

Instagram'da Sosyal Kıyaslama, Benlik Saygısı ve Yaşam Doyumu İlişkisi: Fırat Üniversitesi Üzerinde Bir İnceleme¹

Muhammet Emin Sözkese²
Serkan Biçer³

Öz

Günümüzde sosyal ağ siteleri insanların yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Milyonlarca insan bu siteler üzerinde yer almakta her türlü duygu düşüncesini yaşamlarını diğerleri ile paylaşabilmektedir. Bu kadar yoğun bir enformasyon akışının söz konusu olduğu bu siteler üzerinde kullanıcıların özellikle kimlik sunumlarını incelemek önemlidir. Bu çalışmada, son zamanlarda dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kullanıcı sayısı hızla artan Instagram üzerinde, kullanıcıların gerçekleştirdikleri sosyal kıyaslamalara neden olan etmenlerin ortaya çıkarılmasının yanı sıra, bu sosyal kıyaslamaların kullanıcıların benlik saygılarında ve yaşam doyumlarında ne gibi etkilerinin olduğunun ortaya konması amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklemini, Fırat Üniversitesi öğrencileri arasından tabakalı örneklem yöntemi ile seçilen 400 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında sosyal kıyaslama, benlik saygısı, yaşam doyumu ve demografik sorulardan oluşan bir ölçek kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre Instagram üzerinde pozitif benlik sunum temsilleri ile karşılaşmanın mümkün olduğu, bu benlik sunum temsillerinin yukarı yönlü sosyal kıyaslamaları tetiklediği ve kişilerin benlik saygılarında ve yaşam doyumlarında azalmalara neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu neden sonuç ilişkisi cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde kadınlarda daha göze çarpıyor. Ayrıca katılımcıların Instagram üzerinde aşağı yönlü sosyal kıyaslamalardan daha fazla yukarı yönlü sosyal kıyaslamalar gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer bulgu, gündelik yaşamlarında düşük benlik saygısına ve yaşam doyumuna sahip kişilerin, Instagram üzerinde yukarı yönlü kıyaslamalarda bulunmaya eğilimli olduklarıdır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Kıyaslama, Benlik Saygısı, Yaşam Doyumu, Benlik Sunumu, Sosyal Medya, Instagram

1 Bu çalışma, 1-3 Kasım 2018 tarihleri arasında Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen 3. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur. Ayrıca bu çalışma M. Emin Sözkese tarafından Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Dr. Öğr. Üyesi Serkan Biçer danışmanlığında yürütülen "Sosyal Medya Üzerinde Sosyal Kıyaslama: Instagram Üzerinde Bir Araştırma başlıklı" Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

2 Doktora Öğrencisi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, muhammet_emin_52300@hotmail.com.

3 Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, srknbc@gmail.com.

Social Comparasion, Self Esteem and Life Satisfaction on Instagram: A Review on Fırat University

Abstract

Today, social media sites have become an integral part of people's lives. Millions of people have accounts at these sites and they can share their feelings, thoughts and lives with others through these sites. It is important to examine behaviour of users on these sites where such a dense flow of information is concerned. This study on the Instagram, which has recently increased its popularity in Turkey, in addition to revealing factors that lead to possible social comparisons of users, it is aimed to reveal effects of these social comparisons on self-esteem and life satisfaction of the users. The sample of the research consists of 400 students selected from stratified sample method among students of Fırat University. In this study, relational search model was used. In the collection of data, a questionnaire consisting of social comparison, self-esteem, life satisfaction and demographic questions were used. Also, SPSS analysis program was used for the analysis of data.

According to the results obtained form the research, it is possible to encounter positive representations of the self on the Instagram. This leads to the fact that representations of selves induce upward social comparisons and make people decrease their self esteem and life satisfaction. This causal relationship is more effective in women when examined by gender. Also, on Instagram, participants make more upward social comparisons than on down-stream social comparisons. It was found that people with low self-esteem and life satisfaction in their everyday lives tend to make upward comparisons on the Instagram. Another result was that participants' social comparisons of upward and reduced life satisfaction on Instagram did not show any significant difference even if time they spent on Instagram, their faculty and vocational college, places they live and their ages change. A significant difference, though, is seen when monthly income differs. According to this, participants with high monthly income have more self esteem reductions than those have low income.

Keywords: Social Comparasion, Self Esteem, Life Satisfaction, Self Presentetion, Social Media, Instagram

Giriş

İnsanlar kendi yaşamları ile ilgili bir değerlendirme yapma ihtiyacı hissettiklerinde diğerlerinin yaşamlarına dair bilgilere ihtiyaç duyarlar. Bu bilgilere göre kendi değerlendirmelerini gerçekleştirirler. İnsanlar bu değerlendirme bilgisini çevresindeki insanlar tarafından sağlayabilirken, günümüzde iletişimin sanal uzama taşınması ile birlikte birçok kişinin bilgisine saniyeler içerisinde ulaşılabilir hale gelmiştir. Kişiler sosyal ağ siteleri üzerinde kendilerine ilişkin değerlendirmelerini birçok kişi aracılığı ile gerçekleştirebilme olanağına sahiptir. Ancak sosyal ağ siteleri üzerinde yoğun olarak benlik sunum temsillerine rastlamak mümkün olduğundan dolayı bu değerlendirme bilgisinin doğruluğu tartışmalıdır. Kişiler Instagram üzerindeki ideal benlikleri, değerlendirme bilgisi olarak alabilir, yönü yukarı olan kıyaslamalara⁴ girebilir, kendisini yetersiz görebilir, bunun sonucunda benlik saygısında ve yaşam doyumunda azalmalar yaşayabilir.

İnsanların gündelik yaşamlarında kendilerine ilişkin yaptıkları değerlendirmelerde diğerlerinin bilgilerine başvurduğunda daha net enformasyonlar sağlarken, sosyal ağ siteleri üzerinde yoğun benlik sunum temsilleri ile karşılaşmak mümkün olduğundan dolayı bilginin gerçek kaynağı bulanıklaşabilir. Düşük benlik saygısına ya da yaşam doyumuna sahip olan biri kendisi ile ilişkili değerlendirmelerde bulunmak için Instagram sosyal ağ sitesini kullandığında, diğerlerinin benlik sunum temsilleri kendisine ilişkin değerlendirmelerin yanlış sonuçlanmasına neden olabilir, onlar ile yukarı yönlü sosyal kıyaslamalara girebilir, sonrasında kendini daha da kötü hissedebilir. Diğer taraftan Instagram üzerinde vakit geçiren kullanıcılar saniyeler içerisinde birçok kıyaslama sürecine girebilir, Instagram üzerinde benliğe karşı saygısını kaybedilebilir ve yaşam doyumunda düşüşler yaşayabilirler.

Sosyal Ağ Sitelerinin çok hızlı gelişmesinde, Web2.0 teknolojisinin etkisi son derece önemlidir. Web2.0 teknolojisi ile bireyler içeriği tüketen edilgen konumdan içerik üreten (content provider) konuma geçiş yapmışlardır. Yaşanan bu gelişmeler ile milyarlarca insan sanal mecralarda yer almaya başlamış duygularını düşüncelerini yaşantılarını diğerlerine bu siteler aracılığı ile paylaşma olanağı yakalamıştır. Bu mecralardan en popüler olanlarından birisi ise, kullanıcılarına birçok uygulamanın özelliğini bir arada sunan Instagram sosyal paylaşım sitesidir. Instagramın özellikle görmenin, imajın, varolmanın bir koşulu sayıldığı bir dönemde, şüphesiz yapısal anlamda da imaj tabanlı, metinsellikten ziyade görsellik üzerine inşa edilmiş olması onun bu kadar popüler olmasını sağlamıştır. We are social raporuna göre Instagram uygulaması Ocak 2017 itibarı ile 600 milyon aktif kullanıcı ile en aktif sosyal platformlar arasında 8. sırada yer almaktadır. (<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, 17.05.2017 tarihinde erişildi).

Aynı raporda Instagram, Türkiye’de en aktif sosyal platformlar arasında 3.sırada yer

4 Yukarı yönlü kıyaslama, bireylerin kendilerinden daha iyi olarak gördükleri diğerleri ile gerçekleştirilen karşılaştırmalardır. Bu karşılaştırmalar genellikle gerçekleştirilen taraf üzerinde olumsuz bir ruh haline neden olur ve kişinin kendisi ile ilgili değerlendirmelerini tehdit edebilme olanağına sahiptir

almaktadır (<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-western-asia>, 14.04.2017 tarihinde erişildi). Kullanıcı sayısının bu kadar artmasının en önemli sebeplerinden birisi de birçok farklı uygulamaların özelliklerini kendi ekosistemi içerisinde barındırmasından gelmektedir: (SnapChat: Hikayeler özelliği, Scope: Canlı yayın özelliği)

Araştırmada, Instagram üzerinde gerçekleşmesi muhtemel sosyal kıyaslamalara neden olan olası etmenler Fırat Üniversitesi öğrencileri üzerinden incelenerek, bu sosyal kıyaslamaların kullanıcıların benlik saygıları ve yaşam doyumları üzerinde ne gibi etkileri olduğunu ortaya koymak amaçlanmıştır.

Elazığ Fırat Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler üzerinden gerçekleştirilen bu çalışmada, görsel tabanlı bir sosyal ağ sitesi olan Instagram üzerinde, paylaşılan fotoğraf ve videoların ideal benlik sunumu içerisinde diğer kullanıcılara sunulduğu ve bu fotoğraf ve videolara maruz kalan diğer kullanıcıların bir sosyal kıyaslama sürecine girdiği, artan yönde bir sosyal kıyaslama davranışında bulunduğu, bunun sonucunda da benlik saygılarında ve yaşam doyumlarında azalmalara neden olduğu probleminden yola çıkılmıştır.

Sosyal ağ sitelerinden biri olan Instagram üzerinde sosyal kıyaslamayı inceleyen bu çalışmada bir zaman sınırlılığı söz konusudur. Çalışma Fırat Üniversitesi öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırma yalnızca Instagram sosyal ağ sitesi üzerinden sosyal kıyaslama davranışını incelemiştir, diğer sosyal mecralar değerlendirme dışı tutulmuştur.

Hipotezler

1. Instagram üzerinde kullanıcılar yönü aşağı olan sosyal kıyaslamalardan daha fazla yukarı yönlü kıyaslamalar gerçekleştirmektedirler.
2. Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
3. Instagram üzerinde aşağı yönlü sosyal kıyaslama cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
4. Instagram üzerinde benlik sunum temsilleri ile yukarı yönlü sosyal kıyaslama arasında pozitif korelasyon vardır.
5. Instagram üzerinde benlik sunum temsilleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
6. Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışı, azalan benlik saygısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.
7. Instagram üzerinde azalan benlik saygısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
8. Gündelik yaşamda düşük benlik saygısı, Instagram üzerinde gerçekleşen yukarı yönlü sosyal kıyaslama üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.
9. Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışı, azalan yaşam doymu üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

10. Instagram üzerinde azalan yaşam doyumu cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

11. Gündelik yaşamda düşük yaşam doyumu ile Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama arasında pozitif korelasyon vardır.

12. Gündelik yaşamda düşük yaşam doyumu, Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir

1. Kuramsal Çerçeve

1.1. Benlik Saygısı

Benlik saygısıyla birlikte benlik kavramına kısaca değinmekte fayda vardır. Köknel (1985: 64), benlik kavramını *"Benlik insanın kendi kişiliğine ilişkin kanılarının toplamı, insanın kendisini tanıma ve değerlendirme biçimidir"* şeklinde tanımlarken, Nelson ve Jones (1982: 21) ise *" Benlik kavramı, algılanan benliktir, ya da kişinin "ben" ya da "benim" olarak ifade ettikleridir"* şeklinde ifade etmektedir.

Rogers benlik kavramını önemli bir yere koyar. Kişinin benlik bilinci, kendisi ile ilgili düşüncelerini, değerlendirmelerini içerir. Benlik bilinci birinin, kendisini nasıl biri olarak gördüğüne dair getirdiği özetlerdir. Kişi benliğine ilişkin değerlendirmeler getirdiğinde iyi, kötü veya orta durumda benlik bilinçlerine sahip olabilir. Kişinin benlik bilinci bazen gerçeklerden uzak olabilir. Yetenekli biri kendisini yetenezsiz biriymiş gibi görebilir ya da yeteneği olmayan biri kendini yetenekli sanabilir. Benlik bilinci, kişinin kendisini nasıl biri olarak gördüğü ile ilgilidir. Her insan, olumlu yönde bir benlik geliştirmek için çabalamaktadır (Cüceoğlu, 1991: 428).

Benlik saygısı ise, kişinin benlik kavramını beğenmesi, onaylaması kendini seilmeye değer bulmasıdır (Kurşun, 1998: 8). Bireyin kendisini değerlendirdiği ve yargıladığı, psikolojik gelişimini ve motivasyonunu belirleyen kendisine biçtiği değerdir. Bu biçilen değer, bilinçli şekilde kendisi tarafından yapılan bir değerlendirme sonucu gerçekleşmez, daha çok birey tarafından sürekli hissedilme durumunda olan göz ardı edilmesi ve tanımlanması zor bir duygu olarak kendini gösterir (Kırcaburun, 2016). Bu nedenle benlik saygısı bireylerin sürekli izlenme edimiyle gelişir.

Benlik saygısının birçok tanımı olmakla beraber en önemli parçalarından birinin öz değerlilik olduğu söylenebilir. Rosenberg (1965) bireyin benlik saygısının temelinde kendini ne kadar değerli hissettiğinin olması gerektiğini öne sürmüştür. Rosenberg, yüksek benlik saygısının mutlaka üstünlük inancından ya da kusurlarını ve sınırlılıklarını görememekten gelmesi gerektiğini, bireyin kendisine saygı duymasının ve kendini değerli bir birey olarak değerlendirmesinin yüksek benlik saygısını kapsadığını belirtmiştir.(Kırcaburun,2017) Bireyin kendini değerli görmesi çoğu zaman bencillik olarak algılanmaktadır. Rosenberg'inde belirttiği üzere bu durum gayet olağandır ve kişinin kendine olan saygısından kaynaklanmaktadır.

Benlik saygısı, kişinin benliğini değerlendirmesi sonucunda elde ettiği benlik kavramı

ile sahip olmasını isteği benliği arasındaki farktır. Benlik saygısı, her kişinin kendi değerleri konusundaki kanılarıdır. Kişinin benliğine bir beğeni duyması, bu benliğini onaylaması ve benliğinden duyduğu memnuniyet benlik saygısını ifade etmektedir (Yavuzer'den aktaran Yiğit, 2010: 10).

Brown ve Marshall benlik saygısı ifadesinin üç farklı şekilde kullanıldığını, bunların genel benlik saygısı, durum benlik saygısı ve alan benlik saygısı olduğunu belirtmişlerdir. Genel benlik saygısı, benlik saygısının bireylerin kendisiyle ilgili ne hissettiklerini ifade eden bir kişilik değişkeni şeklinde kullanılmasıdır ve zamana ve olaylara karşı değişkenlik göstermez. Durum benlik saygısı ise belli durumlar karşısında benlik saygısının duygusal tepki şeklinde tavan yapması ya da düşmesi olarak anlık ve değişken özgüveni ifade eder. Son olarak alan benlik saygısı ise bireylerin belli alanlarda yüksek benlik saygısına sahip olup diğerlerinde düşük benlik saygısına sahip olma manasına gelmektedir (Brown ve Marshall, 2006'dan akt. Kircaburun, 2016). Günümüzde yoğun kullanılan sosyal ağlar düşünüldüğünde alan benlik kategorisinde değerlendirmek mümkün olur. İnsanlar genel olarak üyesi olduğu sosyal platformlarda yüksek benlik saygısına sahip oldukları yönünde izlenim uyandırma çabasındadırlar. İnsanlar bu platformlarda kendilerini başkalarına göre değerlendirdikleri için öz saygıları yüksek insanlarla karşılaştıklarında bu alanlarda davranışlarını ona göre şekillendirirler. Sosyal platformlarda takip edildiklerini ve sürekli izlendiklerini bildikleri için yüksek benlik saygısını gösterecek paylaşımlarda bulunmaya özen gösterirler. Yapılan paylaşımlar aslında bireyin kim olduğunu tanımlama biçimidir.

Harter (1990)'a göre benlik saygısını "bir birey olarak kişi kendisini ne ölçüde sevmekte, kabul etmekte ve kendisine ne ölçüde saygı duymakta" sorusu ile açıklamaya çalışmıştır. Harter (1990) benlik saygısına ilişkin iki farklı kuramsal görüş sunmaktadır. Bunlardan birincisi, William Cames'in görüşüdür ki burada benlik saygısı bireyin belirli bir alanda algılanan başarısının oranı olarak görülmektedir ki birey burada başarıya odaklanmıştır. İkinci kuramsal görüş C. Horton Cooley'in olup, bu görüşe göre benlik saygısı kişinin kendisi için önemli olan bireylerin kendisini nasıl gördüğüne ilişkin algısıdır.

1.2. Yaşam Doyumu

İlk kez Neugarten (1961) tarafından ortaya atılan yaşam doyumu kavramı ya da bilinen adıyla mutluluk, çağlar boyunca insanlığın ilgi odağı olmuş konulardan birisidir. Yaşam doyumu, bir insanın beklentileriyle (ne istediği), elinde olanların karşılaştırılmasıyla (neye sahip olduğu) elde edilen durum ya da sonuçtur. Yaşam doyumu kişinin beklentilerinin, gerçek durumla kıyaslanmasıyla ortaya çıkan sonucu gösterir. Yaşam doyumu, genel olarak kişinin tüm yaşamını ve bu yaşamın çok çeşitli boyutlarını içerir. Yaşam doyumu denildiğinde, belirli bir duruma ilişkin doyum değil, genel olarak tüm yaşantılardaki doyum anlaşılır (Özer ve Karabulut, 2003: 72-73)

Yaşam doyumu, tüm yaşamın kalitesi ve pozitif ilerlemesi için önemli bir faktörü içermektedir. Yaşam doyumu kavramı öncelerde iş, eğitim, aile gibi kavramlara

ve bunlar arasındaki ilişkiye dayandırılrsa da artık bireyin kendi tercihlerine göre değerlendirilmektedir. Çevik ve Korkmaz (2014) bireyin artık yaşam kalitesini kendi tercih ve ihtiyaçlarına göre değerlendirdiğini, çünkü yaşam doyumu kavramının genel anlamda bireysel mutluluk anlamına geldiğini çalışmalarında belirtmiştir. Veenhoven (1996:6) ise yaşam doyumunu bireyin yaşamının genel kalitesini pozitif olarak değerlendirmesidir. Diğer bir ifade ile kişinin içinde bulunduğu yaşamını ne kadar sevdiği ile ilgilidir. Yaşam doyumu ile aynı anlama gelen kavramlar şu şekilde ifade edilebilir: "mutluluk ve öznel iyi olma". Mutluluk kavramı yerine yaşam doyumu ifadesinin kullanılmasının sağladığı avantajlardan biri kavramın öznel bir yanını vurgulamasıdır.

Yaşam doyumu düzeyinin düşüklüğü, sosyal ilişkileri, zihinsel ve fiziksel sağlığı olumsuz yönde etkiler. Kendilerini değersiz, işlevlerini yitirmiş ve güçsüz hisseden bireylerin de yaşam doyumları düşebilir(Erol vd., 2016: 61)

Sosyal medya platformları yaşam doyumunun yükselmesi ya da düşmesi yönünde insanları etkileyebilmektedir. Bireyler kullanıcı oldukları sosyal ağlarda takipçilerinin yaşamları ile ilgili pozitif paylaşımlarına denk gelebilmektedirler. Kullanıcılar bu fotoğraf veya videolar sayesinde diğer kullanıcılarla ilgili çıkarımda bulunabilir ve onların yaşam kalitelerini olumlu ya da olumsuz yönde test edebilirler. İnsanlar artık sosyal medya ağlarında yaşamları ile ilgili her türlü bilgiye yer vermektedirler. Birçok kullanıcı bu ağlarda okul, aile, ev, iş vb. konularla ilgili her türlü bilgiyi paylaşmaktadırlar. Bu yoğun enformasyona maruz kalan kullanıcıların yaşam doyumu bu paylaşımlar yönünde değişkenlik gösterebilir. Kendilerini diğer kullanıcılar ile kıyasladıklarında onlardan daha iyi değillerse hayata karşı pozitif düşünceleri azalabilir ve yaşam doyumları da aynı oranda düşebilir.

Yaşam doyumu büyük oranda duygusal temele dayanan bir kavramdır. Bir kişinin yaşamını ideal olarak değerlendirmesiyle ortaya çıkan bir durumu ya da sonucu ifade etmektedir. Aynı zamanda bireyin mutluluğunu ve kaliteli yaşamını da yansıtmaktadır. Bireyin kendi yaşamının pozitif değerlendirmesi olarak ortaya çıkan yaşam doyumu negatif hislerle azalmaktadır (Çevik, Korkmaz, 2014: 130).

Sosyal medya kullanıcıları sosyal platformlarda da yaşam doyumlarına hem olumlu hem de olumsuz yönde deforme edecek yoğun enformasyona maruz kalabilirler.

Yaşam doyumu, bir bireyin kendi belirlediği kriterlere uygun bir biçimde tüm yaşamını olumlu değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır. Yaşam doyumu bireyin kendisine yüklediği kriterler ile yaşam koşullarını algılayışı arasındaki karşılaştırmaları, dolayısıyla kendi yaşamı hakkında değer biçmesini içermektedir (Çeçen, 2007: 181).

Sosyal medya kullanıcıları özellikle Instagramda yaşamları ile ilgili kendi belirledikleri bilgiler eşliğinde tüm yaşamlarını tanımlıyorlar ve bu doğrultuda doyum elde ediyorlar. Yaşam doyumu ile ilgili yapılan araştırma sonuçlarına göre cinsiyet, etnik köken ve gelirin yaşam doyumunu etkileyecek bir etken olmadığı, yakın sosyal ilişkiler ve

kültürel etkenlerin yaşam doyumunu yordama da daha fazla etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur (Aysan ve Bozkurt, 2004).

1.3. Sosyal Kıyaslama Kuramı

Festinger'e göre (1954) bireyler, kendilerinin doğru bir şekilde değerlendirilmelerini beklerler. Bu teoriye göre, bireyler kendilerini değerlendirirken öznel ve sosyal olmayan standartları kullanmayı tercih ederler, eğer istedikleri öznel olmayan sonuçlara ulaştıklarında ise diğer bireyler ile karşılaştırmalar gerçekleştirerek kendilerini değerlendireceklerdir. Festinger bu kuram için şöyle bir şart koşturmuştur: bireyin karşılaştırma için seçtiği kişinin yetenek ve düşünce bakımından kendisine benzer bir kişi olması. Kendisine benzer bir kişi ile gerçekleştirilen kıyaslama, kendisinden büyük ölçüde farklı bir kişi ile gerçekleştirilen kıyaslamadan daha somut bir sonuç verdiği için Festinger açısından yüksek seviyede kabul görmektedir. (Festinger, 1954'den aktaran Taylor ve Nobel, 1989: 569).

Sosyal kıyaslamaların iki yönü bulunmaktadır bunlar, aşağı ve yukarı karşılaştırmalar olarak gösterilmektedir. Karşılaştırmanın iki yönü, sosyal kıyaslama kuramının merkezi bir parçası haline gelmiştir (Latane, 1966'dan Aktaran Buunk vd., 1990: 1238).

Yukarı yönlü sosyal karşılaştırmalar, yönü aşağı olan sosyal kıyaslamalardan daha çok kolay bir şekilde kişinin amaçlarını değerlendirebilmeye olanak sağlamasına rağmen, yönü aşağı olan sosyal karşılaştırmalar kişinin kendisini kolayca yükseltebilmesine imkân sağlayabilir. Bir kişinin, kendisinden daha iyi bir durumda olduğu birinin varlığını öğrenmek birkaç bilgi sağlayabilir, (a) sen diğerleri gibi iyi durumda değilsin veya (b) şuan bulunduğun durumdan daha iyi bir duruma gelmen olanaklıdır. Kişilikler ve içerisinde bulunan şartlara bağlı olarak, bireyler eğer bu bilginin pozitif yönü ile ilgilenirlerse, bu yukarı yönlü olan sosyal kıyaslama süreci bireylerin kendilerini iyi hissetmelerini sağlayabilir. Eğer olumsuz yönüne karşı bir ilgi duyarlarsa bu karşılaştırma süreci kendilerini daha da kötü hissetmeleri ile sonuçlanabilir. Tam tersi şekilde diğer bireylerin kendinden kötü durumda olduğu bilgisine ulaşma birkaç bilgi sağlar, (a) senin durumun diğer bireyler gibi kötü değil ve (b) senin durumunun daha kötü olması mümkündür. Kişinin kendisinin diğer bireylerden daha iyi durumda olduğu bilgisini odağına alması, yönü aşağı olan bir sosyal kıyaslama sürecidir ve kişinin kendisini iyi hissettirebilir, bununla birlikte bilginin negatif yönüne odaklanan kişi olumsuz hisler oluşturabilir. Kişinin diğerleri ile etkileşimi sonrasında kendilerinin diğerlerinden daha iyi veya kötü durumda olduklarına dair bilginin değerlendirilmesi kişinin elde ettiği bilgiyi yorumlama şekline bağlıdır (Buunk vd., 1990: 1239).

Bireylerin kendilerini diğer insanlar ile karşılaştırma şekli, kişinin benlik saygısını belirlemede önemli bir etkidir. Sosyal karşılaştırma süreci kişinin benlik saygısı üzerinde bir etkiye sahip olabilir (Paterson, 2007: 21).

İnsanlar gündelik yaşamlarında sınırsız denilebilecek şekilde sosyal karşılaştırmalarda bulunabilir. Bir kadın sabah kahvaltısını yaparken sahip olduğu görüşünü NYT

yazarının makalesi ile karşılaştırma yoluna gidebilir. Bir kadın çalıştığı iş yerinde performansını aynı iş yerinde iyi bir performansa sahip olan meslektaşısı ile karşılaştırma yoluna gidebilir, aynı şekilde akşam katıldığı sağlık kulübünde formunun yerinde olup olmadığını oradaki bireyler ile karşılaştırabilir (Olson ve Evans, 1999: 1498).

Kişinin belirli alanlarda kendisi ile ilgili değerlendirmelerde bulunma süreci diğerleri (bu karşılaştırmalar, zeka ya da maddi kazançlar vb. konularda olabilir) ile karşılaştırma aracılığı ile etkilendir. Sosyal kıyaslama kavramı, kişinin kendisi ile ilgili değerlendirmesini dışsal uyaranlar aracılığı ile gerçekleştirmesini ve bu karşılaştırma sürecine bağlı öz değerlendirmeyi içerir (Kenrick vd., 2010'dan aktaran Franz, 2014: 5).

Yukarı yönlü karşılaştırma, bireylerin kendilerinden daha iyi olarak gördükleri diğerleri ile gerçekleştirilen karşılaştırmalardır. Bu karşılaştırmalar genellikle gerçekleştirilen taraf üzerinde olumsuz bir ruh haline neden olur ve kişinin kendisi ile ilgili değerlendirmelerini tehdit edebilme olanağına sahiptir (Wheeler ve Miyake, 1992'den aktaran Bessenoff, 2006: 240).

Miller ve Kaiser (2001), yönü yukarı olan karşılaştırmaların bireyleri negatif benlik karşılaştırmaları ile karşı karşıya bırakabileceğini belirtmektedir. Ayrıca Swallow ve Kuiper (1988), durumu iyi olan bir kişi ile karşılaştırmalar yapmanın kişiyi kendisi ile ilgili olumsuz değerlendirmeler yapmaya itebileceği bunun sonucunda da kişinin depresyona girmesi ile sonuçlanabileceğini ileri sürmektedir (Miller ve Kaiser, 2001'den akt. Paterson, 2007: 20-21).

Wills'e göre (1981), karşılaştırmanın aşağı yönü farz eder ki, bireyler onların değerlendirmelerini daha az iyi durumda insanlar üzerinden karşılaştırmalarını gerçekleştirerek öznel iyi oluş hallerini yükseltebilirler. Kişinin öznel iyi oluş hali onun baş edemeyeceği bir şekilde tehdit edilirse, kişi kendini iyileştirmek için, kendinden daha aşağı biri ile sosyal karşılaştırma gerçekleştirmesi beklenir. Wills kuramının iki temel prensibini tanımlamıştır. İlk olarak yönü aşağı olan karşılaştırmalar genellikle toplum içerisinde daha aşağı gruplar üzerinden gerçekleştirilme eğilimindedir. Bu gruplar toplumda aşağı gruplar olarak zaten küçük görüldükleri için aşağı yönlü karşılaştırmalar için güvenli hedefler olarak görülürler.

İkinci ilke ise, bireylerin karşılaştırmalar konusunda kararsızlıklara düştüklerini, bunun keyifli bir süreç olmadığını, bu karşılaştırmalara belirli şartlarda ihtiyaç olduğunu ifade etmektedir. Wills diğer bir taraftan yönü aşağı olan bu karşılaştırmaların kişinin öznel iyi oluş halindeki düşüşün paralelinde gerçekleştiğini, ayrıca düşük benlik saygısına sahip bireylerin başvurma olasılıklarının diğerlerine göre daha yüksek olduğu görüşünü savunmaktadır. Bunun nedeni, bireylerin öznel iyi oluş hali tehdit altındayken refahlarını arttırma konusunda daha fazla motive olmalarıdır. Aynı zamanda karşılaştırmanın aşağı yönünün zararlı olabileceği iddia edilmiştir, çünkü toplum içerisindeki aşağı gruplar ile gerçekleştirilen karşılaştırmalar, bireylerin durumlarının daha fazla kötü hale gelebileceği olasılığını ortaya çıkarabilir (Buunk vd 1990'dan akt. Paterson, 2007: 20).

1.4. İlgili Çalışmalar

Sosyal Kıyaslama üzerine özellikle sosyal ağların yükselişiyle birlikte Amerikan üniversiteleri merkezli çalışmaların arttığı görülmektedir. Özellikle 2007 yılından itibaren benlik sunumu (presentation of self), izlenim yönetimi (impression management) gibi kavramlar alanyazında sıklıkla tartışılmaya başlanmıştır. Literatürde Benlik Saygısı ve Yaşam Doymuyla Sosyal Kıyaslama arasında özellikle sosyal ağlar üzerinden çalışmanın yetersiz olması bu çalışmanın çıkış nedenlerindedir.

Denti vd'nin (2012), İspanya'da yaptığı çalışmada kullanıcıların, 335 erkek (% 33.1) ve 676 kadın (% 66.9), Facebook kullanımı ile mutluluklarını incelenmiş, Facebook üzerinde daha uzun vakit geçirenlerin öznel mutluluklarının daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada pozitif kendini sunma eğilimlerinin Facebook üzerinde sosyal kıyaslamalara neden olduğu ve katılımcıların depresyona girmelerine neden olduğu araştırmanın bulguları arasındadır.

Krasnova sosyal ağlarda, sosyal kıyaslama ve kıskançlık üzerine sıklıkla araştırma yapan araştırmacılardan birisidir. Araştırmacı tarafından 2013 yılında Facebook üzerindeki kıskançlıkla ilgili yapılan çalışmada 2 basamaklı bir çalışma benimsendi. İlk çalışmada Facebook kullanarak ortaya çıkan kıskançlık kavramına nelerin etki ettiği araştırıldı. 2. çalışmada da Facebook üzerinde kullanıcıların deneyimledikleri kıskançlık duygusu, Facebook sosyal ağ sitesini pasif olarak kullanım ve öznel mutluluk arasında aracı olarak incelendi. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, Facebook üzerinde kullanıcıların deneyimledikleri kıskançlık duygusu, diğer kullanıcıların yaşamlarına dair bilgileri takip ederek tetiklenmektedir. Uzun dönemde, bu kıskançlığa neden olan duygular, bireyin bireysel mutluluğu ve sağlığı üzerinde etkili olabilmektedir.

Mwiinga (2015), Gavle Üniversitesi öğrencileri üzerinden Facebook sosyal ağ sitesi üzerinde sosyal kıyaslama ve depresyon kavramlarını irdelemiştir. Elde edilen bulgulara göre, Facebook üzerinde geçirilen zamanın yoğunluğu ile benlik saygısı arasında çok negatif korelasyon olduğu sonucuna varılmıştır. Bu ilişki kadınlar için anlamlı değilken, erkekler için anlamlıdır. Ayrıca Facebook üzerinde uzun zaman geçirenler diğer yukarı yönlü sosyal kıyaslamalar gerçekleştirmektedirler.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada, Instagram üzerindeki benlik sunum temsilleri ile yukarı yönlü sosyal kıyaslama arasındaki ilişkiyi ortaya koymanın yanı sıra, bu yukarı yönlü sosyal kıyaslamaların Instagram üzerinde azalan benlik saygısı ve yaşam doymu ile ilişkilerini açığa çıkarmak amacıyla, ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Ayrıca Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslamaya neden olan olası etmenler (gündelik yaşamda düşük benlik saygısı ve yaşam doymu ile Instagram üzerinde pozitif benlik sunumları) ve sonuçları (Instagram üzerinde azalan benlik saygısı

ve yaşam doyumu) katılımcıların cinsiyetlerine, aylık gelirlerine, eğitim gördükleri fakültelerine, memleketlerine, Instagram üzerinde geçirdikleri zamanlara, yaşlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için karşılaştırmalı ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır

2.2. Evren-Örneklem

Araştırmanın evrenini Fırat Üniversitesi merkez kampüsünde bulunan Fakülteler ve Meslek Yüksekokulları oluşturmuştur. Araştırmanın örnekleme ise her fakülte ve meslek yüksekokulu birer tabaka olarak düşünülerek temsil oranında öğrenci alınmıştır. Arslanoğlu (2016) tabakalı örneklem yöntemini, evrenin içerisinde bulunan elemanlarının sahip olduğu özellikleri aracılığı ile tabakalara bölüp her tabakadan temsil oranında tesadüfi olarak örneklem seçme şekli olarak ifade etmektedir (Arslanoğlu, 2016: 90).

Tablo 1. Fakülteler ve Meslek Yüksekokullarından Alınan Örneklem Sayıları

Fakülte Adı	Öğrenci Sayıları	Örneklem Yüzdesi	Örneklem Sayısı
Eğitim Fakültesi	4262	10	40
Sağlık Bilimleri Fakültesi	300	3,8	15
Teknoloji Fakültesi	5500	13,5	54
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	2172	7,5	30
Beden Eğitimi	510	4,5	18
İktisadi İdari Bilimler Fakültesi	2204	6,5	26
Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	3726	9,5	38
İletişim Fakültesi	1545	5,5	22
Tıp Fakültesi	966	3,5	14
Mühendislik Fakültesi	5626	14	56
Sivrice Meslek Yüksekokulu	553	4,5	18
Veterinerlik Fakültesi	823	4,8	19
İlahiyat Fakültesi	2362	5,5	22
İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi	2790	7	28
Toplam	33,339	100	400

Araştırmanın evrenini 33,339 kişi oluşturmaktadır. Örneklemin boyutu Sample Size Calculator internet sitesi (<https://www.surveysystem.com/sscalc.htm#one> Erişim Tarihi:23.04.2017) üzerinde %95 güven aralığında yapılan hesaplama ile 380 kişi

olarak bulunmuştur. Hesaplanan örneklem boyutunun üzerinde 480 kişi Tablo 1. de belirtilen Fakülte ve Meslek Yüksekokullarında eğitim gören öğrencilerin sayılarına göre orantılı olarak dağıtılmıştır. Araştırma sonucunda eksik ve geçersiz anketler çıkarıldıktan sonra 400 geçerli anket elde edilmiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak 4 (demografik bilgiler, sosyal kıyaslama, benlik saygısı ve yaşam doymu) bölümden 31 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Araştırma için öncelikle Fırat Üniversitesi Girişimsel Olmayan Etik Kurulundan gerekli izinler alınmış, daha sonra Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesinde 20 öğrenciye pilot çalışma yapılmıştır. Anket 1-5 Mayıs 2017 tarihleri arasında uygulanmıştır. Festinger'in Sosyal Kıyaslama Ölçeği (1954), Rosenberg'in (1965) Benlik Saygısı Ölçeğinden yararlanılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi

Hipotezleri test ederken öncelikle verilerin normallik ve homojenlik dağılımlarına bakılmıştır. Tabachnick ve Fidell (2013), çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1.5 ile -1.5 arasında olmasının verilerin normal dağıldığı varsayımını karşılayacağını ifade etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013'den aktaran Tüfekçi ve Asıgbulmuş). Bu ifadeye göre verilerin normallik dağılımı incelenerek bu koşulun sağlanıp sağlanmadığına bakılmıştır. İkili değişkenler arasındaki ilişkileri açığa çıkarmak için korelasyon analizleri kullanılmıştır. Analize tabi tutulan veriler % 95 güven aralığında ve $p < 0,05$ manidarlık düzeyinde değerlendirilmiştir. Çalışmada değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkileri incelemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

3. Bulgular

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	201	50,2
Erkek	199	49,8
Toplam	400	100,0

Tablo 2. göre araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyete yönelik soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, katılımcıların 201 kişisini (%50,2) kadınlar, 199 kişisini (%49,8) erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılanların Memleketlerinin Bulunduğu Bölgelere Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Karadeniz Bölgesi	11	2,8
Marmara Bölgesi	15	3,8
İç Anadolu Bölgesi	14	3,5
Ege Bölgesi	19	4,8
Akdeniz Bölgesi	37	9,3
Doğu Anadolu Bölgesi	269	67,3
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	35	8,8
Toplam	400	100,0

Fırat Üniversitesi öğrencileri üzerinden gerçekleştirilen çalışmada, katılımcılara memleketlerinin hangi bölgede olduğu soru yöneltildi. Tablo 5. göre, katılımcıların 11'i % 2,8 (6 kadın ve 5 erkek) yaşadıkları bölgenin Karadeniz olduğunu ifade ederken, 15 kişi % 3,8 (7 kadın ve 8 erkek) Marmara Bölgesini, 14 kişi % 3,5 (6 kadın ve 8 erkek) İç Anadolu Bölgesini, 19 kişi % 4,8 (6 kadın 13 erkek) Ege Bölgesini, 37 kişi % 9,3 (14 kadın ve 23 erkek) Akdeniz Bölgesini, 269 kişi % 67,3 (147 kadın ve 122 erkek) Doğu Anadolu Bölgesini, 35 kişi %8,8 (15 kadın ve 20 erkek) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaşadıklarını belirttiler. Doğu Anadolu Bölgesinde yığılma olmasına gerekçe olarak araştırmanın gerçekleştirildiği üniversitenin (Fırat Üniversitesi) bölge içerisinde olması gösterilebilir.

Tablo 4. Katılımcıların Eğitim Gördükleri Fakülteler ve Meslek Yüksekokulları

	Frekans	Yüzde (%)
Valid Eğitim Fakültesi	40	10,0
Sağlık Bilimleri Fakültesi	15	3,8
Teknoloji Fakültesi	54	13,5
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	30	7,5
Beden Eğitimi	18	4,5
İktisadi İdari Bilimler Fakültesi	26	6,5
Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	38	9,5
İletişim Fakültesi	22	5,5
Tıp Fakültesi	14	3,5
Mühendislik Fakültesi	56	14,0
Sivrice Meslek Yüksekokulu	18	4,5
Veterinerlik Fakültesi	19	4,8
İlahiyat Fakültesi	22	5,5
İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi	28	7,0
Toplam	400	100,0

Tablo 5. Katılımcıların Instagram'ı Kullanım Süreleri

	Frekans	Yüzde (%)
1 Yılden az	75	18,8
1-2 Yıl	147	36,8
3-4 Yıl	138	34,5
5 Yıl ve üzeri	40	10,0
Toplam	400	100,0

Tablo 7. de katılımcılara Instagram sosyal ağ sitesini ne kadar süredir kullandıkları incelendiğinde, 75 kişi (% 18,8) 1 yıldan daha az süredir, 147 kişi (% 36,8) 1-2 yıldır, 138 kişi (% 34,5) 3-4 yıldır, 40 kişi (% 10) 5 yıl ve üzeri kullandıklarını ifade ettiler.

Tablo 6. Katılımcıların Instagram Hesaplarında Kaç Fotoğrafa Sahip Olduklarına Dair Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)
1-50 Fotoğraf	273	68,3
51-100 Fotoğraf	68	17,0
101-200 Fotoğraf	31	7,8
201-500 Fotoğraf	16	4,0
501-750 Fotoğraf	9	2,3
751-1000 Fotoğraf	2	,5
1001 ve üzeri Fotoğraf	1	,3
Toplam	400	100,0

Katılımcılara, Instagram hesaplarında kaç fotoğrafa sahip oldukları sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun (273 kişi % 68,3) 1-50 arası fotoğraf paylaşımı bulunmaktadır. Diğer bulgular ise; 68 kişinin (% 17,0) 51-100 arası; 31 kişinin (% 7,8) 101-200 arası; 16 kişinin (% 4,0) 201-500 arası; 9 kişinin (% 2,3) 501-750 arası; 2 kişinin (% 0,5) 751-1000 arası; 1 kişinin (% 0,3) 1001 ve üzeri arası hesaplarında fotoğraf paylaşımı bulunmaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların Instagram Üzerinde Hangi Özelliği Daha Sık Kullandıklarına Dair Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)
Fotoğraf ve Video Paylaşım Özelliği	210	52,5
Hikayeler Özelliği	66	16,5
Canlı Yayın Özelliği	1	,3
Hepsi	88	22,0
Diğer	35	8,8
Toplam	400	100,0

Instagram üzerinde, katılımcılara hangi özellikleri daha sık kullandıkları sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğu 210 kişi (% 52,5) Fotoğraf ve Video paylaşım özelliğini kullandıklarını ifade ederken, yeni bir özellik olan Hikayeler özelliğini 66 kişi (% 16,5), Canlı yayın özelliğini 1 kişi (% 0,3), bu özelliklerin hepsini kullandıklarını ifade eden kişi sayısı 88 (% 22,0) dir. Belirtilen ifadeler haricinde Instagram'ın diğer özelliklerini kullandıklarını ifade eden kişi sayısı 35 (% 8,8) dir.

Tablo 8. Katılımcıların Instagram Üzerindeki Gerçekleştirdikleri Yukarı ve Aşağı Yönlü Sosyal Kıyaslamalarının Ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama	400	1,000	5,000	2,304	0,996
Aşağı Yönlü Sosyal Kıyaslama	400	1,000	5,000	2,700	1,299

Katılımcıların Instagram üzerinde gerçekleştirdikleri yukarı ve aşağı yönlü sosyal kıyaslamaları incelenmiştir. Katılımcıların ölçek üzerinde aşağı ve yukarı yönlü sosyal kıyaslamalarını ölçmeye yönelik sorulara verdikleri cevapların ortalamaları incelendiğinde (yukarı yönlü kıyaslamaların ortalaması:2,304; aşağı yönlü kıyaslamaların ortalaması: 2,700) katılımcılar, aşağı yönlü sosyal kıyaslamalardan daha fazla yukarı yönlü kıyaslamalarda buldukları görülmektedir.

Tablo 9. Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama Davranışının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına Dair Tablo

	Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama	Kadın	201	168,41	33850,00	13549,000	0,000
	Erkek	199	232,91	46350,00		

Aşağı Yönlü Sosyal Kıyaslama	Kadın	201	221,10	44441,00		
					15859,000	0,000
	Erkek	199	179,69	35759,00		

* $P < 0.05$ anlamlılık düzeyi

Katılımcıların Instagram üzerinde sergiledikleri yönü yukarı olan sosyal kıyaslamaların cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ölçmek için öncelikle verilere normallik ve homojenlik testi yapıldı. Normallik ve homojenlik varsayımını sağlamadığından verilerin değerlendirilmesinde Parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U kullanılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde p değeri (0.000) $p < 0.05$ ten küçük bir değer olduğundan gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre Instagram üzerinde gerçekleşen yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışı kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir ($U=13549,000$; $p=0,000$; $p < 0,05$). H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre kadınlar erkeklerden daha fazla yönü yukarı olan sosyal kıyaslama davranışlarında bulunmaktadır.

4. Instagram Üzerinde Katılımcıların Benlik Sunumları ve Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslamalarına İlişkin Bulgular

Tablo 10. Instagram Üzerinde Benlik Sunum Temsilleri ile Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama Arasındaki Korelasyon Analizi Tablosu

		Instagram Üzerinde Yüksek Sosyal Ortalama
Instagram Üzerinde Benlik Sunum Temsilleri	Pearson Correlation	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	400

* $p < 0.05$ anlamlılık düzeyi

Instagram üzerinde benlik sunum temsilleri ile Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde yüksek seviyede (0,611) pozitif bir korelasyon bulunmuştur.

Tablo 11. Instagram Üzerinde Kendini Sunum Temsillerinin, Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama Davranışını Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Basit Regresyon Analizi Tablosu

	β	t	p	r^2	F	p
Regresyon Katsayısı	0,652	5,701	0,000	0,374	237,424	0,000
Instagram Üzerinde Kendini Sunum Temsilleri	0,611	15,409	0,000			

***P<0.05 anlamlılık düzeyi**

Instagram üzerinde kendini sunum temsilleri bağımsız değişken, Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama bağımlı değişkendir. Bağımsız değişken bağımlı değişkende görülen değişimlerin yaklaşık % 38'ini ifade eder. Bağımsız değişken ve bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için oluşturulan regresyon modeli istatistiki açıdan anlamlı olduğu ifade edilebilir ($F=237,424$ $p=0.000$). Instagram üzerinde kendini sunum temsilleri Instagram üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir

Tablo 12. Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama ile Azalan Benlik Saygısı Arasındaki Korelasyon Analizi Tablosu

		Instagram Üzerinde Azalan Benlik Saygısı
Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama	Pearson Correlation	,656**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	400

***P<0.05 anlamlılık düzeyi**

Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışı ile Instagram üzerinde azalan benlik saygısı arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde yüksek seviyede (0,656) pozitif bir korelasyon bulunmuştur.

Tablo 13. Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama Davranışının Azalan Benlik Saygısı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Basit Regresyon Analizi Tablosu

	β	t	p	r^2	F	p
Regresyon Katsayısı	0,555	5,236	0,000	0,431	301,004	0,000
Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama	0,656	17,349	0,000			

***p<0.05 anlamlılık düzeyi**

Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama bağımsız değişken, Instagram üzerinde azalan benlik saygısı bağımlı değişkendir. Tablo 24. incelendiğinde, bağımsız değişken bağımlı değişkende görülen değişimlerin % 43'ünü ifade eder. Bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için oluşturulan regresyon modeli istatistiki açıdan anlamlı olduğu ifade edilebilir ($F=301,004$ $p=0.000$).

H0 hipotezi reddedilmiştir. Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışı azalan benlik saygısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Tablo 14. Gündelik Yaşamda Düşük Benlik Saygısı ile Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama Arasındaki Korelasyon Analizi Tablosu

		Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama
Gündelik Yaşamda Düşük Benlik Saygısı	Pearson Correlation	,598**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	400

*P<0.05 anlamlılık düzeyi

Gündelik yaşamda düşük benlik saygısı ile Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde orta seviyede (0, 598) pozitif korelasyon bulunmaktadır.

Tablo 15. Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama ile Azalan Yaşam Doymu Arasındaki Korelasyon Analizi Tablosu

		Instagram Üzerinde Azalan Yaşam Doymu
Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama	Pearson Correlation	,555**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	400

*P<0.05 anlamlılık düzeyi

Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışı ile Instagram üzerinde azalan yaşam doymu arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde orta seviyede (0,555) pozitif korelasyon bulunmuştur.

Tablo 16. Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama Davranışının Azalan Yaşam Doymu Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Basit Regresyon Analizi Tablosu

	β	t	p	r ²	F	p
Regresyon Katsayısı	1,022	8,616	0,000	0,308	177,002	0,000
Instagram Üzerinde Yukarı Yönlü Sosyal Kıyaslama	0,555	13,304	0,000			

*P<0.05 anlamlılık düzeyi

Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışı bağımsız değişken, Instagram üzerinde azalan yaşam doymu bağımlı değişkendir. Tablo 31. de ki verilere göre bağımsız değişken, bağımlı değişkende görülen değişimlerin yaklaşık % 31'ini ifade eder. Bağımsız değişken ve bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koymak

için oluşturulan regresyon modeli istatistiki açıdan anlamlı olduğu ifade edilebilir ($F=177,002$ $p=0,000$). Instagram uygulaması üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışı azalan yaşam doyumu üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Tablo 17: Instagram Üzerinde Azalan Yaşam Doyumunun Kullanıcıların Aylık Gelirlerine, Eğitim Gördükleri Fakülte ve Meslek Yüksekokullarına, Instagram Üzerinde Geçirdikleri Zamana, Yaşlarına Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Dair Tablo (Anova)

Boyut		N	X	SS	F	P
Katılımcıların Aylık Gelirleri	400 TL den az	129	2,585	1,080		
	401-600 TL	140	2,360	1,190		
	601-800 TL	61	2,582	1,099	1,063	0,375
	801-1000 TL	38	2,289	0,983		
	1001 TL ve üzeri	32	2,500	1,250		
Katılımcıların Eğitim Gördükleri Fakülteler ve Meslek Yüksekokulları Gruplandırması	Sağlık Bilimleri	48	2,416	1,098		
	Sosyal Bilimler	130	2,530	1,222		
	Fen Bilimleri	136	2,352	1,059	1,021	0,383
	Meslek Yüksekokulları	86	2,598	1,105		
Katılımcıların Instagram Üzerinde Geçirdikleri Zaman	1 saatten az	83	2,506	1,069		
	1-2 saat	143	2,531	1,207		
	3-4 saat	101	2,430	1,046	0,939	0,441
	5-6 saat	47	2,212	1,041		
	7 saat ve üzeri	26	2,653	1,324		
Katılımcıların Yaşları	18-20	179	2,488	1,152		
	21-23	172	2,398	1,063		
	24-26	35	2,642	1,309	0,661	0,619
	27-29	11	2,818	1,124		
	30 ve üzeri	3	2,333	1,527		

* $P<0.05$ anlamlılık düzeyi

Instagram üzerinde azalan yaşam doyumunun aylık harçlık durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek için öncelikle verilerin normal dağılımına ve homojenliğine bakıldı. İki varsayım karşılandıktan sonra Parametrik testlerden Anova

kullanılarak analiz gerçekleştirildi. $p=(0,375)$ $p>0,05$ ten büyük olduğu için Instagram üzerinde azalan yaşam doyumunun aylık harçlık grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermediği bulgusuna ulaşıldı.

Instagram üzerinde azalan yaşam doyumunun fakülterlere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek için öncelikle verilerin homojenliği ve normalliği incelendi. Her iki varsayım karşılandıktan sonra Parametrik testlerden Anova testi kullanılarak analiz gerçekleştirildi. $p=(0,383)$ $p>0,05$ ten büyük olduğu için Instagram üzerinde azalan yaşam doymu fakülterlere göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Instagram üzerinde azalan yaşam doyumunun, Instagram üzerinde geçirilen zamana göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için öncelikle verilerin normalliği ve homojenliği incelendi. Varsayımlardan her ikisi karşılandığından analiz, Parametrik testlerden Anova kullanılarak gerçekleştirildi. $p=(0,441)$ $p>0,05$ ten büyük olduğu için Instagram üzerinde azalan yaşam doyumunun, Instagram üzerinde geçirilen zaman grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermediği bulgusuna ulaşıldı.

Instagram üzerinde azalan yaşam doyumunun yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için öncelikle verilerin normallik ve homojenlik değerleri incelendi. Varsayımlardan her ikisi karşılandığı için analizde Parametrik testlerden Anova kullanılmıştır. p değeri (0,619) $p>0,05$ ten büyük olduğu için Instagram üzerinde azalan yaşam doymu yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Sonuç

İnsanlar, yaşamlarına ilişkin herhangi bir konuda değerlendirmelerde bulunurken kararsızlıklar yaşadıklarında ötekiyle kıyaslamalarda bulunarak bu kararsızlıklarını gidermeye çalışırlar. Geçmişte bireylerarası iletişimle yapılan bu kıyaslama sosyal ağların yükselişiyle birlikte çevrimiçi ortama dönmeye başlamıştır.

Instagram üzerinde katılımcıların sosyal kıyaslamalarına ilişkin değerlendirmelere bakıldığında; katılımcıların aşağı yönlü sosyal kıyaslamalardan daha fazla yönü yukarı olan sosyal kıyaslamalar gerçekleştirdikleri görülmüştür. Buna göre Instagram üzerinde diğerlerinin mükemmel yaşamlarına şahit olmak, yukarı yönlü sosyal kıyaslamaları tetikleyerek kullanıcıların mutsuzluğuna neden olabilmektedir. Midgley (2013), Facebook üzerinde kullanıcıların sosyal kıyaslama davranışlarını incelemiş, Facebook kullanırken bireylerin büyük çoğunluğunun rutin olarak sosyal kıyaslamalara girdiklerini ve bu kıyaslamaların yönünün daha çok yukarı yönlü olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Cinsiyete göre katılımcıların sosyal kıyaslama davranışları incelendiğinde ise kadın katılımcılar Instagram üzerinde daha fazla yukarı yönlü sosyal kıyaslama gerçekleştirirken, erkek katılımcıların daha çok aşağı yönlü sosyal kıyaslamalarda buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre Instagram üzerinde diğerlerinin mutlu yaşamlarına dair paylaşımlarını görmek erkeklerden daha fazla kadınlar üzerinde olumsuz etkilere neden olabilmektedir.

Instagram üzerinde katılımcıların benlik sunumları ve yukarı yönlü sosyal kıyaslamalarına bakıldığında; araştırmada pozitif benlik sunum temsilleri ile yukarı yönlü sosyal kıyaslamalar arasında yüksek düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre Instagram üzerinde benlik sunum temsillerinde yaşanan artışlar ile birlikte yukarı yönlü sosyal kıyaslamalarda da benzer şekilde artışlar görülebilmektedir. Leary ve Kowalski, (1990) benlik sunumu olarak da tanımlanan izlenim yönetimini, bireylerin çevresindeki diğer insanların izlenimlerini istediği şekilde kontrol etme süreci olarak ifade etmektedir (1990: 34). Instagram diğerlerinin izlenimlerini şekillendirebilmede kullanıcılarına sınırsız olanaklar sağlar. Instagram üzerinde sürekli olarak diğerlerinin pozitif benlik sunumları ile karşılaşmak yukarı yönlü sosyal kıyaslamalarda da yükselişi beraberinde getirebilir. Bunun sonucunda kullanıcılar kendilerini kötü bir ruh hali içerisinde bulabilirler.

Diğer taraftan, araştırmada, Instagram üzerinde pozitif benlik sunum temsillerinin, yukarı yönlü sosyal kıyaslama üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre Instagram üzerinde diğerlerinin kusursuz mutlu yaşamlarına ilişkin paylaşımlara maruz kalma Instagram üzerinde yönü yukarı olan sosyal kıyaslamaları tetikleyebilmektedir.

Araştırmada Instagram üzerinde katılımcıların benlik sunum temsilleri cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde kadınların erkeklerden daha fazla pozitif benlik sunumlarında buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Goffman (2009) Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu eserinde ifade ettiği “performans ve vitrin” kavramları Instagram üzerinden incelendiğinde, kullanıcıların sahip oldukları Instagram hesaplarının her biri performansların diğerlerine sergilendiği bir vitrin olarak düşünülebilir. Araştırma sonucuna göre bu vitrini en aktif olarak kullanan kullanıcılar kadınlardır.

Instagram üzerinde katılımcıların yukarı yönlü sosyal kıyaslamaları ve azalan benlik saygılarına bakıldığında; araştırmada Instagram üzerinde katılımcıların gerçekleştirdikleri yukarı yönlü sosyal kıyaslama ile azalan benlik saygıları arasındaki ilişki incelendiğinde yüksek düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslamaların artışına eş zamanlı olarak azalan benlik saygılarında da artışlar görülebilmektedir.

Ayrıca Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama davranışının azalan benlik saygısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucu elde edilmiştir. Paterson (2007) göre, bireylerin kendilerini diğer insanlar ile karşılaştırma şekli, kişinin benlik saygısını belirlemede önemli bir etken olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca sosyal karşılaştırma sürecinin kişinin benlik saygısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceğini belirtmektedir (2007: 21). Araştırma sonucuna göre kullanıcılar Instagram üzerinde, diğerlerinin pozitif benlik sunumlarına yönelik paylaşımlarına maruz kalabilmekte, bu kurgulanmış yaşamlara karşı yukarı yönlü sosyal kıyaslamalar gerçekleştirebilmekte ve bunun sonucunda benlik saygılarında azalmalar yaşayabilmektedirler. Diğer taraftan Midgley (2013), kullanıcıların laboratuvar ortamında Facebook üzerinde sosyal kıyaslamalarını incelediği çalışmasında, bilgisayar oturumu boyunca kullanıcıların

gerçekleştirdikleri yukarı ve aşağı yönlü sosyal kıyaslamaların düşük benlik saygısı üzerinde önemli bir etkisini bulamamıştır.

Araştırmada, Instagram üzerinde azalan benlik saygısı cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde kadın kullanıcıların erkek kullanıcılardan daha fazla benlik saygılarında azalmalar olduğu görülmüştür. Kadın kullanıcıların Instagram üzerinde erkeklerden daha fazla diğerlerinin kusursuz yaşamlarına ilişkin enformasyonlardan etkilendiği ve yukarı yönlü sosyal kıyaslamalarda buldukları ve benlik saygılarında azalmalar yaşadıkları söylenebilir.

Diğer taraftan gündelik yaşamda düşük benlik saygısı ile Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama arasında orta seviyede pozitif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre gündelik yaşamda düşük benlik saygısının artışına paralel olarak Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslamada da benzer şekilde artışlar görülebilmektedir.

Araştırmada ayrıca gündelik yaşamda düşük benlik saygısının, Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre gündelik yaşamlarında düşük benlik saygısına sahip olan kullanıcılar, Instagram üzerinde diğerlerinin yoğun pozitif benlik sunumlarına dair paylaşımlarına maruz kaldıklarında yukarı yönlü sosyal kıyaslamalara girebilmektedirler. Bunun sonucunda gündelik yaşamlarında zaten düşük bir benlik saygısına sahip olan kullanıcılar kendilerini daha da kötü bir ruh hali içerisinde bulabilirler.

Instagram üzerinde azalan benlik saygısı, katılımcıların eğitim gördükleri fakülteleri, memleketleri, Instagram üzerinde geçirdikleri zaman, yaş değişkenlerine göre incelendiğinde anlamlı bir farklılık bulunamazken, aylık gelire göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre aylık geliri yüksek olan kullanıcılar, aylık geliri düşük olan kullanıcılardan daha düşük benlik saygısına sahiptirler. Bunun muhtemel bir nedeni olarak, aylık geliri düşük olan kullanıcılar kaderlerine razı olan bir grup olarak düşünülebilirken, aylık geliri yüksek olan kullanıcılar kendilerinden daha iyi yaşamlarla karşılaştıklarında yukarı yönlü sosyal kıyaslamalara girebilir ve benlik saygılarında azalmalar yaşayabilirler.

Instagram üzerinde katılımcıların yukarı yönlü sosyal kıyaslamaları ve azalan yaşam doyumlarına bakıldığında; araştırmada, Instagram üzerinde gerçekleşen yukarı yönlü sosyal kıyaslamalar ile azalan yaşam doymu arasındaki ilişki incelendiğinde orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslamalardaki artışlara paralel olarak, Instagram üzerinde azalan yaşam doyumunda da eş zamanlı artışlar görülebilmektedir. Frison ve Eggermont, (2016) Flaman ergenleri üzerinden Facebook üzerindeki negatif kıyaslamaları incelediği çalışmasında, Facebook üzerinde gerçekleştirilen negatif kıyaslamaların kullanıcıların azalan yaşam doymu ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Diğer taraftan Instagram üzerinde kullanıcıların gerçekleştirdikleri yukarı yönlü sosyal kıyaslamaların azalan yaşam doymu üzerindeki etkisi incelendiğinde anlamlı bir

etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, Instagram üzerinde yoğun olarak diğerlerinin pozitif benlik sunum temsilleri ile karşılaşma yönü yukarı olan sosyal kıyaslamaları etkileyebilmekte ve kullanıcıların yaşam doyumlarında azalmalara neden olabilmektedir. Kullanıcılar yaşam doyumlarındaki azalmalar ile kendileri kötü bir ruh hali içerisinde bulabilirler ve kendilerini değersiz hissedebilirler. Krasnova vd., (2013) tarafından Facebook kıskançlığı üzerinden gerçekleştirdikleri çalışmada, yukarı yönlü sosyal kıyaslamaların azalan yaşam doymu üzerinde etkili olduğu sonucunu elde ettiler.

Instagram üzerinde azalan yaşam doymu cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde ise kadın kullanıcıların erkek kullanıcılardan daha fazla yaşam doyumlarında azalmalar görülmüştür. Buna göre kadın kullanıcılar Instagram üzerinde diğerlerinin pozitif benlik sunum temsilleri ile gerçekleştirdiği yukarı yönlü sosyal kıyaslamalar sonrasında yaşam doyumlarında azalmalar yaşayabilirler. Bu durum bireylerin kötü bir ruh hali içerisine girmesine neden olabilir.

Araştırmada, gündelik yaşamda düşük yaşam doymu ile Instagram üzerinde yukarı yönlü sosyal kıyaslama arasında orta düzeyde pozitif korelasyon bulunmuştur. Kullanıcıların gündelik yaşam doyumlarında azalmalar arttıkça, onların Instagram üzerindeki yukarı yönlü sosyal kıyaslamaları da artmaktadır. Tam tersi ilişki de söz konusu olabilir.

Gündelik yaşamda düşük yaşam doymunun, Instagram üzerinde gerçekleştirilen yukarı yönlü sosyal kıyaslamalar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre gündelik yaşamlarında düşük yaşam doymuna sahip olan kullanıcılar, Instagram üzerinde diğerlerinin yoğun pozitif benlik sunumlarından etkilenebilmektedirler ve kendilerini yukarı yönlü sosyal kıyaslamalarda bulabilmektedirler. Bunun sonucunda zaten gündelik yaşamlarında düşük yaşam doymuna sahip olan kullanıcılar kendilerini değersiz işe yaramaz biri olarak bulabilirler.

Kaynakça

- Arslanoğlu, İ. (2016). *Bilimsel Yöntem ve Araştırma Teknikleri*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Aysan, F., Bozkurt, N. (2004). *Okul psikolojik danışmanlarının yaşam doymu, stresle başa çıkma stratejileri ile olumsuz otomatik düşünceleri: İzmir ili örnekleme*, XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, Malatya: İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi.
- Bessenoff, G.R. (2006). Can The Media Affect Us? Social Comparasion, Self Discrepancy, and The Thin İdeal. *Psychology of Women Quarterly*, 30, s.239-251. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1471-6402.2006.00292.x/pdf> (Erişim Tarihi: 25.12.2016)
- Buunk, B.P., Collins, R.L., Taylor, S.E., Yperen, N.W.V ve Dakof, G.A. (1990). The Affective Consequences of Social Comparison: Either Direction Has Its Ups and Downs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59 (6), s.1238-1249. https://www.researchgate.net/publication/20871672_The_Affective_Consequences_of_Social_Comparison_Either_Direction_Has_Its_Ups_and_Downs (Erişim Tarihi: 17.06.2017)

- Cüceoğlu, D. (1991). İnsan ve Davranışı. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Çeçen, A. R. (2007). Üniversite öğrencilerinin cinsiyet ve yaşam doyumu düzeylerine göre sosyal veduygusal yalnızlık düzeylerinin incelenmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(2), 180-190.
- Çevik, N. ve Korkmaz, O. (2014), "Türkiye'de Yaşam Doyumu ve İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İki Değişkenli Sıralı Probit Model Analizi", Niğde Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 7 (1) 126-145
- Denti, L., Barbopoulos, I., Nilson, I., Holmberg, L., Thulin, M., Wendebad, M., Anden, L ve Davidsson, E. (2012). Sweden's largest Facebook study. *Gothenburg Research Institute*. https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/28893/1/gupea_2077_28893_1.pdf (Erişim Tarihi: 10.12.2016)
- Franz, B.C. (2014). *Facebook and Social Comparasion*. Research Thesis. The Ohio State University. https://kb.osu.edu/dspace/bitstream/handle/1811/60371/1/BrittanyFranz_ThesisProposal.pdf (Erişim Tarihi: 02.04.2017)
- Frison, E. ve Eggermont, S. (2016). "Harder, Better, Faster, Stronger": Negative Comparison on Facebook and Adolescents' Life Satisfaction are Reciprocally Related. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19 (3), s.158-164. <http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2015.0296> (Erişim Tarih: 15.02.2017)
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (Çeviri: Barış Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.
- Harter, S. (1990). *Processess underlying adolescent self concept formation. From childhood to adolescence*. Newbury CA: Sage
- Kırcaburun, K. (2016). Self-esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.
- Köknel, Ö. (1985). *Kaygıdan Mutluluğa Kişilik*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Krosnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T. ve Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction? *27 February-1 March 2013 International Conference on Wirtschaftsinformatik* sunulan bildiri. Germany: Leipzig. <http://www.ara.cat/2013/01/28/855594433.pdf?hash=b775840d43f9f93b7a9031449f809c388f342291> (Erişim Tarihi: 04.03.2017)
- Kurşun, M. (1998). *Elazığ'da İki Farklı Lisedeki Öğrencilerin Aile Sorunlarının Benlik Saygısı Üzerindeki Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi.
- Leary, M.R. ve Kowalski, R.M. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *American Psychological Association*, 107 (1), s.34-47. https://www.academia.edu/9442930/Impression_Management_A_Literature_Review_and_Two-Component_Model (Erişim Tarihi: 01.06.2017)
- Mwiinga, O.M. (2015). *Is Facebook Depressing ?* Department of Social Work and Psychology. University of Gavle. <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:848684/FULLTEXT01.pdf> (Erişim Tarihi: 05.04.2017).

Nelson- Jones, R. (1982). *Danışma Psikolojisi Kuramları*. (Editör: F. Akkoyun; Çeviri: S. Doğan., F. Korkut., V. Duyan ve B. Eylen). Casell educational limited.

Olson, B.D. ve Evans, D.L. (1999). The Role of the Big Five Personality Dimensions in the Direction and Affective Consequences of Everyday Social Comparisons. *Personality and Social Psychology*, 25 (12), s.1498-1508.

Özer, M. ve Karabulut, Ö.Ö. (2003). Yaşlılarda Yaşam Doymumu. *Geriatrı Dergisi*, 6 (2), s.72-74.

Paterson, L. (2007). *Stigma, Social Comparison and Psychological Distress in Adults With a Learning Disability*. The University of Edinburgh.

Taylor, S.E. ve Nobel, M. (1989). Social Comparison Activity Under Threat: Downward Evaluation and Upward Contacts. *Psychological Review*, 96 (4), s.569-575.

Tüfekçi, N. ve Asıgbulmuş, H. (2016). The Factors that Effective in the Choice of Hospital and Patient Satisfaction: The Sample of Isparta. *Journal of Current Researches on Health Sector*, 6 (2), s.72-92.

Veenhoven, R. (1996). *The Study of Life Satisfaction*. Erasmus University Rotterdam, Faculty of Social Sciences. <https://personal.eur.nl/veenhoven/Pub1990s/96d-full.pdf> (Erişim Tarihi: 17.04.2017)

Yiğit, H. (2010). *Ergenlerin Benlik Saygılarının Yaşam Doymumu ve Bazı Özlük Nitelikleri Açısından İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.

<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overvie> (Erişim Tarihi: 14.04.2017)

<https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-western-asia> (Erişim Tarihi: 14.04.2017).

<https://www.surveysystem.com/sscc.htm> (Erişim Tarihi:23.04.2017)

<https://ontrava.com/instagramin-universitede-baslayip-milyonlara-ulasan-kurulushikayesi> (Erişim Tarihi:20.07.2017)