ve Davranışsal Çıktılar

### Yukarı Yönlü Sosyal Karşılaştırma

Görüşme yapılan katılımcıların yukarı yönlü sosyal karşılaştırma davranışları ve duyguları “geliştirici karşılaştırma”, “sevinç”, “imrenme” ve “kıskançlık” olmak üzere dört alt kategori altında ortaya çıkmıştır. Katılımcılar gördükleri paylaşımlardan faydalanarak kendi davranışlarını değiştirip geliştirmeye çalıştıklarını ifade etmişlerdir.

*“Oradan da ibret aldıklarım, ders aldıklarım, ders çıkardıklarım oluyor. Mesela işte bir hısım akraba arasında böyle bir gönderi zaman işte kısım akraba ziyaretlerini falan. Ben giderim artık hepsini ziyaret ederim yani. Etkileniyorum yani onlardan. Hemen arıyorum hemen telefondan.” (E5)*

*“Oradan bir şeyler görüp bilgileniyorum. Bilgi edinmek için kullanıyorum davranışlarımı düzeltmek için yanlış yaptığım bir şey varsa ona göre düzeltiyorum. Hatta böyle sağlıklı yaşamla ilgili şeyleri görünce uygulamaya çalışıyorum. Böyle ne yenilmeli ne yenilmemeli gıda ve sağlıkla ilgili. Hani bu konuda yanlış yaptığın bir şey varsa yememem gereken bir şey varsa ona göre düzeltmek için araştırmak için yani biraz da.” (K16)*

Katılımcılar yakınlarına ait mutlu haberlere ya da genel mutlu edici paylaşımlara sevindiklerini belirtmişlerdir.

*“Sevdiğim kişilerse mutlu olurum. Geziyormuş eğleniyormuş bende mutlu olurum onların mutluluğu beni de mutlu eder.” (K6)*

*“Ya güzel şeylere ya da sözlere mutlu oluyorum çocuklarıma da atarım hatta bakın ne kadar güzel söylemiş konuşmuş diye.” (E10)*

Katılımcı cevaplarına göre, bazı insanların paylaşımlarını görüp onların hayatında gördükleri şeylere imrenerek kendi hayatlarında da o şeyleri istemeleri de karşılaşılan cevaplardan olmuştur.

*“Hep çiçeklerle benim derdim. Başka bir derdim yok. Çiçekleri duruma atmış ya da almış mesela aynısını almak isterim. Ben çiçek hastasıyım. Böyle görünce keşke benim de bu kadar çiçeğim olsa diyorum. Yani mesela bana altın alacaklarına çiçek alsınlar öyleyim.” (K2)*

*“Yani araba kullanmayı işte zamanında yapmadım ona hayıflanırım, sürenleri görümce keşke ben de alsaydım diyorum.” (K15)*

Bunun yanı sıra, katılımcılar bazı paylaşımlar sonucunda kendi sahip oldukları imkânları yetersiz görüp kıskandıklarını belirtmişlerdir.

*“Vallahi işte biz de böyle bir mutlu olamadık filan. Yani biraz kıyaslarım yani. Ya diyorum bazen ulan ellerin anneleri doğurmuş gidiyor Antalya’da geziyor işte tatilde ulan bizim anamız bizi taş mı doğurdu da biz böyle sürünüyoruz.” (E5)*

*“Yani orda işte imkân çok, bizde kısıtlı yani. Yani bizde hemen şu lazım olsa anında lazım olsa 3 gün sonra gelir buraya. Yani onlarda böyle bir imkân çok. Tabi teknolojiye bizden çok çok üstünler ilerdeler. İnsan onların imkanlarını görünce kendi imkanlarını sorguluyor.” (E2)*

### **Aşağı Yönlü Sosyal Karşılaştırma**

Bireyler kendilerini sosyal medyada bazen kendilerinden daha düşük durumda buldukları kişilerle kıyaslarlar. Bu noktadan hareketle görüşme yapılan katılımcıların aşağı yönlü sosyal karşılaştırma davranışları ve duyguları “üzüntü” ve “küçümseme” alt kategorileri altında ortaya çıkmıştır. Katılımcılar

kendilerinden kötü durumda olan insanlara ait özellikle savaş ve ölümlle ilgili paylaşımlarda üzgün hissettiklerini belirtmişlerdir.

*“Ama üzücü bir olayda üzüürüm. Geçmiş olsun dileklerimi iletirim. Filistin olaylarını okuyup takip ederim. Paylaşımlar da yaparım. Bunun gibi olaylara üzüüyorum.” (K8)*

*“Ama biraz yakınlarını kaybedenler için bayağı üzüntü duyuyorum. Mesela biraz daha genç yaşta kaybettiğimiz insanlar oluyorsa onlar için gerçek anlamda bayağı bir sıkıntı yaşıyorum kendi içimde.” (E3)*

*“Nasıl diyeyim ya işte bu son olaylarda aynı dediğim gibi bu Gazze olaylarında bayağı onlara çok üzüüyorum. Çoğunu da bakmak istemiyorum açıkçası, baya bir üzüüyorum. Etkiliyor onlar.” (K10)*

Katılımcılar kendi hayatlarından farklı ve yanlış buldukları davranışlara topluma uygun bulmadıklarından insanlara acıyarak küçümseme duygusu sergilemişlerdir.

*“Ne hayatlar var. Bizim onlarla hiç alakamız yok. Biz kendimizi iyi biliyoruz. Çok farklı hayatlar var. Onlara dua ediyorum. Allah hidayet etsin diyorum. Onların kılığına bak diyorum. Söylediklerine, yaptıkları hareketlere. Koca koca köy yerindeki avratlar oynarlar şıkıdık. Hiç olacak şey mi. Onları falan ayıplarım.” (K14)*

*“Hani birilerin gözüne bir şey sokmak da böyle şeyleri paylaşmaları da güzel bir şey değil yani. Bu kadar gerek yok yani herkesin her şeyi insanların gözüne sokmasına gerek yok bana göre. Sonradan görme özentisi insanların yaptığı şeyler o tür şeyleri sevmiyorum. Hani böyle insanlara yararlı olacak bir şey olsa tamam ama yok yani boş boş şeyler ya. Artık hiç mahremiyet yok, yaptıkları her şeyi paylaşıyorlar biz de bir şeyler yapıyoruz ama atmıyoruz.” (K15)*

*“Hani o paylaşımlardan böyle etkilenecek hayatını onlar gibi yaşamak isteyen özenen çok yakınlarımız falan da var ben onlar adına üzüüyorum yani. Mesela bu son ayların hani şu Polatlar var ya böyle çok üzüldüm yani çevremizden çok yakın akrabalarımız da sanki onlar hayatlarının bir parçasıymış, tutuklandıklarında falan çok üzüldüklerini yani şöyle acıyarak baktım ben onlara ya. Yani bunlar kim ki dedim yani siz bunları*



*hayatinizin bir yerlerine koyuyorsunuz sanki o yoksa sizin hayatınız boş geçiyormuş gibi nasıl diyorsunuz. Siz inançlı insanlarsınız. Acidım yani hallerine, kendi hayatlarına üzüleceklerine başkalarına körü körüne bağlanıp onlara üzüliyorlar.” (E13)*

## TARTIŞMA

Mevcut araştırmada, 60 yaş ve üzerindeki bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonları ve sosyal medya platformlarındaki sosyal karşılaştırma eğilimleri incelenmiştir. Veri analizleri sonucunda sosyal medya kullanım motivasyonları ve sosyal medyadaki sosyal karşılaştırmaya bağlı duygusal ve davranışsal çıktılar başlığı altında iki tema ortaya çıkarılmıştır.

Sonuçlar ilk olarak sosyal medya kullanım motivasyonları açısından yorumlanacak olursa, şimdiki araştırmada ortaya çıkan temaların literatürle uyumlu olduğu görülmektedir (örn., Jung ve ark., 2017; Jung ve Sundar, 2016; Zickuhr ve Madden, 2012). Örneğin, bireylerin sosyal medya üzerinden yakınlarıyla ve arkadaşlarıyla iletişime geçerek onların yaşantılarıyla ilgili gelişmeleri sosyal medyadan öğrenerek sosyal ilişkilerini sürdürdükleri yönündeki bulgu Zhang ve arkadaşlarının (2021) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Bireyler sosyal medyayı genel olarak kendi ilgi alanlarıyla ilgili sayfaları ve gönderileri inceleyerek vakit geçirmek amacıyla kullandıklarını söylemişlerdir. Katılımcıların sosyal medyada boş vakitlerini yemek yapma, örgü örme, sanatsal faaliyetler ve bitki yetiştirme gibi ilgi alanları doğrultusunda değerlendirdikleri ortaya çıkmıştır. Bu bulgular Cıngı ve Cıngı'nın (2022) yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını inceleyen araştırmasında kendi ilgi alanlarına bakma ve hobilerini geliştirme amaçlı kullandıkları bulgusuyla örtüşmektedir. Katılımcıların paylaşım yaparken de hem bu ilgi alanları doğrultusunda hem de mesleki bilgi, özel hayat ve dini içerikli paylaşımlarda buldukları görülmüştür. Literatür incelendiğinde, Akbuğa'nın (2023) sözünü ettiği gibi, en sık yapılan paylaşımların özel günler, aile üyelerine ait fotoğraflar, Cuma mesajları gibi dini içerikli paylaşımlar ve kendi meslekleriyle ilgili gelişmelere yönelik paylaşımlardan oluştuğu görülmektedir. Bu açıdan şimdiki araştırmanın bulguları literatürle paralellik göstermektedir. Mevcut araştırmadan elde edilen, katılımcıların sosyal medyada meslekleriyle ilgili gelişmeler hakkında bilgi edinmek, sağlıklı yaşamla ilgili bilgiler edinmek,

ülkedeki siyasi ve ekonomik gelişmeler hakkındaki bilgileri yakından takip ederek bilgilenmek amacıyla gündemi sosyal medya üzerinden yakaladıkları yönündeki sonuçlar da, Sinav'ın (2020) araştırmasıyla benzerlik taşımaktadır. Bunlara ek olarak, gündem takibi noktasında katılımcıların ülke, memleket ve tanıdıkları kişilere ait ölüm haberlerini de sosyal medya üzerinden takip ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar, farklı ülkelerdeki benzer yaş grupları açısından da benzerlik göstermektedir (Örn., Xie ve ark., 2020). Literatürdeki sosyal medya kullanım motivasyonlarına bakıldığında yaşlı bireylerin sosyal medyada fenomenleri takip ettiklerine dair herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmada elde edilen yaşlı bireylerin fenomenlerin hayatlarını ve paylaşımlarını görmek amacıyla da sosyal medyayı kullandıkları şeklindeki bulgu sonraki araştırmalarda yaşlı bireylerin sosyal medya fenomenlerini takip etmeleri konusunda ele alınması gereken bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan, hangi fenomenlerin ne tür sebeplerle takip edildiği, onlardan edinilen bilgiler, sosyal medya fenomenlerinin insanların duygu, düşünce ve davranışlarında nasıl değişikliklere yol açtığı konusunda yeni araştırmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımları genel olarak değerlendirildiğinde, sosyal medyanın fiziksel olarak mesafeler barındıran ilişkiler açısından bir nevi köprü görevi üstlendiği görülmektedir. Bu sonuç, sosyal politikaların yaşlı bireylere yönelik dijital okuryazarlık programlarını destekleme potansiyeline, yalnızlık dönemine girmekte olan yaşlı bireylerin sosyal ilişkileri sürdürmek için sosyal medyadan yararlanmalarının ihtiyaç olduğuna ve yaşlarına uygun dijital alanlar tasarlanmasının önemine işaret etmektedir. Buna ek olarak, yaşlı bireylerin sosyal medyayı bilgi amaçlı kullanmaları ve güncel olaylar, mesleki gelişmeler ve yerel haberler hakkında bilgi sahibi olma isteklerinin cevaplarına yansıdığı göz önüne alınırsa, sosyal politikaların söz konusu yaşlarda yanlış bilgiyle mücadeleye odaklanabileceği de söylenebilir.

Sonuçlar sosyal medyadaki sosyal karşılaştırmalar açısından değerlendirildiğinde, Festinger'in (1954) bireylerin yeteneklerini ve sosyal konumlarını değerlendirmek için kendilerini başkalarıyla karşılaştırdıklarını öne süren sosyal karşılaştırma teorisiyle tutarlı görünmektedir. Hem yukarı hem de aşağı yönlü karşılaştırmaların incelendiği şimdiki araştırmada,

yaşlı yetişkinlerin dijital ortamlardaki sosyal deneyimlerine yönelik sonuçlar elde edilmiştir. Bulgulara göre, araştırmaya katılan yetişkinlerin sosyal karşılaştırmayı kötü bir fenomen olarak algıladıkları ve kullanma eğilimlerinin düşük olduğu görülmektedir. Bu bulgu Callan ve arkadaşlarının (2015) çalışmasında ortaya çıkan genç yetişkinlere oranla yaşlı yetişkinlerin daha düşük düzeyde sosyal karşılaştırmada buldukları bulgusuyla benzerlik taşımaktadır. Sosyal medyadaki sosyal karşılaştırmaya bağlı duygusal ve davranışsal çıktılara bakıldığında, şimdiki araştırmanın katılımcılarının yukarı yönlü sosyal karşılaştırmayı daha çok kullanmaları da literatürle tutarlı görünmektedir (örn., Kross ve ark., 2013; Vogel ve ark., 2014). Mevcut araştırma sonucunda, 60 yaş ve üstü bireylerin yukarı yönlü sosyal karşılaştırmayı kendilerini geliştirmek amacıyla yaptıkları şeklindeki bulgu, 18-22 yaş aralığındaki gençler üzerine yapılan çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2019). Bu açıdan genç ve ileri yetişkinlik dönemindeki sosyal karşılaştırmalarda benzer eğilimlerin olduğu ifade edilebilir.

Yine mevcut araştırmaya göre, katılımcıların yukarı yönlü karşılaştırma sonucunda kendi davranışlarından ders çıkarma ve değiştirme eğiliminde oldukları bulunmuştur. Bu sonuç, yukarı yönlü karşılaştırmının kendini geliştirme ve davranış değişikliği için bir destekleyici olduğunu iddia eden çalışmalarla uyumludur (Blanton ve ark., 1999; Buunk ve Ybema, 2003). Ayrıca, bazı katılımcılar yakın arkadaşlarının ve ailelerinin mutluluklarını ve başarılarını gözlemlerken sevinç ve gurur duyduklarını da ifade etmişlerdir. Bu ortak sevinç duygusunun, sosyal medyanın yaşlı bireylerdeki sosyal bağları güçlendirmeye yönelik potansiyel etkisine işaret ettiği düşünülmektedir.

Yaşlı bireylerin yukarı yönlü karşılaştırma yaparken duygusal açıdan “imrenme” ve “sevinç” duygularını kıskanma duygusuna oranla daha çok deneyimledikleri görülmüştür. Araştırmaya dahil olan katılımcılar başkalarının başarılarını veya davranışlarını gözlemleyerek ilham ve motivasyon elde ettiklerinden söz etmişlerdir. Bu durumun Lockwood ve Kunda'nın (1997) ilham verici karşılaştırma fenomeniyle benzerlik gösterdiği düşünülebilir. Bu kavrama göre bireyler başkaları tarafından verilen olumlu örneklere dayanarak kendilerini geliştirmeyi arzulamaktadır. Katılımcıların

ilgili paylaşımları gördükten sonra daha sağlıklı yaşam tarzları benimsemeye veya sosyal ilişkilerini geliştirmeye yönelik yorumları, bir bakıma sosyal medyanın kişisel gelişimi teşvik etmedeki yapıcı rolünü vurgulamaktadır. Elde edilen sonuçlara göre, yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımını sonrasındaki duygusal deneyimlerinin genel iyi oluş düzeylerine olan etkisi de sonraki araştırmalarda incelenmeyi bekleyen konular arasındadır. Bulgular sosyal politika bağlamında ele alındığında, verilen cevaplardan hareketle yaşlılık dönemindeki bireylerde yapıcı karşılaştırmaları teşvik etmek için sosyal medyada olumlu rol modellerini destekleyen müdahalelere ve uygulamalara ihtiyaç olduğunu söylemek mümkündür.

Şimdiki araştırmanın sonuçlarına göre, katılımcıların aşağı yönlü karşılaştırma yaparken ölüm ve savaş gibi olaylarda kendilerinden daha kötü durumdaki insanlara karşı üzüntü duygusu yaşadıkları göze çarpmıştır. İsrail ile Filistin arasındaki savaşın şu an hem ülke hem dünya gündeminde fazlasıyla yer almasından dolayı katılımcıların sosyal medyada bu konuyla ilgili haberlere ve paylaşımlara daha çok üzüldükleri ve aşağı yönlü sosyal karşılaştırma yaptıkları düşünülmektedir. Bununla birlikte, savaş durumundan bağımsız olarak, aşağı yönlü sosyal karşılaştırmada insanların daha çok üzüntü gibi olumsuz duygular yaşadıklarına bazı araştırmalarda rastlanmaktadır (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2019; Kaşdarma, 2016). Bu açıdan elde edilen sonuçlar literatürle uyum göstermektedir. Bunun yanı sıra katılımcıların kendilerinden farklı ve aşağı konumda buldukları kişilere acıyarak küçümseme duygusu gösterdikleri bulunmuştur. Bu bulguların üniversiteli gençlerle yapılan çalışmadaki sonuçlarla örtüştüğü görülmüştür (Taşcıoğlu, 2018). Aşağı yönlü karşılaştırmalar açısından verilen cevaplar katılımcıların olaylara empatiyi önceleyerek yaklaştıklarını düşündürmektedir. Dolayısıyla bu konuda gerçekleştirilecek uygulamaların çevrimiçi platformlardaki yargılayıcı veya bölücü davranışlar yerine empati odaklı etkileşimleri teşvik etmesi gerektiği vurgulanabilir.

Yaşlı bireylerin sosyal karşılaştırmalarına genel olarak bakıldığında, yukarı yönlü karşılaştırmaların olumlu algılanması durumunda kişisel gelişimi ve iyi oluşu destekleyebileceği fakat kıskançlık veya yetersizlik duygularıyla birleştiğinde memnuniyetsizliğe ve strese yol açabileceği görülmektedir.

Bununla birlikte, aşağı yönlü karşılaştırmalar empati ve minnettarlık gibi duyguları teşvik edebilirken, olumsuz klişeleri veya yargılayıcı tutumları da pekiştirebilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde sosyal karşılaştırmaların sonuçlarını şekillendirmede Wood'un (1989) belirttiği gibi bağlam ve bireysel anlam yüklemelerin önemi ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla kişisel değerler, sosyal kimlik (Suls ve ark., 2002) ve çevrimiçi içeriğin nasıl algılandığı gibi unsurların (Nesi ve Prinstein, 2015), sosyal karşılaştırma süreçlerinin olumlu ya da olumsuz olarak deneyimlenip deneyimlenmediğini belirlemede önemli rol oynadığı söylenebilir.

Bu sonuçlardan hareketle, yaşlı bireylerdeki sosyal karşılaştırmanın karmaşık duygusal ve davranışsal çıktılar oluşturabileceği düşünüldüğünde, sosyal medya platformlarında bazı stratejiler uygulamaya geçirilebilir. Örneğin, gösterişlilik veya imrendirici içerikleri yerine bilgilendirici olanlara öncelik veren algoritmalar, kıskançlık gibi olumsuzlukları azaltabilir. Yine bu dönemdeki bireylerin olumlu deneyimlerini paylaşabilecekleri, yaşlılarından veya belli bir konu uzmanından tavsiye alabilecekleri çevrimiçi topluluklar oluşturmak, sosyal karşılaştırmanın olumlu yönlerini artırmada yardımcı olabilir. Bunların yanı sıra, işbirliğinde bulunma ve yardımlaşma gibi empatik tepkileri teşvik eden içeriklere sahip olan dijital ortamlar da yaşlı bireylerin sosyal, duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılama noktasında destekleyici bir unsur olabilir.

Mevcut araştırmanın özellikle yaşlılık dönemindeki bireylerin sosyal karşılaştırma eğilimleri konusunda gerçekleştirilen araştırmaların yetersiz oluşundan ve sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilimlerine ve davranışlarına yönelik herhangi bir araştırma bulunmamasından dolayı literatüre katkı sağladığı düşünülmektedir. Literatürde özellikle ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki bireylerle yürütülen çalışmaların fazla olmasına rağmen, yaşlı bireylerle yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olması sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilimlerindeki yaşa bağlı farklılıkları incelemek açısından da engel oluşturmaktadır. Dolayısıyla şimdiki çalışmanın sonuçları hem alandaki eksikliğin giderilmesi hem de bu alanla ilgili daha kapsamlı araştırmaların yapılmasına ön ayak olmuştur. Yine de, farklı yaş gruplarıyla

aynı çalışmada benzer sorular üzerinden görüşmeler gerçekleştirilmesi, bu konuda daha net yorumlar yapılmasına imkân tanıyacaktır.

Şimdiki araştırma, yaşlılık dönemindeki bireylerde sosyal medyadaki sosyal karşılaştırmaları incelemesi açısından öncü olma özelliği taşımakla birlikte bazı sınırlılıklara da sahiptir. Araştırmanın sınırlılıklarından birisi, katılımcı grubunun Türkiye örneklemini yansıtması noktasındadır. Katılımcıların sadece Konya ilinden seçilmesi ve kar topu yöntemiyle benzer çevrelerdeki insanlara ulaşılması, söz konusu genellenebilirlik sınırını beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, ilerideki araştırmaların Türkiye'nin farklı bölgelerinden farklı demografik özelliklere sahip katılımcılarla gerçekleştirilmesi literatür açısından faydalı olacaktır. Bir diğer sınırlılık ise katılımcıların araştırmada yer alan sosyal karşılaştırmayla ilgili soruları kıskançlık ve kötü bir davranış olarak algılamalarından dolayı bunları keskin bir şekilde hayır diyerek ve yapmadıklarını söyleyerek bu soruların cevapları üzerine yeteri kadar düşünmemiş olmamalarıdır. Bundan sonraki araştırmalarda yaşlı bireylerin sosyal karşılaştırma kavramını neden kötü bir fenomen olarak algıladıkları ve buna ilişkin tutumları daha detaylı olarak incelenebilir. Bunlara ek olarak, yaşlı bireylerin sosyal medyadaki sosyal karşılaştırma eğilim ve davranışları sosyal karşılaştırma ölçeği gibi ölçme araçlarıyla ve mahremiyet algısı, benlik algısı, öznel iyi oluş gibi farklı değişkenlerle nicel araştırma deseni kullanılarak daha açık bir şekilde ortaya çıkarılabilir.

Özetle, bu çalışmadan elde edilen bulgular sosyal politikalar açısından farklı öneriler de sunmaktadır. Bu konuda ilk olarak, ilgili kurum ve kuruluşların yaşlı yetişkinler için dijital katılım programlarına öncelik vermeleri, yalnızca teknik becerileri değil aynı zamanda çevrimiçi ortamlarda eleştirel düşünme ve duygusal dayanıklılığı da ön plana almaları gerektiği söylenebilir. İkinci olarak, yaş dostu çevrimiçi toplulukların teşvik edilmesi, yaşlı yetişkinlerin olumsuz duygusal sonuçları en aza indirirken genel iyi oluşlarını destekleyecek sosyal etkileşimlere girmelerine yardımcı olabilir. Ek olarak, sosyal medyada yayılan yanlış bilgileri azaltmak ve olumlu rol modellerini teşvik etmek için çevrimiçi içeriklerin düzenlenmesi, sosyal medyayla ilgilenen yaşlı bireylerin yaşam tatminlerini ve refahlarını artırabilir. Sonuç olarak, 60 yaş ve üzerindeki yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonlarının ve sosyal karşılaştırma

eğilimlerinin incelendiği bu araştırmada, yaşlı bireylerin sosyal karşılaştırmayı kullanma düzeylerinin düşük olduğu ve yukarı yönlü karşılaştırmayı aşağı yönlü karşılaştırmaya oranla daha fazla yaptıkları bulunmuştur. Özellikle ileri yetişkinlik dönemindeki bireylerle bu konuda gerçekleştirilen araştırmaların olmayışı nedeniyle, mevcut araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı ve bu konuları derinlemesine inceleyecek yeni araştırmaların önünü açacağı düşünülmektedir. Gelecekteki araştırmalar, yaşlı nüfuslarda sosyal medya kullanımının boylamsal etkilerini ve politika müdahalelerinin bu deneyimleri şekillendirmedeki rolünü araştırarak giderek artan yaşlı nüfusun iyi oluş düzeyine olumlu yönde katkılarda bulunabilir.

## KAYNAKÇA

- Akbuğa, F. (2023). Yaşlı bireylerin sosyal ağlardaki “Dijital Suskunluğu”. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 62, 328-345. <https://doi.org/10.29228/sobider.67696>
- Barak, A. (2018). *Sosyal medya kullanım motivasyonları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma: Facebook, Twitter, Instagram örneği*. [Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi].
- Baş, Ö., Sunam-Audry, A., İnceoğlu, İ., Kaya, Y. B., Cöbek, G. ve Alkurt, S. V. (2023). Türkiye’de genç yetişkinlerin sosyal medya kullanımları ve paylaşım türlerinin incelenmesi. *Intermedia International E-Journal*, 10(18), 136-159. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1259262>
- Blanton, H., Buunk, B. P., Gibbons, F. X. and Kuyper, H. (1999). When better-than-others compare upward: Choice of comparison and comparative evaluation as independent predictors of academic performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(3), 420-430.
- Buunk, B. P. and Ybema, J. F. (2003). Feeling bad, but satisfied: The effects of upward and downward comparison upon mood and marital satisfaction. *British Journal of Social Psychology*, 42(4), 613-628.
- Büyükmumcu, S. B. ve Ceyhan, A. A. (2019). Sosyal medya kullanıcılarının sosyal karşılaştırma eğilimlerinin incelenmesi. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 10(1), 273-302. <https://doi.org/10.18039/ajesi.682035>
- Callan, M. J., Kim, H. and Matthews, W. J. (2015). Age differences in social comparison tendency and personal relative deprivation. *Personality and Individual Differences*, 87, 196-199. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.08.003>
- Cıngı, Y. ve Cıngı, M. (2022). 65 yaş ve üzeri bireylerin korona virüs sürecinde sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik nitel bir araştırma. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(4), 574-595.
- Crocker, J., Thompson, L. L., McGraw, K. M. and Ingerman, C. (1987). Downward comparison, prejudice, and evaluations of others: effects of self-esteem and threat. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(5), 907-916. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.5.907>
- Collins, R. L. (1996). For better or worse: The impact of upward social comparison on self-evaluations. *Psychological Bulletin*, 119(1), 51-69. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.119.1.51>
- Dailey, S. L., Howard, K., Roming, S. M. P., Ceballos, N. and Grimes, T. (2020). A biopsychosocial approach to understanding social media addiction. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(2), 158-167. <https://doi.org/10.1002/hbe2.182>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>



- Hsu, C. L., Yu, C. C. and Wu, C. C. (2014). Exploring the continuance intention of social networking websites: an empirical research. *Information Systems and e-Business Management*, 12(2), 139-163.
- Jung, E. H., Walden, J., Johnson, A. C. and Sundar, S. S. (2017). Social networking in the aging context: Why older adults use or avoid Facebook. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1071-1080.
- Jung, E. H. and Sundar, S. S. (2016). Senior citizens on Facebook: How do they interact and why? *Computers in Human Behavior*, 61, 27-35.
- Kalınkara, V. ve Sarı, İ. (2023). Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımı ve yaşlanma algısı. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27(1), 87-102.
- Kartal, M. (2013). Türkiyede sosyal medya raporu. *İletişim ve Diplomasi*, 1(1), 159-165.
- Kaşdarma, E. (2016). *Facebook'taki sosyal karşılaştırma sürecinin ve bu süreçle ilişkili faktörlerin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Uludağ Üniversitesi.
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J. and Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS One*, 8(8), e69841.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites? The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-260. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>
- Lockwood, P. and Kunda, Z. (1997). Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 91- 103. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.1.91>
- Mussweiler, T., Rüter, K. and Epstude, K. (2006). The why, who, and how of social comparison: A social-cognition perspective. S. Guimond (Edt.), *Social comparison and social psychology: understanding cognition, intergroup relations, and culture* (1. baskı), (s. 33-54). UK: Cambridge University Press.
- Nesi, J. and Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43, 1427-1438.
- Praveena, K. (2021). Determining the factors influencing social media usage among elderly. *SCMS Journal of Indian Management*, 18(3), 53-62.
- Sınav, A. (2020). Genç-yaşlı, orta-yaşlı ve ileri-yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının karşılaştırmalı analizi: Eskişehir ili örneği. *Etkileşim*, 3(5), 116-145.
- Sözkesen, M. E. ve Biçer, S. (2018). Instagram'da sosyal kıyaslama, benlik saygısı ve yaşam doyumu ilişkisi: Fırat üniversitesi üzerinde bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29, 302-326. <https://doi.org/10.31123/akil.458950>
- Suls, J., Martin, R. and Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect?. *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 159-163.

- Şamilova, A. ve Ayhan, N. (2022). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde yaşlıların sosyal medya kullanım davranışı örüntüleri. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 106-122. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7472394>
- Şener, G. (2009). Türkiye’de Facebook kullanımı araştırması. XIV. *Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi, 12-13 Aralık 2009, 33-41.
- Taşçıoğlu, C. (2018). *Sosyal ağlarda yapılan sosyal karşılaştırmaların ardından hissedilen duygular ve bu duyguların ilişkili olduğu bireysel değişkenler* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Uludağ Üniversitesi.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2023, Ağustos 29). Hanehalkı bilişim teknolojileri (BT) kullanım araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2022-45587)
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K. and Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249–256. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. and 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>
- Yang, C. 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.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90(2), 245-271. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.90.2.245>
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106(2), 231-248. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.231>
- Xie, B., Charness, N., Fingerman, K., Kaye, J., Kim, M.T. and Khurshid, A. (2020). When going digital becomes a necessity: Ensuring older adults’ needs for information, services, and social inclusion during covid-19. *Journal of Aging and Social Policy*, 32, 460–470. <https://doi.org/10.1080/08959420.2020.1771237>
- Zhang, K., Kim, K., Silverstein, N. M., Song, Q. and Burr, J. A. (2021). Social media communication and loneliness among older adults: The mediating roles of social support and social contact. *The Gerontologist*, 61(6), 888-896.
- Zickuhr, K. and Madden, M. (2012). Older adults and internet use. *Pew Internet and American Life Project*, 6, 1-23.

## EKLER

### Araştırma Sonucunda Ortaya Çıkan Temalara İlişkin Katılımcı Cevapları

#### *Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları*

##### **İlişki**

“Komşularımın, akrabalarımın paylaştığı hikâyelere bakmak için, onların attıklarını okurum. Gelen mesajlara bakar, onları okurum.” (K1)

“Onun dışında tabii eş dost arkadaş onlar da var onları da takip ediyorum. Mecburen işte onların paylaşımlarını beğeniyorum zaten. Böyle fotoğraflarını yemek şeylerini falan arada onlar da oluyor tabii ki” (K3)

“Mesela arkadaşlarım canlı yayına girmişse ona bakıp çıkarım.” (K6)

“Ben kızlarımın, 2 kızım var hani bir şey paylaşıyorlar onların şeylere bakıyorum durumlarına. Ondan sonra kardeşlerimin durumlarına bakıyorum.” (K9)

“Benim şehirlerarası akrabalarımın da var onlarla iletişime geçiyorum. Facebook da mesela Avustralya’dakilerle daha çok iletişime geçiyorum.” (K7)

“Öyle onlarla iletişimde kalmak. Onlarla zaman zaman yazıyoruz böyle. Şeyden, internet ortamında, Messenger’den yazıyoruz işte. Nasılsın, iyi misin? Hatta keşke internetim olsa da o yazları hep konuştuğumuz yazılar. Bazıları işte bana şaka yapar. Bilmem ne yaparlar. Öyle çok yani.” (E5)

“Arkadaşlarla daha sık iletişim kurmak. Genelde arkadaşlarımın paylaştıklarıyla ilgili. Arkadaşlarımın güncel içerikleriyle ilgili şeylere bakmaya çalışırım.” (E3)

“Akrabalar ailelerle gruplar var, haberleşme grubu haberleşmek için kullanıyoruz. Hikayelere bakıyorum. Kiminle paylaşmış ne etmiş nasıl diye.” (E7)

“Bazen tanıdığım insanlar ne yaptı diye bakıyorum. İnsanlarla mesajlaşıyorum, mesela kardeşimle tanıdıklarımınla mesajlaşıyorum.” (K11)

“Yani arkadaşlarımla iletişim kurmak onlarla yazışmak için kullanıyorum. Haberdar olmak eski liseden ya da ilkokul ortaokuldan arkadaşlarımı bulmak için de kullanıyorum. Bazen böyle bulup onlara yazdığım hatta fotoğrafımı attığım bak biz buradan konuşuyoruz dediğim arkadaşlarım oldu.” (E8)

“Yani arkadaşlarımla sohbet etmek haberleşmek için öyle tecrübe edinmek için bazen. Ne bileyim kandildir bayramdır onları görmek kutlamak için.” (E11)

##### **Vakit Geçirme**

“Facebook’tan yayımlanan bazı bilgiler oluyor onları tarımsal olsun veyahut başka bir şey yayınlamışlarsa dikkatimi çekiyorsa bakıyorum, değilse bakmıyorum. Bitki çoğaltma, budama, ilaçlama ne biliyim bunun gibi ben çiftçilikten yani tarımdan geldiğimiz için

- toprakla ilgili olan şeylere bakıyorum. Hoşuma gidiyorsa onun takip edip inceliyorum, bakıyorum veyahut paylaşım yapıyorum.”* (E1)
- “Çiçek hastasıyım ben. Çiçeklere bakmak için ondan kullanıyorum. Örgü, çiçek onlarla bakıyorum. O çiçeklerin şeylerine bakarım, nasıl diktiklerine, onların bakımlarına falan bakarım.”* (K2)
- “Mobilyadır, veyahut sanayi ürünleri gibi ilgimi çeken şeylere bakıyorum.”* (E6)
- “Örgü üzerinde çantadır öyle şeyler var ya onlara bakarım. Ne kadar güzel olmuş derim. Geçtikçe geçer geçtikçe geçer onlara bakarım.”* (K14)
- “Ben böyle kumaş işlerini falan çok severim o yüzden kumaşları paylaşan sayfaları örgü sayfalarını takip ederim”* (K16)
- “Ben belgeseli çok severim böyle bazen belgesellere falan bakıyorum müzik dinlemeyi de severim bazen oradan müzik de dinliyorum hep böyle sevdiğim müzikleri falan bulursam oradan keşfediyorum.”* (E9)
- “Birilerini veya hesapları takip edeyim diye değil oyalanayım diye, vakit geçireyim diye.”* (K1)
- “Sosyal medyayı sadece sıkılmamak için kullanıyorum başka gayem yok.”* (K6)
- “Boş olduğum zamanlar vaktimi doldurmak için girip sevdiğim kendi sevdiğim şeylere bakarım. Sanatla ilgilendiğim için sanat sayfalarının attıkları şeylere falan bakarım.”* (K8)
- “E yani dediğim gibi kızım işte biz zaten almışız yaşı başı öyle vakit geçsin diye kendimizi oyalamak için takip edip izliyoruz.”* (E8)
- “Bazı kişiler şey ne günlüklerini koyuyorlar onları takip ederim. Magazin dünyasını takip ederim. “Kuşum Aydın’ın” çekimlerine bakarım. Bir bozkırlı Hasanım var YouTube’den onu takip ederim.”* (K5)
- “Bir iki takip ettiğim birileri var onların ev hayatlarına yaşantıları, çocuklarını büyütürken ki hallerine bakarım. Hoşuma gidiyor öyle şeyler. İşte şu “Emure Emure’nin” annesi falan onlara. İşte onları merak ediyorum bugün naptılar, çocukları nasıl diye.”* (K7)
- “Kadir Ezildi’miz var. Şahane temizlik yapıyor onu takip ederim. O çok güzel temizlik yaptığı için mesela geçen gün çamaşır yıkayış şeklini gösterdi. Aa dedim ben bunu bilmiyordum bir dahakine öyle yapayım. Mesela koltuk nasıl temizlenir gösterir, fırın kapağı açılıp o aralar nasıl temizlenir gösteriyor, onları seviyorum.”* (K11)
- “Fenomenlerden Konya’mızın bir Naciye Acar’ı var ya ona bakarım. Başka kim var, hani baha ve annesi köyde yaşam olarak ona bakarım.”* (K12)
- “Bazen Canan Karatay’ı dinliyorum. Orda doktorlar konuşuyor onları dinliyorum. Onun haricinde fazla şeylere bakmam yani.”* (K13)
- “Bir de komedi içeriklerini seviyorum onları da izliyorum. Hatta böyle çok güldüğüm olursa çocuklarıma da gönderiyorum.”* (E7)

“Kedileri çok merak sararım, severim yavruları onlara bakarım, onlara gülerim.” (K14)

“Komedi olarak Güldür Güldür ile ilgili videolara bakmayı seviyorum beni mutlu ediyor.  
Komedi videoları kedi videoları falan beni mutlu ediyor.” (K16)

### **Bilgi Edinme**

“Mesleğimle ilgili şeylere. Teknolojik şeylere bakıyorum. Görsellere yani teknoloji devamlı  
değişiyor yani.” (E2)

“Kendim patchwork yapıyorum onunla ilgili araştırmak işte yeni bir şeyler öğrenmek onlara  
göre kendimde bir şeyler düzenlemek o açıdan bakıyorum.” (K3)

“Daha çok siyasi paylaşımlar oluyor, onları takip edip inceliyorum. Başka şeyleri çok  
okumuyorum.” (E6)

“Yani siyasi şeylerde siyasi yorumlar işte karşılıklı yani övme ya da yerme.. Yani o kadar  
hani siyasetle belki 30 40 öyle bir özel kendimizin seçtiği olmuştur. Bunun haricinde özel  
takip ettiğim bir hesap yok. Bilgi ve siyasi.” (E4)

“Siyasi gündemde dikkatimi çekiyor böyle açık oturum var oluyor bazen biliyor musun  
bilmiyorum onlara bakarım.” (E13)

“Kim ne yapmış, kim ölmüş. Mesela bizim köyden ölen oldu mu hemen paylaşıyorlar.  
Altınekin’in Belediyesine bağlayıp onlar paylaşıyorlar.” (E5)

“Facebook üzerinden kendi memleketimizin sitesi var. O sitede haberlere şey etmek için  
bakmak için. Bakıyorum tanıdıksa yani bir cenaze haber ise bende yazıyorum.” (E2)

“Genelde haberlere bakıyorum. Gazze’deki olan yurtdışında olanları, ülkede olanları takip  
ederim. İlgilendirenlere bakıyorum. Ölüm haberleri oluyor onlara bakıyorum.” (K4)

“Biz Çumra’dan geldik ya biz oradaki hani ne oldu ne bitti gibi. Yani oradaki illa merak ana  
vatanımız gibi orası. Genellikle kim ölmüş ne olmuş ne yapmış gibi meraktan, ilk şeyim  
o. Hani kullanmak için ilk önce onlara bakıyorum.” (K10)

“Bilgilenmek, gündemi takip etmek, bilgileri almak. Kim ne işler yapar onları görmek için.  
Ülke ile ilgili şeyleri takip ederim. Savaş Suriyeliler falan. En çok İstanbul, Ankara ve  
İzmir’in haberlerine bakarım.” (K17)

“Faydalı bilgiler oluyor güzel Gazze’den paylaşımlar oluyor işte Ankara’da ne oldu haberler  
hani o tarz şeylere bakıyorum.” (K15)

“Ya ne bileyim düğün dernektir biri ölmüştür falan oradan görüp bakıyorum. Bizim  
Çumralıyım ben. İşte köy muhtarımız var mesela o böyle köyde biri ölürse ya da birinin  
düğünü falan varsa hikâye atar paylaşır biz de oradan görüp ona göre ya taziyede  
bulunuruz ya da düğününe katılabiliyorsak katılırız kutlarız.” (E9)

### Paylaşım Yapma

“Genelde Facebook'ta paylaşım yapıyorum. Genelde gezileri paylaşırım. Gezilerimi paylaşırım. Böyle siyasi ya da başka içerikle paylaştığım şeyi çok nadirdir. Yani %90 gezdiğim yerleri paylaşırım.” (E4)

“Sanatla ilgili beğendiğim resimler olursa atıyorum. Bir de özel günlerde de paylaşımında bulunuyorum.” (K8)

“Böyle birine sitem ettiysem sitemkâr paylaşım yapıyorum. Onun dışında çalışma arkadaşlarım ve aile fertlerimle de hikâye paylaşıyorum.” (E7)

“Gittiğim gezdiğim, mesela bir tatile gitmişsem beğendiğim yerleri çekmişsem koyabiliyorum.” (K11)

“Yani ailemle bazen güzel günlerimiz de kutlamalarımızda ailemle atarım bazen siyasi sendika ile ilgili şeyler onları da paylaşabiliyorum.” (E10)

“Çok hoşuma giderse bir yapım, bakım, onarım işleri olursa. Bazıları da bilgilensin arkadaşlarımda diye o şekilde paylaşım yapıyorum.” (E1)

“Nadiren de olsa yapıyorum. Ben normalde antrenörüm aynı zamanda spor adına paylaşım oluyor. Futbol antrenörüyüm. Genelde onlarla ilgili paylaşımlarda bulunuyorum. Bazen uzun mesajlar değil de kısa bilimsel içerikli yazılar da yazıyorum.” (E3)

“Valla böyle reels videolarından işte böyle ana babaya saygılar. Yani biraz daha eski tarihi eserleri, şunlar gibi böyle şeyler çok paylaşırım. Benim var yani. Severim öyle şeyleri yani. Benim arkadaşlarımda faydalansın yararlansın diye.” (E5)

“Çoğunlukla Cuma mesajları, hoşuma giden karşı tarafa göndereceğim bir laf söz olursa onları paylaşırım.” (K7)

“Cuma mesajlarıyla ilgili fotoğraflar atarım, her cuma atarım.” (K2)

“Mesela bu gördüğüm duayı etrafımdakilerle paylaşırım. Hani iyi yönde olan şeyleri etrafımdakilere de gönderirim.” (K12)

### Sosyal Karşılaştırmaya Bağlı Duygusal ve Davranışsal Çıktılar

#### Yukarı Yönlü Sosyal Karşılaştırma

“Oradan da ibret aldıklarım, ders aldıklarım, ders çıkardıklarım oluyor. Mesela işte bir hüsüm akraba arasında böyle bir gönderi zaman işte kısım akraba ziyaretlerini falan. Ben giderim artık hepsini ziyaret ederim yani. Etkileniyorum yani onlardan. Hemen arıyorum hemen telefondan.” (E5)

“Mesela yanlış yaptığımız şeyler o konuda dikkatimi çekiyor. Hani biz bunu böyle yapıyorduk ama yanlışmış. Hani aslında doğrusu buymuş. İşte yumurtanın mesela ısıtılmaması gerekiyormuş, ıspanağın tekrar ısıtılmaması gerekiyormuş. Zararlı hale geliyormuş ama biz bilmiyorduk tavuktu, ıspanaktı bunları tekrar tekrar ısıtıp yiyorduk falan onlar ilgimi çekiyor. Öğrenmeye dikkat etmeye çalışıyorum.” (K3)

- “Olursa mesela şunu şöyle koymuş ne güzel olmuş bende öyle yapayım. Şu temizliği şöyle yapmış bende deneyim. Pasta olsun yemek olsun bu seferde onun yaptığı gibi bu yemeği yapayım. Onları dikkate alırım.” (K7)
- “Tabii tabii mesela bu ibadet olsun bu tesbihatlar olsun o türler mesela benim hoşuma gidenleri ben uygulardım, ben duyduğumu yapardım.” (K9)
- “Dini yönden hocalardan dualar geliyor onları ezberlemeye çalışıyorum. Kendimi o yönden geliştirmeye çalışıyorum. Ne diyim bilmediğim bilgilere ulaşmaya çalışıyorum. Mesela temizlikte daha iyi nasıl yapılır. Dualarda, namazlarda nasıl bir dua edilir, işte o tür şeylerde kendimi geliştirmeye çalışıyorum.” (K11)
- “Oradan bir şeyler görüp bilgileniyorum. Bilgi edinmek için kullanıyorum davranışlarımı düzeltmek için yanlış yaptığım bir şey varsa ona göre düzeltiyorum. Hatta böyle sağlıklı yaşamla ilgili şeyleri görünce uygulamaya çalışıyorum. Böyle ne yenilmeli ne yenilmemeli gıda ve sağlıkla ilgili. Hani bu konuda yanlış yaptığım bir şey varsa yememem gereken bir şey varsa ona göre düzeltmek için araştırmak için yani biraz da.” (K16)
- “Sevdiğim kişilerse mutlu olurum. Geziyormuş eğleniyormuş bende mutlu olurum onların mutluluğu beni de mutlu eder.” (K6)
- “Birin bir düğün nişan benzeri bir şeyse bayram seyran o sevinci paylaşmış olurum. Üzüntülü bir şey varsa o üzüntüyü paylaşmış olurum. Yani öyle bakarım. Yani genelde çok eleştirel ya da kıskançlık olarak bakmam yani onlar beni ilgilendirmez.” (E4)
- “Arkadaşların güzel anularıyla beni mutlu ediyor.” (E3)
- “Kimileri düğün koyuyor, kimi kınayı koyuyor yani işte onları koyuyorlar yani denk gelirse onlar dikkatimi çeker. Tabi o şey geliyor ya ona basmayı bilmiyorum. Görürsem denk gelirim beni mutlu eder öyle yani.” (K13)
- “Teknofest'e bakınca da mutlu oluyorum. Akrabalarımın güzel paylaşımları da beni mutlu ediyor.” (K17)
- “Ya güzel şeylere ya da sözlere mutlu oluyorum çocuklarıma da atarım hatta bakın ne kadar güzel söylemiş konuşmuş diye.” (E10)
- “Memleketle ilgili güzel haberler hükümetin icraatları yapılan işler açılışlar düğün dernek paylaşımları bunlar da tabii mutlu ediyor beni yani.” (E12)
- “Atıyorum domates biber eksek gibi. Herkesin şey yaptığı yani gönülünden geçirdiği şeylerdir bunlar. Şöyle yapalım böyle yapalım, adam orda bahçe falan dikmiş. Bizde böyle yapsak diye içimizden geçirdiğimiz oluyor. Ama hayata geçirdiğimiz bir şey yok yani.” (E1)
- “Arkadaşlarımın gezdiklerini görünce, onlar hep tura katılıp gezerdi bende onlarla tura katıldım her yeri gezdik...” (K1)
- “Hep çiçeklerle benim derdim. Başka bir derdim yok. Çiçekleri duruma atmış ya da almış mesela aynısını almak isterim. Ben çiçek hastasıyım. Böyle görünce keşke benim de bu kadar çiçeğim olsa diyorum. Yani mesela bana altın alacaklarına çiçek alsınlar öyleyim.” (K2)



- “Karpuz büyüymüş, domates ekmiş onları. Bizim bundan sonra işimiz ne işte onlara bakarım. Ben de öyle eksem veyahut benimde öyle olsa derim. Tandır, ocak ekmek yaparlar onlara özenirim. Biz eskiye gidiyoruz, o hayatı istiyor, özlüyor insan.” (K14)
- “Yani araba kullanmayı işte zamanında yapmadım ona hayıflanırım, sürenleri görünce keşke ben de alsaydım diyorum.” (K15)
- “Ha mutlu olan böyle insanlardır. Vallahi işte biz de böyle bir mutlu olamadık filan. Yani biraz kıyaslarım yani. Ya diyorum bazen ulan ellerin anneleri doğurmuş gidiyor Antalya’da geziyor işte tatilde ulan bizim anamız bizi taş mı doğurdu da biz böyle sürünüyoruz. Yazarım böyle şeyler olur yani.” (E5)
- “Yani orda işte imkân çok, bizde kısıtlı yani. Yani bizde hemen şu lazım olsa anında lazım olsa 3 gün sonra gelir buraya. Yani onlarda böyle bir imkân çok. Tabi teknolojiye bizden çok çok üstünler ilerdeler. İnsan onların imkanlarını görünce kendi imkanlarını sorguluyor.” (E2)

### Aşağı Yönlü Sosyal Karşılaştırma

- “Ama üzücü bir olayda üzülrüm. Geçmiş olsun dileklerimi iletirim. Filistin olaylarını okuyup takip ederim. Paylaşımlar da yaparım. Bunun gibi olaylara üzüliyorum.” (K8)
- “Ama biraz yakınlarını kaybedenler için bayağı üzüntü duyuyorum. Mesela biraz daha genç yaşta kaybettiğimiz insanlar oluyorsa onlar için gerçek anlamda bayağı bir sıkıntı yaşıyorum kendi içimde.” (E3)
- “Örneğin Filistinli insanları gördüğünde kendi hayatımla karşılaştırırım. Onları görünce halime şükrederim. Allah’ım kimsenin başına vermesin. Halimize bin şükür.” (K1)
- “Nasıl diyeyim ya işte bu son olaylarda aynı dediğim gibi bu Gazze olaylarında bayağı onlara çok üzüliyorum. Çoğunu da bakmak istemiyorum açıkçası, baya bir üzüliyorum. Etkiliyor onlar.” (K10)
- “Filistin haberlerine çok üzüliyorum. Akşam baktım, bir baba evladını almış mezara koyuyor. Bunlar benim vicdanımı çok sıztatıyor. Herkesin öyle yemeleri içmeleri yani insanlar koyuyorlar yani bunu alan var alamayan var.” (K13)
- “Böyle cinayettir intihardır bu olaylarda üzüyor. Son zamanlarda zaten gittikçe artık böyle cinayet olayları paylaşılıyor her gün. Ülkede her gün biri ölüyor ve bunlar hepimizi üzüyor haliyle kızım. Artık kendimiz de korkuyoruz.” (E11)
- “Ya tabii ki de savaş haberleri üzüyor insanı işte görüyoruz Filistin’de hani olan olayları onlar üzüyor tabii insanı.” (E12)
- “Ne hayatlar var. Bizim onlarla hiç alakamız yok. Biz kendimizi iyi biliyoruz. Çok farklı hayatlar var. Onlara dua ediyorum. Allah hidayet etsin diyorum. Onların kılığına bak diyorum. Söylediklerine, yaptıkları hareketlere. Koca koca köy yerindeki avratlar oynarlar şıkıdık. Hiç olacak şey mi. Onları falan ayıplarım. Çok çirkin hareketler var.” (K14)



“Hani birilerin gözüne bir şey sokmak da böyle şeyleri paylaşmaları da güzel bir şey değil yani. Bu kadar gerek yok yani herkesin her şeyi insanların gözüne sokmasına gerek yok bana göre. Sonradan görme özentili insanların yaptığı şeyler o tür şeyleri sevmiyorum. Hani böyle insanlara yararlı olacak bir şey olsa tamam ama yok yani boş boş şeyler ya. Artık hiç mahremiyet yok, yaptıkları her şeyi paylaşıyorlar biz de bir şeyler yapıyoruz ama atmıyoruz. Bu tarz şeyler hoş değil yani.” (K15)

“Üzülüyorum ya herkes çıplak. Fenomenim diye yapmadıkları rezillik kalmıyor. Nesine imreneceğim kuzum acıyorum. Gençlik ne hale gelmiş ya. Uyuşturucu.. Fenomenim diye kocasının karşısına kıvırtmalar oynamalar. İyi bir şey mi yani bu. Maneviyat bitmiş kuzum bitmiş. Biz de zamanında gençtik böyle şeyler yapmadık, bunlara bakınca acıyorum.” (K17)

“Ben şeyi de yanlış buluyorum bak bu düğün dernek paylaşımları oluyor ya ya tabii mutlu olmuşsun paylaş falan ama ne bileyim böyle erkekli bayanla oynamalar falan ya bunlar yanlış bence bizim toplumumuzda da o yeri olan davranışlar değil bana göre. Şu an geldiğimiz hali görünce acıyorum insanlara. Biz hiç böyle değiliz.” (E12)

“Hani o paylaşımlardan böyle etkilenerek hayatını onlar gibi yaşamak isteyen özenen çok yakınlarımız falan da var ben onlar adına üzülüyorum yani. Hani mesela bu son ayların hani şu Polatlar var ya böyle çok üzüldüm yani çevremizden çok yakın akrabalarımız da sanki onlar hayatlarının bir parçasıymış, tutuklandıklarında falan çok üzüldüklerini yani şöyle acıyarak baktım ben onlara ya. Yani bunlar kim ki dedim yani siz bunları hayatınızın bir yerlerine koyuyorsunuz sanki o yoksa sizin hayatınız boş geçiyormuş gibi nasıl diyorsunuz. Siz inançlı insanlarsınız. Acıdım yani hallerine, kendi hayatlarına üzüleceklerine başkalarına körü körüne bağlanıp onlara üzülüyorlar.” (E13)