

Sosyal Ağlarda İmrenme: Sistemik Bir Derleme

Cemil AKKAŞ¹ 

¹Arş. Gör. Dr. Aksaray Üniversitesi, Aksaray, Türkiye, cemilakkas@aksaray.edu.tr (Sorumlu Yazar/Corresponding Author)

Makale Bilgileri	ÖZ
<p>Makale Geçmişi</p> <p>Geliş: 09/07/2024 Kabul: 16/12/2024 Yayın: 31/12/2024</p> <p>Anahtar Kelimeler: Sosyal Ağlar, İmrenme, Sistemik Derleme, Instagram, Kiskanma</p> <p>JEL Kodları: D85, D89, L14</p>	<p>Son yıllarda yoğun kullanılan sosyal ağ siteleri (SAS), farklı psikolojik problemlerle ilişkilendirilmiştir. Bu problemlerden biri olan imrenme (iyi veya kötü niyetli) ile SAS kullanımı arasındaki ilişkiye dair araştırmaların son yıllarda arttığı göz önüne alındığında, bu çalışmanın temel amacı, SAS kullanımı ve imrenme ile ilişkisi üzerine yapılan ampirik araştırmaları PRISMA kılavuzu doğrultusunda sistemik bir literatür taraması yoluyla inceleyerek yaygın bulguları ve bilgi boşluklarını sunmaktır. Tarama süreci sonucunda 23 makale incelemeye dahil edilmiştir. İlk olarak, derlemede yer alan çalışmaların örneklem ülkesi, veri toplama yöntemi, veri analiz yöntemi vb. sunulmuştur. Sonrasında, SAS kullanımı ile imrenme ilişkisine dair bulgulara yer verilmiştir. Ayrıca SAS imrenmesinin kavramsal zemini ve SAS imrenmesine verilen psikolojik sonuçlar vurgulanmıştır. Araştırma sonucunda SAS kullanması ile imrenme ilişkisinin genel olarak pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Ayrıca bazı çalışmalar ise bir ilişki bulunmadığını rapor ederken, yalnızca bir çalışma negatif bir ilişki bildirmiştir. Bunun yanı sıra, SAS kullanımı ile imrenme arasındaki ilişkinin örneklem ve çalışılan platformlara göre önemli ölçüde değiştiği görülmektedir. Bu sistemik derleme, bundan sonraki çalışmalar için araştırmacılara SAS kullanımı ile imrenme ilişkisinin kapsamlı bir görünümünü sunmakla birlikte çeşitli çıkarımlar ve önerilerde bulunmaktadır. Son olarak ise SAS kullanıcılarına SAS yoluyla imrenmenin raporlanmış zararlarından korunmak için önerilerde bulunulmaktadır.</p>

Envy in Social Networks: A Systematic Review

Article Info	ABSTRACT
<p>Article History</p> <p>Received: 09/07/2024 Accepted: 16/12/2024 Published: 31/12/2024</p> <p>Keywords: Social Networks, Envy, Systematic Review, Instagram, Jealousy</p> <p>Jel Codes: D85, D89, L14</p>	<p>Social networking sites (SNS), which have been used extensively in recent years, have been associated with different psychological problems. Considering that research on the relationship between one of these problems, envy (benign or malicious) and SNS use has increased in recent years, the main purpose of this study is to present common findings and knowledge gaps by examining empirical research on SNS use and its relationship with envy through a systematic literature review in line with the PRISMA guidelines. As a result of the screening process, 23 articles were included in the review. First, the sample country, data collection method, data analysis method of the studies included in the review are presented. Then, the findings on the relationship between SNS use and envy are presented. In addition, the conceptual basis of SNS envy and the psychological consequences of SNS envy were emphasized. As a result of the research, it was observed that the relationship between SNS use and envy was generally positively related. In addition, some studies reported no relationship, while only one study reported a negative relationship. In addition, the relationship between SAS use and envy varied significantly according to the sample and the platforms studied. This systematic review provides researchers with a comprehensive view of the relationship between SNS use and envy, as well as several implications and recommendations for future studies. Finally, recommendations are made for SNS users to protect themselves from the reported harms of envy through SNS.</p>

Atf/Citation: Akkaş, C. (2024). Sosyal Ağlarda İmrenme: Sistemik Bir Derleme, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 6(2): 305-320.



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

GİRİŞ

Sosyal ağlar doğasından kaynaklı olarak insanların yoğun olarak kullandığı ve zamanının ciddi bir kısmını geçirdiği sanal mecralardır (Ponnusamy vd., 2020, s. 4). Dünya genelinde günlük SAS kullanımını ortalaması 2 saat 23 dakikayken, Türkiye’de ise bu rakam 2 saat 44 dakika ile dünya ortalamasının üzerindedir. Türkiye’de telefonlarında Android işletim sistemi bulunan Instagram kullanıcıları ise aylık ortalama olarak 32 saat kullanım ile dünyada bu alanda ilk sırada (ikinci sırada yer alan Brezilya’da ise ortalama 22 saat) yer almaktadır (Thompson, 2024).

İmrenmek, beğenilen bir kişi veya şeye benzemeyi istemek ya da beğenilen, hoşlanılan bir şeyi edinme veya bir yiyeceği yeme isteğini duymak olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024). İmrenme iyi (benign envy) ve kötü niyetli (malicious envy) olarak iki türde ele alınmaktadır (Crusius & Lange, 2014). İyi niyetli imrenme hedeflere ulaşmak için zaman ve çaba harcamayı göze alan ve bu sayede sosyal statülerini iyileştiren bireylerin davranışlarını, kötü niyetli imrenme ise imrenilen kişinin sahip olduğu niteliği ya da avantajı hak etmediği fikrini temel alır (Crusius & Lange, 2014, s. 3).

SAS sitelerinin yoğun kullanımı neticesinde bireylerdeki sosyal ve psikolojik değişimler araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Bu değişimlerden biri olarak sosyal ağ kullanımı yoluyla imrenme ise son yıllarda oldukça fazla araştırılmaktadır. Bu çalışmaları bir araya getirip sentezleyen derlemelerden birinde (Carraturo vd., 2023) SAS kullanımının imrenme ve depresyon ilişkisi, başka bir derlemede (Meier & Johnson, 2022) SAS, yukarı sosyal karşılaştırma ve imrenmenin refah ile ilişkisi ele alınmış ve ilgili çalışmalar raporlanmıştır. Appel ve arkadaşları (2016) ise Facebook kullanımının imrenme, sosyal karşılaştırma ve depresyon ile ilişkilerini ele alan çalışmaları derlemiştir. Bunların yanısıra, bu çalışmaya benzer şekilde Wenninger ve arkadaşları (2021) bir çalışma yapmasına rağmen, son üç yıldaki çalışmaları bir araya getiren sistematik bir derleme çalışması bulunmamaktadır. Ayrıca görsel tabanlı platformların (Örn: Instagram) kullanımındaki artıştan kaynaklı olarak konunun daha fazla araştırmada incelenmesi yeni bir sistematik derleme için bilgi boşluğunu işaret etmektedir.

Bu sistematik derleme çalışması, PRISMA yönergeleri doğrultusunda belirli veritabanlarında ilgili arama terimleri ile gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda belirlenen dahil etme ve hariç tutma ile çalışmalar seçilmiştir. Ayrıca çeşitli yapay zeka araçları ile yapılan kapsamlı sorgular ve yöntemler de destekleyici olarak sürece dahil edilmiştir.

Bu sistematik derleme SAS kullanımının imrenme ile ilişkisini inceleyen güncel literatürü kapsamlı bir şekilde analiz etmekte ve bulguları sentezlemektedir. Çalışmada ilk olarak imrenme ve sosyal ağlar kavramsal çerçeve altında tanıtılmakta ve ikinci bölümde önceki çalışmalar ele alınmaktadır. Çalışmanın amacı üçüncü bölümde yer alırken dördüncü bölümde metodoloji açıklanmaktadır. Beşinci bölümde ise derlemeye dahil edilen 23 çalışmaya dair ayrıntılı bilgilerin sunulduğu çalışmaların özellikleri kısmı bulunmaktadır. Son olarak sonuç ve tartışma kısmı ile SAS kullanımı ile imrenme ilişkisi temelinde teorik ve pratik çıkarımlar sunulmaktadır. Ayrıca araştırmacılar için çeşitli bilgi boşlukları işaret edilmiş ve SAS kullanıcılarına bazı tavsiyelerde bulunulmuştur.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. İmrenme (Envy)

Belirli bir yaşam alanı veya sahip olunan bir avantaj, bireyin benlik duygusu için önemli olarak algılandığında, sosyal karşılaştırma gerçekleşir ve nihayetinde istenen alana veya avantaja sahip olunmadığında imrenmeye sebep olabilmektedir (Smith, 2004). İmrenme, başka birinin sahip olduğu bir şeye karşı duyulan özlem olarak tanımlanmıştır (Lange vd., 2018). İmrenmeyi kapsayıcı bir şekilde ölçen çalışmalar olmasının yanısıra (Sharifian vd., 2022; Tandoc vd., 2015; Tandoc Jr & Goh, 2023; Taylor, 2020), iyi (benign envy) ve kötü niyetli (malicious envy) olarak ayıran çalışmalar da oldukça yaygındır (Crusius & Lange, 2014; Jin & Ryu, 2022; Latif vd., 2021; Liu vd., 2023). İyi niyetli imrenen bireyler, hedeflerine ulaşmak için hem zaman hem de çaba harcamayı göze almaktadır. Bunun sonucunda ise hedefleri doğrultusunda kendi sosyal statülerini iyileştirebilmektedir. Bu bireyler, sosyal karşılaştırma aracılığıyla, olmak istedikleri kişi ya da hedefledikleri sosyal statüye imrenme yoluyla sahip olmaya çalışırlar. Fakat kötü niyetli imrenme, imrenilen kişinin sahip olduğu niteliği ya da avantajı

hak etmediği fikrinin üzerine kuruludur. Kötü niyetli imrenme kişide, kendi hayal kırıklıklarının sonucu olarak imrenilen kişilere zararlı davranışlara bulunma isteğini doğurabilmektedir (Crusius & Lange, 2014).

1.2. SAS ve İmrenme

Bu derlemede, sosyal medya ve sosyal ağ siteleri terimlerinin tümü sosyal ağ siteleri (SAS) olarak kullanılmıştır. İnsanların çevrimiçi topluluklar oluşturmasını ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği paylaşmasını sağlayan platformlara genellikle sosyal ağ siteleri adı verilmektedir (W. Kim ve diğerleri, 2010). Topluluklar çevrimiçi ve çevrimdışı arkadaşlardan, tanıdıklardan ve özel ilgi gruplarından oluşabilir. İçerik, paylaşma, yayınlama, yükleme, görüntüleme, yorum yapma, geri bildirimde bulunma ve beğenme gibi etkinlikleri içerir.

İmrenilen kişilerin sosyal statülerine ulaşmak ya da bu statülerden haberdâr olmak için SAS daha fazla kullanılıyor olabilir. Buradan yola çıkarak araştırmacılar, SAS kullanımının bir sonucu olarak sosyal karşılaştırmaların gerçekleştiğini ve bunun sonucunda SAS kullanımı ile imrenme ilişkisini araştırmışlardır (Krasnova vd., 2015; Latif vd., 2021; Liu vd., 2023; Tandoc Jr & Goh, 2023). İlk bulgular Facebook kullanımı ile imrenme arasında doğrudan bir ilişki olduğunu göstermektedir (Tandoc vd., 2015). Benzer şekilde yoğun SAS kaynaklı bilgi tüketiminin imrenmeyle ilişkili olduğu ve bu durumun da kullanıcıların refahını azalttığı rapor edilmiştir (Krasnova vd., 2015)

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

SAS kullanımının psikolojik ve sosyal etkileri araştırmacıların oldukça ilgisini çekmiştir (Çalışkan vd., 2023; Dilmaç & Türkel, 2019; Yılmaz & Kağan, 2022). Carraturo ve arkadaşları (2023), derleme çalışmalarında SAS kullanımı, imrenme ve depresyon ilişkisine dair çalışmaları ele almıştır. Meier ve Johnson (2022) ise SAS kullanımı, yukarı sosyal karşılaştırma ve imrenmenin refah ile ilişkisine yaptıkları derleme çalışmasında SAS kullanımı ile imrenmenin pozitif ilişkisinin görüldüğünü belirtmiştir. Appel ve arkadaşları (2016) Facebook kullanımının imrenme, sosyal karşılaştırma ve depresyon ile ilişkisini ele alan çalışmaları incelemiştir.

Wenninger ve arkadaşları (2021) çalışmaları sonucunda SAS imrenmesinin belirli bir platform özelinde gerçekleşmediğini ve SAS kullanımının doğrudan bir sebep değil sosyal karşılaştırma sürecinin bir tetikleyicisi olduğunu vurgulamıştır. Wenninger ve arkadaşlarının (2021) bu çalışması haricinde, son üç yılda SAS kullanımı ile imrenme ilişkisini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Özellikle son yıllarda Instagram kullanımı kaynaklı imrenmeyi inceleyen araştırmalardaki artış yeni bir sistemik derleme için bilgi boşluğunu işaret etmektedir. Ayrıca bu alanda sistemik bir derleme ile meta analiz çalışmasını bir arada sunan bir çalışmaya rastlanmamıştır.

3. AMAÇ

Alandaki çalışmaların çokluğundan kaynaklanan karmaşıklık, yazarların çelişkili bulguları görmezden gelmelerine ve çoğunlukla kendi varsayımlarına uygun çalışmalara atıf yapmalarına zemin hazırlamaktadır. Bu sebeple sistemik derlemeler, belirli bir bilim dalındaki ampirik bulguları sentezlemek ve mevcut bilgi durumunu özetlemek için önemli rol oynamaktadır. Nihayetinde bilim insanlarının daha adil ve önyargısız olarak var olan bilginin fotoğrafını çekmesine ve onlar için bilgi boşluklarını işaret etmeye yardımcı olmaktadır.

Sosyal ağ kullanımı ve bu kullanımın psikolojik ve sosyal sonuçlarına dair şimdiye kadar farklı araştırmalar ve bu araştırmaları belirli prosedürlerle ele alan birçok sistemik derleme (ve/veya meta analiz) çalışması gerçekleştirilmiştir (Appel vd., 2016; Carraturo vd., 2023; Meier & Johnson, 2022; Wenninger vd., 2021). Bu çalışmanın temel amacı, SAS kullanımı ve imrenme ile ilişkisi üzerine yapılan ampirik araştırmaları PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses) kılavuzu doğrultusunda sistemik bir şekilde inceleyerek bu konudaki yaygın bulguları ve bilgi boşluklarını sunmaktır.

4. METODOLOJİ

1.1. Arama Stratejisi

Bu derleme çalışması dahilinde gerçekleştirilecek aramalar için ilk literatür okumalarına dayanan belirli arama kelimeleri ve kombinasyonları oluşturulmuştur. Literatür taramasının yapılabilmesi için çeşitli disiplinlerde çok sayıda çalışmanın yer aldığı Google Akademik (Türkçe ve İngilizce), ScienceDirect, Web of Science ve Scopus veritabanları belirlenmiştir. Arama sürecinde kullanılan arama terimleri ve bu terimlerin kombinasyonları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Arama Terimleri, Veritabanları ve Diğer Tarama Ayrıntıları

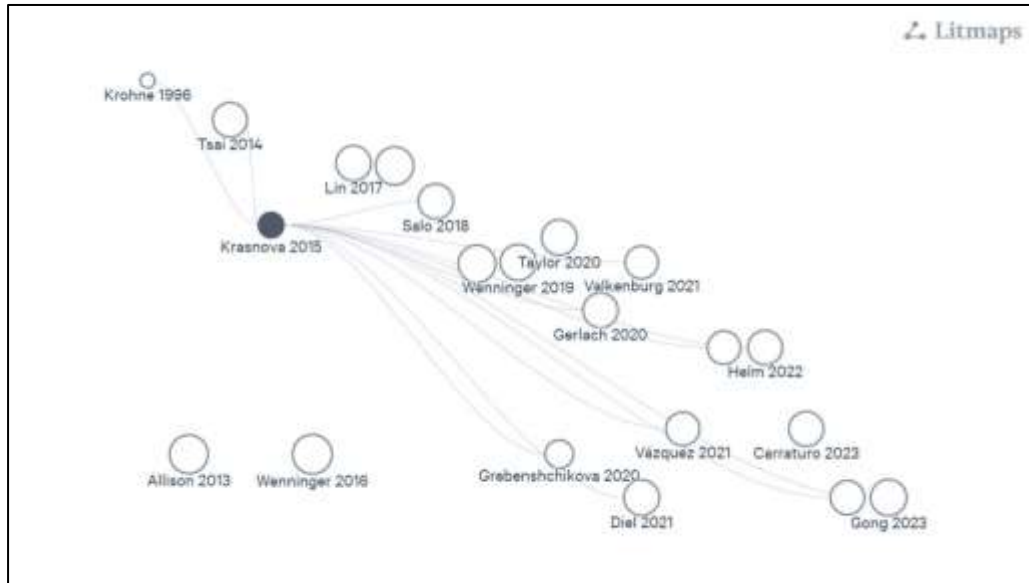
Dil	Veritabanı	Arama Yeri	Arama Terimleri	Yayın Türü	Tarih
İngilizce	Google Akademik**	Genel	envy AND ("social network*" OR "social media*" OR Instagram OR facebook OR twitter OR snapchat OR LinkedIn) Zaman aralığı: 2010- 2025	Makale	30.04.2024
		Başlık	envy AND ("social network*" OR "social media*" OR Instagram OR facebook OR twitter OR snapchat OR LinkedIn) Time range: 2010- 2025 (3 Results)		
		Genel	"Envy" AND "Instagram"		
İngilizce	Science Direct	Başlık VEYA Özet VEYA Anahtar Kelimeler	"envy" AND ("social network" OR "social media" OR Instagram OR facebook OR twitter OR snapchat OR LinkedIn)	Makale	01.05.2024
İngilizce	Scopus	Başlık VEYA Özet VEYA Anahtar Kelimeler	envy AND ("social network*" OR "social media*" OR Instagram OR facebook OR twitter OR snapchat OR LinkedIn) Time range: 2010- 2025	Makale	01.05.2024
İngilizce	Web of Science	Başlık VEYA Özet VEYA Anahtar Kelimeler	envy AND ("social network*" OR "social media*" OR Instagram OR facebook OR twitter OR snapchat OR LinkedIn) Time range: 2010- 2025	Makale (Erken erişimler dahil)	01.05.2024
Türkçe	Tr Dizin	Özet	((Instagram) AND (facebook OR twitter OR snapchat OR imrenme OR kıskanma OR haset OR karşılaştırma OR medya OR ağlar))	Makale	02.05.2024

* <https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/87208d97-5e92-4e18-a565-f7dabe826ca5-e4b1c621/relevance/1>

**Google Akademik taramalarında "Alıntılar" sonuç ekranından çıkarılmıştır.

Veritabanlarının her biri farklı sorgulama ekranlarına ve kısıtlarına sahip olduğundan dolayı aynı arama terimlerini ya da aynı kombinasyonları tümünde taramak mümkün olmamıştır. Benzer şekilde, kullanılabilen mantıksal araçlar (boolens) veritabanlarına göre değişiklik gösterebilmektedir. Bazı taramalarda sonucun analiz edilemeyecek kadar çok çalışma döndürmesi ya da bazı çalışmalarda hiç sonuç dönmemesinden dolayı taramalar farklı yerlerde (başlık, özet, hepsi vb.) gerçekleştirilebilmiştir. Benzer şekilde, bazı veri tabanlarında "başlık, özet ve anahtar kelime" olarak birlikte yer almaktayken bazılarında ayrı ayrı seçilebilmektedir. Diğer bir kısıt ise Google Akademik veri tabanının sadece ilk 99 sayfaya (990 çalışma) erişim izni vermesidir. Sosyal ağ sitelerinin kurulumu ve yaygınlaşması göz önüne alınarak 2010 ve 2025 (erken erişimler) yılları arasındaki çalışmalar derlemeye dahil edilmiştir. Ayrıca tam makale incelemesine dahil edilen çalışmaların kaynakçasında yer alan tüm çalışmalar da taranarak derlemeye dahil olabilecek çalışmalar aranmıştır.

PRISMA yönergesi temelinde taramalar gerçekleştirilmesine rağmen, herhangi bir çalışma kaçırma ihtimalini en aza indirmek amacıyla yapay zeka temelli araçlar ile çeşitli taramalar ile sonuçlar kontrol edilmiştir. Bu amaçla atıf temelli tarama yapan çalışmalar için sosyal ağlarda imrenmeyi ilk olarak ele alan çalışmalardan olan Krasnova ve arkadaşlarının (2015) çalışması temel alınmıştır. Arama kelimeleri ile sorgu yapılan araçlar için ise veritabanlarında kullanılan arama kombinasyonları kullanılmıştır. Paper Digest aracından arama kelimelerini içeren bir literatür yazması istenmiş ve yazılan literatürün kaynakçası incelenmiştir. Ayrıca Litmaps ile atıf yoğunluk haritası çıkarılmıştır (Şekil 1). Litmap, Inciteful, Scispace ve Elicit ise kullanılan diğer yapay zeka araçlarıdır.



Şekil 1. Litmaps aracı kullanılarak yapılan atıf haritası

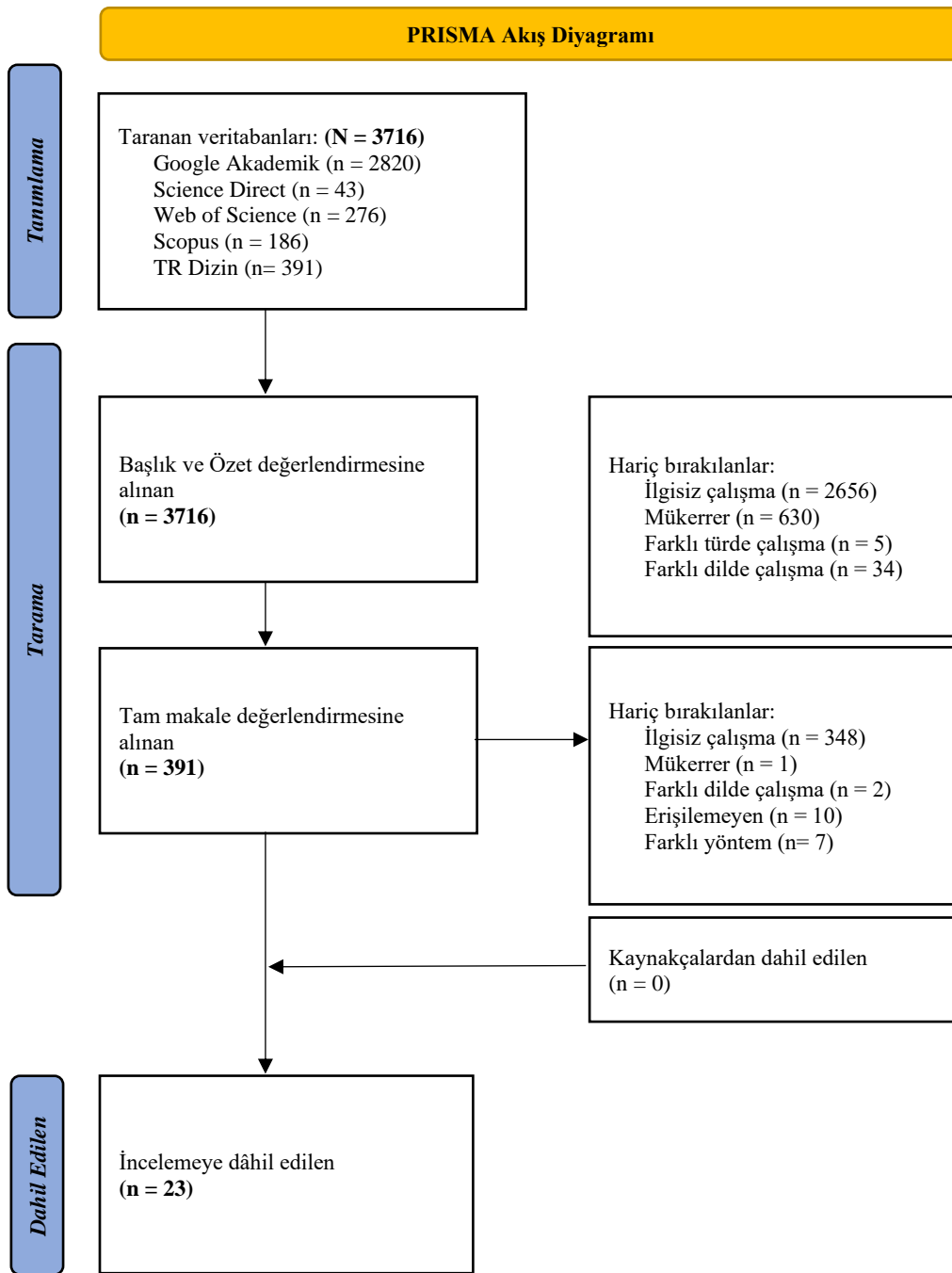
1.2. Uygunluk kriterleri

Tarama sürecinin tamamlanmasını takiben, makalelerin seçimi için bir takım dahil etme ve hariç tutma kriterleri belirlenmiştir. Bu amaçla ilk aşamada, derlemeye uygunluklarını belirlemek için tüm makalelerin başlık ve özetleri okunmuştur. Sonrasında ise, dahil edilme kriterlerini karşılayan çalışmalar incelemeye dahil edilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Dahil Etme ve Hariç Tutma Kriterleri

Dahil Edilme Kriterleri	Hariç Tutma Kriterleri
Bağımlı ve bağımsız değişken ile ilgili	Alakasız çalışmalar
Makale türünde	Konferans bildirisi, tez, poster, kitap bölümü vb. makale dışı çalışmalar.
Türkçe veya İngilizce dilinde	Türkçe veya İngilizce dışındaki dillerde yapılan çalışmalar
Ampirik	Ampirik olmayan çalışmalar (teorik, nitel ve deneysel vb.)
Hakemli bir dergide yayınlanmış olması	Hakemsiz dergilerdeki yayınlar
Tam metin erişimi	Tam metnine ulaşılamayanlar
Kaynakçada bulunan ilgili çalışmalar	Mükerrer çalışmalar

Hariç tutma kriterleri doğrultusunda ilgisiz çalışmalar derlemeye dahil edilmemiştir. Tarama süreci sonucunda 3716 çalışma incelemeye dahil edilmiştir. İlk olarak, çalışmalar başlık ve özet üzerinden incelenmiş ve ilgili çalışmalar tam metin incelemesi için seçilmiştir. İkinci olarak, tam metin incelemesinde ise makaleler bütün olarak okunarak değerlendirilmiştir. Bu iki süreçte mükerrer (631) ve ilgisiz (3004) çalışma tespit edilerek derlemeden çıkarılmıştır. Ayrıca makale formatı dışındaki bilimsel araştırmalar (5 çalışma) ve farklı dillerde hazırlanmış (36 çalışma) çalışmalar derlemeden çıkarılmıştır. 10 çalışmanın ise tam metnine çeşitli sebeplerden dolayı ulaşılamamıştır. Tam metin incelemesine alınan çalışmaların her birinin kaynakçası, tarama sürecinde yakalanamayan çalışmaların bulunabilmesi amacıyla gözden geçirilmesine rağmen, gözden kaçırılmış ilgili bir çalışma bulunmamıştır. Benzer şekilde yapay zeka araçları ile yapılan çapraz karşılaştırmalarda gözden kaçırılmış olan herhangi bir çalışmaya denk gelinmemiştir. Nihai olarak 23 çalışma ile tarama ve seçim süreci tamamlanmıştır. Seçim sürecinin PRISMA akış şeması Şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 2. PRISMA Akış Diyagramı

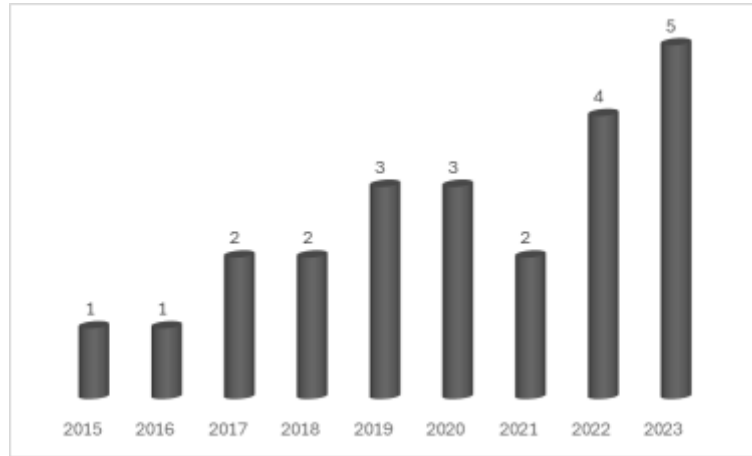
1.3. Veri kodlama

Derlemeye dahil edilen 23 makalenin özelliklerine dair bilgiler tablo halinde kodlanmıştır. Bu tabloda yer alan sütunlar arasında yazar(lar) ve yayın yılı, bağımlı değişken, bağımsız değişken, veri toplama yöntemi, veri analiz yöntemi, örneklem ülkesi, örneklem türü, SAS platformu, örneklem büyüklüğü, örneklemin yaş ortalaması, örneklemdaki kadın katılımcıların yüzdesi, ölçeklerde yer alan minimum Cronbach (α) değeri ile ilişki testi sonuçlarını gösteren beta/r katsayısı ve ilişkinin anlamlılığını gösteren p değeri bulunmaktadır (Tablo 3). Ayrıca SAS kullanım sıklığı, kullanım süresi ve arkadaş sayısı gibi değişkenleri SAS kullanımı olarak bir başlıkta toplandı. Örneğin, Asdecker (2022) kullanıcıların seyahat ile ilgili içeriklere maruz kalma sıklığını, Tian ve arkadaşları (2023) sosyal medya

meşguliyeti ve bağlanmasını, Tobin ve arkadaşları (2020) ise Facebook kullanımını ölçmek için Facebook'ta yapılan aramaları kullanmıştır. Yine de hemen hemen diğer tüm çalışmalarda sosyal ağ kullanımı, kullanım sıklığı olarak ele alınmakta ve ölçülmektedir.

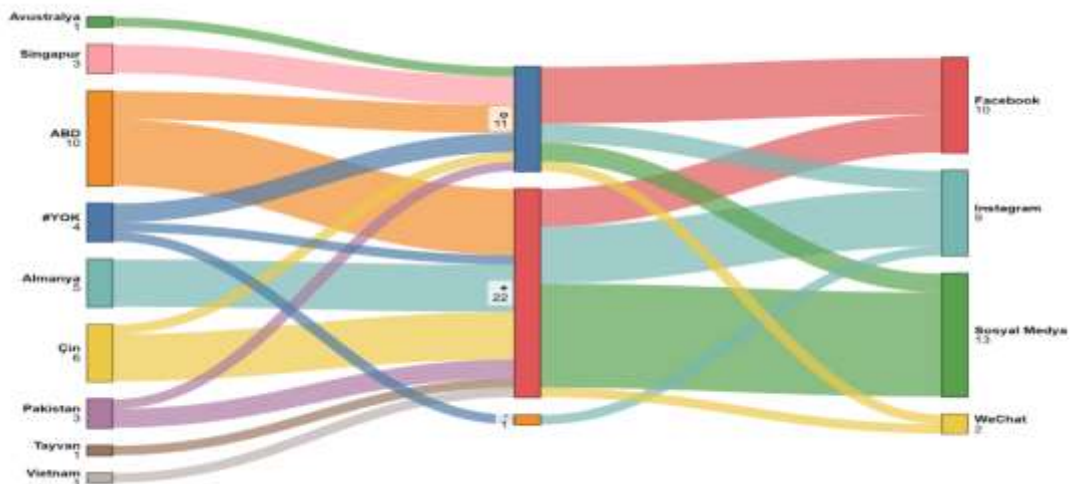
5. ÇALIŞMALARIN ÖZELLİKLERİ

Sistematik derlemeye dahil edilen çalışmalara ilişkin literatür tablosunda verilen tanımlayıcı bilgiler bu bölümde değerlendirilmiştir. İlk olarak, çalışmaların yayın yıllarına ilişkin göstergeler ele alınmıştır. Derlemeye dahil edilen makalelerde yayın yılı kısıtlaması yoktu. Çalışmaların yayın yıllarını gösteren rakam incelendiğinde, son yıllarda çalışma sayısında ciddi bir artış olduğu görülmektedir (Şekil 3). Özellikle, makalelerin yarısından çoğunun (n = 17) son beş yılda yayınlanmış olduğu göze çarpmaktadır. Yayın dili açısından değerlendirildiğinde, tüm çalışmaların İngilizce yazıldığı görülmüştür.



Şekil 3. Yıllara göre yayınlar

Ülkelere ve kullanılan platforma göre SAS kullanımının imrenme ile ilişkisini özetleyen diyagram şekil 4'te sunulmaktadır. 23 makalenin büyük bir kısmı ABD'de (n=10), ardından Çin'de (n=6) gerçekleştirilmiştir. Dört çalışmada katılımcıların ülkesine dair bilgi sunulmamıştır. 7 çalışmada birden çok örneklem (n1, n2...) ya da bir den çok veri toplama sürecine (t1, t2, ...) sahip olduğundan bu sonuçlar ayrı bir çalışma olarak ele alınmakta ve grafiğe dahil edilmektedir.



Şekil 4. Platform ve Ülkelere Göre Çalışmalardaki SAS kullanımı ve İmrenme İlişkisi

Not: + : pozitif ilişki, - : negatif ilişki, o : ilişkili değil, ABD: Amerika Birleşik Devletleri

Araştırmaların örnekleminin büyük bir kısmını SAS kullanıcıları oluştururken (n=11), üniversite öğrencileri dokuz çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. İncelemeye dahil edilen çalışmaların

örneklem büyüklüğü 149 ile 1530 (M= 524) arasında değişmektedir. Çalışmaların büyük çoğunluğu örneklemelerin yaş ortalamasını bildirilmiştir (Yaş:27,9). Katılımcıların cinsiyetlerinin genel olarak eşit dağıldığı görülse de örnekleme kadınların daha fazla temsil edildiği görülmektedir (%59,1)

Cronbach (α) için çalışmada yer alan tüm ölçekler arasında en küçük değere sahip olan ölçeğin değeri bildirilmiştir. Cronbach (α) değerleri 0.62 ile 0.92 arasında değişmektedir. Bir çalışmada (α) değeri bildirilmemiştir.

Verilerin tümünde veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır (kesitsel)(n=23). Korelasyon analizi ise veri analizinde en çok kullanılan yöntem olarak öne çıkmaktadır (n=11). Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM)(n=8) ve regresyon (n=4) diğer araştırmaların temel aldığı analiz yöntemleridir. Sistematik derlemeye dahil edilen çalışmalar farklı sosyal ağ platformlarını incelemiştir. Çalışmalarda daha çok bir platform belirtmeden sosyal ağ siteleri genel olarak ele alınırken (n=9), Facebook (n = 9), Instagram (n= 5), WeChat (n= 2) çalışmada ele alınmıştır.

Tablo 3-A. Dahil Edilen Çalışmaların Temel Özellikleri

Yazar/lar	Amaç	Sonuç / Katkı	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Veri Toplama	Veri Analiz	Örn. Ülkesi	Örnekleme Türü	Platform	N	Yaş	Kadın	α	Beta ve p
Asdecker (2022)	Instagram'da seyahatle ilgili içeriğe maruz kalma ile iyi niyetli imrenme ilişkisi	Instagram'da seyahatle ilgili içeriğe maruz kalma ile iyi niyetli imrenme pozitif ilişkilidir.	Seyahatle ilgili içeriğe maruz kalma	İyi Niyetli İmrenme (Benign)	Anket	YEM	Almanya	Üniversite Öğrencileri	Instagram	330	24.22	.71	>.80	0.37***
Charoensukmongkol (2018)	Sosyal medya kullanımının imrenme ile ilişkisi	Sosyal medya kullanımının imrenme pozitif ilişkilidir.	Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu	İmrenme	Anket	YEM	Tayvan	13-19 Yaş Ergenler	SAS	250	13-19	.49		0.192**
Cheng ve arkadaşları (2023)	Pasif Sosyal Ağ kullanımı ile imrenme, depresyon ve olumsuz duyguların ilişkisi.	Pasif Sosyal Ağ kullanımı ile imrenme pozitif ilişkilidir.	Pasif Sosyal Ağ Kullanımı	İmrenme	Anket	Korelasyon	Vietnam	Lise	SAS	576	-	.46	>.63	0.22***
Chow ve Wan (2017)	Facebook kullanımı ve arkadaş sayısının imrenmeyle ilişkisi	Facebook kullanımı ve arkadaş sayısının imrenmeyle ilişkisi yoktur.	Facebook Kullanımı	İmrenme	Anket	Korelasyon	ABD	Kullanıcı	Facebook	282	33.19	.44	>.68	X X
Ding ve arkadaşları (2017)	Pasif Sosyal Ağ Kullanımı ile imrenme ve hayat tatmini ilişkisi.	Pasif Sosyal Ağ kullanımı ile imrenme pozitif ilişkilidir.	Pasif SAS	İmrenme	Anket	Korelasyon	Çin	Üniversite Öğrencileri	SAS	707	19,06	.49	>.77	0.12**
İqbal ve arkadaşları (2018)	Facebook kullanımı ile imrenme ilişkisi	Facebook kullanımı ile imrenme pozitif ilişkilidir.	Facebook kullanımı	İmrenme	Anket	Korelasyon	Pakistan	Kullanıcı	Facebook	149	-	.50	>.82	0.27**
Jin ve Ryu (Jin & Ryu, 2022)	Instagram'ın çeşitli kullanımlarının imrenme ve diğer değişkenlerle ilişkisi.	Instagram kullanımı bir çalışmada imrenme ile ilişkisiz iken bir başka çalışmada pozitif ilişkili bulunmuştur.	Instagram Kullanımı	İmrenme (Kötü niyetli-malicious)	Anket	YEM	-	Kullanıcı	Instagram	140 557	33.27 33.18	.36 .41	>.72 >.66	X 0.31
Lajunen ve Haug (2023)	Aktif ve Pasif Instagram kullanımının imrenme ile ilişkisi	Aktif Instagram kullanımının imrenme ile negatif ilişkisi vardır. Pasif Instagram kullanımı ise imrenme ile ilişkisizdir.	Aktif ve Pasif Instagram kullanımı	İmrenme	Anket	YEM	-	Kullanıcı	Instagram	315	24.50	.73	>.62	-0.204 X
Latif ve arkadaşları (2021)	Sosyal ağ kullanım süresi ile iyi ve kötü niyetli imrenme ilişkisi	Sosyal ağ kullanım süresi ile iyi niyetli imrenme pozitif ilişkilidir, kötü niyetli imrenme ilişkisizdir.	Sosyal Ağ Kullanım Süresi	İmrenme (İyi Niyetli-Benign) İmrenme (Kötü Niyetli-Malicious)	Anket	Korelasyon	Pakistan	Üniversite Öğrencileri	SAS	513	-	.46	>.68	0.14** X
Liu ve arkadaşları (2023)	WeChat kullanımının iyi niyetli imrenme ile ilişkisi.	WeChat kullanımı ile iyi niyetli imrenme arasında bir ilişki bulunmadı.	WeChat Kullanımı	İmrenme (İyi Niyetli-Benign)	Anket	Korelasyon	Çin	Kullanıcı	WeChat	362	-	.55	>.80	X
Luthar ve arkadaşları (2020)	İlkokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile imrenme davranışları arasındaki ilişkiyi incelemek	İlkokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile imrenme arasındaki ilişki 2 çalışmada pozitif iken bir çalışmada anlamsızdır.	Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu	İmrenme	Anket	Korelasyon	ABD	İlkokul Öğrencileri	SAS	1075	15.96	.58	>.75	A: 0.32** B: 0.19** C: X
Ng ve arkadaşları (2023)	İyi ve kötü niyetli imrenmenin Instagram kullanımını ile ilişkisi	İyi niyetli ve kötü niyetli imrenme Instagram kullanımını pozitif ilişkilidir.	Instagram Kullanımı	İyi ve Kötü Niyetli İmrenme	Anket	Korelasyon	Çin	Üniversite Öğrencileri	Instagram	233	20.78	.67	>.86	.43*** .23**
Scherr ve arkadaşları (2019)	Facebook gözetimi ile imrenme ilişkisi incelendi.	Facebook gözetimi ile imrenme arasında iki farklı zamanda pozitif bir ilişki gözlemlendi.	Facebook kullanımı	İmrenme	Anket	Korelasyon	Almanya	Kullanıcı	Facebook	1530 841	34.74	.63	>.65	t1: 0.35*** t2: 0.30***
Sharifian ve arkadaşları (2022)	Sosyal medya kullanımının imrenme ile ilişkisi	Sosyal medya kullanımının imrenme pozitif ilişkilidir.	Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu	İmrenme	Anket	YEM	ABD	Kullanıcı	SAS	592	50.63	.58	>.92	0.30***

Not: Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, X: ilişki yok, YEM: Yapısal Eşitlik Modellemesi, ABD: Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık: Birleşik Krallık, α : Cronbach alpha.

Tablo 3-B. Dahil Edilen Çalışmaların Temel Özellikleri

Tandoc Jr ve Goh (2023)	Facebook kullanımı ile imrenme ilişkisi	Facebook kullanımı ile imrenme üç farklı zamandaki testlerde ilişkisiz bulundu.	Facebook Kullanımı	İmrenme	Anket	Korelasyon	Singapur	Kullanıcı	Facebook	1500 600 367	39.2	.51	>.77	t1: X t2: X t3: X
Tandoc ve arkadaşları (2015)	Facebook gözetimi ile imrenme ilişkisi incelendi.	Facebook gözetimi ile imrenme arasında iki farklı zamanda pozitif bir ilişki gözlemlendi.	Facebook Gözetimi	İmrenme	Anket	Regresyon	ABD	Üniversite Öğrencileri	Facebook	736	19	.68	>.78	0.10*
Taylor (2020)	Sosyal medya kullanımının imrenme ile ilişkisi	Sosyal medya kullanım yoğunluğu ile imrenme pozitif ilişkilidir.	Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu	İmrenme	Anket	Regresyon	ABD	Kullanıcı	SAS	674	33	.62	>.81	0.369***
Taylor ve Strutton (2016)	Facebook kullanımı ile imrenme ilişkisi	Facebook kullanımı ile imrenme arasında pozitif bir ilişki vardır.	Facebook Kullanımı	İmrenme	Anket	YEM	ABD	Üniversite Öğrencileri	Facebook	674	33	.62	>.77	0.33**
Tian ve arkadaşları (2023)	Sosyal medya meşguliyetinin imrenme ile ilişkisi	Sosyal medya meşguliyetinin/bağlanmasının imrenme ile pozitif ilişkisi bulundu.	Sosyal Medya Bağlanması	İmrenme	Anket	Regresyon	ABD	Kullanıcı	SAS	195	28.84	.58	>.84	0.173*
Tobin ve arkadaşları (2020)	Facebook aramalarının imrenmeyle ilişkisi	Facebook aramalarının imrenmeyle ilişkisi bulunmadı.	Facebook aramaları	İmrenme	Anket	YEM	Avustralya	Üniversite Öğrencileri	Facebook	188	25	.82	>.75	X
Wang ve arkadaşları (2019)	Pasif sosyal ağ kullanımının imrenme ile ilişkisi	Pasif Sosyal Ağ kullanımı ile imrenme pozitif ilişkilidir.	Pasif Sosyal Ağ Kullanımı	İmrenme	Anket	Regresyon	Çin	Üniversite Öğrencileri	SAS	266	19.43	.76	>.70	0.12*
Weber ve arkadaşları (2022)	Instagram kullanımı ile imrenme arasındaki ilişki	Instagram kullanımı ile imrenme arasında her iki çalışmada da pozitif ilişki bulundu.	Instagram Kullanımı	İmrenme	Anket	Korelasyon	Almanya	Kullanıcı	Instagram	324 184	27.5 27	.71 .50	>.83 >.66	0.16** 0.25**
Zhou ve Zhang (2019)	WeChat kullanımının imrenme ile ilişkisi.	WeChat kullanımı ile imrenme arasında pozitif bir ilişki vardır.	WeChat Kullanımı	İmrenme	Anket	YEM	Çin	Üniversite Öğrencileri	WeChat	500	21.3	.69	>.66	0.44***

Not: Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, X: ilişki yok, YEM: Yapısal Eşitlik Modellemesi, ABD: Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık: Birleşik Krallık, α : Cronbach alpha.

SONUÇ VE TARTIŞMA

PRISMA kılavuzları doğrultusunda tasarlanan bu sistematik literatür taraması, sosyal ağ kullanımı ile imrenme arasındaki ilişkiye dair ampirik çalışmaları derlemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda 2024 yılının mayıs ayında taramalar yapılarak uygunluk kriterleri sonucunda seçimler tamamlanmıştır. Çalışmalar yazar, örneklem, bağımlı ve bağımsız değişkenler, veri toplama, veri analizi gibi başlıklar altında kategorize edilmiştir.

SAS kullanımının imrenme ile ilişkisi araştırmacıların dikkatini çekmiş ve bu konuda birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmalar incelendiğinde çelişkili sonuçlar göze çarpmakta ve bulgular tutarsızlık göstermektedir. Bu sebeple, SAS ile imrenme arasındaki ilişki için net bir şekilde ilişki yönü belirtmek zordur. Buna rağmen bu ilişki için neredeyse tüm çalışmalarda yalnızca pozitif yönlü olduğu (Asdecker, 2022; Cheng vd., 2023; Taylor, 2020) ya da hiç ilişki olmadığı görülmüş (Chow & Wan, 2017; Jin & Ryu, 2022; Liu vd., 2023), Instagram üzerinde yapılan bir çalışma hariç negatif yönlü ilişki raporlayan bir çalışmaya rastlanmamıştır (Lajunen & Haug, 2023) (Tablo 4). Çalışmaların büyük kısmı (22) SAS kullanımı ile imrenme arasında pozitif bir ilişki raporlarken, 11 çalışma bir ilişki bulunmadığı sonucuna varmıştır. Yalnızca bir çalışma ise negatif ilişki bulmuştur. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde çalışmalar çoğunlukla pozitif bir ilişki raporlarken, anlamlı bir ilişki bulunmadığını belirten çalışmalar da azımsanmamalıdır. Buna rağmen bu sonuçlar platform temelinde incelendiğinde kısmen farklı sonuçların görüldüğü platformlar bulunmaktadır. Örneğin, on çalışma ile incelenen Facebook kullanımı ile imrenme ilişkisinde altı çalışma bir ilişki bulunmamışken (Örn: Chow & Wan, 2017; Tobin vd., 2020)dört çalışma pozitif bir ilişki raporlamıştır (Örn: Iqbal vd., 2018; Scherr vd., 2019; Taylor & Strutton, 2016). Instagram kullanımı ile imrenme ilişkisini inceleyen çalışmaların çoğunluğu pozitif ilişki bildirirken (Örn: Jin & Ryu, 2022; Ng vd., 2023) hem negatif ilişki hem de ilişki bulunmadığını bildiren çalışmalar mevcuttur. Benzer şekilde, genel olarak sosyal medya siteleri olarak incelenen çalışmalarda çoğunlukla pozitif ilişki raporlanmıştır (Örn: Charoensukmongkol, 2018; Luthar vd., 2020; Sharifian vd., 2022; Taylor, 2020). Bu sonuçlara göre, imrenme ile SAS kullanımı arasında bir pozitif bir ilişki olduğu daha güçlü desteklendiği fakat buna rağmen ilişki belirtmeyen çalışmaların da azımsanamayacağı söylenebilir.

Örneklem ülkesindeki sosyal ağ kullanımının imrenme ile ilişkisi de farklılıklar göstermektedir. Az çalışma yapılmasına rağmen Singapur ve Avustralya kullanıcıları için ilişki tespit edilmemiştir. Almanya, Tayvan ve Vietnam kullanıcıları ile yapılan çalışmaların tamamında ise pozitif ilişki raporlanmıştır. ABD, Çin ve Pakistan kullanıcıları için ise farklı çalışmalar farklı sonuçlar raporlamıştır. Bu sonuçlara göre sonuçların ülkelerin coğrafi konumlarına, buldukları kıta ya da gelişmişlik düzeyleri ile ilişkisiz olduğu görülmekte ve bu sonuçların sebeplerinin ülkelerin kendi sosyolojik yapılarına göre farklılık göstermesi muhtemeldir. Sonuçlar arasındaki farklılıkları açıklayabilmek için farklı ölçümler ya da bundan sonra gerçekleştirilecek çalışmalara ihtiyaç vardır.

Tablo 4. SAS kullanımı ile İmrenme İlişkisine Dair Sonuçların Görünümü

Bağımsız Değişken	Platform	İmrenme	İyi Niyetli İmrenme (Benign)	Kötü Niyetli İmrenme (Malicious)	Yazar/lar
Aktif Instagram kullanımı	IG	-			Lajunen ve Haug (2023)
Facebook Aramaları	FB	o			Tobin ve arkadaşları (2020)
Facebook Arkadaş Sayısı	FB	o			Chow ve Wan (2017)
Facebook Gözetimi	FB	+			Tandoc ve arkadaşları (2015)
Facebook Kullanımı	FB	o			Chow ve Wan (2017)
Facebook Kullanımı	FB	+			Iqbal ve arkadaşları (2018), Scherr ve arkadaşları (2019) ve Taylor ve Strutton (2016)
Facebook Kullanımı	FB	o			Tandoc Jr ve Goh (2023)
Instagram Kullanımı	IG			o	Jin ve Ryu (2022)
Instagram Kullanımı	IG			+	Jin ve Ryu (2022), Ng ve arkadaşları (2023)
Instagram Kullanımı	IG		+		Ng ve arkadaşları (2023)
Instagram Kullanımı	IG	+			Weber ve arkadaşları (2022)

Pasif Sosyal Ağ Kullanımı	SAS	+		Cheng ve arkadaşları (2023), Ding ve arkadaşları (2017) ve Wang ve arkadaşları (2019)	
Pasif Sosyal Ağ Kullanımı	SAS	o		Lajunen ve Haug (2023)	
Instagram seyahat içeriğine maruz kalma	IG		+	Asdecker (2022)	
Sosyal Ağ Kullanım Süresi	SAS		+	Latif ve arkadaşları (2021)	
Sosyal Ağ Kullanım Süresi	SAS			o	Latif ve arkadaşları (2021)
Sosyal Medya Bağlanması	SAS	+		Tian ve arkadaşları (2023)	
Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu	SAS	+		Charoensukmongkol (2018), Luthar ve arkadaşları (2020), Sharifian ve arkadaşları (2022) ve Taylor (2020)	
Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu	SAS	o		Luthar ve arkadaşları (2020)	
WeChat Kullanımı	WC		o	Liu ve arkadaşları (2023)	
WeChat Kullanımı	WC	+		Zhou ve Zhang (2019)	

Sosyal ağ kullanımı ile imrenme ilişkisine dair baskın olarak pozitif bir ilişki görülmektedir. Bu sonuç, Facebook ile imrenme ve sosyal karşılaştırma ilişkilerini inceleyen ve yoğunlukla pozitif ilişkilerin var olduğunu raporlayan derlemeler ile paraleldir (Appel vd., 2016). Meier ve Jhonson (2022) iki değişken arasındaki ilişkinin ilk çalışmalarda daha yoğun olarak rapor edildiğini fakat yakın zamanlardaki çalışmalarda çelişkili sonuçların da olduğunu belirttiği çalışma da sonuçlarımızla benzerlik göstermektedir.

Çalışmalarda genel olarak imrenme ele alınırken, özel olarak iyi niyetli (benign) ve kötü niyetli (malicious) imrenmenin incelendiği çalışmalar daha azdır. Bu açıdan imrenme ve sosyal ağ kullanım ilişkisinin farklı açılardan ampirik olarak incelenmesi gerekmektedir. Ayrıca çalışmalarda, bireylerin SAS kaynaklı imrenme neticesinde bununla nasıl başa çıktıkları ve bunun başka hangi psikolojik sonuçları tetiklediğine dair sınırlı bilgi bulunmaktadır. Bu psikolojik tepkiler ya da imrenmeyi psikolojik olarak sindirim mekanizmaları sonraki çalışmalarda incelenebilir. SAS kullanımı için bir çok farklı motivasyon bulunmaktadır (Thompson, 2024). Bundan kaynaklı olarak SAS kullanımında sıralı olarak karşılaşılan birbirinden çok farklı profil ve gönderiler olabilir. Bu çeşitliliğin başlayan ya da var olan bir imrenmenin etkisini azaltabilmesi ya da artırabilmesi muhtemeldir. Kullanım sürecindeki ardışık etkileri anlamak için deneysel çalışmalar tasarlanabilir. Ayrıca kullanıcılar birçok platformu birlikte kullanmakta ve bu platformların sıralı kullanımı aşağı ya da yukarı karşılaştırma yoluyla imrenmeyi etkileyebilir. Örneğin, Instagram'daki olumlu bir gönderide oluşan imrenme sonrasında Twitter'da karşılaşılan olumsuz bir gönderi şükür duygusunu artırarak imrenmeyi azaltabilir. Sonraki çalışmalar çoklu sosyal ağ kullanımının etkilerini daha derin inceleyebilir. Ayrıca bu derleme ile görüldü ki, çalışmaların neredeyse tamamı başlıca eğlence motivasyonu ile kullanılan platformlardan oluşmaktadır. Sonraki çalışmalar profesyonel motivasyonlarla kullanılan platformlar üzerinden imrenmeyi inceleyebilir (researchgate ve linkedin). Bu sistematik derlemenin kısıtlarından biri yalnızca makale içeren çalışmaların dahil edilmesiydi. Bundan sonraki çalışmalar diğer türleri de dahil ederek daha geniş bir bakış açısı sunabilir.

Bu sistematik derleme sosyal ağ kullanıcılarına çeşitli tavsiyelerde bulunmaktadır. İlk olarak sosyal ağ kullanıcıları, başka insanlara SAS yoluyla imrenmenin temelinde olan SAS kullanım sürelerini sınırlandırabilir. Bunun için neredeyse her platform bir geçirilen süre bilgisi sunmaktadır. İkinci olarak ise SAS kullanılan cihazların (akıllı telefonlar, tabletler vs.) bildirimleri daha bilinçli olarak düzenlenebilir. Bildirimleri düzenlemenin merak duygusunu artırarak kaçırma korkusu gibi (FoMO) başka sorunlar oluşturmaması da önemlidir (Rozgonjuk vd., 2020). Üçüncü olarak SAS gönderilerinin gerçek hayatı tam anlamıyla yansıtmadığı ve kullanıcıların kendi hayatlarına dair sadece onların istediği gönderileri paylaştığını, paylaşılan gönderilerin ise en steril ve filtrelenmiş olduğunu devamlı hatırlaması gerekmektedir. Bu açıdan yapılan aşağı ve yukarı karşılaştırmaların gerçekten doğru verilerle yapılıp yapılmadığı da değerlendirilebilir. Dördüncü olarak takip edilen kişilerin ya da

hesapların daha bilinçli bir şekilde seçilmesi, kullanım sırasında yapılan karşılaştırmalarda gerçek verileri ayıklama sürecini daha zahmetsiz hale getirebilir.

KAYNAKÇA

- Appel, H., Gerlach, A. & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9: 44-49. <https://doi.org/10.1016/J.COPSYC.2015.10.006>
- Asdecker, B. (2022). Travel-related influencer content on instagram: How social media fuels wanderlust and how to mitigate the effect. *Sustainability*, 14(2): 855.
- Carraturo, F., Perna, T.D., Giannicola, V., Nacchia, M.A., Pepe, M., Muzii, B., Bottone, M., Sperandeo, R., Bochicchio, V., Maldonato, N. & Scandurra, C. (2023). Envy, Social Comparison, and Depression on Social Networking Sites: A Systematic Review. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 13: 364-376. <https://doi.org/10.3390/ejihpe13020027>
- Charoensukmongkol, P. (2018). The Impact of Social Media on Social Comparison and Envy in Teenagers: The Moderating Role of the Parent Comparing Children and In-group Competition among Friends. *Journal of Child and Family Studies*, 27(1): 69-79. <https://doi.org/10.1007/s10826-017-0872-8>
- Cheng, W., Nguyen, D.N., & Nguyen, P.N.T. (2023). The association between passive social network usage and depression/negative emotions with envy as a mediator. *Scientific Reports*, 13(1): 10097.
- Chow, T.S., & Wan, H. Y. (2017). Is there any ‘Facebook Depression’? Exploring the moderating roles of neuroticism, Facebook social comparison and envy. *Personality and Individual Differences*, 119: 277-282. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.07.032>
- Crusius, J., & Lange, J. (2014). What catches the envious eye? Attentional biases within malicious and benign envy. *Journal of Experimental Social Psychology*, 55: 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2014.05.007>
- Çalışkan, T., Gündüz, Ş., & Kocaoğlu, M. (2023). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet ve Güvenlik Algılarının Belirlenmesi. *Five Zero*, 3(2): 284-299. <https://doi.org/10.54486/fivezero.2023.29>
- Dilmaç, B., & Türkel, Z. (2019). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Yalnızlık ve Yaşam Doyumu Arasındaki Yordayıcı İlişkiler. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Ereğli Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1): 57-70.
- Ding, Q., Zhang, Y.-X., Wei, H., Huang, F., & Zhou, Z.-K. (2017). Passive social network site use and subjective well-being among Chinese university students: A moderated mediation model of envy and gender. *Personality and Individual Differences*, 113: 142-146. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.03.027>
- Iqbal, T., Yousafzai, M. T., Ali, S., Sattar, K., Saleem, M. Q., Habib, U. & Khan, A. U. R. (2018). There’s no such thing as free lunch but envy among young facebookers. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 12(10): 4724-4737. <https://doi.org/10.3837/tiis.2018.10.006>
- Jin, S. V. & Ryu, E. (2022). “A Streetcar Named Instagram Desire”: Evolutionary Psychological Perspectives on the Multifarious Human Desires That Shape Instagram Selfie-and-Groupfie Cultures. *Behavioral Sciences*, 12(10): 396.
- Kim, W., Jeong, O.-R., & Lee, S.-W. (2010). On social Web sites. *Special Section: Context-Oriented Information Integration*, 35(2): 215-236. <https://doi.org/10.1016/j.is.2009.08.003>
- Krasnova, H., Widjaja, T., Buxmann, P., Wenninger, H. & Benbasat, I. (2015). Why following friends can hurt you: An exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users. *Information Systems Research*, 26(3): 585-605. <https://doi.org/10.1287/isre.2015.0588>
- Lajunen, T. & Haug, I. (2023). The Relationships Between Instagram Use, Emotional and Behavioural Responses, Self-Esteem, Emotional Investment, and Social Comparison. *Sage Open*, 13(3):1-22 <https://doi.org/10.1177/21582440231193916>

- Lange, J., Blatz, L. & Crusius, J. (2018). Dispositional Envy: A Conceptual Review. İçinde V. Zeigler-Hill & T. Shackelford, *The SAGE Handbook of Personality and Individual Differences: Volume III: Applications of Personality and Individual Differences* (: 424-439). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526451248.n18>
- Latif, K., Weng, Q., Pitafi, A. H., Ali, A., Siddiqui, A. W., Malik, M. Y. & Latif, Z. (2021). Social comparison as a double-edged sword on social media: The role of envy type and online social identity. *Telematics and Informatics*, 56: 101470. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101470>
- Liu, Y., Yang, Y., & Zhang, Y. (2023). Will people travel because of envy? The influence of travel experience sharing on the post-90s WeChat users. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2241605>
- Luthar, S.S., Suh, B.C., Ebbert, A.M. & Kumar, N.L. (2020). Students in High-Achieving Schools: Perils of Pressures to Be “Standouts”. *Adversity and Resilience Science*, 1(2): 135-147. Scopu. <https://doi.org/10.1007/s42844-020-00009-3>
- Meier, A. & Johnson, B. K. (2022). Social comparison and envy on social media: A critical review. *Current Opinion in Psychology*, 45: 101302. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101302>
- Ng, J. C. K., Lin, E. S. S. & Lee, V. K. Y. (2023). Does Instagram make you speak ill of others or improve yourself? A daily diary study on the moderating role of malicious and benign envy. *Computers in Human Behavior*, 148: 107873. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107873>
- Ponnusamy, S., Iranmanesh, M., Foroughi, B. & Hyun, S.S. (2020). Drivers and outcomes of Instagram addiction: Psychological well-being as moderator. *Computers in Human Behavior*, 10: 106294. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106294>
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D. & Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and social media’s impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association? *Addictive Behaviors*, 110: 106487. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106487>
- Scherr, S., Toma, C. L. & Schuster, B. (2019). Depression as a Predictor of Facebook Surveillance and Envy: Longitudinal Evidence from a Cross-Lagged Panel Study in Germany. *Journal of Media Psychology*, 31(4): 196-202. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000247>
- Sharifian, N., Zaheed, A.B., & Zahodne, L. B. (2022). The Role of Envy in Linking Active and Passive Social Media Use to Memory Functioning. *Psychology of Popular Media*, 11(1): 80-89. <https://doi.org/10.1037/ppm0000318>
- Smith, R. H. (2004). Envy and Its Transmutations. Eds. L. Z. Tiedens & C. W. Leach. içinde *The Social Life of Emotions* (:43-63). Cambridge University Press.
- Tandoc, E.C. Ferrucci, P. & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43: 139-146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.053>
- Tandoc Jr E.C. & Goh, Z.H. (2023). Is Facebooking really depressing? Revisiting the relationships among social media use, envy, and depression. *Information, Communication & Society*, 26(3): 551-567.
- Taylor, D.G. (2020). Putting the “self” in selfies: How narcissism, envy and self-promotion motivate sharing of travel photos through social media. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1): 64-77.
- Taylor, D. G., & Strutton, D. (2016). Does Facebook usage lead to conspicuous consumption?: The role of envy, narcissism and self-promotion. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10(3), 231-248. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2015-0009>
- TDK (2024). <https://sozluk.gov.tr/?kelime=imrenmek>, Erişim Tarihi: 15 Aralık 2024
- Thompson, A. (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users*. We Are Social UK. Erişim Adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> Erişim Tarihi: 30 Ocak 2024
- Tian, Y., Yang, J. & Chuentawong, P. (2023). Share or not? Effects of Stereotypes on Social Media Engagement Using the Stereotype Content Model. *Journalism Practice*, 17(3): 574-600. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1927804>
- Tobin, S. J., Chant, G. & Clay, R. (2020). Interpersonal goals as predictors of Facebook use, social capital, and envy. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(4): 257-263.

- Wang, H.Z., Yang, T.T., Gaskin, J. & Wang, J.L. (2019). The longitudinal association between passive social networking site usage and depressive symptoms: The mediating role of envy and moderating role of life satisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 38(3): 181-199.
- Weber, S., Messingschlager, T. & Stein, J.P. (2022). This is an insta-vention! Exploring cognitive countermeasures to reduce negative consequences of social comparisons on Instagram. *Media Psychology*, 25(3): 411-440.
- Wenninger, H., Cheung, C.M. & Chmielinski, M. (2021). Understanding envy and users' responses to envy in the context of social networking sites: A literature review. *International Journal of Information Management*, 58: 102303.
- Yılmaz, E. & Kağan, S. (2022). Covid-19 Sürecinde Evlilik Uyumu ve Çatışma Çözme Becerileri Arasındaki İlişkide Sosyal Medya Bağımlılığının Aracı Rolü. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Ereğli Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2): 84-95.
- Zhou, M. & Zhang, X. (2019). Online social networking and subjective well-being: Mediating effects of envy and fatigue. *Computers & Education*, 140: 103598.

EXTENDED ABSTRACT

Conceptual Framework

Envy is defined as longing for something that someone else has (Lange et al., 2018). Platforms that enable people to create online communities and share user-generated content are called social networking sites (W. Kim et al., 2010). SNS may be used more frequently to access or be informed about the social status of people who are envied. Thus, researchers have investigated that social comparisons occur as a result of SNS use, and as a result, the relationship between SNS use and envy (Krasnova et al., 2015; Latif et al., 2021; Liu et al., 2023; Tandoc Jr & Goh, 2023).

Previous Studies

Meier and Johnson (2022) indicated that the relationship between SNS use, and envy can be both positive and negative. Appel et al. (2016) reviewed the relationships between Facebook use and envy, social comparison, and depression. Wenninger et al. (2021) emphasized that SNS envy is not specific to a particular platform and that SNS use is a trigger of the social comparison process, not a direct cause. The fact that this relationship has been rapidly studied in recent years, especially on the Instagram platform, points to a gap in knowledge for a new systematic review. The main purpose of this study is to present prevalent findings and knowledge gaps by systematically reviewing empirical studies examining the relationship between SNS use and envy in line with the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses) guidelines.

Methodology

For the searches to be conducted within this review, specific search words and combinations were created based on initial literature readings. For the literature search, Google Scholar, ScienceDirect, Web of Science and Scopus databases, which contain many studies in various disciplines, were identified. Considering the establishment and expansion of social networking sites, studies between 2010 and 2025 (early access) were included in the review.

Following the completion of the screening process, a set of inclusion and exclusion criteria were determined for the selection of articles. Studies that met the exclusion criteria were not included in the review. As a result of the screening period, 3716 studies were included in the review. First of all, the studies to be included in the full text review were determined by reviewing the titles and abstracts. Secondly, the studies included in the full text were then identified. In these two processes, duplicate (631) and irrelevant (3004) studies were identified and excluded from the review. Five studies that differed from the article format and 36 studies prepared in different languages were excluded from the review. The full text of 10 studies could not be accessed. Finally, the screening and selection process was completed with 23 studies.

More than half of the articles ($n = 17$) were published in the last five years. It was also observed that all studies were written in English. While SAS users constitute most of the sample of the studies ($n=11$), college students comprise the sample of nine studies. Although the gender of the participants was generally equally distributed, women were overrepresented in the sample (59.1%). Questionnaire method was used as the data collection method in all the data (cross-sectional) ($n=23$). Correlation analysis stands out as the most used method for data analysis ($n=11$). Structural Equation Modeling (SEM) ($n=8$) and regression ($n=4$) were the main analysis methods used in other studies.

Conclusion and Discussion

When the studies are examined, contradictory results stand out and the findings are inconsistent. For this reason, it is difficult to specify a clear direction for the relationship between social network use and envy. However, in almost all studies, this relationship was found to be only positive (Asdecker, 2022; Cheng et al., 2023; Taylor, 2020) or no relationship at all (Chow & Wan, 2017; Jin & Ryu, 2022; Liu et al., 2023), and no study reporting a negative relationship was found except for a study on Instagram (Lajunen & Haug, 2023). While most of the studies (22) reported a positive relationship between SNS use and envy, 11 studies concluded that there was no relationship. Only one study found a negative relationship. When these results are evaluated, while a positive relationship is reported from the majority of the findings, the results where there is no relationship cannot be underestimated. Nevertheless, when these results are analyzed on a platform basis, there are platforms with partially different results. According to these results, it can be said that there is stronger support for a positive relationship between envy and SNS use, but studies that do not indicate a relationship cannot be underestimated.