

## 6. BÖLÜM

### ÖZ FARKINDALIK, ÖZ SAYGI VE KENDİLİK ALGISI: SOSYAL MEDYA ETKİSİ

*Bengisu Nehir AYDIN<sup>1</sup>*

#### Giriş

Sosyal medya dendiği zaman “insanlar tek başlarına iken de sosyal midir yoksa sadece başkalarıyla etkileşime girdiklerinde mi sosyal olurlar?” şeklinde bir soru akıllara gelebilir. “Sosyal” kavramının farklı anlamları olduğunu söyleyebiliriz. Bazıları, tüm medyanın sosyal olduğunu çünkü toplumun bir parçası olduklarını ve kullandığımız teknolojik araçların topluma dair bazı yönlerini barındırdığını söylemektedir (Mayfield, 2008). Bu, bilgisayarın önünde tek başına oturulsa ve internete bağlı olmadan açılan dosyaya bir şeyler yazılsa bile, bu faaliyetlerin tamamen sosyal olduğu anlamına gelir. Düşünülen ve yazılan fikirler diğer insanların fikirlerine atıfta bulunur. Bilgisayarda bulunan yazı dosyalarının tümünün insanlar tarafından belirli nedenlerle ve belirli çalışma koşulları altında tasarlanmış belirli özellikleri ve işlevleri vardır. Bu özellik ve işlevler insanlığın ortak bilişsel işlevleri arasında bağ kurmak üzere bir araçtır. Dolayısıyla farklı öznelerde ortak anlamları olan biliş, sosyal bir aktivitedir. Kullanılan bilgisayar bir ülkede monte edilmiş olabilir ve bileşenlerinin yapıldığı hammaddeler başka bir ülkedeki madenlerden gelebilir. Bilgisayar için harcanan tüm emeği göremeyiz, ancak yine de belirli çalışma koşullarındaki insanlar tarafından toplumda yaratılmış bir araçtır. Bu geniş sosyallik tanımını kullanırsak, o zaman sadece sosyal

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Haliç Üniversitesi, FEF, Psikoloji Bölümü.

yal medyayla temasının daha az olduğu düşünülebilir. Öz saygısı sosyal medya aracılığıyla düşen birey bunu telafi etme arzusuyla narsistik özelliklerini daha belirgin bir şekilde kullanma yoluna gidebilir. Sosyal karşılaştırma açısından bakıldığında, sosyal medya dışında reel yaşamda da öz saygısı düşük olan bireylerin kendilerini daha üstün oldukları düşünülen kişilerle karşılaştırması benzer bir sonuca götürebilir. Ancak bunun gündelik yaşamda olma sıklığı daha azdır. Sosyal medyadaysa kısa bir sürede, yoğun şekilde birey bu duruma maruz kalabilir. Dolayısıyla sosyal medyanın olmadığı yaşamında kendisini örneğin, günde üç kişiyle karşılaştırıp öz değerinde hafif bir sarsılma yaşıyorken, sosyal medyada bunun on katına çıkma olasılığı vardır ve bu durumda öz değerinin sarsılması daha belirgin, yoğun ve gerçek dışı olacaktır. Öz değeri başlangıçta da daha düşük olan bireyin bu duruma maruz kalması, zaman ilerledikçe kendini engellemesine, hareketsiz kalmasına katkıda bulunabilir. Diğer yandan öz saygısı düşük olan bireyin, bunu arttırmak için sosyal medyayı araç olarak kullanabildiği de belirtilmektedir.

Öne çıkan üçüncü noktaysa kendilikle alakalıdır. Sosyal medyada bireylerin kendilerini istedikleri düzenlemeleri yaparak, istedikleri gibi sunma imkânına sahip olduğundan bahsedilerek olumlu bir durum olarak görülmektedir. Ancak kişi sosyal medyada sürekli olarak idealleştirilmiş kendiliğini sunuyorsa ve bunun dışına çıkıp gerçek kendiliğini tamamen reddediyorsa, sosyal medya dışındaki yaşamında bunun olumsuz etkileriyle karşılaşması muhtemeldir.

Sonuç olarak, sosyal medyanın öz farkındalık, öz saygı ve kendilik algısı üzerinde farklı şekillerde etkili olduğu ve olumlu ya da olumsuz etkilerinin çok farklı koşullara göre değişebildiği görülmektedir.

## Kaynakça

- Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G. ve Fox, S. (2002). On the internet no one knows I'm an introvert: Extroversion, neuroticism, and Internet interaction. *Cyber Psychology and Behaviour*, 5(2), 125-8.
- Anlı, İ. ve Bahadır, G. (2007). Kendilik psikolojisine göre narsistik ve sınır kişilik bozukluğu. *Psikoloji Çalışmaları*, 27, 1-12.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A. ve Firzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of 'true self' on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58(1), 33-48.
- Baumeister, R. F. (2002). Ego depletion and self-control failure: An energy model of the self's executive function. *Self and Identity*, 1(2), 129-36.
- Błażnio, A., Przepiorka, A. ve Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701-5.

- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-30.
- Burger, J. M. (2004). *Kişilik: Psikoloji Biliminin İnsan Doğasına Dair Söyledikleri*. İstanbul: Kaknüs.
- Campbell, J. (1980). The relationship of nursing and self-awareness. *Advances in Nursing Science*, 2(4), 15-26.
- Chubb, N. H., Fertman, C. I. ve Ross, J. L. (1997). Adolescent self-esteem and locus of control: A longitudinal study of gender and age differences. *Adolescence*, 32(125), 113-29.
- Daş, C. (2017). *Geşalt Terapi: Bütünleşmek ve Büyüme*. Ankara: Altınordu.
- Denti, L., Barbopoulos, I., Nilsson, I. vd. (2012). Sweden's largest Facebook study. *Göteborg Research Institute*, 3, 5-31.
- Dilmen, N. E. ve Ögüt, S. (2010). Sosyalleşmenin yeni yüzü: Sosyal paylaşım ağları. *Marmara Üniversitesi Yeni Medya ve Etkileşim Konferansı* (237-42). İstanbul
- Dubos, R. (1968). *So Human an Animal*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Erikson, E. H. (1963). *Childhood and Society*. New York: Penguin.
- Ertürk, Y. D. (2010). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Kutup Yıldızı.
- Faraon, M. ve Kaipainen, M. (2014). Much more to it: The relation between Facebook usage and self-esteem. Proceedings of the 15<sup>th</sup> *International Conference on Information Reuse and Integration* içinde (87-92).
- Fuchs, C., Hofkirchner, W., Schafranek, M. vd. (2010). Theoretical foundations of the web: Cognition, communication, and co-operation. Towards an understanding of Web 1.0, 2.0, 3.0. *Future Internet*, 2(1), 41-59.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Garden City.
- Gonzales, A. L. ve Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 79-83.
- Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal medya üzerine bir inceleme. *Electronic Turkish Studies*, 10(2), 389-410.
- Göker, G. ve Keskin, S. (2015). Sosyal medya türevi olarak sosyal içerik platformları: Betimsel bir inceleme. *Journal of International Social Research*, 8(39), 861-74.
- Hargie, O. (2011) *Skilled Interpersonal Communication Research, Theory and Practice*. London: Routledge.
- Harter, S. ve Marold, D. B. (1991). *A Model of the Determinant and Mediational Role of Self-worth: Implications for Adolescent Depression and Suicidal Ideation. The Self: Interdisciplinary Approaches*. New York: Springer-Verlag.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *Yeni İnsan ve İnsanlar*. İstanbul: Evrim.
- Kohut, H. (1998). *Kendiliğin Çözülmesi*. İstanbul: Metis.
- Korb, M. P., Gorrell, J. ve Van De Riet, V. (1989). *Gestalt Therapy: Practice and Theory*. USA: Allyn & Bacon.
- Kramer, N. C. ve Winter, S. (2008). Impression management 2.0 the relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106-16.
- Lachowicz-Tabaczek, K. (2006). Self-esteem as a monitor of an individual's emotional and energy resources. The 8<sup>th</sup> *Conference European Social Cognition Network*.

- Lee, R. G. (2003). *Shame and the Gestalt Model (In the Voice of Shame: Silence and Connection in Psychotherapy)*. USA: Gestalt.
- Lerman, K. (2007). Social information processing in news aggregation. *IEEE Internet Computing*, 11(6), 16-28.
- Luo, M. ve Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: Motivations, mechanisms and psychological well-being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110-15.
- Malcolm, S. ve Keenan, J. P. (2003). My right I: Deception detection and hemispheric differences in self-awareness. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 31(8), 767-71.
- May, R. (1967). *Psychology and the Human Dilemma*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Mayfield, A. (2008). What is social media? [http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf) [Erişim tarihi: 05.10.2020]
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S. ve Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9-31.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-64.
- Morin, A. (2011). Self-awareness part 1: Definition, measures, effects, functions, and antecedents. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(10), 807-23.
- Moskalenko, S. ve Heine, S. J. (2003). Watching your troubles away: Television viewing as a stimulus for subjective self-awareness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(1), 76-85.
- Nadkarni, A. ve Hofman, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52, 243-49.
- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Journal of World of Turks*, 7(1), 101-20.
- Qiu, L., Lin, H. ve Leung, A. (2010). How does Facebook browsing affect self-awareness and social well-being: The role of narcissism? Proceedings of the 7<sup>th</sup> *International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology* içinde (100-1).
- Pai, P. ve D. Arnott (2015). User adoption of social networking sites: Eliciting uses and gratifications through a means-end approach, *Computers and Human Behavior*, 29, 1039-53.
- Premack, D. ve Woodruff, G. (1978). Does the chimpanzee have a theory of mind? *Behavioral and Brain Sciences*, 1(4), 515-26.
- Rogers, C. (1951). *Client-centered Therapy: Its Current Practice, Implications and Theory*. London: Constable.
- Sarıtaş, E. ve Barutçu, S. (2016). Tüketici davranışlarının analizinde kuşaklar: Sosyal medya kullanımı üzerinde bir araştırma. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 3(2), 1-15.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54, 402-7.
- Sheeks, M. S. ve Birchmeier, Z. P. (2006). Shyness, sociability, and the use of computer-mediated communication in relationship development. *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 64-70.

- Silvia, P. J. ve O'Brien, M. E. (2004). Self-awareness and constructive functioning: revisiting the human dilemma. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*, 475-89.
- Steinfeld, C., Ellison, N. B. ve Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*, 434-45.
- Vogel, E., Rose, J., Roberts, L. vd. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture, 3*(4), 206-22.
- Vogeley, K. ve Fink, G. R. (2003). Neural correlates of the first-person-perspective. *Trends in Cognitive Sciences, 7*(1), 38-42.
- Wagner, J., Gerstorf, D., Hoppmann, C. vd. (2013). The nature and correlates of self-esteem trajectories in late life. *Journal of Personality and Social Psychology, 105*(1), 139-53.
- Wheeler, G. (1997). Self and shame: A gestalt approach. *Gestalt Review, 1*(3), 221-44.