



SOSYAL KARŞILAŞTIRMA KURAMI

04.10.2024

ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS
PSİ 577
2. HAFTA

SOSYAL KARŐILAAŐTIRMA

- Sosyal karşılaştırma, kendimizin belirli y6nlerini (6rneğin davranıŐlarımız, g6r6Őlerimiz, stat6m6z ve baŐarımız) diğer insanlarla karŐılaŐtırdığımız ve b6ylece kendimizi daha iyi değerlendirdiğimizi ifade eden bir kavramdır (Buunk ve Gibbons, 2007).
- BaŐlangıçta, sosyal karşılaştırma kuramı yalnızca fikir ve yeteneklerin karŐılaŐtırılmasını iğeriyordu (Festinger, 1954), ancak o zamandan beri kuram duygular gibi diğer y6nleri de kapsayacak Şekilde geniŐledi (Gibbons ve Buunk, 1999; Schachter, 1959).
- Sosyal karşılaştırma kavramı ilk kez Festinger (1954) tarafından adlandırıldı. Festinger (1954), fikirlerimizi ve yeteneklerimizi doğru bir Şekilde kendimiz değerlendiremediğimizi ve bunun yerine bir değerlendirme oluŐturmak için kendimizi diğer insanlarla karŐılaŐtırdığımızı varsaydı.

SOSYAL KARŐILAAŐTIRMA

- Festinger (1954), yeteneklerimizi ve fikirlerimizi aŐađıdaki amaçlarla değerlendirmeye yönlendirildiğimizi savundu:
 - Yeterince iyi (yetenekler) veya doğru (fikirlerimiz) olup olmadığımızı belirlemek
 - BaŐarmayı hedeflediğimiz Őeyin bir ölçütünü (referans noktası) belirlemek

ÖZNEL VE NESNEL ÖLÇÜTLER

- Bazı karşılaştırmalar için nesnel ölçütler kullanırız (örn; 1 km koşmak için harcadığımız süre, kaldırabildiğimiz kilo veya rakibimize karşı kazandığımız galibiyet sayısına göre spor performansımızı nesnel olarak değerlendirebiliriz)
- Ancak diğer bazı karşılaştırmalar için nesnel bir ölçüm mevcut değilse (örn; bir siyasi görüşü 'doğru' yapan şey nedir? Diğer insanlardan 'daha dürüst' olup olmadığımı nasıl bilebilirim? Bu karşılaştırmalar için daha öznel ölçümlere güvenmeyi seçeriz)
- Gerçek dünyadaki karşılaştırmaların çoğu, nesnel ve öznel ölçümlerin bir karışımıdır.

ÖZNEL VE NESNEL ÖLÇÜTLER

- Nesnel bir ölçütün bulunmadığı durumlarda öz değerlendirmeye veya sosyal değerlendirmeye güvenebiliriz.
- Öz değerlendirmeler sorunludur çünkü becerilerimize ve görüşlerimize ilişkin değerlendirmelerimiz tutarsız ve güvenilmezdir. Öz değerlendirmelerimizin tutarsızlığı, kendi kendimize empoze ettiğimiz kriterlerin değişkenliğinden kaynaklanmaktadır.
- Örneğin, bugün kendime “üretken” olma konusunda belirlediğim kriter, yarınki kriterimden farklı olabilir. Sonuç olarak, üretkenlik düzeyime ilişkin öz değerlendirmelerim değişmeye devam ediyor. Buna karşılık, sosyal değerlendirmeler daha tutarlı ve bilgilendiricidir ve biz onları öz değerlendirmelere tercih etme eğilimindeyiz.

SOSYAL KARŐILAAŐTIRMA KURAMI

- Festinger (1954) tarafından geliŐtirilen SOSYAL KARŐILAAŐTIRMA KURAMI, benlik bilgisinin nasıl edinildiği ile ilgili bir s¼reci aœıklamayı hedefler.
- Benlik ya da kendilik dediğimiz kavram neye karşılık geliyor?
- Benliğimize dair bilgiyi kendimizi başkalarıyla karşılaştırarak nasıl ediniyoruz?

BENLİK NEDİR?

Benlik Nedir?

- “Ben kimim” sorusuna verilen tüm cevaplarımızı içerir.
- Bireyin kendisi hakkındaki tüm değerlendirme ve tanımlamalarını kapsar.

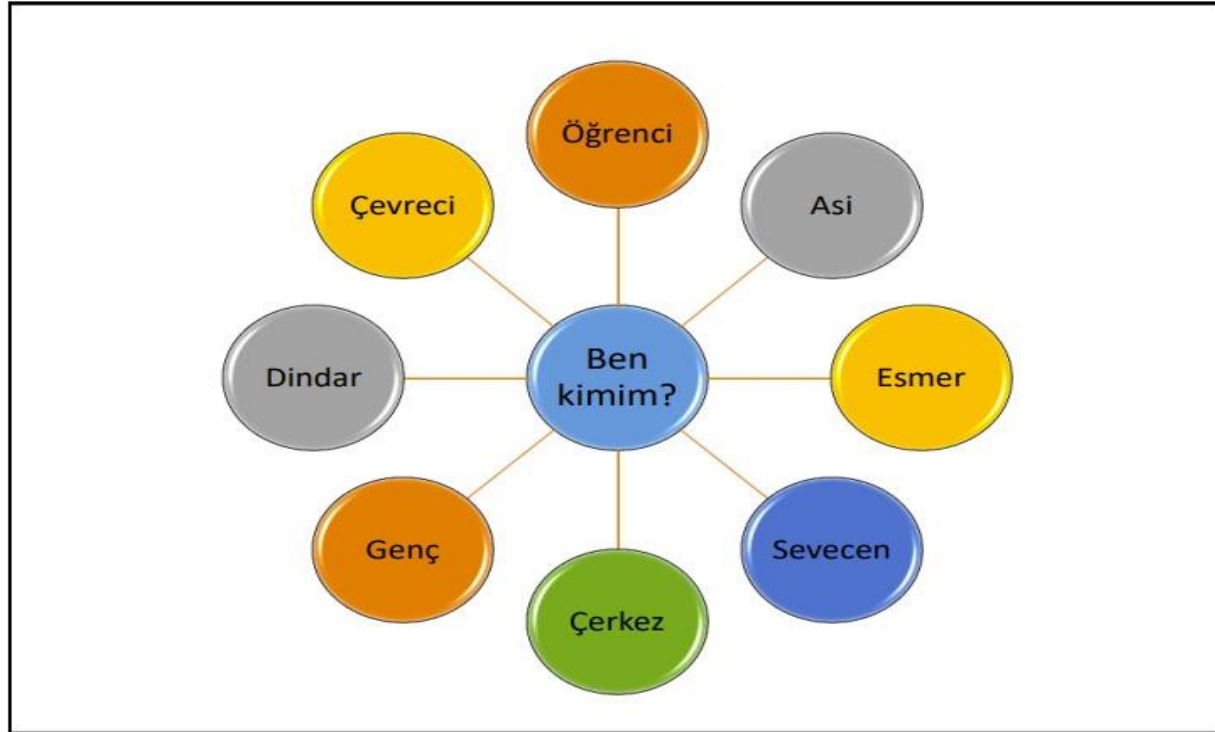


En kapsamlı haliyle benlik, kendimize dair bütün bilgilerimizi, değerlendirmelerimizi, duygulanımımızı, algılayışımızı, motivasyonlarımızı içeren ve büyük oranda bellekte temsil edilen bir yapıdır.

BENLİK NEDİR?

- Dış dünyada başka insanlar için bir takım izlenimler oluşturuyoruz
- kişilik yargılarında bulunuyoruz
- nasıl insanlar olduklarına dair bir tahminimiz var
- yapılandırılmış genel bir kanaatimiz var
- spesifik olarak belirli insanlarla ilgili duygularımız var
- onlara nasıl davranacağımızla ilgili bir önermemiz var
- onları nasıl algıladığımızla ilgili bilişsel süreçler işliyor

BENLİK NEDİR?



Kendimizi de bir sosyal uyaran olarak düşündüğümüzde benzer süreçleri benliğimize yönelik olarak da işletiyoruz

BENLİĞİN İŞLEVİ NEDİR?

- Benlik kavramına sahip olmak ne işimize yarıyor?
- Sosyal psikolojik olguları da diğer tüm psikolojik özelliklerimiz gibi işlevsellik bağlamında değerlendirmek mümkün.
- Yani bir amaca hizmet ediyor olmalı
- Kendimizi tanımlamamız açısından önemli
- Ne yapmak istiyoruz?
- Neleri hoş/nahoş buluyoruz?
- Amaçlarımız ne?



SOSYAL KARŞILAŞTIRMA VE BENLİK BİLGİSİ

Sosyal karşılaştırma ve benlik bilgisi

Sosyal karşılaştırma kuramı (Festinger, 1954)

- İnsanlar bazen kendileri hakkındaki bilgileri, kendilerini başkalarıyla karşılaştırarak edinirler.
- Diğerleri bir referans noktası oluşturur.



- Bu karşılaştırmalar kendi durumlarını anlamalarına yardımcı olmaktadır.

(ne kadar iyi bir öğrenciyim?)

- Böylece kişi gelecekteki performansını tahmin edebilir.
- Sosyal karşılaştırma yaparken genellikle bize benzer kişileri seçeriz.

- Görüşlerimizin doğruluğunu test etmek istediğimizde

- Bize benzer başkalarıyla karşılaştırma yapmaya eğilimliyiz.

- Kişinin görüşlerine güveni artar ve kendisini onaylanmış hisseder.

- Yeteneklerimizi değerlendirmek istediğimizde bizden biraz daha yetenekli insanlarla karşılaştırma yapma eğilimindeyiz.

- Bu durum bireyi yeteneğini geliştirmek için çabaya yöneltir.

SOSYAL KARŞILAŞTIRMA YÖNÜ

- Sosyal karşılaştırma yapmak kanaatlerimizi ve yeteneklerimizi diğer insanlarınki ile karşılaştırarak **kendimizi değerlendirmemizi** sağlar.
- Sosyal karşılaştırmaların bir diğer işlevi de **benliği olumlandırmaya** katkıda bulunmasıdır.



- Aşağı doğru karşılaştırmada,
 - birey kendini daha olumlu algılar
 - benlik değeri yükselir
- Yukarı doğru karşılaştırmada,
 - onlara benzemeye çalışmak ve onlarla rekabet etmek amacı vardır.

Bazı araştırmacılar, sosyal karşılaştırmaların - yukarı veya aşağı - etkisinin bireye bağlı olduğunu öne sürüyor. Karşılaştırmanın yönü yalnızca olumlu veya olumsuz sonuçları garanti etmez.

YUKARI DOĞRU KARŞILAŞTIRMA

- Yukarıya doğru sosyal karŐılaŐtırmalarla yeni baŐarılarla doğru çabalamak için motive olabiliriz çünkü bizim gibi biri de bu baŐarılarla ulaŐmış; ancak aynı zamanda bize sürekli olarak baŐkasından aşağı seviyede olduğumuz hatırlatılabilir.
- KarŐılaŐtırma ačíktan ziyade gizli olarak yapıldığında yukarıya doğru dürtü daha güçlü olur.
- Örneğin, bir baŐıma karşılaştırma yapabildiğimde yeteneğimi/becerilerimi geliştirmek için daha motive oluyorum. Ancak bu karŐılaŐtırmaları, karŐılaŐtırılan kiŐiyle temasa geçerek Őahsen yapmak zorunda kalırsam, motivasyonum azalır.
- Birey daha aşağı/kötü olarak değerlendirilme riskiyle karşı karŐıya olmadığında yukarıya doğru dürtü daha güçlü olur.
- Örneğin, karŐılaŐtırılan kişinin bana kötü davranacağını ya da daha aşağı biri olduğumu düşünmediğinde yeteneğimi/becerilerimi geliştirmek için daha fazla motive olurum. KarŐılaŐtırılan kişi bana kötü davrandığında motivasyonum azalır.
- Birey bir özelliğe veya yeteneğe yatırım yaptığında yukarıya doğru dürtü daha güçlü olur.
- Örneğin ilgimi çeken konularda yükselme dürtüm daha güçlü oluyor. Ancak beni ilgilendirmeyen konular için yukarıya doğru çok az çabam olur.

YUKARI DOĞRU SOSYAL KARŞILAŞTIRMA

- Ancak, yukarıya doğru sosyal karşılaştırma sonrasında yeteneğimizi/becerilerimizi/fikrimizi geliştirmek için her zaman motive olmuyoruz ve yukarıya doğru sosyal karşılaştırmanın zararlı etkileri olabilir:
- Festinger (1954), karŐılaŐtırılan kişinin bizden őrstun veya çok farklı olduğu dŐŐnildiđinde, onu geçerli bir karşılaştırma (referans noktası) olarak değerlendiremeyeceğimizi őrne sőrmektedir. Daha u őrneklerde, bu bireyleri sosyal grubumuzdan bile dıŐlayabiliriz (Festinger, 1954) veya kendimizi diğerlerinden izole edebiliriz (Tesser, 1988).
- Bazen son derece őrstun olan birini seçerek kendimize engel olmayı seçebiliriz (Shepperd ve Taylor, 1999).
- Diğer insanların daha dŐŐk performans gostermeleri için çabalarını sabote edebiliriz (Pemberton ve Sedikides, 2001).
- AŞağı olduğumuzun hatırlatılması nedeniyle aŐađılık duygusu geliŐtirebiliriz, bu da depresyon gibi olumsuz duygulara yol açar (Marsh ve Parker, 1984).

AŞAĞI DOĞRU SOSYAL KARŞILAŞTIRMA

- Benlik duygumuzun ve refahımızın tehdit altında olduğu durumlarda aşağı doğru sosyal karşılaştırmalara girme olasılığımız daha yksek; bu aşağı doğru sosyal karşılaştırmalar kendimiz hakkında daha iyi hissetmemizi sağlar (Wills, 1981).Ayrıca çeşitli başka olumlu sonuçlarla da sonuçlanır (Amoroso ve Walters, 1969; Gibbons, 1986; Buunk ve Gibbons, 2007):
 1. Benlik saygısını artırmak
 2. Mutluluk gibi olumlu duyguları deneyimlemek
 3. Kaygıyı azaltmak
- Sosyal karşılaştırma kuramı, aşağı doğru sosyal karşılaştırmaların mevcut durumumuz hakkındaki hislerimizi artırması gerektiğini ve daha kötü durumda olabileceğimizi bilmenin rahatlığına sahip olabileceğimizi varsayar.

AŞAĞI DOĞRU SOSYAL KARŞILAŞTIRMA

- Ancak aŐaĐıya doğru sosyal karşılaştırmalar bizi mutsuz edebilir çünkü bize durumun her zaman kötüleŐme potansiyeli olduğu hatırlatılır veya durumun daha da ktleŐebileceĐini bilerek mutsuz olabiliriz.
- Örneğin kanser hastaları, hastalıkları daha da ilerlemiŐ olan diğer hastalarla karŐılaŐtıklarında kendilerini tehdit altında hissettiklerini bildirdiler. Bu zıt bulguların açıklaması, durumu daha kötü olan diğer hastaların, sağlıklarının bozulabileceğinin bir hatırlatıcısı olduğudur (Wood, Taylor ve Lichtman, 1985).

ASİMİLASYON VE KONTRAST

- Bireyin sosyal karşılaştırma sürecinde karşılaştırma hedefi ile arasında algıladığı bu benzerlik ve farklılık, asimilasyon ve kontrast kavramlarıyla açıklanmaktadır.
- Birey, karşılaştırma hedefinin bulunduğu konuma ulaşabileceğini düşündüğünde asimilasyon, bu konuma ulaşmayacağını düşündüğünde ise kontrast yaşamaktadır (Häfner, 2004; Mussweiler, 2001; Mussweiler, Rüter ve Epstude, 2004).
- Hatta bireyler, yalnızca diğer karşılaştırma hedefleriyle değil, kendisini zamansal süreçle karşılaştırdığında da mevcut durumuyla gelecekteki durumu arasında bir benzerlik ya da büyük bir fark görme durumuna bağlı olarak asimilasyon ya da kontrast yaşayabilmektedir (Hanko, Crusius ve Mussweiler, 2010).

ASİMİLASYON VE KONTRAST

- Smith (2000) sosyal karşılaştırmalarda asimilasyon- kontrast deneyimini ve karşılaştırma hedefini dikkate alarak, sosyal karşılaştırma sürecinde
 - yukarı doğru asimilasyon (örn. umut, ilham),
 - yukarı doğru kontrast (örn. kıskançlık, kızgınlık),
 - aşağı doğru asimilasyon (örn. acıma, korku),
 - aşağı doğru kontrast (örn. gurur, küçümseme)
- olmak üzere dört çeşit duygu kategorisi olduğunu öne sürmüştür.

ASİMİLASYON VE KONTRAST

- Yukarı doğru karşılaştırma sürecinde kontrast duygularının yaşanması ile, benlik saygısının azalması (Lewis, 2019, baskıda), psikolojik iyilik halinin azalması (Park ve Baek, 2018), yaşam doyumunun azalması ve depresyonun yükselmesi (Kang ve diğerleri, 2013) söz konusuyken,
- yukarı doğru karşılaştırmalarda asimilasyon duygularının yaşanması ise, daha iyimser olma (Buunk, Kuyper ve Van Der Zee, 2005), psikolojik iyilik halinin yükselmesi (Park ve Baek, 2018), takdir etme ve eğlenmenin artması (Lewis, 2019, baskıda), yaşam doyumunun yükselmesi (Kang ve diğerleri, 2013) ile ilişkili bulunmuştur.
- Genellikle medya ortamında sosyal karşılaştırmayı inceleyen tüm çalışmalar, çoğunlukla yukarı doğru karşılaştırmalara odaklanmıştır. Sonuç olarak hem aşağı hem de yukarı doğru karşılaştırmalar, birey üzerinde doğrudan olumlu ya da olumsuz bir etkiye yol açmamakla birlikte, birçok faktör bireyin karşılaştırma sürecindeki duygu ve davranışlarını etkilemesi olasıdır.



SOSYAL KARŞILAŞTIRMALARIN GERÇEKLEŞTİRİLME NEDENLERİ

Neden sosyal karşılaştırmalar yaparız?

Beş temel sosyal karşılaştırma motivasyonu

Kendini değerlendirme motivasyonu

- Kişisel görüş ve yeteneklerin doğru bir biçimde değerlendirilmesi güdüsü

Benliği güçlendirme motivasyonu

- Kişisel görüş ve yeteneklerin doğru bir biçimde değerlendirilmesi güdüsü
- Yukarı doğru karşılaştırmalar

Kendini geliştirme motivasyonu

- Olumlu benlik kavramını güçlendirme veya olumlu benlik kavramına sahip olma güdüsü
- Benlik ile ilişkili olumsuz bilgiyle baş etmek

Neden sosyal karşılaştırmalar yaparız?

Beş temel sosyal karşılaştırma motivasyonu

Kendini doğrulama motivasyonu

- Kendini Doğrulama Kuramı (Swan, 1987)
- Tutarlı bir benlik algısı oluşturma arzusu

İlişki kurma motivasyonu

- Bireyin kiminle bir arada olacağı ilişki kurabileceğini belirlemek amacıyla sosyal karşılaştırmalar yapmasına karşılık gelir.
- Kişiler kendilerine benzer olanları (görüşler, inançlar, deneyimler vb. açısından) tespit etmek amacıyla sosyal karşılaştırma yapar.

SOSYAL KARŞILAŞTIRMALARIN GERÇEKLEŞTİRİLME NEDENLERİ

Sosyal karşılaştırma ve iyi olma hali

Aşağı Doğru Sosyal Karşılaştırma Kuramı (Wills, 1981)

- Aşağı doğru karşılaştırmalar yapmak psikolojik iyi olmayı olumlu yönde etkiler.
- Yapılan çalışmalarda, düşük benlik değerine sahip katılımcılar, aşağı doğru karşılaştırma uyarısına maruz kaldığında olumlu duygu artışı göstermişlerdir.
- Yukarı doğru karşılaştırmalar ise olumsuz duyguyu tetiklemektedir.

Sosyal karşılaştırma ve iyi olma hali

Yukarı Doğru Asimilasyon Kuramı (Collins, 1996)

- Hem aşağı hem de yukarı doğru sosyal karşılaştırmalar iyi olma halini olumlu yönde etkileyebilir.
- Karşılaştırma hedefine benzeme beklentisi yüksek olduğunda, yukarı doğru karşılaştırmalar iyi olmayı olumlu etkiler.
- Karşılaştırma hedefine benzeme beklentisi yüksek olduğunda, aşağı doğru karşılaştırmalar iyi olmayı olumsuz yönde etkileyecektir.

BİREYSEL BİR ÖZELLİK OLARAK SOSYAL KARŞILAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİ

Bireysel farklılık olarak sosyal karşılaştırma

Olumlu benlik algısı

- Çeşitli özellikler açısından kendini diğerlerinden daha olumlu değerlendirmek (kendini üstün görme eğilimi)
- Olumlu benlik algısındaki artış depresyon, kaygı, düşmanlık eğilimi gibi olumsuz psikolojik çıktılarla negatif yönde ilişkilidir.

Sosyal karşılaştırma yönelimi

- Sosyal karşılaştırmalar yapmaya dair genel yönelim
- Psikolojik iyi olma ile ilişkisi; örneğin olumsuz beden imgesi, depresyon düzeyi, olumsuz duygular

GRUPLARARASI KARŞILAŞTIRMALAR

Grupllararası sosyal karşılaştırmalar?

- Aşağı doğru gruplararası karşılaştırmalar biz onlardan daha “iyiyiz” duygusu yaratır.
- Kendini kategorilendirme kuramına göre “biz” iyi isek ben de “iyiyim” demektir.
- Bu karşılaştırmalar bir grup üyesi olarak benlik kavramını etkiler.
- Birey kendisini bir şekilde ilişkilendirdiği kişilerin elde ettiği başarılarından haz duyar →
 - yansıyan zaferden mest olma (Cialdini ve ark., 1976)

GRUPLARARASI KARŞILAŞTIRMALAR



GRUPLARARASI KARŞILAŞTIRMALAR

- Robert Cialdini ve meslektaşları (1976), bazen iç gruplarımızın olumlu başarılarını kullanarak ve reklamını yaptığımızda iç gruplarımızın yansıyan ihtişamının tadını çıkararak öz saygımızı artırabileceğimiz fikrini incelediler.
- Deney 1, üniversite öğrencilerinin, okullarının futbol takımı galip geldikten sonra, galip gelemeyenlere göre okulu tanımlayan kıyafetler giyme eğiliminin daha yüksek olduğunu göstererek BIRG (bask in reflected glory) fenomenini ortaya koydu.
- Deney 2 ve 3, öğrencilerin we (biz) zamirini okullarının futbol takımının (yenilgisinden ziyade) galibiyetini anlatırken daha çok kullandıklarını göstererek bu etkiyi tekrarladı.
- Her üç deney de öğrencilerin, takım başarılı olduktan sonra kendilerini üniversitelerinin futbol takımıyla kamuoyu önünde daha fazla ilişkilendirmeye yönelik önemli bir eğilim sergilediğini gösterdi. Olayın çarpıcı bir yanı da şu: denekler, kaynağın başarısına hiçbir şekilde sebep olmadıkları halde, başarılı bir kaynakla olan ilişkilerini ilan etmeye çalıştılar.