

Facebook'taki Benlik Sunumları, Otantiklik ve Psikolojik İyi Oluş

Ceyda TAŞÇIOĞLU¹, Leman Pınar TOSUN²

ÖZ

Çalışmanın amacı, Facebook'ta bireylerin kendilerini nasıl sunduklarını ve farklı benlik sunumlarının, psikolojik iyi oluş değişkenleriyle (öz saygı ve yaşam memnuniyeti) ve kişinin sahip olduğu otantiklik özelliğinin farklı boyutlarıyla (kendine yabancılaşma, otantik yaşam ve dış etkiyi kabullenme) ilişkilerini incelemektir. Bu amaçla 94'ü üniversite öğrencisi, 86'sı yetişkin olmak üzere 180 kişiden veri toplanmıştır. Bulgulara göre katılımcılar Facebook profillerinde en çok gerçek benlik, sonra sahte- keşfedici benlik, en az ise sahte-aldatıcı benlik sunumu yaptıklarını bildirmiştir. Benlik sunumlarının farklı türleriyle yaşam memnuniyeti ve öz saygı arasındaki ilişki yalnızca öğrenci örnekleminde bulunmuştur. Öğrenci örnekleminde yaşam memnuniyeti, gerçek ve sahte keşfedici benlik sunumuyla olumlu yönde; öz saygı ise sahte- aldatıcı benlik sunumuyla olumsuz yönde ilişkilidir. Ayrıca, sahte- aldatıcı benlik sunumunun öğrenci ve yetişkin örnekleminde otantikliğin farklı boyutlarıyla ilişkisi saptanmıştır. Sahte- aldatıcı benlik sunumu, öğrenciler için kendine yabancılaşma ve dış etkiyi kabullenme boyutlarıyla olumlu yönde; yetişkinler için ise otantik yaşamla olumsuz yönde ilişkilidir.

Anahtar Kelimeler: çevrimiçi benlik sunumları, otantiklik, öz saygı, yaşam memnuniyeti, Facebook kullanımı

Taşcıoğlu, C. ve Tosun, L. P. (2018). Facebook'taki benlik sunumları, otantiklik ve psikolojik iyi oluş. *Nesne*, 6(12), 103-125.

¹Araş. Gör., Uludağ Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, ceydatascioglu(at)uludag.edu.tr

²Sorumlu yazar, Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, pinart(at)uludag.edu.tr

Yazar Notu: Bu çalışmanın bazı kısımları 15. Avrupa Psikoloji Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Self Presentations on Facebook, Authenticity and Psychological Well-being

ABSTRACT

The study aims to examine how individuals present their selves on Facebook and how those self-presentations are related to several dimensions of their authenticity (self-alienation, acceptance of external influence and authentic life) and to their well-being (self-esteem and life satisfaction). Data were collected from 180 participants (94 students and 86 adults). In both samples, people were found to use Facebook mostly for real-self presentations, followed by the presentations for self-exploration, and next, followed by the presentations for self-deception. Various forms of self-presentations were found to be related to life satisfaction and self-esteem only in the student sample. Among students, the real and the exploratory self-presentations on Facebook were positively associated with life satisfaction, while deceptive self-presentation on Facebook was negatively associated with self-esteem. Besides, self-deception on Facebook was related to the different aspects of authenticity in two different samples: It was positively related to self-alienation and to the acceptance of external influence among students, and negatively related to the authentic life among adults.

Keywords: online self-presentations, authenticity, self-esteem, life satisfaction, Facebook use

Son yıllarda dijital sosyal ağ sitelerinin kullanımının yaygınlaşmasıyla insanlar, kendilerini başkalarına çeşitli yönleriyle sunabilecekleri yeni platformlara kavuşmuştur. Günümüzün insanları Facebook, Instagram gibi sosyal ağ sitelerinde bir yandan başka kişilerin paylaşımlarını takip ederler, bir yandan da kişisel sosyal ağ profillerinde kendileri hakkında paylaşımlarda bulunarak benliklerini başkalarına sunarlar (Young ve Quan- Haase, 2009). Kişilerin sosyal ağlarda kendileriyle ilgili bilgiler paylaşırken benliklerini çeşitli açılardan sundukları bilinmektedir: Sosyal ağlarda isterlerse gerçek benliklerini sunabilirler; isterlerse yüz yüze ortamlarda sergilememiş oldukları yeni yönlerini keşfedip sunabilirler ya da yine eğer isterlerse, aslında hiç sahip olmadıkları özelliklere sahipmiş gibi kendilerini tanıtır sosyal ağları başkalarını kandırmak için kullanabilirler (Michikyan, Subrahmanyam ve Dennis, 2014). Çoklu benlik sunumları olarak bilinen bu süreç, yüz yüze etkileşimler esnasında da gerçekleşir ve sürecin psikolojik açıdan ortaya çıkarttığı olumsuz sonuçlar 1950’lerden beri araştırılmaktadır (Rogers, 1959). Günümüzde değişen ise, sosyal ağ sitelerinin çoklu benlik sunma sürecini kolaylaştırıp hızlandırmış olmasıdır. Bu durumun kişilerin psikolojik iyi oluşu üzerinde nasıl bir etki yarattığı çalışılmaya değer bir konu olmuştur. Bu nedenle mevcut çalışmada popüler bir sosyal ağ sitesi olan Facebook’taki benlik sunumlarının psikolojik iyi oluş değişkenleri (öz saygı ve yaşam memnuniyeti) ve bir kişilik özelliği olarak otantiklik ile olan ilişkilerini incelemek amaçlanmıştır. Ayrıca sosyal ağ kullanıcılarının yaş profiline değişmekte olduğu; ergenlere ve genç yetişkinlere ek olarak daha ileri yaşlarda olan bireylerin de sosyal ağları kullandığı bilgisinden hareketle (Statista, 2017), söz konusu ilişkilerin üniversite öğrencisi ve yetişkin olmak üzere iki farklı örnekleme incelenebilir.

İnsanlar farklı bağlamlarda benliklerinin farklı yönlerini sunabilirler (Schlenker, 2012). Kişinin içten gelen otantik düşünce ve davranışları onun gerçek benliğini oluşturur (Harter, Marold, Whitesell ve Cobbs, 1996). Sahte benlik ise, bireyin gerçek benliğinden uzaklaşarak özünden farklı duygu, düşünce ve davranışlar sergilemesidir. Kişilerarası ilişkilerde kişilerin sahte benlik sunumu yapmalarının sebepleri üç başlık altında toplanabilir: Kandırma/ aldatma amaçlı sahte benlik (deception), keşfetme amaçlı sahte benlik (exploration) ve başkalarını etkileme amaçlı sahte benlik (impressing others) (Harter ve ark., 1996). Michikyan, Dennis ve Subrahmanyam’a (2015) göre sahte benlik sunumu aldatma maksatlı yapıldığında problemli bir davranıştır, ancak keşfetme amaçlı yapıldığında problemli bir davranış olarak görülmemelidir çünkü bu tür bir sunum, bireylere benliklerinin farklı yönlerini deneyimleyerek kendilerini daha iyi tanımalarına ve anlamalarına yardımcı olmaktadır.

Kişiler, yüz yüze ortamlarda olduğu gibi, İnternet aracılığıyla eriştikleri sosyal ortamlarda da gerçek ya da sahte benlik sunumu yapmayı tercih edebilirler ve

psikolojik iyi oluşları bu tercihlerinden etkilenebilir. İnternet’te bloglar, forumlar gibi bazı ortamlara anonim olarak katılmak ve orada sahte benlik sunumu yapmak bir ölçüye kadar normal kabul edilirken, bazı sosyal ağlara (Facebook ve Instagram gibi) kişilerin gerçek kimlikleriyle katılmaları beklenmektedir. Pek çok kişi bu ortamlarda yüzeysel bazı bilgilerini (cinsiyet, iş, meslek...vb.) doğru olarak yansıtmakla beraber bazı başka öğeleri -fotoğraflar, durum güncellemeleri.. vb.- paylaşırken çok seçici olmak ve paylaşmadan önce düzeltmeler yapmak suretiyle dolaylı da olsa yine sahte benlik sununu yapar. Örneğin kişiler, izleyenlerde kendilerinin her daim çok mutlu, çok başarılı, çok dışadönük, çok sportif... oldukları izlenimi bırakacak paylaşımlarda bulunurlar (Gil-Or, Levi-Belz ve Turel, 2015). Böylelikle sosyal ağ profillerinde kendilerini gerçekte olduklarından daha olumlu ve beğenilir şekilde sunarlar (Walther, 2007). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ profillerinde paylaşım yaparken estetik açıdan daha güzel göründükleri fotoğrafları tercih ettiklerini ve fotoğraflar üzerinde çeşitli değişiklikler yaptıklarını bildirmesi (Manago, Graham, Greenfield ve Salimkhan, 2008) ve Facebook paylaşımlarında olumsuz duygulardansa daha çok olumlu duygu durumlarını dile getirmeleri (Qiu, Lin, Leung ve Tov, 2012) sosyal ağlarda yapılan sahte ya da “makyajlanmış” benlik sunumlarına örnektir. Tüm bu davranışlar, belirli bir noktaya kadar kabul edilebilir olsa da, kişinin sunduğu benliğin gerçek benliğinden çok uzak olduğunda ve bu sahte sunumu sadece bazı durumlarda değil, çok sık yapması halinde psikolojik sağlık ve yakın ilişkiler açısından sorunlar ortaya çıkabilir.

Literatürde Facebook kullanımı ile çeşitli psikolojik iyi oluş değişkenleri arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalara sıklıkla rastlanmaktadır. Öz saygı, bu değişkenlerden birisidir. Facebook kullanımının öz saygıyla ilişkisinin pozitif olduğunun bildirildiği çeşitli çalışmalar vardır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007; Steinfield, Ellison ve Lampe, 2008; Valkenburg, Peter ve Schouten, 2006). Bu, Facebook kullanmayı daha çok öz saygısı yüksek kişilerin tercih ettiğine ya da Facebook kullanmanın öz saygıyı artırdığına işaret ediyor olabilir. Mevcut çalışmada Facebook kullanıcılarının öz saygısının Facebook’ta benliklerini nasıl sunduklarıyla ilişkili olduğu iddiası benimsenmiş ve benlik sunumlarının olumlu olduğu kadar gerçek olmasının da öz saygıyı arttırmada önemli bir rol oynadığı görüşü savunulmuştur. Literatürde bu iddiayı destekleyecek bulgular yer almaktadır. Örneğin hem yüz yüze etkileşimde (Harter ve ark., 1996) hem de çevrimiçi sosyal ağlarda (Michikyan ve ark., 2015) başkalarını kandırma amaçlı sahte benliğini sunan katılımcıların öz saygı düzeylerinin düşük olduğu bildirilmiştir. Ayrıca sahte davranışların benliğin farklı yönlerini *keşfetmek* amacıyla sergilenmesi (sahte keşfedici benlik sunumu) yüksek düzey öz değer ile ilişkili (Harter ve ark., 1996); gerçek benlik sunumu da yüksek düzey öz saygı ile ilişkili bulunmuştur (Michikyan ve ark., 2015).

Literatürde Facebook kullanımı ile ilişkileri sıklıkla incelenen psikolojik iyi oluş değişkenlerinden bir diğeri yaşam memnuniyetidir. Yaşam memnuniyeti, kişinin sahip olduğu yaşam koşullarından duyduğu genel tatmin olarak tanımlanabilir (Diener, Emmons, Larsen ve Griffin, 1985). Facebook kullanımının yaşam memnuniyeti ile ilişkilerine dair çalışmaların sonuçları tutarsızdır. Şöyle ki, bazı çalışmalarda Facebook’u yoğun olarak kullanmanın (“yoğunluk” ile kast edilen, günlük Facebook kullanma süresi, Facebook arkadaşı sayısı ve Facebook kullanmaya duygusal bağlanmayı kapsayan bir değerlendirmedir) yüksek yaşam memnuniyetiyle (Ellison ve ark., 2007; Srivastava 2015; Valenzuela, Park ve Kee, 2009); bazılarında ise düşük yaşam memnuniyetiyle ilişkili olduğu bildirilmiştir (Kross ve ark., 2013; Vigil ve Wu, 2015). Mevcut çalışmada, bu tutarsız bulguların temelinde, bireylerin Facebook’u ne kadar yoğun kullandıklarından çok, orada ne yaptıklarının –örneğin kendilerini başkalarına nasıl sunduklarının- yaşam memnuniyeti ile ilişkili olduğu görüşü savunulmuş; bu nedenle Facebook benlik sunumları ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi hedeflenmiştir.

Otantiklik, temel olarak, kişinin kendisini bilmesi ve kendi benliğine sadık olması şeklinde tanımlanır (Harter, 2002). Bu kavramı Wood, Linley, Maltby, Baliousis ve Joseph (2008) üç boyutlu bir kişilik eğilimi olarak ele almıştır: kendine yabancılaşma (self alienation), otantik yaşam (authentic living) ve dış etkiyi kabullenme (accepting external influence). İlk boyut olan *kendine yabancılaşma*, bireyin mevcut duygu, biliş ve fizyolojik durumu, yani gerçek benliği ile duygu, biliş ve fizyolojik durumuna ilişkin bilinçli farkındalığı (conscious awareness) arasındaki uyumsuzluk/farklılaşma olarak tanımlanmıştır. Bu uyumsuzluğun/farklılaşmanın artması bireyin kendine yabancılaşması anlamına gelir. Otantikliğin ikinci boyutu olan *otantik yaşam*, bireyin duygu, düşünce ve inanışlarına ilişkin bilinçli farkındalığı ile davranışları arasındaki uyumu ifade etmektedir. Üçüncü boyut olan *dış etkiyi kabullenme* ise bireyin, başkalarının kendi duygu ve davranışları üzerindeki etkisini kabul ederek, onların beklentilerine uygun davranma eğilimi hissetmesidir. Birey kendine yabancılaşıp başkalarının kendisi üzerindeki etkisini kabul ettiğinde, kendi olmaktan vazgeçerek otantik yaşayışından uzaklaşabilir, bu yolla birey otantikliğini yitirebilir.

Bireylerin hem yüz yüze etkileşimlerde hem de çevrimiçi sosyal ağlarda kendilerini otantik şekilde sunmalarının psikolojik iyi oluşları üzerinde olumlu etkiler yarattığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin, çevrimdışı ortamlarda yapılan çalışmalarda otantik bireylerin, öz saygı (Goldman ve Kernis, 2002; Wood ve ark., 2008) ve yaşam memnuniyeti düzeylerinin yüksek olduğu (Boyras, Waits ve Felix, 2014) ve ayrıca, otantiklik düzeyi arttıkça bireylerin daha fazla olumlu duygu durumu içinde olduğu görülmüştür (Wood ve ark., 2008). Bireylerin çevrimiçi ağlardaki otantikliğinin psikolojik iyi oluşlarıyla ilişkili olduğu iddiasının görgül

olarak test edildiği çalışmalar ise sayıca azdır. Reinecke ve Trepte (2014) tarafından yapılan çalışmada sosyal ağ profillerinde kendilerini otantik bir şekilde sunduğunu bildiren katılımcılar, altı aylık sürenin sonunda daha az olumsuz duygu durumu ve daha fazla olumlu duygu durumu deneyimlediklerini, yaşam memnuniyetlerinin ise daha yüksek olduğunu rapor etmiştir. Bir başka çalışmada ise Gil-Or ve arkadaşları (2015), gerçek benliğinden uzak düşen bir Facebook benliği sunmanın, düşük öz saygı ve düşük otantiklik ile ilişkili olduğunu göstermiştir.

Yukarıdaki bilgiler ışığında bu çalışmanın amacı, en popüler sosyal ağ sitelerinden biri olan Facebook'ta, iki farklı yaş grubundan kullanıcıların kendilerini nasıl sunduklarını belirlemek ve farklı türlerde benlik sunumlarının, psikolojik iyi oluş değişkenleriyle (öz saygı ve yaşam memnuniyeti) ve bir kişilik özelliği olarak otantiklik ile ilişkisini incelemektir. Bu çalışmada ise iki farklı yaş grubundan (öğrenci ve yetişkin örnekleme) veri toplanmasının sebebi, Facebook kullanımının ve kullanıcıların psikolojik iyi oluşlarına etkilerinin yaşa bağlı olası değişimini gözlemlemektir. Ayrıca önceki çalışmalardan farklı olarak, bu çalışmada kişilerin Facebook'taki çeşitli davranışlarından her birinin benlik sunumuyla ilgili implikasyonlarının farklı olabileceği ihtimalinden hareketle, bir dizi Facebook davranışının (Facebook hesabını kontrol etme, Facebook'ta aktif olarak paylaşımda bulunma, Facebook'u başkalarıyla karşılıklı iletişim için – örneğin mesajlaşma, gönderilere yorum yazma gibi- kullanma) sıklığı ayrı ayrı ölçülerek Facebook'taki benlik sunumlarıyla ilişkileri ayrı ayrı incelenmiştir. Söz konusu ilişkilerin iki farklı yaş grubunda karşılaştırmalı olarak ilk defa incelenmesi ve Facebook'taki belirli davranış sıklıklarının ayrı ayrı değerlendirilmesi nedeniyle bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın hipotezleri şunlardır:

İlk araştırma sorusu, öğrencileri ve yetişkinleri Facebook kullanım davranışları açısından karşılaştırmayı hedeflemektedir:

Araştırma sorusu #1. Öğrenciler ve yetişkinler Facebook kullanımının çeşitli yönleri açısından – Facebook hesabını kontrol etme sıklığı, Facebook'ta paylaşımda bulunma (tek yönlü iletişim) sıklığı, Facebook'u karşılıklı iletişim için kullanma (çift yönlü iletişim) sıklığı, arkadaş ve takipçi sayıları, kendilerini ne ölçüde aktif birer Facebook kullanıcısı olarak algıladıkları açılarından- birbirlerinden ne ölçüde farklıdır?

Kişilerin çevrimiçi ya da çevrimdışı ortamlarda gerçek benliğini sunması, sahte benlik sunmasına kıyasla daha istenilir olduğundan, mevcut çalışmanın her iki örneklemindeki –yetişkin ve öğrenci- katılımcıların, sosyal istenirlik gereği, Facebook'ta daha çok gerçek benlik sunumu yaptıklarını bildirmeleri, kendilerini

orada gerçektekinden farklı sunma düzeyinin ise çok daha düşük olarak bildirilmesi beklenmektedir.

Hipotez #1. Facebook kullanıcıları –Facebook’ta en çok gerçek benlik sunumu yaptıklarını, en az ise sahte-aldatıcı benlik sunumu yaptıklarını bildirecektir.

Genelde Facebook kullanımının, özelde ise Facebook’taki benlik sunumlarının, kişilerin özsaygı ve yaşam memnuniyeti ile ilişkisine dair önceki literatürdeki bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

Hipotez #2a. Facebook’ta gerçek benlik sunumu yapmak, yüksek öz saygı ve yüksek yaşam memnuniyeti ile ilişkili olacaktır.

Hipotez #2b. Facebook’ta sahte-keşfedici benlik sunumu yapmak, yüksek öz saygı ve yüksek yaşam memnuniyeti ile ilişkili olacaktır.

Hipotez #2c. Facebook’ta sahte-aldatıcı benlik sunumu yapmak, düşük öz saygı ve düşük yaşam memnuniyeti ile ilişkili olacaktır.

Daha önce Alman ve İsrail örneklemelerinde yapılmış iki çalışmada yirmili yaşlarındaki sosyal ağ kullanıcıların otantiklik düzeylerinin yaşam memnuniyeti ve özsaygı düzeyleri ile ilişkisine dair ortaya çıkan bulgular göz önüne alınarak (Gil-Or ve ark., 2015; Reinecke ve Trepte, 2014) mevcut çalışmada aşağıdaki spesifik hipotezler öne sürülmüştür:

Hipotez #3a. Öğrencilerin otantikliğinin kendine yabancılaşma ve dış etkiyi kabullenme boyutlarında ne düzeyde oldukları ile Facebook’ta gerçek benliğini sunma düzeyleri arasında negatif yönde ilişki olacaktır. Öte yandan, öğrencilerin otantikliğinin otantik yaşam boyutunda ne düzeyde oldukları Facebook’ta gerçek benliğini sunma düzeyiyle pozitif yönde ilişkili olacaktır.

Hipotez #3b. Öğrencilerin Facebook’ta sahte-keşfedici benlik sunumu yapma düzeyleriyle otantik yaşam boyutu arasında pozitif yönde ilişki olacaktır.

Hipotez #3c. Öğrencilerin otantikliğinin kendine yabancılaşma ve dış etkiyi kabullenme boyutlarında ne düzeyde oldukları ile, Facebook’ta sahte-aldatıcı benlik sunma düzeyleri arasında pozitif yönde, otantik yaşam boyutuyla ise negatif yönde ilişki olacaktır.

Son olarak, kişilerin Facebook’taki bir dizi genel kullanıcı davranışından her birini ne düzeyde sergiledikleri ile Facebook’ta farklı türde benlik sunumlarından her birini yapma sıklıkları arasındaki ilişkiyi inceleme hedefiyle, aşağıdaki araştırma sorusu oluşturulmuştur:

Araştırma sorusu #2. Kişilerin Facebook'taki çeşitli davranışlarının her birini (Facebook hesabını kontrol etme, Facebook'ta paylaşımda bulunma, Facebook'ta başkalarıyla karşılıklı iletişime geçme) ne sıklıkta sergilediklerinin ve kendilerini ne düzeyde aktif bir Facebook kullanıcısı olarak algıladıklarının Facebook Benlik Sunumlarıyla (gerçek, sahte-keşfedici ve sahte-aldatıcı) ilişkileri nedir?

Yöntem

Katılımcılar

Araştırmanın verileri 2016 yılının Haziran- Ağustos aylarında internet üzerinden çalışmanın linki paylaşılarak toplanmıştır. Araştırmaya Facebook hesabı olan toplam 180 kişi katılmıştır. Bu örnekleme 18-30 yaş (Ort.= 23.73, S= 3.01) aralığında 94 üniversite öğrencisi ile 30 ve üzeri yaş grubundan (Ort.= 35.42, S= 10.19) 86 yetişkin oluşturmaktadır. Öğrenci örneklemindekiler (70 kadın, 24 erkek) Uludağ Üniversitesi başta olmak üzere Ege, ODTÜ, Ankara Üniversitesi gibi çeşitli üniversitelerde lisans ve lisansüstü eğitimlerine devam etmekte olduklarını bildirmiştir. 86 kişilik (56 kadın, 30 erkek) yetişkin örneklemindekilerin ise %8.1'i lise, %53.5'i lisans ve %38.4'ü lisansüstü eğitimini tamamladığını bildirmiştir.

Veri Toplama Araçları

Demografik bilgi formu: Katılımcıların yaş, cinsiyet, üniversite, bölüm, şehir, meslek bilgileri Demografik Bilgi Formunda sorulmuştur.

Facebook kullanımına dair sorular: Katılımcıların Facebook'ta bazı eylemleri ne sıklıkta yaptıklarına dair bir dizi soru sorulmuş ve 5'li Likert tipi bir ölçek üzerinde yanıt vermeleri istenmiştir. Sıklıkları ölçülen eylemler aşağıda verilmiştir:

Facebook hesabını kontrol etme sıklığı. Katılımcılara 'Günde ortalama kaç defa Facebook hesabınızı kontrol ediyorsunuz?' sorusu yöneltilmiştir.

Facebook üzerinden karşılıklı iletişime geçme sıklığı. Katılımcılara 'Haftada tahmini ne sıklıkla Facebook üzerinden arkadaşlarınızla iletişime geçiyorsunuz? Örneğin mesajlaşma, gönderilere yorum yazma vb.' sorusu yöneltilmiştir.

Facebook'ta paylaşımda bulunma sıklığı. Katılımcılara 'Haftada tahmini ne sıklıkla fotoğraf, video, kişisel görüş ya da gazete haberi paylaşıyorsunuz?' sorusu yöneltilmiştir.

Algılanan aktiflik düzeyi. Katılımcılara kendilerini ne kadar aktif bir Facebook kullanıcısı olarak algıladıkları sorulmuştur.

Facebook'taki arkadaş ve takipçi sayıları. Katılımcılara Facebook'ta kaç arkadaşları olduğu ve Facebook profilleri üzerinden paylaşımlarını kaç kişinin takip ettiğini tahmin ettikleri açık uçlu sorularla sorulmuştur.

Facebook benlik sunumu ölçeği (The self-presentation on Facebook scale): Michikyan ve arkadaşları (2015) tarafından, bireylerin Facebook profillerindeki paylaşımlarıyla benliklerinin hangi yönünü sunduklarını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Katılımcıların 1 (kesinlikle katılmıyorum) ile 5 (kesinlikle katılıyorum) arasında puanlama yaptığı, toplamda 8 madde içeren ölçeğin Türkçe versiyonu 3 faktörlü yapıya sahiptir. Bu faktörler 'gerçek benlik, sahte aldatıcı ve sahte keşfedici benlik' olarak isimlendirilmiştir. Her alt boyut için örnek maddeler şöyledir: 'Çevrimdışı ortamda (yüz yüze) nasıl biriysen çevrimiçi ortamda da (internet) öyle biriyim' (gerçek benlik sunumu), 'Bazen Facebook'ta gerçekte olduğumdan başka biri olmaya çalışırım' (sahte aldatıcı-benlik sunumu), 'Farklı yönlerimi insanlara göstermek için Facebook profilimdeki fotoğraflarımı değiştiririm' (sahte keşfedici benlik sunumu). Mevcut çalışmada bu üç faktörün alfa değerleri öğrenci örneklemini için sırasıyla .74, .75 ve .68; yetişkin örneklemini için ise sırasıyla .69, .77 ve .63 olarak hesaplanmıştır.

Otantiklik ölçeği: Wood ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilmiş olan ve Türkçe uyarlaması İlhan ve Özdemir (2013) tarafından yapılan bu ölçekte, otantiklik üç boyutta değerlendirilmektedir. 'Kendine Yabancılaşma', 'Otantik Yaşam' ve 'Dış Etkiyi Kabullenme' boyutlarının her biri 7'li Likert tipinde dörder madde ile ölçülmektedir. Her alt-ölçek için birer örnek madde şöyledir: 'Kendimi yeteri kadar tanımadığımı hissine kapılıyorum' (kendine yabancılaşma), 'Genellikle başkalarının bana yapmamı söyledikleri şeyleri yaparım' (dış etkiyi kabullenme), 'Değerlerime ve inançlarıma uygun olarak yaşarım' (otantik yaşam). Katılımcıların her maddeyi 1 (beni hiç tanımlamıyor) ile 7 (beni tamamen tanımlıyor) arasında değerlendirmeleri beklenmektedir. Her bir boyut için ortalama puan hesaplanarak analizler yapılmıştır. Mevcut çalışmada her bir boyutun öğrenci örneklemini için hesaplanan Cronbach alfa katsayıları sırasıyla .78, .52 ve .84; yetişkin örneklemini için sırasıyla .72, .75 ve .85 olarak bulunmuştur.

Rosenberg benlik saygısı ölçeği: Kişinin kendisiyle ilgili olumlu ve olumsuz değerlendirmesini ölçmek amacıyla Rosenberg (1965) tarafından geliştirilen ölçeğin, Türkçe'ye uyarlaması Korkmaz (1996) tarafından yapılmıştır. Ölçek, 5'li Likert tipinde 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanlar yüksek benlik saygısını ifade eder. Örnek maddeler: 'Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği

kadar bir şeyler yapabilirim' ve 'Kendimle gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum'. Bu çalışmada Cronbach alfa katsayısı öğrenci ve yetişkin örneklemeleri için sırasıyla .88 ve .85 olarak bulunmuştur.

Yaşam memnuniyeti ölçeği: Diener ve arkadaşları tarafından 1985 yılında geliştirilmiş, Türkçe'ye uyarlaması ise Köker (1991) tarafından yapılmıştır. Ölçek 7'li (1-hiç katılmıyorum, 7-tamamen katılıyorum) Likert tipinde 5 maddeden oluşmaktadır. 'Yaşamım birçok yönüyle ideallerime yakın' ve 'Şu ana kadar istediğim şeyleri elde edebildim' maddeleri örnek maddeler arasındadır. Mevcut çalışmada ise Cronbach alfa katsayısı öğrenci ve yetişkin örneklemeleri için sırasıyla .82 ve .88 olarak bulunmuştur.

İşlem

Bu çalışma için çevrimiçi bir anket hazırlanmıştır. Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurul'undan izin alındıktan sonra iki farklı yolla araştırmanın duyurusu yapılmıştır: 1) Uludağ Üniversitesi'ndeki çeşitli derslerde öğrencilere duyuru yapılarak, gönüllü olan öğrencilerin e-posta adreslerine ankete ulaşabilecekleri bir bağlantı adresi gönderilmiştir. 2) Araştırmacıların Facebook profilleri üzerinden anketin bağlantı adresi paylaşılarak yetişkin örneklemine ulaşılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde ilk olarak katılımcıların Facebook kullanımlarına dair verileri, ilk araştırma sorusuna (Araştırma sorusu #1) yanıt verecek şekilde, öğrenci ve yetişkin grupları t-testi analiziyle karşılaştırılarak incelenmiştir. Daha sonra, her iki örnekleme katılımcıların Facebook'ta ne tür benlik sunumlarını daha sık yaptıkları ve bunun yaş grubuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya çıkararak Hipotez1'i test etmek üzere 2 x3 karma varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Araştırma sorusu #1 ve Hipotez #1'e yönelik analizler, "Öğrenci ve Yetişkin Örneklemelerinde Facebook Kullanımının Karşılaştırılması" başlığı altında verilmiştir. Ardından, çalışmanın değişkenleri arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon analizi ile her iki örnekleme incelenmiş ve sonuçlar üç alt başlık altında verilmiştir: "Facebook Benlik Sunumlarının Psikolojik İyi Oluş Değişkenleri ile Korelasyonları", "Facebook Benlik Sunumlarının Otantiklik Boyutları ile Korelasyonları" ve "Facebook Kullanımına Dair Değişkenlerin Otantiklik ve Psikolojik İyi Oluş Değişkenleri ile Korelasyonları." Bu iki alt başlıktan ilkinde 2a, 2b ve 2c hipotezlerini, ikincisinde 3a, 3b 3c hipotezlerini test etmeye yönelik, üçüncüsünde ise ikinci araştırma sorusunu cevaplamaya yönelik analizler verilmiştir.

Öğrenci ve Yetişkin Örneklemelerinde Facebook Kullanımının Karşılaştırılması

Facebook kullanımına dair değişkenlerin her birinin öğrenci ve yetişkin örneklemelerinde nasıl farklılaştığı t-test analizleri ile incelenmiştir. Sonuçlar aşağıdaki gibidir: Facebook hesaplarını gün içerisinde ne sıklıkla kontrol ettikleri açısından öğrenci (Ort. = 3.55, S= 1.08) ve yetişkin (Ort. = 3.62, S= .84) örneklemelerinin birbirlerinden farklı olmadıkları görülmüştür, $t(178) = -.44, p > .05$. Yetişkinlerin (Ort. = 2.64, S= .91) öğrencilere (Ort. = 2.35, S= 1.02) kıyasla Facebook üzerinden başkalarıyla daha sık iletişime geçtiği saptanmıştır, $t(178) = -1.99, p < .05$. Facebook profillerinde haftada ne sıklıkla fotoğraf, video, kişisel görüş vb. paylaşımları yaptıkları karşılaştırıldığında yetişkinlerin (Ort. = 2.52, S= 1.00) öğrencilere (Ort. = 2.17, S= .97) kıyasla daha sık paylaşım yaptıkları bulunmuştur, $t(178) = -2.40, p < .05$.

Öğrenci ve yetişkin örneklemelerinin Facebook'taki arkadaş sayısı ortalamaları (sırasıyla Ort. = 522.44 ve Ort. = 477.81) karşılaştırıldığında, anlamlı bir farklılaşma saptanmamıştır, $t(178) = .62, p > .05$. Ayrıca "Facebook paylaşımlarınızı kaç kişinin takip ettiğini düşünüyorsunuz?" sorusuna öğrenci ve yetişkin örneklemelerinde verilen cevaplar da (sırasıyla, Ort. = 122.53 ve Ort. = 132.38) anlamlı bir farklılık göstermemiştir, $t(178) = -.45, p > .05$. Katılımcıların Facebook hesaplarını ne derece aktif kullandığına yönelik algıları karşılaştırıldığında, öğrenci (Ort. = 2.52 S= 1.06) ve yetişkin (Ort. = 2.72 S= 1.04) örneklemelerinin algılanan aktiflik düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır, $t(178) = -1.27, p > .05$.

Facebook Benlik Sunumlarının Karşılaştırılması

Benlik sunumlarının (gerçek, sahte-keşfedici ve sahte-aldatıcı) örneklem türüne göre (öğrenci ve yetişkin) farklılaşıp farklılaşmadığı 2 x3 karma varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Mauchly testi, benlik sunumları değişkeni için küresellik varsayımından anlamlı bir sapma olduğunu ($\chi^2_2 = 8.52, p < .05$) gösterdi. Bu nedenle benlik sunumları için ANOVA sonuçlarının değerlendirilmesinde serbestlik dereceleri Huynh-Feldt epsilon değerine göre düzeltildi ($\epsilon = .97$). ANOVA sonuçları Facebook benlik sunumlarının anlamlı temel etkisini ($F_{1,94,345.56} = 277.95, p < .01$, kısmi $\eta^2 = .61$) gösterirken; örneklem türünün temel etkisinin ($F_{1,178} = .30, p > .05$, kısmi $\eta^2 = .002$) ve örneklem türü ile benlik sunumları etkileşiminin anlamlı olmadığını göstermiştir ($F_{1,94,345.56} = .46, p > .05$, kısmi $\eta^2 = .003$). Öğrenci ve yetişkin örneklemesindeki katılımcıların Facebook hesaplarında sergiledikleri üç farklı benlik sunumuna ait ortalama ve standart sapmalar Tablo 1'de görülmektedir.

Facebook benlik sunumlarının anlamlı temel etkisini ayrıntılı incelemek üzere Bonferroni yöntemi ile ortalamalar arası karşılaştırmalar yapıldı. Bu

karşılaştırmalar katılımcıların profillerindeki paylaşımlarda gerçek benlik sunumunu, sahte-keşfedici ve sahte-aldatıcı benlik sunumundan daha fazla, sahte-keşfedici benlik sunumunu da sahte-aldatıcı benlik sunumundan daha fazla yaptıklarını bildirdiklerini göstermiştir. Hipotez 1 doğrulanmıştır.

Tablo 1

Öğrenci ve Yetişkin Örneklemelerinde Facebook Benlik Sunumları

	Gerçek benlik	Sahte-keşfedici Benlik	Sahte- aldatıcı Benlik
	Ort. (S)	Ort. (S)	Ort. (S)
Öğrenci	3.20 (.97) ^a	2.25 (.85) ^b	1.39 (.58) ^c
Yetişkin	3.33 (.96) ^a	2.24 (.84) ^b	1.40 (.49) ^c
Toplam	3.26 (.97)	2.44 (.84)	1.40 (.54)

Not. Her bir satırda farklı üst simgeyi paylaşan ortalama değerler istatistiksel olarak anlamlı düzeyde birbirinden farklıdır.

Facebook Benlik Sunumlarının Psikolojik İyi Oluş Değişkenleri ile Korelasyonları

Bireylerin Facebook profillerinde sergilediği benlik sunumlarının psikolojik iyi oluş halleri (öz saygı ve yaşam memnuniyeti) ile korelasyonları öğrenci ve yetişkin örnekleminde ayrı ayrı hesaplanmıştır. Elde edilen korelasyon katsayıları ile değişkenlere dair ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de verilmiştir.

Öğrenci örnekleminde, beklenildiği gibi, Facebook’taki gerçek benlik ve sahte-keşfedici benlik sunumları yüksek yaşam memnuniyeti ile ilişkili bulunmuştur. Yetişkin örnekleminde ise bu ilişkiler anlamlı değildir. Gerçek ve sahte-keşfedici benlik sunumları ile öz saygı arasındaki ilişkiler ise örneklemelerin ikisinde de anlamlı değildir. Bunun yanı sıra, sahte-aldatıcı benlik sunumu ile yaşam memnuniyeti arasında ilişki bulunmamış, sahte-aldatıcı benlik sunumu ve düşük öz saygı arasında beklenen negatif ilişki ise, sadece öğrenci örnekleminde bulunmuştur. Hipotez 2a, 2b ve 2c öğrenci örnekleminde kısmen desteklenmiştir.

Facebook Benlik Sunumlarının Otantikliğin Boyutları ile Korelasyonları

Bireylerin Facebook profillerinde sergilediği benlik sunumlarının otantiklik düzeyleri (kendine yabancılaşma, otantik yaşam ve dış etkiyi kabullenme) ile korelasyonları öğrenci ve yetişkin örnekleminde ayrı ayrı hesaplanarak Tablo 2’de

verilmiştir. Her iki örnekleme de sahte-aldatıcı benlik sunumunun otantikliğin boyutlarından bazıları ile ilişkili olduğu görülmüştür. Şöyle ki, sahte-aldatıcı benlik sunumu öğrenci örnekleminde otantikliğin kendine yabancılaşma ve dış etkiyi kabullenme boyutları ile pozitif yönde, yetişkin örnekleminde ise otantik yaşam boyutu ile negatif yönde ilişkili bulunmuştur. Gerçek ve sahte-keşfedici benlik sunumlarının otantiklik boyutlarıyla ilişkisi yoktur. Dolayısıyla Hipotez 3a ve 3b desteklenmemiş, 3c ise kısmen desteklenmiştir.

Facebook Kullanımına Dair Değişkenlerin Facebook Benlik Sunumları ve Psikolojik İyi Oluş Değişkenleri ile Korelasyonları

Katılımcıların Facebook kullanma davranışlarının (FB hesabını kontrol etme, FB üzerinden paylaşımda bulunma, karşılıklı iletişime geçme), Facebook'taki aktiflik algısının, Facebook'taki arkadaş ve tahmini takipçi sayılarının Facebook Benlik Sunumları ile korelasyonları incelenmiş ve şu sonuçlar dikkat çekmiştir: Hem öğrencilerin hem de yetişkinlerin ne sıklıkta Facebook'ta paylaşımda bulundukları ve ne sıklıkta Facebook üzerinden iletişim kurdukları, Facebook'ta gerçek benlik sunma düzeyleri ile pozitif yönde ilişkili bulunmuştur. Buna ek olarak, yetişkinlerin Facebook'ta gerçek benliklerini sunma düzeylerinin, bu ortamda kaç arkadaşları ve tahminen kaç takipçileri olduğuna bağlı olarak değiştiği bulunmuştur. Öğrenciler de ise böyle bir ilişki bulunmamıştır. Keşfedici benlik sunumu söz konusu olduğunda, öğrenci ve yetişkinlerde bu sunumla ilişkili olan Facebook davranışlarının farklı olduğu görülmektedir: Öğrenciler için Facebook'ta paylaşımda bulunmak ve Facebook hesabını kontrol etmek, yetişkinler için ise Facebook üzerinden birebir iletişime geçmek keşfedici benlik sunumuyla ilişkili bulunmuştur. Aldatıcı benlik sunumuyla ilişkili olan Facebook davranışları da öğrenci ve yetişkinlerde farklıdır: Öğrenciler için sahip olunan Facebook arkadaşlarının sayısı aldatıcı benlik sunumu yapmakla, yetişkinler için Facebook üzerinden iletişime geçmek aldatıcı benlik sunumu yapmamakla ilişkili bulunmuştur.

Facebook kullanım değişkenlerinin psikolojik iyi oluş değişkenleriyle korelasyonları incelendiğinde, öğrencilerin Facebook kullanımlarının ne öz saygılarıyla ne de yaşam memnuniyetleriyle doğrudan anlamlı ilişkisi olduğu görülmüştür. Oysa yetişkinlerde, Facebook üzerinden karşılıklı iletişim kurmanın yaşam memnuniyetiyle, Facebook arkadaşı ve takipçi sayısının ise öz saygı ile pozitif ilişkisi elde edilmiştir

Tablo 2

Ölçekler Arası Korelasyon Katsayıları ve Ölçeklerin Betimleyici İstatistikleri

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
FB Benlik Sunumları														
1. Gerçek Benlik	-	.27*	-.14	-.00	.04	.08	-.10	-.08	.12	.56**	.47**	.44**	.24*	.22*
2. Keşfedici Benlik	.24*	-	.08	-.02	-.00	-.08	.13	.15	.06	.28**	.21	.28**	.11	.12
3. Aldatıcı Benlik	.03	.17	-	.11	-.01	-.33**	.01	-.01	-.19	-.25*	-.12	-.16	-.02	-.08
Psikolojik İyi Oluş Değişkenleri														
4. Yaşam Memnuniyeti	.30**	.28**	.04	-	.49**	.32**	-.47**	-.12	-.02	.28**	.13	.10	.18	.14
5.Öz Saygı	.01	.11	-.26*	.27**	-	.32**	-.56**	-.42**	-.11	.17	.15	-.02	.31**	.23*
Otantiklik Boyutları														
6.Otantik Yaşam	.14	-.17	-.11	.05	.47**	-	-.36**	-.21	.14	.33**	.11	.18	.25*	.27*
7.Kendine Yabancılaşma	.00	.01	.41**	-.20	-.70**	-.34**	-	.46**	.26*	-.18	-.14	.03	-.16	-.12
8.Dış Etkiyi Kabul Etme	.06	.13	.30**	-.04	-.26*	-.16	.51**	-	.22*	.07	.06	.14	-.17	-.17

Tablo 2

Ölçekler Arası Korelasyon Katsayıları ve Ölçeklerin Betimleyici İstatistikleri

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
FB Kullanımının Dair Değişkenler														
9. Kontrol Etme Sıklığı	.19	.22*	.11	-.04	-.03	-.08	-.001	.18	-	.29**	.34**	.45**	-.01	-.004
10. Karşılıklı İletişim Sıklığı	.22*	.19	.15	.04	.02	-.01	.01	-.02	.34**	-	.60**	.59**	.31**	.36**
11. Paylaşım Sıklığı	.30**	.38**	.18	.20	-.10	-.25*	.13	.10	.39**	.33**	-	.61**	.21*	.24*
12. Algılanan Aktiflik	.31**	.33**	.22**	.16	.01	-.19	.06	.22*	.55**	.41**	.62**	-	.21	.24*
13. FB arkadaş sayısı	-.002	.09	.33**	-.02	-.004	-.01	.19	.29**	-.002	.17	.24*	.28**	-	.51**
14. FB takipçi sayısı	.15	.13	.13	.06	.14	.03	.01	.01	-.01	.20	.21*	.19	.63**	-
Ort.(Yetişkin)	3.33	2.24	1.40	4.57	3.82	5.62	2.24	2.69	3.62	2.64	2.52	2.72	477.81	132.38
(Öğrenci)	3.20	2.25	1.39	4.47	3.78	5.73	2.50	2.76	3.55	2.35	2.17	2.52	522.44	122.53
S (Yetişkin)	.96	.84	.49	1.25	.59	.99	1.05	1.21	.84	.91	1.00	1.05	538.35	129.76
(Öğrenci)	.97	.85	.58	1.16	.64	.85	1.32	1.25	1.08	1.02	.97	1.06	422.58	160.58

Not: * $p < .05$, ** $p < .01$. Tablonun sol alt tarafı öğrenci örnekleminin, sağ üst tarafı da yetişkin örnekleminin korelasyon katsayılarını göstermektedir.

Tartışma

Bu çalışmada, ilk olarak, hem yetişkinlerin hem de üniversite öğrencilerinin Facebook kullanıcıları birbirleriyle karşılaştırılmıştır. Her ne kadar Facebook başlangıçta gençlerin daha çok rağbet ettiği bir iletişim platformu olmuş olsa da, günümüzde bu platformu kullanmaya yetişkinlerin de en az gençler kadar –hatta onlardan fazla- ilgi gösterdikleri araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Yetişkinlerin Facebook hesaplarını gün içerisinde ne sıklıkla kontrol ettikleri, kaç arkadaşları ve kaç takipçileri olduğu ve kendilerini ne kadar aktif birer kullanıcı olarak hissettikleri gençlerinkinden farklı değildir. Facebook’u hem karşılıklı iletişim (soru sorup cevap alma, paylaşımlara yorum yapma, yorumları cevaplama... vb.) hem de takipçilerine yönelik genel paylaşımlarda bulunmak (yazı, resim, video paylaşımları gibi) üzere kullanma sıklıklarının ise gençlerinkinden daha fazla olduğu görülmüştür. Öte yandan, gençlerin ve yetişkinlerin Facebook’ta hangi eylemi ne sıklıkta yaptıklarından daha önemli olan, bu yaptıkları eylemlerin kendilerini ifade etmeleriyle ve psikolojik sağlık çıktılarıyla olumlu ya da olumsuz bir ilişki içinde olup olmadığıdır. Mevut çalışma kapsamında bu ilişkiler de incelenmiş ve sonuçlar aşağıda özetlenerek yorumlanmıştır.

Mevcut çalışmada Facebook kullanıcılarının profillerinde ne ölçüde gerçek, ne ölçüde sahte (başkasını aldatma veya kendini keşfetme amaçlı) benlik sunduklarına dair öz-bildirimleri alınmış, bu öz-bildirimlerle öz saygı, yaşam memnuniyeti ve otantiklik düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Hem yetişkinlerin hem de üniversite öğrencilerinin Facebook hesaplarında daha çok gerçek benliklerini, sonrasında sahte keşfedici benliklerini ve en az düzeyde sahte aldatıcı benliklerini sundukları bulunmuştur. Bu sonuçlar Michikyan ve arkadaşlarının (2015) bulgularıyla uyumaktadır. Her iki yaş grubunda da katılımcıların Facebook’ta en çok gerçek benlik, en az ise sahte-aldatıcı benlik sunumu yapıklarını bildirmesinin çeşitli açıklamaları olabilir. Öncelikle, bu bulgunun gerçeği tam olarak yansıtır olup olmadığını sorgulamak mümkündür çünkü katılımcılar sosyal beğenirlik kaygısından ötürü sahte-aldatıcı benlik sunumu yaptıklarını bildirmekten kaçınmış olabilirler. Öte yandan, bu bulgu doğruyu yansıtır da olabilir: Kişilerin Facebook ağlarında genellikle yüz yüze ortamlardan tanıdıkları pek çok arkadaşları ve aile üyeleri olduğundan, bu tanıdıkların takibi altındayken yapacakları benlik sunumları gerçek benlik sunumu olacaktır. Lampe, Ellison ve Steinfield (2008) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan bir çalışmada katılımcılar, ortaokul ve üniversite arkadaşlarının, kardeş, kuzen gibi yakın aile bireylerinin, öğretmenlerinin, hatta gelecekteki işverenlerinin Facebook profillerini incelediklerini belirtmiştir. Mevut çalışmada katılımcılara Facebook arkadaşlarının kimler olduğu sorulmamış olsa da,

benzer bir durum burada da beklenebilir. Kişilerin çevrimiçi ve çevrimdışı arkadaşlarının aynı kişiler olması, kendilerini çevrimiçi ortamda gerçek benliğiyle sunmasını gerektirmektedir.

Facebook benlik sunumları ile psikolojik iyi oluş değişkenleri incelendiğinde, sadece öğrenci örneklemini için anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. İlk olarak, beklendiği üzere düşük öz saygı, sahte-aldatıcı benlik sunumu ile ilişkili bulunmuştur. Bu bulgu çevrimiçi ve çevrimdışı benlik sunumu literatüründeki (Harter ve ark., 1996; Michikyan ve ark., 2015) aldatma amaçlı sahte benlik davranışlarının, psikolojik iyi oluş değişkenleri ile olumsuz ilişkisine dair bulgularla da tutarlılık göstermektedir. Bu bir korelasyon analizi bulgusu olduğundan şu iki tür çıkarımı yapmak da mümkündür: öz saygısı düşük genç yetişkinler, sosyal açıdan kabul görmeyeceğini düşündükleri özelliklerini Facebook'ta sergilemekten kaçınıp başkalarından onay kazanabilmek için kendilerini sahte şekilde sunuyor olabilirler ya da, genç yetişkinler Facebook'ta sahte-aldatıcı benlik sunumu yaptıkça öz saygıları azalıyor olabilir. Yetişkinlerin öz saygısı ise, bu çalışmanın sonuçlarına göre, Facebook'taki benlik sunumları ile ilişkili değildir. Bu sonuç, Facebook'u öz saygı artırıcı bir araç olarak kullanmanın sadece gençlere özgü bir davranış olabileceğine işaret ediyor olabilir.

İkinci olarak çalışmanın öğrenci örnekleminde, yaşam memnuniyeti ile gerçek benlik sunumu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuç, öğrencilerin yaşam memnuniyetleri arttıkça Facebook profilinde kendilerine ve yaşamlarına dair bilgileri, gerçekte olduğu gibi sundukları şeklinde yorumlanabilir. Sahip oldukları hayat koşullarından hoşnut olan bireyler, yaşamının hali hazırda olumlu ve beğenilir olduğunu düşündüklerinden; sosyal ağ profilinde yaşamlarını hiçbir değişikliğe ya da çarpıtmaya uğratmadan rahatlıkla gösteriyor olabilirler. Bir başka yorum ise, öğrencilerin Facebook'ta kendilerini gerçek halleriyle sundukça yaşam memnuniyetlerinin arttığı olabilir. Yetişkinlerin yaşam memnuniyeti ise, Facebook'taki benlik sunumları ile ilişkili değildir. Bu sonuç, yetişkinlerin yaşam memnuniyetleri ne düzeyde olursa olsun kendilerini Facebook'ta gerçek benlikleriyle sunduklarına ve yaşam memnuniyetini Facebook'taki benlik sunumlarını düzenleyerek artırmanın gençlere özgü olduğuna işaret ediyor olabilir.

Mevcut çalışmada yaşam memnuniyetinin sadece gerçek benlik sunumu ile değil, sahte-keşfedici benlik sunumu ile de pozitif ilişkili olması beklenmiş, bu beklentiyi doğrulayan sonuçlar yine sadece öğrenci örnekleminde elde edilmiştir. Kimlik gelişimi ergenlik döneminde ve genç yetişkinlik döneminde yoğun olarak yaşanır (Kroger, 2007). Çevrimdışı ortamda yapılmış çalışmalarda da ergen (9-18 yaş) ve genç yetişkinler için (18- 24 yaş) benliklerinin farklı yönlerini tanıyıp tutarlı (coherent) kimlik oluşturmalarında, sosyal ağların önemli rol oynadığı gösterilmiştir

(Harter ve ark., 1996; Schouten, 2007; Valkenburg, Schouten ve Peter, 2005). Literatürdeki bu bilgiler göz önüne alındığında, mevcut çalışmada genç yetişkinlerin benliklerini keşfetme sürecinde sosyal ağ profillerini kullanmalarının, yaşam memnuniyetlerinde artışla ilişkili olması, öte yandan daha ileriki yaşlarda böyle bir ilişkinin olmaması anlaşılır olmaktadır. Bu sonuç, kendini keşfetme sürecinin daha ileri yaşlarda olanlardan ziyade, ergenlerde ve genç yetişkinlerde özel bir öneme sahip olduğuna işaret eder.

Facebook benlik sunumları ile otantiklik arasındaki ilişkiler incelendiğinde, öğrenci ve yetişkin örneklemelerinin her ikisinde de otantikliğin sadece sahte-aldatıcı benlik sunumuyla ilişkili olduğu görülmüştür. Ancak sahte-aldatıcı benlikle ilişkili olduğu tespit edilen otantiklik boyutları, iki örneklemde birbirinden farklıdır. Sahte-aldatıcı benlik sunumu öğrenci örnekleminde, kendine yabancılaşma ve dış etkiyi kabullenme boyutlarıyla pozitif yönde, yetişkin örnekleminde ise otantik yaşam boyutuyla negatif yönde ilişkili bulunmuştur. Bu sonuca göre, genç yetişkinlerin sahte benlik sunumu kendini iyi tanımıyor olmak ya da kendini tanısa bile arkadaş baskısı hissettiğinde baskıya karşı koyamamakla ilgili olabilirken, yetişkinlerin sahte benlik sunumu daha çok söz-davranış tutarlığına değer vermekle ilgilidir. Daha önce Facebook kullanıcılarında genel otantiklik düzeyi ile Facebook'ta sahte benlik sunumu yapma arasındaki ilişki gösterilmiş olsa da (Gil-Or ve ark., 2015), mevcut çalışma otantikliğin farklı boyutlarının sahte benlik sunumuyla ilişkisini ortaya koyması ve bu ilişkilerin iki farklı yaş dönemindeki Facebook kullanıcılarında nasıl değiştiğini göstermesi açısından önemlidir.

Mevcut çalışmada, Facebook kullanımına dair çeşitli değişkenlerin Facebook Benlik Sunumları ile ilişkisi teker teker incelenmiştir. Genel olarak Facebook kullanma düzeyinden ziyade, Facebook'ta yapılan çeşitli aktivitelerin her birinin Facebook Benlik Sunumlarıyla ayrı ayrı ilişkilerinin gözlenmesi bu çalışmayı daha önceki çalışmalardan farklı kılmaktadır. Sonuçlara göre Facebook'u aktif biçimde sıklıkla kullanıyor olmak, gerçek benlik sunumu yapmakla ilişkilidir. Bu sonucu, insanların kendilerine dair gerçek bilgileri gizleme ve kendini başka biri gibi göstermelerini engellemede Facebook platformunun başarılı olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür. Facebook ağlarında kişilerin başkalarıyla ortak arkadaşlarının olması ve paylaşımların ortak arkadaşlar tarafından da görülebiliyor olması, Facebook'ta gerçek kimliğin sunulacağına dair bir tür teminattır çünkü kişi kendisi hakkında gerçekleri Facebook'ta çarpıtarak sunarsa, gerçeği bilen ortak arkadaşlar itiraz edecektir (Walther ve Parks, 2002). Dolayısıyla Facebook ağlarını sık kullananlar, sistemin gerekliliklerine uyarlar ve kendilerini gerçek hallerinden abartılı ölçüde farklı biçimde sunmamaya dikkat ederler; kendilerini gerçek halleriyle sunmak istemeyenler ise bu ağlarda çok vakit geçirmezler; İnternet'te kendini gerçekte olduğundan farklı bir kimlikle sunmaya izin veren başka platformlar var

olduğundan, onları tercih ediyor olabilirler. Sonuçlara göre yetişkinlerde, gerçek benlik sunumunu Facebook arkadaşı ve tahmini takipçi sayısı da pozitif yönde etkilemektedir. Yetişkin kullanıcılar, paylaşımlarını izleyenlerin sayısı arttıkça gerçek benliklerini yansıtacak şekilde sunum yapmaya eğilim gösterirler. Öğrencilerde ise, Facebook arkadaş sayısının artmasının gerçek benlikle değil, tersine sahte-aldatıcı benlik sunumuyla ilişkili bulunması dikkat çekicidir. Öğrenciler, yetişkinlerden farklı olarak, sosyal ağlarını çoğunlukla tanıdıkları ve birbirleriyle bağlantıları olan kişilerden oluşturmak yerine, tanımadıkları ve birbirleriyle ortak arkadaşları olmayan kişileri sosyal ağlarına katıyorlarsa, Facebook'ta mutlaka gerçek benlik sunumu yapmaları gerektiğine dair baskıyı daha az hissediyor olabilirler. Facebook'taki takipçileri arttıkça kendilerini onlara daha olumlu ve ilgi çekici biri olarak sunarak takip edilmeye devam etme arzuları da artabilir ve de takipçilerinin kendileriyle ilgili bilgileri başka bir kaynaktan doğrulamayacaklarını düşündüklerinden sahte-aldatıcı benlik sunumuna yönelebilirler. Ancak bu çalışmada katılımcılara sosyal ağlarını kimlerin oluşturduğu (tanıdıklar veya yabancılar; bağlarının güçlü ya da zayıf olduğu; ortak arkadaşlarının az ya da çok olduğu kişiler) sorulmadığından bununla ilgili kesin bir açıklama getirmek mümkün değildir.

Çalışmada, Facebook kullanımının psikolojik iyi oluşla doğrudan ilişkileri incelendiğinde, öğrencilerde bir ilişki bulunamazken, yetişkinlerde Facebook arkadaş ve takipçi sayısının öz saygıyla, Facebook'ta karşılıklı iletişim kurma sıklığının yaşam memnuniyetiyle ilişkili olduğu saptanmıştır. Bu bulgular, alanda daha önceki bir çalışmada (Hayes ve ark., 2015) bildirilenlerle -yaşı daha ileri olan Facebook kullanıcılarının gençlere kıyasla Facebook'taki sosyal ilişkilerinden daha memnun oldukları, Facebook'taki beden imgelerinden daha az rahatsız oldukları ve Facebook kullanımlarını kontrol etmekle ilgili daha az problem yaşadıkları- uyumlu gözükmektedir. Ancak mevcut çalışmada yetişkinler için Facebook benlik sunumlarıyla psikolojik iyi oluş değişkenleri arasında ilişki bulunamadığından, Facebook'un yetişkinlerin psikolojik iyi oluşundaki olumlu etkisinin benlik sunumu dışındaki bir psikolojik mekanizma üzerinden gerçekleşiyor olabileceğini göz önüne almak gerekmektedir.

Araştırmanın sınırlılıklarına değinilecek olursa, kullanıcıların Facebook'taki benlik sunumlarının psikolojik iyi oluşlarıyla, otantik benlik özellikleriyle ve Facebook'u nasıl kullandıklarıyla ilişkilerinin kullanıcıların yaş dönemlerine göre değişebildiğine dikkat çekilmektedir. Ayrıca kişilerin Facebook'ta hangi benlik özelliklerini sunduklarının Facebook'ta genel olarak ne kadar vakit geçirdiklerinden ziyade spesifik olarak orada neler yaptıklarıyla ilişkilendirilmesinin daha anlamlı olabileceğine işaret edilmektedir. Ancak çalışmada değinilmesi gereken birtakım sınırlılıklar da bulunmaktadır. Örneğin, katılımcıların Facebook'taki benlik sunumlarına ilişkin veriler öz bildirim yoluyla toplanmıştır. Bu yöntemin

dezavantajlarından biri sosyal beğenirlik yanlılığıdır. Katılımcılar sosyal beğenirlik yanlılığı göstererek Facebook profillerindeki paylaşımlarında, sahte benlik sunumlarını daha az gerçekleştirdiğini beyan etmiş olabilir. Bu duruma netlik kazandırmak amacıyla, gelecek çalışmalarda Facebook Benlik Sunumu Ölçeği ile Sosyal Beğenirlik Ölçeğinin ilişkisini incelemek yararlı olacaktır.

Mevcut araştırmada elde edilen sonuçlar ilişkisel analizlere dayanmakta olup; değişkenler arasında neden sonuç ilişkisini ifade etmezler. Facebook benlik sunumlarının psikolojik iyi oluş değişkenleriyle ilişkisini daha detaylı incelemek için boylamsal çalışmalar yürütülebilir. Böylece çevrimiçi benlik sunumlarının zamanla öz saygı ya da yaşam memnuniyeti üzerindeki olumlu-olumsuz etkisi keşfedilebilir.

Son olarak çalışmanın örneklemini az sayıda erkek katılımcı içerdiği için, çevrimiçi benlik sunumlarının cinsiyet değişkenine göre değerlendirmesi yapılamamıştır. Gelecek çalışmalar, Facebook benlik sunumları, otantiklik ve psikolojik iyi oluş değişkenleri arasındaki ilişkiyi cinsiyet farklılıklarını göz önünde bulundurarak inceleyebilir.

Kaynaklar

- Boyraz, G., Waits, J. B. ve Felix, V. A. (2014). Authenticity, life satisfaction, and distress: A longitudinal analysis. *Journal of Counseling Psychology*, 61(3), 498-505. <https://doi.org/10.1037/cou0000031>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Gil-Or, O., Levi-Belz, Y. ve Turel, O. (2015). The “Facebook-self”: Characteristics and psychological predictors of false self-presentation on Facebook. *Frontiers in Psychology*, 6(FEB), 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00099>
- Goldman, B. M. ve Kernis, M. H. (2002). The role of authenticity in healthy psychological functioning and subjective well-being. *Annals of the American Psychotherapy Association*, 5(6), 18-20.
- Harter, S. (2002). Authenticity. C. R. Snyder ve S. J. Lopez (Ed.), *Handbook of positive psychology*, (s. 382-394). New york: Oxford University Press.

- Harter, S., Marold, D. B., Whitesell, N. R. ve Cobbs, G. (1996). A model of the effects of perceived parent and peer support on adolescent false self behavior. *Society for Research in Child Development*, 67(2), 360-374.
- Hayes, M., van Stolk-Cooke, K. ve Muench, F. (2015). Understanding Facebook use and the psychological effects of use across generations. *Computers in Human Behavior*, 49, 507-511. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.040>
- İlhan, T. ve Yalçın Ö. (2013). Otantiklik ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(40), 142-153.
- Korkmaz, M. (1996). Yetişkin örneklem için bir benlik saygısı ölçeğinin güvenirlik ve geçerlik çalışması. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: EÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köker, S. (1991). Normal ve sorunlu ergenlerin yaşam doyumu düzeylerinin karşılaştırılması, *(Yayınlanmamış Doktora Tezi)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kroger, J. (2007). Identity development during adolescence. G. Adams ve M. Berzonsky (Ed.), *Blackwell handbook of adolescence*, (s. 205-226). doi:10.1002/9780470756607.ch10
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., ... Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE*, 8(8), 1-6. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>
- Lampe, C., Ellison, N. B. ve Steinfield, C. (2008). Changes in use and perception of Facebook. *Computer Supported Cooperative Work - CSCW '08*, 721-730 <https://doi.org/10.1145/1460563.1460675>
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M. ve Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>
- Michikyan, M., Dennis, J. ve Subrahmanyam, K. (2015). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55-64. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K. ve Dennis, J. (2014). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179-183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K. ve Tov, W. (2012). Putting their best foot forward:

- emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(10), 569-572. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0200>
- Reinecke, L. ve Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior*, 30(January), 95-102. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.030>
- Rogers, C. R. (1959). A theory of therapy, personality and interpersonal relationships, as developed in the client-centered framework. *Psychology: A Study of Science*, 184-256.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and The Adolescent Self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Schlenker, B. R. (2012). Self-presentation. M. R. Leary ve J. P. Tangney (Ed.), *Handbook of Self and Identity*, (s. 542-570). London: The Guilford Press.
- Schouten, A. P. (2007). *Adolescents' online self-disclosure and self-presentation*. Amsterdam: The Amsterdam School of Communications Research ASCoR.
- Srivastava, A. (2015). The effect of Facebook use on life satisfaction and subjective happiness of college students, *The International Journal of Indian Psychology*, 2(4), 204-216, 5 Ekim 2017, <http://oaji.net/articles/2015/1170-1440185423.pdf>
- Statista (2017). Distribution of Facebook users worldwide as of January 2017, by age and gender. 4 Ekim 2017, <https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>
- 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(6), 434-445. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.002>
- Valenzuela, S., Park, N. ve Kee, K. F. (2009). Is There social capital in a social network site?: Facebook use and college student's life satisfaction, trust, and participation1. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- Valkenburg, P. M., Peter, J. ve Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584-590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P. ve Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media & Society*, 7(3), 383-402.

- <https://doi.org/10.1177/1461444805052282>
- Vigil, T. R. ve Wu, H. D. (2015). Facebook users' engagement and perceived life satisfaction. *Media and Communication*, 3(1), 5-16. doi:10.17645/mac.v3i1.199
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), 2538-2557. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2006.05.002>
- Walther, J. B. ve Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. *Handbook of Interpersonal Communication*, 3, 529-563. 10 Ağustos 2017, https://www.researchgate.net/profile/Joseph_Walther/publication/239489124_Cues_Filtered_Out_Cues_Filtered_In_ComputerMediated_Communication_and_Relationships/links/0a85e538f3d5705044000000/Cues-Filtered-Out-Cues-Filtered-In-Computer-Mediated-Communication-and-Relationships.pdf
- Wood, A. M., Linley, P. A., Maltby, J., Baliousis, M. ve Joseph, S. (2008). The authentic personality: A theoretical and empirical conceptualization and the development of the Authenticity Scale. *Journal of Counseling Psychology*, 55(3), 385-399. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.55.3.385>
- Young, A. L. ve Quan-Haase, A. (2009). Information revelation and internet privacy concerns on social network sites: A case study of Facebook. *Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies*, 265-274. <https://doi.org/10.1145/1556460.1556499>