



Sosyal Medyada Sergilenen Bireysel Gösterişçi Duyarlılık Eğilimleri ve Motivasyonel Faktörleri

Sema Çağlayan

Öz: Araştırmada, bireylerin sosyal medya ortamında gösterişçi duyarlılık sergileme eğilimleri ile onları bu davranışa yönlendiren temel motivasyonların belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, ilişkisel tarama modeli ve keşfedici yaklaşım kullanılarak yapılandırılmıştır. Araştırmanın evrenini Kocaeli Üniversitesi, örneklemi ise 1166 öğrenci oluşturmaktadır. Veriler çevrim içi anket ile elde edilmiş, SPSS V27 ile analiz edilmiştir. Bulgular, üniversite öğrenimi gören Z kuşağına dahil her üç kişiden birinin (%33,6), sosyal medyada gösterişçi duyarlılık davranışı sergilediğini göstermiştir. Bireyleri bu pasif davranışa yönelten motivasyonel faktörler şöyledir: “Kişiler arası kaygı ve bağımlılık algısı”, “başkalarına ne kadar duyarlı olduğunu gösterme isteği”, “takdir edilme isteği”, “itibar kaygısı”, “sosyal medyada takipçi kaybetme endişesi”, “gündemdeki sorunlar hakkında hemen paylaşım yapmaya yönelik eğilim”, “gündeme yansımış sorunlarla ilgili sosyal medyada paylaşım yapmanın kendini iyi hissettirmesi”, “gündemdeki sorunlar hakkında paylaşım yapmak zorunda hissetme”, “gündemdeki sorunlar hakkında paylaşım yapmadığında duyarsız olarak algılanma endişesi” ve “istemediği halde gündemdeki sorunlar hakkında sosyal medyada paylaşım yapmaya yönelik eğilim”. Belirlenen bu motivasyonel faktörlerin gösterişçi duyarlılık eğilimini artırdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gösterişçi Duyarlılık, Bireysel Gösterişçi Duyarlılık, Gösterişçi Duyarlılık Eğilimi, Gösterişçi Duyarlılık Motivasyonu, Sosyal Medya

Abstract: The study aims to identify individuals' tendencies to exhibit virtue signaling in social media and the key motivations driving this behavior. The study was structured using a correlational survey model and an exploratory approach. The population of the research consists of students from Kocaeli University, and the sample comprises 1,166 students. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using SPSS Version 27. The findings revealed that one in three members (33.6%) of Generation Z pursuing university education exhibits virtue signaling on social media. The motivational factors driving individuals toward this passive behavior are, respectively, as follows: “Interpersonal anxiety and perceived dependency,” “the desire to show to others how sensitive one is,” “the need for appreciation,” “concerns about reputation,” “fear of losing followers on social media,” “the tendency to immediately share content about trending issues,” “the sense of well-being derived from posting about publicly discussed problems,” “the feeling of obligation to share about current issues,” “concern about being perceived as indifferent when not posting about trending topics,” and “the tendency to share about current issues on social media despite not wanting to”. These identified motivational factors have been found to increase the tendency toward virtue signaling.

Keywords: Virtue Signaling, Individual Virtue Signaling, Virtue Signaling Tendency, Virtue Signaling Motivation, Social Media

@ Dr., semacaglayan@gmail.com

iD <https://orcid.org/0000-0002-5715-8744>

DOI: 10.12658/M0780
insan & toplum, 2025.
insanvetoplum.org

Başvuru: 11.03.2025
Revize: 30.05.2025
Kabul: 24.06.2025
Erken Baskı: 25.07.2025

Giriş

Gösteriş her çağda statü göstergelerini iletmek adına önemsenmiş olsa da bugünün toplumunda dijital ortamlarda teşhirin kolaylaşması ile yeni bir boyut kazanmış ve hızlanmıştır. Benliğin (Goffman, 2018), tüketimin (Baudrillard, 2021; Veblen, 1961) ve yaşamların (Debord, 2021) cömert bir biçimde sergilenmesiyle teşhircilik toplumuna dönüşen bu çağda (Han, 2020), ahlakın, erdemin ve duyarlılığın araçsallaştırılarak sergilenmesiyle vücut bulan gösterişçi duyarlılık (GD), insanın kendini sunma arzusunun devam ettiğinin bir göstergesidir.

Gösterişçi duyarlılık, gerçek değer ve davranışlarla tutarsız olan ve arzu edilen davranışlar ile ahlaki değerlere dair dürüst olmayan sinyallerin iletilmesini ifade eden bir yaklaşımdır (Bartholomew, 2015a, 2015b; Hamilton, 2019). Bu bakımdan, bireylerin kendilerini erdemli ve duyarlı olarak gösterebilmesi için çeşitli davranış kalıplarını ve iletişim sinyallerini kullandığı bir eğilim olarak öne çıkmaktadır. Çevrim dışı olarak da sergilenen bir davranış biçimi olmasının yanı sıra, ağırlıklı olarak dijital iletişimin bir parçasıdır ve sosyal medya ortamında sergilenmektedir (Çağlayan, 2024a). Gösterişçi duyarlılık sergileyen bireyler, yansıttıkları değerlere gerçek hayatta bağlı değildir ya da düşük düzeyde bir bağlılık göstermektedir ve kendilerini duyarlı gösterdikleri sorunların çözümüne yönelik gerçek ve anlamlı bir faaliyette bulunmamaktadır.

Erdem etiği felsefesinden ileri gelen bu yaklaşım, önceleri ahlaki değerlerin yansıtılması ile karakterize edilmiştir (Tosi & Warmke, 2016; Westra, 2021). Günümüzde daha kapsamlı olacak şekilde, özellikle sosyopolitik ve çevresel konularla ilgili sözde duyarlı davranışların sergilenmesiyle ilişkilendirilmekte; pasif ve göstermelik davranış biçimlerinin kişisel amaçlarla topluma yansıtılmasını ifade etmektedir (Çağlayan, 2024a, 2024b). Yeni medyanın imkanlarıyla dışsal olarak sergilenebilen duygusal tepkiler, içsel bir anlam ve empati oluşturmak yerine genellikle görsel bir deneyim olarak tüketilmektedir (Sontag, 2005). Bu bağlamla uyumlu olan gösterişçi duyarlılık, Meštrović'in (1999) duyguötesi toplum betimlemesinde değindiği gibi, insanların başkalarının duygularına karşı yüzeysel bir farkındalık geliştirdiği, ancak bu farkındalığın genelde samimi olmadığı; duyguların gerçek bir empati veya içsel deneyim olmaktan çok, toplumsal normları yerine getirmek için taklit edildiği görüşü ile eş değerdir. Eylem ve söylem yoluyla sergilenebilen bu yüzeysel davranış biçimi, farkındalık yaratmak için kısa süreli bir etki oluştursa da kalıcı bir değişim için harekete geçmeye gönüllü olmayan bireylerin, daha çok kişisel bir tatmin aracı haline gelmektedir.

Bireylerin sosyal ağlardaki pozisyonlarını ve etkileşimlerini güçlendirebilmesi için kullanabilecekleri bir yönelim olarak değerlendirilebilecek olan gösterişçi duyarlılığın

sosyal medyada hangi güdü ve motivasyonlarla sergilendiğini belirlemek önemlidir. Bu gerekçeden hareketle bu çalışmada bireylerin sergilediği gösterişçi duyarlılık eğiliminin keşfedici yaklaşımla belirlenmesi amaçlanmıştır; devamında bireyleri bu davranışa yönelten motivasyonel kaynakların, psikolojik faktörlerle birlikte tespit edilmesi hedeflenmiştir. Bu araştırma, görece yeni tanımlanan bir kavram olan gösterişçi duyarlılık eğilimine yönelik temel motivasyonları ortaya koyduğundan özgünlük içermekte ve önem arz etmektedir. Çalışmanın bağlamıyla uyumlu şekilde gösterişçi duyarlılık davranışının altındaki birtakım psikolojik etkenleri de değerlendiren araştırmanın bu davranışın ardındaki motivasyonları ortaya koymakla kalmayacağı; aynı zamanda gündemin, toplumsal normların ve beklentilerin bireylerin davranışlarını nasıl etkilediğine dair bir anlayışı geliştirebileceği öngörülmektedir.

Gösterişçi Duyarlılık Kavramı

Gösterişçi duyarlılık, yeni bir kavram olmasına ve genellikle sosyal medya ortamında sergilenmesine karşın, sosyal medyanın ortaya çıkmasından önce de var olan iletişim davranışlarının bir parçasıdır (Zentz, 2023). Bu eğilim, bireylerin erdemli ve duyarlı olduklarına dair sahte olabilecek sinyalleri iletmeleri ile bağdaştırılmaktadır (Bartholomew, 2015b). Bireylerin veya kurumların, gerçek hayattaki tartışmalı iyi niyet ve inançlarını, toplum tarafından duyarlı, erdemli ve sorumlu olarak algılanma amacı ve daha itibarlı görülme, alkış toplama, takdir edilme isteği gibi güdülerle, yüz yüze ya da medya araçları aracılığıyla zahmetsizce çevrelerine yansıtma eğilimini ifade etmektedir (Bartholomew, 2015b; Hamilton, 2019; Paşalı-Taşoğlu & Çağlayan, 2021, 2022; Wallace ve diğerleri, 2018). Gösterişçi duyarlılık, sergileyen taraf açısından bireysel, örgütsel ve siyasal olmak üzere üç ana kategoride tanımlanmaktadır. Bireysel GD, birtakım kişisel hedeflere ulaşmak amacıyla sergilenen sözde ahlaki ve duyarlı davranışları ifade etmektedir. Örgütsel GD, kurum ve kuruluşların toplumsal amaçlar yerine örgütsel hedeflere ulaşmak amacıyla yüzeysel bir biçimde gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk, duyarlılık ve farkındalık kampanyaları gibi çalışmalarına bir eleştiri niteliği taşımaktadır. Siyasal GD ise, siyasi hedeflere ulaşmak amacıyla politik eylem ve söylemin art niyetli olarak kullanılmasını ifade etmektedir (Battaly, 2025; Paşalı-Taşoğlu & Çağlayan, 2021, 2022). Bu eğilim, bireylerin sözde ahlaki ve etik değerlerini kamuoyuna yansıtma ve toplumsal ideallere yüzeysel bağlılıklarını ifade etmelerine imkan tanımaktadır (Shahid Hasni ve diğerleri, 2024).

Hipokrasinin bir yansıması olan gösterişçi duyarlılık, bireylerin içselleştirmedikleri etik veya toplumsal değerlerini toplumda kabul görmek, statü kazanmak ya da eleştiriden kaçınmak amacıyla sergilemeleri anlamına gelmektedir. Bu tür duyarlılık, özellikle sosyal medya platformlarında yaygın olarak gözlemlenmekte olup, bireylerin belirli konular hakkında tutkulu ve hassas olduklarını göstermeye yönelik stratejik

bir davranış biçimi olarak ortaya çıkmaktadır (Hamilton, 2019; Shatz, t.y.; Shrimley, 2019; Tosi & Warmke, 2016; Wallace ve diğerleri, 2018). Bu bağlamda, gösterişçi duyarlılık, samimi bir toplumsal sorumluluk bilincinden çok, kişisel faydalar sağlama güdüsüyle yönlendirilen bir davranış biçimi olarak öne çıkmaktadır. Bu yönüyle, genellikle olumsuz sonuçlarla ilişkilendirilen ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilen bir tutum olarak değerlendirilmektedir (Applebaum, 2021; Hill & Fanciullo, 2023). Bununla birlikte, bu kavramın gerçek davranış ve niyetlerle ilişkili olabileceğini vurgulayarak potansiyel olarak olumlu etkilerine dikkat çeken sınırlı sayıda çalışma da bulunmaktadır (Levy, 2021; Thaler, 2012).

Bireyler, toplum tarafından saygın olarak algılanmayı ve bu algıyı yönetmeyi önemseyebilirler (Emler, 2011). Aynı zamanda ne kadar duyarlı olduklarına dair sinyaller vererek itibarlarını güçlendirmek ve grup aidiyetini pekiştirmek isteyebilirler (Taiwo, 2022). Gösterişçi duyarlılık, bireyin bu arzularını gerçekleştirebilmesi için imajını kontrollü bir şekilde inşa edebileceği bir fırsat sunmaktadır. Ancak, sürdürülebilir olmayan bu davranışlar çevrim içi platformlarda cömertçe sergilenirken, çevrim dışı ortamlarda genellikle aynı karşılığı bulmamaktadır. Örneğin sosyal medyada ırksal ayrımcılığı küçümserken gerçek hayatta mülteci sorunlarını görmezden gelebilmektedirler. Tepki çekmemek adına afetzedeler için yaptıkları yardımların fotoğrafını paylaşp bir daha bu konuyla ilgilenmeyebilirler. Ya da paylaştıkları etiketler aracılığıyla adalet ve kapsayıcılık çağrısı yaparken iş yerinde sistematik bir şekilde mobbing uygulamayı sürdürebilirler. Tüm bu örnekler, gösterişçi duyarlılığın gerçek dışı bir imaj oluşturma aracı olarak nasıl işlediğini göstermektedir. Bu yönüyle gösterişçi duyarlılık, izlenim yönetimi teorisi, kendini sunma teorisi ve sosyal kimlik teorisi ile ilişkilendirilebilecek özellikler taşımaktadır.

İzlenim yönetimi teorisi, bireylerin başkaları üzerinde belirli izlenimler bırakmak amacıyla davranışlarını bilinçli şekilde düzenlediği bir süreci açıklamaktadır. Bu teori, sosyal etkileşimlerde bireylerin kendilerini nasıl sunduklarına ve başkalarını etkilemek için geliştirdikleri stratejilere odaklanmaktadır. Goffman'ın (2018) dramaturjik yaklaşımı, izlenim yönetimi teorisinin temelini oluşturarak bireylerin sosyal etkileşimlerde roller üstlendiğini ve bu rolleri belirli bir etki yaratmak için sahnelediğini öne sürmektedir. Bu çerçevede gösterişçi duyarlılık, bireylerin sosyal medyada kendilerini duyarlı ve erdemli göstermek amacıyla benimsedikleri bir izlenim yönetimi stratejisi olarak öne çıkmakta ve izlenim yönetimi teorisinin dijital çağda ahlaki imaj sunumu üzerinden nasıl yeniden üretildiğini ortaya koyan güncel bir örnek teşkil etmektedir.

Kendini sunma teorisi, bireylerin sosyal ortamlarda kendilerini nasıl gösterdiklerine odaklanmaktadır. İzlenim yönetimi teorisiyle kesişen, ancak bireyin kimlik inşasına daha fazla vurgu yapan bu teori, bireylerin iyi bir izlenim bırakmayı amaçlayan

davranışlarının ardındaki psikolojik ve bireysel nedenleri incelemektedir. Kendini sunma teorisine göre bireyler, başkalarının onayını almak, sosyal ilişkilerde daha fazla kabul ve saygı görmek amacıyla bilinçli veya bilinçsiz olarak kendilerini sunma çabasına girmektedir. Başkalarının algıları, bireylerin bu yöndeki motivasyonları üzerinde önemli bir rol oynamaktadır (Leary, 1996). Bu durum, bireyin sosyal medyada stratejik olarak duyarlı görünme çabasının, gösterişçi duyarlılıkla örtüşen davranış biçimlerini nasıl ortaya çıkardığını daha iyi anlamaya yardımcı olmaktadır.

Bireylerin sosyal etkileşimlerde kendilerini sunma biçimi, yalnızca bireysel motivasyonlarla değil, aynı zamanda grup aidiyeti ve sosyal kimlik süreçleriyle de şekillenmektedir. Sosyal kimlik teorisi, bireylerin kendilerini ait oldukları sosyal gruplar üzerinden tanımladıklarını ve bu kimliklerinin, bireylerin sosyal dünyada yer bulmalarına yardımcı olduğunu öne sürmektedir. Tajfel & Turner (2004) tarafından geliştirilen bu teori, grup üyeliği ve grup aidiyetinin bireylerin psikolojik durumlarını nasıl şekillendirdiğini araştırmaktadır. Teoriye göre, bireyler ait oldukları grubun normlarına uyarak, grup üyeliğini güçlendirmek amacıyla sosyal etkileşimlerde kendilerini grup içindeki bir üye olarak tanımlamakta ve bu tanımla, grubun önemli bir üyesi gibi görünmeye çalışmaktadır. Bu süreç, grup aidiyetini pekiştirirken, grup içindeki statüleriyle de özdeşim kurmalarına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda gösterişçi duyarlılık, bireylerin ait oldukları grubun değerleriyle örtüşen duyarlılık temsillerini sergileyerek kabul görme, statü kazanma ya da sosyal aidiyetlerini pekiştirme yönündeki motivasyonlarının dışı vurumu olarak sosyal kimlik teorisiyle örtüşmektedir.

Gösterişçi duyarlılık kavramı, Baudrillard'ın (2021) simülakr ve hipergerçeklik kavramı ile yakından ilişkilidir. Baudrillard'a (2021) göre çağdaş toplumlarda gerçeklik, artık temsillerin gölgesinde silikleşmekte; özgün olan, yerini yeniden üretilmiş ve kopyalanmış görüntülere bırakmaktadır. Bu bağlamda bireyler, yaşamadıkları ya da doğrudan maruz kalmadıkları olaylara dair duygusal tepkiler sunarak, aslında bu tepkilerin kendisini gerçekmiş gibi dolaşıma sokmaktadır. Sosyal medya, bu simülakr üretim sürecinin en yoğun yaşandığı mecralardan biri olarak bireylere duygusal temsilleri araçsallaştırma imkanı sunmaktadır. Gösterişçi duyarlılık, bu dijital düzlemde samimi bir tepki olmaktan ziyade bir performans dönüşümüdür. Bu performanslar ise hipergerçekliğin bir uzantısı olarak gerçek duyarlılık ile temsili duyarlılık arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır.

Gerçekleştirilen araştırmalar da gösterişçi duyarlılığın, özellikle narsistik kişilik özellikleri taşıyan bireylerin aktivizmle etkileşimlerinde belirgin bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Krispenz & Bertrams, 2023, 2024). Bu bakımdan gösterişçi duyarlılık, bireylerin öz çıkarlarını koruma ve toplumsal algıyı yönlendirme çabasıyla

aktivist söylem ve eylemleri stratejik bir biçimde kullanmalarına imkan tanımaktadır. Bu durumun dikkat çekici örnekleri, Amerika Birleşik Devletleri’nde 2013 yılında başlayıp 2020 yılında alevlenen Black Lives Matter hareketi sırasında yaşanmıştır. Bu hareket sırasında duyarlılık söyleminde bulunan bazı bireyler ve markalar, toplumsal adalet söylemini samimi bir duyarlılıktan ziyade olumlu toplumsal imaj inşa etmek amacıyla araçsallaştırmaları nedeniyle suçlanmış ve kamuoyunun eleştirisine maruz kalmıştır (Eriksen, 2021; Hollingsworth, 2023). Dolayısıyla slaktivizm ile de belirgin bir biçimde ilişkilendirilen gösterişçi duyarlılık, aktivizmin toplumsal amaçlarla gerçekleştirilmesinin ötesinde, onun bireysel çıkarlar doğrultusunda araçsallaştırılmasına da zemin hazırlamaktadır. Bu yönüyle klktivizm ve hashtag aktivizmi gibi kavramlarla doğrudan bağlantılı olan yüzeysel bir davranış biçimi olarak öne çıkmaktadır (Glen, 2015; Yang, 2016).

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırma deseni olarak ilişkisel tarama modeli ve keşfedici yaklaşım tercih edilmiştir. Bu iki yaklaşım bağlamında, bireylerin sosyal medya ortamında sergilediği gösterişçi duyarlılık (GD) eğilimi keşfedici bir yaklaşımla ele alınırken; bireylerin GD eğilimleri ile onları bu duyarlılığa yönlendiren motivasyonlar arasındaki ilişkiler, ilişkisel tarama modeli ile değerlendirilmiştir. Veri toplama tekniği olarak anket formu kullanılmış, elde edilen veriler istatistiksel analizlerle değerlendirilmiştir.

Bireylerin ne zaman gerçekten samimi olup ne zaman GD sergilediklerini tam anlamıyla belirleyebilmek oldukça zordur. Fakat gerçek hayattaki tutum ve davranışları ile sosyal medya ortamında sergiledikleri davranışların tutarlılığına bakılarak bir çıkarım yapmak mümkün olabilir. Bu doğrultuda araştırmada, bireylerin sergilediği GD eğilimleri, Türkiye’de sıklıkla gündeme gelen üç toplumsal konu dahilinde sosyal medya ortamında gerçekleştirdikleri paylaşımlar ve gerçek hayattaki davranışları karşılaştırılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Bu konular “çocuklara yönelik şiddet ve istismar”, “kadına yönelik şiddet ve istismar” ile “çevresel sorunlar ve iklim değişikliği”dir.

Araştırmanın Soruları

Çalışmada GD eğilimi psikososyal dinamikler bağlamında araştırılmakta; bu dinamiklerin GD ile ilişkisini açıklığa kavuşturmayı sağlayacak bağlantılı bir dizi soruya yanıt aranmaktadır:

AS₁: Bireylerin sosyal medyada GD sergileme eğilimi nedir?

AS₂: Bireyleri sosyal medyada GD sergilemeye yönlendiren temel motivasyonlar nelerdir?

AS₃: Kişiler arası ilişkilerde algılanan kaygı ve bağımlılık düzeyi ile sosyal medyada GD sergileme eğilimi arasında bir ilişki var mıdır?

AS₄: Sosyal öz güven eksikliği ile sosyal medyada GD sergileme eğilimi arasında bir ilişki var mıdır?

Bu sorular, sosyal faktörlere ek olarak GD eğiliminin altındaki psikolojik faktörleri anlayabilmeyi amaçlamakta ve sosyal medya üzerinden sergilenen duyarlılığın ardındaki motivasyonları daha iyi çözümleyebilmeyi hedeflemektedir. Kişiler arası kaygı, bireyin başkaları tarafından nasıl algılandığına dair duyduğu endişedir. Bu kaygıyı yüksek düzeyde yaşayan bireyler, sosyal kabul görme ve dışlanmaktan kaçınma konusunda daha hassastır (Alden & Taylor, 2004; Ginat-Frolich ve diğerleri, 2024). GD eğiliminin dinamikleri ile uyuşan bu faktörün GD davranışları üzerindeki etkisini belirlemek, bireylerin sosyal onay arayışlarının, dijital platformlarda GD sergileme biçimlerini nasıl şekillendirdiğini anlamak açısından önemlidir. Kişiler arası kaygının, bireyleri hangi konularda GD sergilemeye yönlendirdiğini incelemek, bu davranışın altında yatan psikososyal motivasyonları daha iyi açıklamaya yardımcı olabilir.

Evren, Örneklem ve Veri Toplama Süreci

Bu araştırma, gösterişçi duyarlılık eğilimini, dijital çağın yerli kullanıcıları olan Z kuşağının sosyal medya pratikleri çerçevesinde anlamaya yönelik olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın evrenini, 58,064 toplam öğrenci sayısına sahip Kocaeli Üniversitesi'nde öğrenim gören 18-24 yaş arası öğrenciler oluşturmaktadır (Kocaeli Üniversitesi, 2025). Z kuşağına dahil bireylerden oluşan bu evren içerisinde %99 güven aralığında ve 0,05 hata payı ile yeterli temsiliyete sahip 1166 katılımcı örneklem dahil edilmiştir (Gill ve diğerleri, 2010).

2000 yılı ve sonrasında doğanları ifade eden Z kuşağı, dijital dünyada doğup büyüyen ilk nesil olarak, teknolojiyle iç içe bir yaşam sürmektedir. Bu kuşak, bilgiye anında erişme, çoklu görev yapabilme ve dijital platformlarda hızlı etkileşim kurma konusunda oldukça yetkindir. Sosyal medyayı yaygın olarak kullanan bu kuşak için etkileşimli dijital platformlar sadece bir iletişim ve sosyalleşme aracı değil (Özdemir Süzer, 2024), aynı zamanda kimlik inşası (Çankal, 2024), toplumsal sorunlarda aktivist duruş sergileme ve bireysel ifadeyi güçlendirme alanıdır (Köse, 2020). Geleneksel medya yerine dijital içeriklere yönelen bu nesil, haberleri sosyal medyadan takip etmekte, eğlenceyi çevrim içi platformlardan tüketmekte ve öğrenme süreçlerini

interaktif uygulamalar aracılığıyla desteklemektedir. Ayrıca, çevrim içi dünyada sosyal ve kültürel konulara duyarlılıklarını gösterirken, aynı zamanda içerik üreticisi olarak da aktif bir rol üstlenmektedirler (Karataş & Karakoç, 2024). Z kuşağı, dijital ortamda sosyal kimlik ve benlik sunumu süreçlerini yoğun olarak deneyimleyen bir nesildir. Sosyal medya platformları, bu kuşağın kendini ifade etme ve sosyal kabul görme ihtiyacını karşılamak için stratejik benlik yönetimi araçları olarak işlev görmektedir (Balcı & Yeles Karaman, 2020; Hollenbaugh, 2021). Bu bağlamda, toplumsal ve etik değerlerin içselleştirilmesinden ziyade prestij elde etmeye yönelik stratejik bir davranış biçimi olan gösterişçi duyarlılık (Hamilton, 2019; Shatz, t.y.) Z kuşağının dijital benlik sunumunda da gözlemlenebilen bir davranış biçimi olarak ortaya çıkabilir. Bu bakımdan gösterişçi duyarlılık, Z kuşağı bağlamında incelenmesi gereken özgün ve önemli bir araştırma konusu olarak ortaya çıkmaktadır.

Veriler, 4-19 Aralık 2024 tarihleri arasında, Kocaeli Üniversitesi öğrencileri arasından çevrim içi anket uygulanarak elde edilmiştir. Gönüllülük beyanı alınarak uygulanan anket, WhatsApp gruplarında ve sosyal medya topluluklarında Google Forms ile oluşturulan anket linki paylaşarak ya da yüz yüze QR kod okutulularak uygulanmıştır. Her ankete, çalışmanın amacını açıklayan bir ön yazı eklenmiş ve kişisel bilgilerin gizli tutulup verilerin sadece yayın amacıyla kullanılacağı güvencesi verilmiştir. Ankete katılım için tek koşul, en az bir sosyal medya platformunu aktif olarak kullanmaktır. Örneklemeye ulaşmada başka bir kısıtlama uygulanmamıştır.

Veri toplama süreci sonunda 1220 kişiden geçerli yanıt alınmış; yaşları 18'den küçük ve 24'ten büyük olduğu için evreni temsil etme gücü olmayan 54 katılımcıdan alınan yanıtlar istatistiksel analizlere dahil edilmemiştir.

Veri Toplama Araçları ve Ölçüm

Anket, 6 bölümden ve toplamda 69 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, çocuklara yönelik şiddet ve istismar konusunda sosyal medyada sergilenen GD eğilimini belirlemeye yönelik sorular; üçüncü bölümde kadına yönelik şiddet ve istismar konusunda sosyal medyada sergilenen GD eğilimini belirlemeye yönelik sorular; dördüncü bölümde çevresel sorunlara yönelik sosyal medyada sergilenen GD eğilimini belirlemeye yönelik sorular; beşinci bölümde GD motivasyonunu belirlemeye yönelik sorular; altıncı bölümde ise kişiler arası ilişkilerde algılanan kaygı ve bağımlılık düzeyinin belirlenmesi ile sosyal öz güven eksikliği düzeyinin belirlenmesine yönelik sorular bulunmaktadır.

Gösterişçi Duyarlılık Eğiliminin Belirlenmesi: Katılımcıların GD eğilimlerini tespit edebilmek amacıyla (AS_1), bu çalışma kapsamında araştırmacı tarafından geliştirilmiş, üç bölümden ve 36 sorudan oluşan yapılandırılmış bir soru formu

uygulanmıştır. Bu form, bir ölçme aracı ya da ölçek olmayıp, katılımcıların ilgili toplumsal sorunlara ilişkin söylem-davranış tutarlılıklarını tespit ederek gösterişçi duyarlılık eğilimlerini belirlemeye yönelik hazırlanmıştır. İlgili bölümlerde öncelikle, çocuklara ve kadına yönelik şiddet ve istismarı önlemeye ve çevresel sorunları azaltmaya yönelik bugüne kadar hangi somut çabalara giriştiklerini ve bu konularla ilgili hangi kanun ve yönetmelikleri incelediklerini belirtmeleri istenmiştir (Örneğin: *Kadına yönelik şiddet ve istismarı önlemek için daha önce somut bir faaliyette bulundunuz mu? / Aşağıdaki kanun ve yönetmeliklerden hangilerini incelediniz?*). Devamında, son bir yıl içinde Türkiye’de, çocuklara ve kadına yönelik şiddet ve istismar ile çevresel sorunlar hakkında yayımlanan haberlerle karşılaşp karşılaşmadıkları ve bu haberler hakkında sosyal medya hesaplarında paylaşım yapıp yapmadıkları sorulmuştur. Bu kapsamda, ilgili sorunlara çözüm bulmaya yönelik herhangi bir somut çaba göstermemiş ancak sosyal medya ortamında bu konularda duyarlı paylaşımlarda bulunmuş bireyler, gösterişçi duyarlılık eğiliminde bulunan katılımcılar olarak kabul edilmiştir. Formda yer alan üç bölümdeki toplam 36 sorunun birlikte değerlendirilmesiyle, hangi bireylerin söz konusu toplumsal sorunlara yönelik gerçek bir ilgi ve sorumluluk duygusuna sahip olduğu, hangilerinin ise GD eğiliminde bulunduğu tespit edilmiştir.

Gösterişçi Duyarlılık Motivasyonunun Belirlenmesi: Önceki araştırmalar, GD eğiliminin, iyi bir insan olduğunu topluma kanıtlama arzusu, itibar ve saygınlık kazanma ile takdir edilme isteği, iyi hissetmek, toplumdan dışlanmamak ve takipçi kaybetmemek gibi güdülerle sergilenebileceğini belirtmektedir (Hamilton, 2019; Shatz, t.y.; Shrimley, 2019; Tosi & Warmke, 2016; Wallace ve diğerleri, 2018). Bu doğrultuda, araştırmanın ikinci sorusu (AS₂) kapsamında, bireylerin GD davranışına yönelmesinde etkili olabilecek motivasyonları belirlemek amacıyla, literatürde öne çıkan bulgulardan yararlanılarak 12 maddelik bir soru seti hazırlanmış ve anket formuna dahil edilmiştir (Örneğin: *Gündeme yansımış sorunlar hakkında sosyal medya hesabında paylaşım yapmak zorunda hissediyorum / Gündeme yansımış sorunlar hakkında herkes paylaşım yaparken ben yapmazsam, duyarsız olarak algılanacağımı düşünüyorum*). Söz konusu madde grubu, nicel bir ölçme aracı ya da ölçek olarak kurgulanmamış; bunun yerine, her bir madde tekil düzeyde analiz edilmiştir. Bu maddeler, GD eğilimini daha iyi anlamının yanı sıra, bu davranışın altında yatan durumsal faktörleri belirlemeye de yardımcı olmuştur. Ayrıca, çalışmada odaklanılan üç temel toplumsal sorun bağlamında sergilenen GD eğilimlerinin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanan diğer anket bölümlerinde de benzer içerikte sorular yöneltilerek bireyleri ilgili konularda sosyal medyada GD davranışı sergilemeye iten faktörlerin daha detaylı bir biçimde belirlenmesi sağlanmıştır.

Kişiler Arası Kaygı ve Bağımlılık Düzeyi ile Sosyal Öz Güven Düzeyinin Ölçülmesi: AS₃ ve AS₄’e yanıt bulmak ve bireyleri gösterişçi duyarlılığa yönlendiren

motivasyonunun altında yatan bireysel faktörleri anlayabilmek için, Boyce & Parker (1989) tarafından geliştirilen Kişiler arası Duyarlılık Ölçeği kullanılmıştır. İlgili ölçeğin Türkçe uyarlaması Doğan & Sapmaz (2012) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek 5'li Likert tipindedir (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum). Bu araştırma için ilgili ölçeğin 16 sorudan oluşan “Kişiler arası Kaygı ve Bağımlılık Boyutu” (Cronbach's $\alpha=0,904$) ile 7 sorudan oluşan “Sosyal Öz Güven Eksikliği Boyutu” (Cronbach's $\alpha=0,768$) kullanılmıştır. Bu sayede, bireylerin, başkalarının kendileri hakkındaki görüşlerini, duygularını ve davranışlarını ne kadar önemsediklerinin, bu davranışlara karşı ne kadar duyarlı olduklarının ve sosyal öz güven seviyelerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir.

Verilerin Analizi

Veriler, SPSS V27 ile analiz edilmiştir. Demografik özelliklerin analizinde tanımlayıcı istatistikler kullanılmış; demografik özellikler ile gösterişçi duyarlılık eğilimleri arasındaki ilişki Ki-kare Testi ve Bağımsız Örneklem T-Testi ile analiz edilmiştir. Belirlenen motivasyonel faktörler, kişiler arası kaygı ve bağımlılık düzeyleri ile sosyal öz güven eksikliği düzeylerinin GD eğilimi ile arasındaki ilişki, Binary Lojistik Regresyon analizi ile test edilmiştir.

Araştırmanın Kısıtlılıkları

Örneklemin 18-24 yaş arası, üniversite öğrenimi gören Z kuşağına dahil bireylerden oluşması, araştırmanın en önemli kısıtlılığıdır. Araştırmada katılımcılar, sosyal istenirlik eğiliminde bulunmuş olabilir. Bu riski azaltabilmek için araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayandırılmış, katılımcıların kimlik bilgileri istenmemiş, karmaşık ya da yanlış yorumlanabilecek sorular yerine açık ve anlaşılır ifadeler kullanılmıştır.

Bulgular

Katılımcıların %77,7'si kadın ($n=906$), %22,3'ü erkektir ($n=260$). Yaş ortalamaları $20,5 \pm 1,53$ olarak belirlenmiştir. Katılımcıların kişiler arası kaygı ve bağımlılık düzeyleri ortalamasının altında ($M=2,87$, $SD=0,75$), sosyal öz güven eksikliği düzeyleri düşük seviyededir ($M=1,96$, $SD=0,56$). Gerçek hayatta somut bir eylem gerçekleştirmediğini belirtmiş olmasına rağmen çocuklara yönelik şiddet ve istismar, kadına yönelik şiddet ve istismar ya da çevresel konulardan en az biri bağlamında sosyal medyada paylaşımlarda bulunarak GD sergileyen katılımcı oranı %33,6 ($n=392$) olarak belirlenmiştir. Bu bulguya göre, Kocaeli Üniversitesi'nde öğrenim gören Z kuşağı bireylerinin yaklaşık üçte birinin sosyal medya ortamında gösterişçi duyarlılık davranışı sergilediği söylenebilir. Bulgular, benzer sosyodemografik özelliklere sahip üniversite öğrencileri açısından da anlamlı ipuçları sunmaktadır. Ancak, veriler

yalnızca bir üniversiteyle sınırlı olduğundan, sonuçların tüm Türkiye’deki Z kuşağı bireylerine genellenmesi metodolojik sınırlılıklar taşımaktadır.

Gösterişçi Duyarlılık Eğilimine Dair Bulgular

Tablo 1, konulara ve demografik değişkenlere göre katılımcıların GD davranışı sergileme oranlarını sunmaktadır. En yüksek GD oranının, çocuklara yönelik şiddet ve istismar (%26,9) ile kadına yönelik şiddet ve istismar konularında olduğu (%19,2) gözlemlenmişken, çevresel konularda sergilenen GD oranının %4,2 ile belirgin bir şekilde daha düşük olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların cinsiyeti ile her üç konu bağlamında GD davranışı sergileme eğilimleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Bu durum, sosyal medyada duyarlı görünme çabasının kadınlarda ve erkeklerde benzer olduğunu göstermektedir.

Tablo 1

Demografik Değişkenler ile GD Sergileme Eğilimi Arasındaki İlişki

	Çocuklara yönelik şiddet ve istismar konularında GD sergileme eğilimi			Kadına yönelik şiddet ve istismar konularında GD sergileme eğilimi			Çevresel konularda GD sergileme eğilimi		
	%	X ²	p	%	X ²	p	%	X ²	p
Cinsiyet									
Kadın	21,9	3,50	,061	15,6	2,01	,156	3,7	2,98	,084
Erkek	5			3,6			0,5		
Çocuk yaşta istismara uğrama durumu									
Evet	2,5	0,17	,678	1,6	0,59	,441	0,4	,007	,935
Hayır	24,4			17,6			3,8		
Çocuk yaşta şiddet görme durumu									
Evet	3,9	2,19	,139	2,9	0,96	,327	1,1	2,95	,085
Hayır	22,9			16,3			3,1		
Kadına yönelik şiddet ve istismara maruz kalma durumu									
Evet	3,1	0,78	,376	1,6	0,89	,343	0,5	0,23	,630
Hayır	23,8			17,6			3,7		
Toplam	%26,9, n=313			%19,2, n=224			%4,2, n=49		

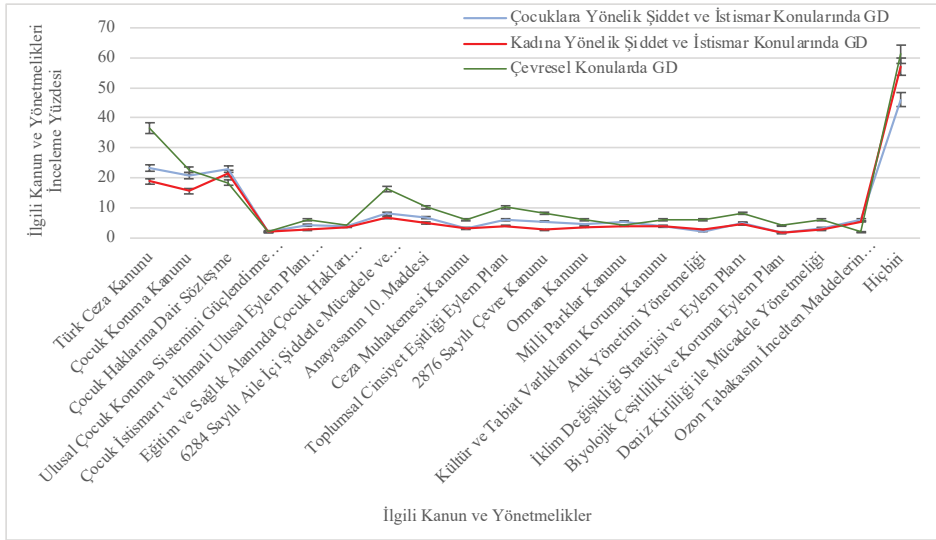
Üç farklı konu bağlamında GD eğilimini belirleyebilmek için katılımcılara ilk olarak “Çocuklara yönelik şiddet ve istismarı önlemek için daha önce somut bir faaliyette bulundunuz mu?” sorusu yöneltilmiştir. Çocuklara yönelik şiddet ve

istismar konularında GD sergileyen katılımcıların tamamı, sosyal medyada bu konuda paylaşımlar yapmış olmalarına rağmen, sorunun çözümüne dair gerçek bir davranışta bulunmadığını beyan etmiştir. Seçeneklerde sunulan somut faaliyetlere dair örnekler şunlardır: Change.org platformundaki imza kampanyalarına katılmak; ilgili vakıf ve derneklerde gönüllü çalışmalarda bulunmak; aile içi şiddet ve çocuk istismarıyla mücadele eden programlara destek vermek; çocuk hakları, istismar belirtileri ve koruyucu önlemler hakkında bilgi edinmek; bu konu hakkında düzenlenmiş seminerler, atölye çalışmaları veya eğitimlere katılmak; çocuklara kendi bedenlerini koruma hakkı, güvenli sınırlar ve tehlikeler hakkında bilgi vermek; çocuk koruma yasalarını takip ederek gerekli durumlarda değişiklik yapılması için savunuculuk yapmak; şüpheli durumlarda polis ve/veya sosyal hizmetlerle iş birliği yaparak şiddet ve istismarı önlemeye destek olmak; çocuk istismarını normalleştiren veya göz yuman toplumsal normlarla mücadele etmek için eğitim ve farkındalık çalışmalarına katılmak. Öte yandan, katılımcıların %2,5'inin ($n=29$) çocukluk döneminde istismara uğramış olmasına; %3,9'unun ($n=46$) ise çocuk yaşta şiddet görmüş olmasına rağmen çocuklara yönelik şiddet ve istismar konusunda gösterişçi duyarlılık sergilemiş olması, dikkate değer bir bulgudur. Şiddete ve istismara uğramış olmanın bu konudaki GD eğilimi üzerindeki etkisi anlamlı olmasa da ($p>0,05$) bu gruptaki kişilerin neden GD eğilimine sahip olduğunu anlamak önemlidir. Bu bulguyu değerlendirirken dikkat edilmesi gereken nokta, anket formunda, bu kişilerin gerçek hayatta şiddet ve istismarı durdurmaya yönelik herhangi bir faaliyette bulunmadıklarını belirtmiş olmalarıdır. Bu sonuç, çocukluk dönemi travmalarının, bireylerin sosyal medya üzerinden duyarlı görünme çabalarını etkileyebileceğini düşündürmektedir. Ancak, bu konuda daha kapsamlı yorumlamaların yapılabilmesi için bu bulgunun farklı araştırmalarla derinlemesine incelenmesi gerekmektedir.

GD eğiliminin belirlenebilmesi için katılımcılara ikinci olarak “Kadına yönelik şiddet ve istismarı önlemek için daha önce somut bir faaliyette bulundunuz mu?” sorusu yöneltilmiştir. Kadına yönelik şiddet ve istismar konusunda GD eğilimi sergileyen katılımcıların tamamı, sosyal medyada bu konuda paylaşımlar yapmış olmalarına rağmen, gerçek hayatta kadınların yaşadığı şiddet sorunlarının çözümü için bir faaliyette bulunmadığını beyan etmiştir. Seçeneklerde sunulan somut faaliyetlere dair örnekler şunlardır: Kadına yönelik şiddet hakkında düzenlenen seminer, atölye çalışmaları ve eğitimler gibi etkinliklere katılmak; Change.org platformundaki imza kampanyalarına katılmak; kadına yönelik şiddet ve istismarın sonuçları hakkında bilgi edinip yakın çevrelerini bilgilendirmek; kadına yönelik şiddetle mücadele eden sivil toplum kuruluşlarıyla gönüllü iş birliği yaparak farkındalık artırıcı kampanyalara destek olmak; kadınların ve mağdurların yasal hakları hakkında bilgi sahibi olup, gerektiğinde bu hakları savunmak gibi aktif vatandaşlık davranışında bulunmak;

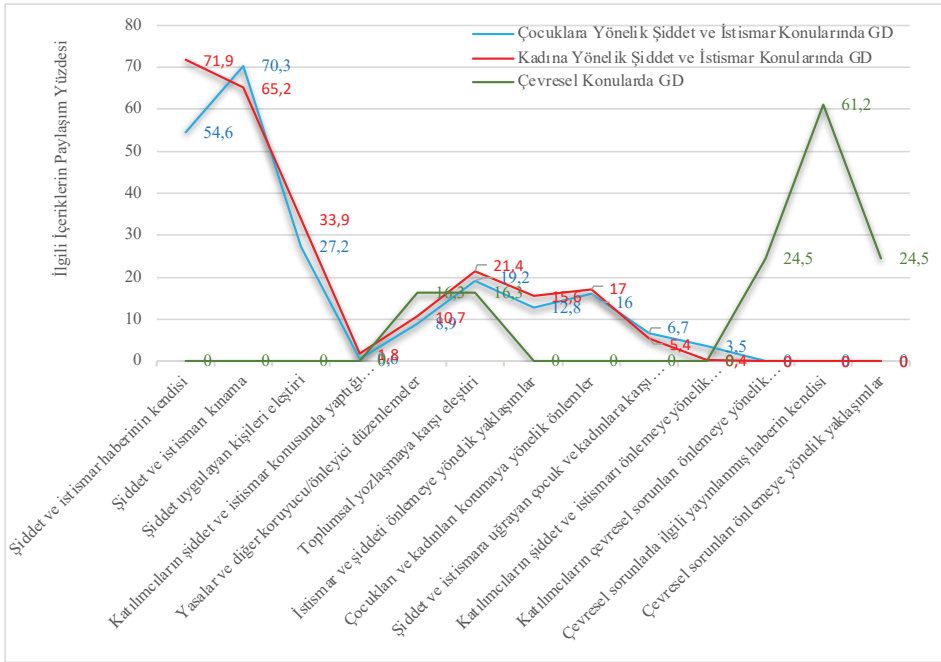
cinsiyet eşitliği ve sağlıklı ilişkiler konusunda eğitimlerin düzenlenmesinde aktif rol almak; cinsiyet eşitliği ve sağlıklı ilişkiler konusunda kitaplar-makaleler okumak, seminerlere katılmak; KADES gibi uygulamalar kullanarak acil durumlarda nasıl yardım alınabileceğini öğrenmek; şiddet mağdurlarına manevi destekte bulunmak; kadına yönelik şiddete karşı düzenlenen yürüyüş ve etkinliklere katılmak. Katılımcılara sunulan “diğer” seçeneği ile bu konunun çözümüne yönelik farklı bir davranışta bulunup bulunmadıklarının yanıtını vermeleri istenmiş, fakat GD eğilimi sergileyen katılımcıların hiçbirinden yanıt alınamamıştır. Katılımcıların %1,6’sının ($n=19$) kadına yönelik şiddet ve istismarı daha önce deneyimlemiş olmasına karşın, bu konuda sosyal medyada GD sergilediği belirlenmiştir. Bu oran, şiddet görmüş olan kadınlarla diğer kadınlar arasında anlamlı olmasa da ($p=0,343$), şiddet ve istismara uğramış kadınların, gerçek hayatta eyleme geçmeyip bu konuda sosyal medya üzerinden pasif davranışlar sergilemesi düşündürücüdür. Bu bulguyu kayda değer kılan durum, katılımcılara yöneltilen ankette sunulan seçenekler arasında “KADES gibi uygulamalar kullanarak acil durumlarda nasıl yardım alınabileceğini öğrendim ve yakın çevreme öğrettim”, “Şiddet mağdurlarına manevi destekte bulundum” gibi görece daha pasif ama anlamlı davranışlarda dahi bulunmadıklarını bildirmiş olmalarıdır. Bu bulgu, şiddet mağdurlarının sosyal medya üzerinden duyarlı görünme çabasının gerçek hayatta karşılık bulmadığını göstermektedir.

Çevresel konularda sosyal medyada GD eğilimi sergileyen katılımcıların hiçbirisi, gerçek hayatta çevreyi korumaya yönelik bireysel veya örgütsel davranışlarda bulunmadığını beyan etmiştir. Seçeneklerde sunulan somut faaliyetlere dair örnekler şunlardır: Change.org platformundaki imza kampanyalarına katılmak; cam, plastik, kağıt gibi malzemelerin geri dönüştürülmesine destek olmak; elektronik aletleri kullanmadığında kapatmak, enerji tasarruflu ampuller kullanmak ve enerji verimli cihazları tercih etmek; su kullanımını azaltmak için kısa duşlar almak, su sızdıran muslukları tamir ettirmek, gereksiz yere suyu açmayarak su tasarrufunda bulunmak; yerel parklar ve yeşil alanları artırmak için yerel topluluklarla iş birliği yapmak; ağaç dikmek; sürdürülebilir çevre dostu ürünleri tercih etmek; araç kullanımını azaltmak için toplu taşıma araçlarını tercih etmek veya bisiklet kullanmak; çevre sorunları hakkında bilgi edinmek ve bu bilgileri başkalarıyla paylaşarak toplumsal farkındalığı artırmaya çalışmak; çevre koruma projelerinde veya sivil toplum kuruluşlarında gönüllü olmak; çevre dostu politikaların ve uygulamaların desteklenmesi için yerel yönetimlere destek olmak.



Şekil 1. GD Sergileyen Katılımcıların Çocuklara ve Kadınlara Yönelik Şiddet ve İstismar ile Çevrenin Korunmasına İlişkin Kanun ve Yönetmelikleri İnceleme Oranı

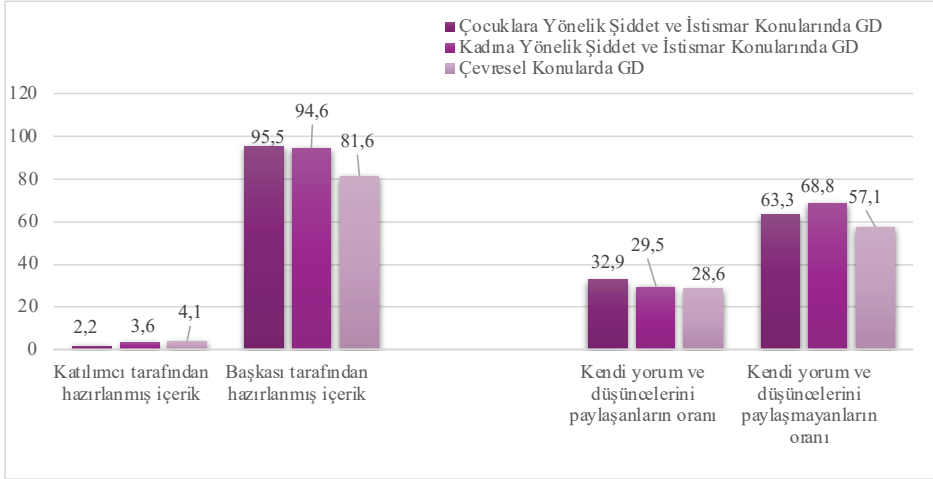
Katılımcıların sosyal medyada paylaştıkları duyarlı içeriklerin gerçek duygu ve niyetlerini yansıtmadığını; dolayısıyla bu paylaşımların gösterişçi duyarlılık eğilimiyle mi sergilendiğini ortaya koymak oldukça güç olsa da bu araştırmada, bireylerin duyarlı paylaşımları ile gerçek hayattaki eylemlerinin tutarlılığına bakılarak GD eğilimini belirlemeye yönelik bir yaklaşım sergilenerek çıkarımda bulunulmuştur. Bu tespitin geçerliliğini artırmak ve bulguları pekiştirmek için, GD sergilediği tespit edilen bireylerin, ilgili konulara dair gerçek bir ilgi ve farkındalığa sahip olup olmadıklarını daha iyi anlayabilmek adına bazı kanun ve yönetmelikleri inceleyip incelemedikleri sorulmuştur. Şekil 1 incelendiğinde, GD eğiliminde bulunan katılımcılarda bu oranın oldukça düşük olduğu görülmektedir. Çocuklara yönelik şiddet ve istismar konusunda GD sergileyen katılımcıların %46'sının; kadına yönelik şiddet ve istismar konusunda GD sergileyen katılımcıların %57,1'inin, çevresel konularda GD sergileyen katılımcıların %61,2'sinin ilgili hiçbir kanun ve yönetmeliği incelemeyişi belirlenmiştir. Bu sonuç, GD eğilimi gösteren katılımcıların bu konulara ilişkin gerçek hayatta somut bir ilgi ve bilinç düzeyine ulaşmış olmadıklarının değerlendirilmesini gerektirmektedir.



Şekil 2. GD Konulu Sosyal Medya Paylaşımlarının İçeriği

Şekil 2, katılımcıların GD eğilimiyle yaptığı paylaşımların hangi içeriklere sahip olduğunu göstermektedir. Buna göre, GD sergileyen tüm katılımcıların paylaşımlarındaki en yoğun içeriğin, “çocuklara ve kadına yönelik şiddet ve çevresel sorunlar hakkında gündem olan haberin kendisi” ile “şiddet ve istismarı kınama” olduğu görülmektedir. Bu paylaşımları, “şiddet uygulayanlara ve toplumsal yozlaşmaya karşı eleştiri” içerikli paylaşımlar takip etmektedir. En yoğun paylaşılan bu dört içeriğin pasif bir serzeniş içerdiği, buna rağmen “istismar ve şiddet önlemeye yönelik yaklaşımlar ile çocukları ve kadınları korumaya yönelik önlemler” gibi daha öğretici ve faydalı içeriklerin daha az paylaşıldığı dikkati çekmektedir. Çevresel konularda GD sergileyenlerin paylaşımlarında öne çıkan içerikler, benzer şekilde, “ilgili haberin kendisi” ve “çevresel sorunları önlemeye yönelik gerçekleştirdikleri faaliyetler”dir. Katılımcıların %24,5’inin gerçek hayatta çevresel sorunların önlenmesine yönelik hiçbir faaliyette bulunmadıklarını belirtip sosyal medyada “bu konuda gerçekleştirdikleri faaliyetler” hakkında paylaşım yaptıklarını belirtmesi ise bulgularda tezatlık oluşturmaktadır. Bu bulgu, davranış ile sunulan imaj arasındaki tutarsızlığı göstermekte ve gösterişçi duyarlılığın belirgin bir örneğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, diğerlerinden farklı olarak çevresel konularda GD sergileyenler, çevresel sorunları önlemeye yönelik yaklaşımlar hakkında görece daha fazla içerik

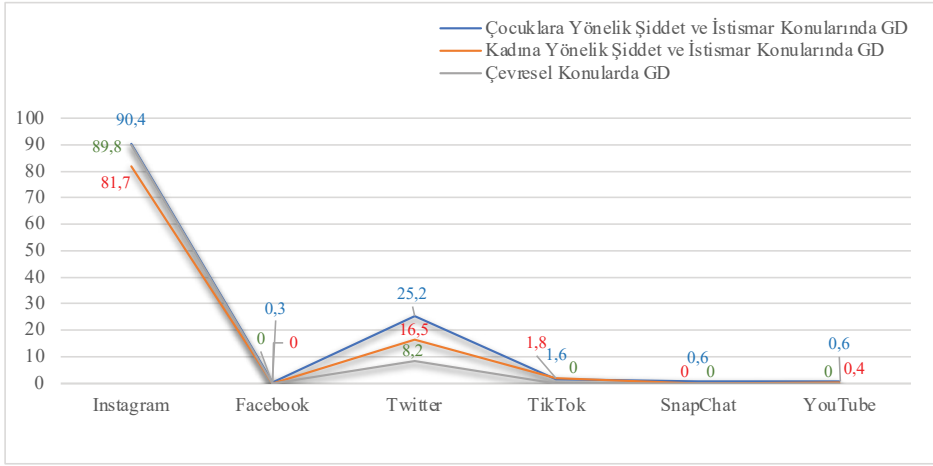
paylaşmıştır (%24,5). Bu sonuçlar, gösterişçi duyarlılık davranışı ile oldukça uyumlu bir bulgu sunmuştur. Bu noktada, bireylerin sosyal medyada kimliklerini etik ve duyarlı olarak sunmasına rağmen bu sunumun gerçek dünyadaki davranışlarla ne kadar örtüştüğünü sorgulamak gerekmektedir.



Şekil 3. Gösterişçi Duyarlılık İçerikli Paylaşımların Üretim ve Paylaşım Dinamikleri

Elde edilen bu bulguyu desteklemek amacıyla katılımcılara, paylaştıkları içeriğin kendilerine mi ait olduğu yoksa başkası tarafından mı hazırlandığı sorulmuş; başkasına ait içerikse, paylaşımına kendi yorumlarını ekleyip eklemedikleri öğrenilmiştir. Şekil 3 incelendiğinde, GD sergileyen katılımcıların tamamına yakınının başkası tarafından hazırlanan bir içeriği paylaştığı ve yarısından fazlasının bu paylaşımına kendi yorum ve düşüncelerini katmadığı görülmektedir. Bu bulgular, gösterişçi duyarlılığın edilgen doğasıyla örtüşmektedir.

Şekil 4'e göre, GD eğilimli paylaşımların en yoğun sergilendiği sosyal medya platformunun Instagram olduğu gözlemlenmektedir. İkinci sırada ise Twitter yer almaktadır. Bu bulgu, söz konusu platformların özellikle Z kuşağı arasında yüksek bir popülariteye sahip olduğunu ve bu durumun, tercih edilmelerinin belirleyici bir faktörü oluşturduğunu düşündürmektedir. Instagram'ın görsel odaklı yapısı ve hızlı etkileşim imkanları, Z kuşağının dijital medya kullanım tercihlerine hitap etmekte ve sosyal medya etkileşimlerinde daha fazla görünürlük arayan bireyler için cazip bir alan sunmaktadır. Bu bakımdan GD davranışlarının sergilenmesi için de uygun bir zemin sunmaktadır.



Şekil 4. GD Eğilimli Paylaşımların Sergilendiği Sosyal Medya Platformları

Gösterişçi Duyarlılık Motivasyonuna Dair Bulgular

Araştırmada öncelikle, katılımcıların gündemdeki haberlerle ilgili paylaşım yapıp yapmadıkları ve gerçek hayatta bu sorunlar hakkında çözüme yönelik bir faaliyette bulunup bulunmadıkları sorularak GD eğilimleri belirlenmişti. Bu aşamada ise, katılımcıları gündemdeki sorunlar hakkında sosyal medyada paylaşım yapmaya yönelten faktörler ve motivasyonlar tespit edilmiştir. Elde edilen veriler, iki farklı şekilde değerlendirilmiştir. İlk olarak GD eğilimi gösterenlerin gündemdeki sorunlar hakkında neden sosyal medyada paylaşım yaptıkları tanımlayıcı istatistikler ile belirlenmiş ve bu nedenlerin GD eğilimi üzerindeki etkisi lojistik regresyon analizi ile test edilerek Tablo 2’de sunulmuştur. İkinci olarak, gündemdeki sorunlar hakkında sosyal medyada duyarlı paylaşım yapma yönündeki motivasyonları tanımlayıcı istatistikler ve parametrik testler ile belirlenerek bu motivasyonların GD eğilimi üzerindeki etkisi, lojistik regresyon analizi ile test edilmiş ve Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 2

Bireyleri Gündemdeki Sorunlar Hakkında Paylaşım Yapmaya Yonelten Nedensel Faktörlerin GD Eğilimi Üzerindeki Etkisi

Değişkenler	GD Eğilimi*	%	B	SE	Wald	P**	Exp(B)
Adalet arayışı	GD(1)	57,9	-0,938	0,135	48,145	,001	0,392
	GD(2)	76,3	-1,572	0,171	84,770	,001	0,208
	GD(3)	-	-	-	-	-	-
Bu konudaki duyarlılığımı göstermek	GD(1)	55,6	-1,162	0,137	72,092	,001	0,239
	GD(2)	52,2	-1,124	0,153	54,023	,001	0,325
	GD(3)	26,5	-0,845	0,335	6,352	,012	0,430
Farkındalık yaratma arzusu	GD(1)	54,3	-0,986	0,136	52,928	,001	0,373
	GD(2)	48,7	-0,817	0,152	29,061	,001	0,442
	GD(3)	61,2	-1,620	0,301	28,860	,001	0,198
Toplumu bilinçlendirme	GD(1)	47,6	-0,967	0,138	49,344	,001	0,380
	GD(2)	38,4	-0,491	0,156	9,985	,002	0,612
	GD(3)	53,1	-1,320	0,295	20,047	,001	0,267
Çocuklara ve kadına yönelik şiddet ve istismarı durdurmak	GD(1)	37,4	-0,741	0,143	26,826	,001	0,360
	GD(2)	34,8	-0,033	0,115	0,082	,774	0,967
	GD(3)	-	-	-	-	-	-
Kendimi iyi hissetmek	GD(1)	13,7	-0,517	0,204	6,394	,011	0,596
	GD(2)	11,6	-0,589	0,246	5,748	,017	0,555
	GD(3)	10,2	-0,996	0,496	4,033	,045	0,369
İyi bir insan olduğumu göstermek	GD(1)	6,7	-0,611	0,289	4,475	,034	0,543
	GD(2)	7,1	-0,958	0,325	8,707	,003	0,384
	GD(3)	4,1	-1,140	0,767	2,206	,137	0,320
Yakın çevrem ve takipçilerim tarafından dışlanmamak	GD(1)	0,3	0,793	1,082	0,537	,464	2,210
	GD(2)	0,4	0,174	1,098	0,025	,874	1,190
	GD(3)	-	-	-	-	-	-
Yakın çevrem ve takipçilerim tarafından linç edilmemek	GD(1)	0,3	-0,310	1,227	0,064	,800	0,733
	GD(2)	-	-	-	-	-	-
	GD(3)	-	-	-	-	-	-

*GD(1) = Çocuklara yönelik şiddet ve istismar konusunda GD sergileyenler; GD(2) = Kadına yönelik şiddet ve istismar konusunda GD sergileyenler; GD(3) = Çevresel konularda GD sergileyenler.

** $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı.

Tablo 2 incelendiğinde, bireyleri GD eğilimine yönelten faktörlerin sosyal sorunlara göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte yüzdesel dağılımlar, GD eğilimi sergileyen katılımcıların en çok adalet arayışı (GD1: %57,9; GD2: %76,3), bu konudaki duyarlılıklarını gösterme arzusu (GD1: %55,6; GD2: %52,2; GD3: %26,5), farkındalık yaratma arzusu (GD1: %54,3; GD2: %48,7; GD3: %61,2), toplumu bilinçlendirme arzusu (GD1: %47,6; GD2: %38,4; GD3: %53,1) ve çocuklara ve kadına yönelik şiddet ve istismarı durdurma arzusu (GD1: %37,4; GD2: %34,8) ile harekete geçtiğini ortaya koymaktadır. Ancak, regresyon analizi sonuçları, adalet arayışı (GD1: $B = -0,938$, $p=0,001$; GD2: $B = -1,572$, $p=0,001$), farkındalık yaratma arzusu (GD1: $B = -0,986$, $p=0,001$; GD2: $B = -0,817$, $p=0,001$; GD3: $B = -1,620$, $p=0,001$), toplumu bilinçlendirme arzusu (GD1: $B = -0,967$, $p=0,001$; GD2: $B = -0,491$, $p=0,002$; GD3: $B = -1,320$, $p=0,001$) ve şiddet ile istismarı durdurma isteği (GD1: $B = -0,741$, $p=0,001$) gibi motivasyonların gösterişçi duyarlılık ile negatif yönde anlamlı bir ilişki içinde olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, gerçekten adalet arayışında olan ve farkındalık yaratmak isteyen bireylerin, gerçek bir duyarlılığa sahip olup bunu göstermek isteyenlerin, toplumu bilinçlendirerek şiddet ve istismarı durdurmak isteyenlerin sosyal medyada gösterişçi duyarlılık sergileme olasılığının daha düşük olduğunu göstermektedir. Ayrıca, kendini iyi hissetme ve iyi bir insan olduğunu gösterme arzusu ile gösterişçi duyarlılık eğilimi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu sonuç, kendine güvenen ve pozitif bir benlik algısına sahip bireylerin, sosyal medya veya diğer platformlarda kendilerini başkalarına duyarlı göstermeye yönelik GD sergileme gereksinimini daha az hissettiklerini ortaya koymaktadır. Bulgular, gösterişçi duyarlılığın genellikle sosyal görünürlük arayışıyla bağlantılı olduğunu ve bireylerin beyan ettikleri duyarlılık gerekçelerinin her zaman samimi olmayabileceğini göstermektedir.

Tablo 3

Gündemdeki Sorunlara Değınmeye Yönelık Motivasyonlar ve Bu Motivasyonların GD Eğilimi ile İlişkinine Dair T-Testi ve Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Maddeler	Bağımsız Örneklem T-Testi***						Lojistik Regresyon Analizi				
	GD Eğilimi*	%**	Mean±SD	t	p	B	SE	Wald	p	Exp(B)	
Gündeme yansımış sorunlar hakkında paylaşım yaptığımda kendimi iyi hissediyorum	GD(+)	50,5	3,20±1,12	-5,832	,001	,307	,054	32,367	,001	1,359	
	GD(-)	33,6	2,78±1,21								
Gündeme yansımış sorunlar hakkında sosyal medya hesabımda hemen paylaşım yapıyorum	GD(+)	43,4	3,20±0,94	-7,195	,001	,395	,057	47,989	,001	1,484	
	GD(-)	31,2	2,70±1,20								
Gündeme yansımış sorunlar hakkında sosyal medya hesabımda paylaşım yapmak zorunda hissediyorum	GD(+)	27,3	2,61±1,15	-3,770	,001	,196	,053	13,928	,001	1,217	
	GD(-)	20,5	2,34±1,18								
Gündeme yansımış sorunlar hakkında herkes paylaşım yaparken ben yapmazsam, duyarız olarak algılanacağımı düşünüyorum	GD(+)	21,5	2,23±1,13	-4,702	,001	,261	,057	21,355	,001	1,299	
	GD(-)	12,1	2,05±1,04								
İstemesem bile, gündeme yansımış sorunlar hakkında sosyal medya hesabımda paylaşım yapıyorum	GD(+)	19,7	2,34±1,11	-4,018	,001	,223	,056	15,746	,001	1,249	
	GD(-)	13,5	2,07±1,07								
Sosyal medyada çevresel sorunlar, kadına ve çocuklara yönelik şiddet ile istismar hakkında paylaşım yapmak, toplumda farkındalık yaratmak için yeterlidir	GD(+)	15,6	2,23±1,03	,778	,437	-,046	,059	0,606	,436	0,955	
	GD(-)	16,8	2,28±1,06								
Gündeme yansımış sorunlar hakkında paylaşım yaparak başkalarına ne kadar duyarlı olduğumu göstermek istiyorum	GD(+)	15,3	2,18±1,07	-3,957	,001	,234	,060	15,255	,001	1,263	
	GD(-)	9,2	1,93±0,98								
Gündeme yansımış sorunlar hakkında paylaşım yaptığımda takdir edileceğimi düşünüyorum	GD(+)	5,3	1,82±0,83	-3,179	,002	,242	,077	9,905	,002	1,273	
	GD(-)	2,7	1,67±0,77								
Gündeme yansımış sorunlar hakkında herkes paylaşım yaparken ben yapmazsam, dışlanacağımı düşünüyorum	GD(+)	4,1	1,80±0,80	-1,842	,066	,142	,077	3,374	,066	1,152	
	GD(-)	3,2	1,71±0,78								
Sosyal medyada çevresel sorunlar, kadına ve çocuklara yönelik şiddet ile istismar hakkında paylaşım yapmak, sorunun çözümü için yeterlidir	GD(+)	4,1	1,70±0,77	-1,452	,147	,112	,077	2,102	,147	1,118	
	GD(-)	3,1	1,77±0,83								
Gündeme yansımış sorunlar hakkında paylaşım yapmazsam, itibarımın azalacağını düşünüyorum	GD(+)	3,3	1,65±0,78	-3,572	,001	,298	,085	12,358	,001	1,347	
	GD(-)	1,9	1,50±0,67								
Gündeme yansımış sorunlar hakkında paylaşım yapmazsam, takipçi kaybedeceğimi düşünüyorum	GD(+)	2,3	1,51±0,72	-3,079	,002	,279	,092	9,180	,002	1,322	
	GD(-)	0,8	1,39±0,61								

*GD(+): GD eğilimi sergileyen katılımcılar, n=392; GD(-): GD eğilimi sergilemeyen katılımcılar, n=774.

**Toplam= (katılıyorum + kesinlikle katılıyorum).

***df=1164. Yanıtlar 5'li Likert tipi ölçek ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).

Tablo 3, gündemdeki sorunlara değinmeye yönelik motivasyonlar ve bu faktörlerin GD eğilimi ile ilişkisine dair T-testi ve lojistik regresyon analizi sonuçlarını göstermektedir. GD eğilimi gösteren katılımcıların büyük bir kısmının duygusal bir rahatlama, baskı altında hissetme ya da toplumsal baskı nedeniyle sosyal medyada gündem sorunları hakkında paylaşım yaptığı belirlenmiştir. GD eğilimi gösterenlerin %50,5'i gündemdeki sorunlarla ilgili paylaşım yaptıklarında kendilerini daha iyi hissettiklerini belirtmiştir ($F=5,438$, $t=-5,832$, $p=0,001$). Elde edilen bu sonuç, bu paylaşımların çoğu zaman kişisel bir rahatlama aracı veya toplumsal uyum sağlama amacı taşıdığını düşündürebilir. GD eğilimi gösterenlerin %43,4'ü gündemdeki sorunlarla ilgili sosyal medyada hemen paylaşım yaptıklarını ifade etmiştir ($F=56,929$, $t=-7,195$, $p=0,001$). Sosyal medyada hemen paylaşım yapma yönündeki bu eğilim, bu paylaşımların hızlı tepki verme, çevresel etkilere hızla adapte olma gibi motivasyonlardan kaynaklanabileceğini göstermektedir. GD eğilimi gösterenlerin %27,3'ü gündeme yansımış sorunlar hakkında sosyal medyada paylaşım yapmak zorunda hissettiğini belirtmiştir ($F=0,000$, $t=-3,770$, $p=0,001$). Bu bulgu, hissedilen toplumsal baskıyı ve görünürlük arzusu ile ilgili bir motivasyonu ortaya koymaktadır. GD eğilimi gösterenlerin %21,5'i gündemdeki sorunlar hakkında herkes paylaşım yaparken kendisi pasif kalırsa, duyarsız olarak algılanacağını düşündüğünü ($F=16,086$, $t=-4,702$, $p=0,001$); %19,7'si ise istemese bile gündemdeki sorunlar hakkında paylaşım yaptığını ($F=6,754$, $t=-4,018$, $p=0,001$); %15,3'ü ise gündeme yansımış sorunlar hakkında paylaşım yaparak başkalarına ne kadar duyarlı olduğunu göstermek istediğini ($F=5,032$, $t=-3,957$, $p=0,001$) belirtmiştir. Bu oranlar, GD eğilimi göstermeyen katılımcılarda anlamlı derecede daha düşüktür. Bu bulgular, bireylerin sosyal medyada gündemdeki sorunlarla ilgili duyarlı paylaşımlar yapma motivasyonları açısından önemli bir farka işaret etmektedir.

Motivasyonel faktörler ile GD eğilimi arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemeye yönelik gerçekleştirilen lojistik regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, gündeme yansımış sorunlarla ilgili sosyal medyada paylaşım yapıldığında bireyin kendini iyi hissetmesinin ($B=0,307$, $p=0,001$, $Exp(B)=1,359$); gündeme yansımış sorunlar hakkında hemen paylaşım yapmanın ($B=0,395$, $p=0,001$, $Exp(B)=1,484$); gündemdeki sorunlar hakkında paylaşım yapmak zorunda hissetmenin ($B=0,196$, $p=0,001$, $Exp(B)=1,217$); gündemdeki sorunlar hakkında paylaşım yapılmadığında duyarsız olarak algılanma endişesinin ($B=0,261$, $p=0,001$, $Exp(B)=1,299$); istemediği halde gündemdeki sorunlar hakkında sosyal medyada paylaşım yapmanın ($B=0,223$, $p=0,001$, $Exp(B)=1,249$); bireyin başkalarına ne kadar duyarlı olduğunu göstermek istemesinin ($B=0,234$, $p=0,001$, $Exp(B)=1,263$); takdir edilme düşüncesinin ($B=0,242$, $p=0,002$, $Exp(B)=1,273$); itibar kaygısının ($B=0,298$, $p=0,001$, $Exp(B)=1,347$) ve sosyal medyada takipçi kaybetme endişesinin ($B=0,279$, $p=0,002$, $Exp(B)=1,322$) GD sergileme eğilimi ile pozitif yönde

ve anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Tüm modellere dair Nagelkerke R^2 değerlerinin düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, ilgili motivasyonel faktörlerin GD eğilimini açıklamada tek başına güçlü bir belirleyici olmadığını, ancak yine de anlamlı bir etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlar, sosyal medyada GD eğiliminin motivasyonel faktörlerle nasıl ilişkili olduğuna dair daha derinlemesine bulgular sunmakta; GD eğiliminin, içsel değerlerin yanı sıra toplumsal baskı ve dışsal faktörlerin etkisiyle şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Kişiler Arası Kaygı ve Bağımlılık Algısı ile Sosyal Öz Güven Eksikliğinin Gösterişi Duyarlılık Eğilimi ile Arasındaki İlişki

AS₃ ve AS₄'e yanıt bulmak için katılımcıların kişiler arası kaygı ve bağımlılık ile sosyal öz güven eksikliği düzeyleri ölçülmüş; ardından lojistik regresyon analizi yapılarak GD eğilimi üzerindeki etkisi belirlenmiştir.

Tablo 4

Kişiler Arası Kaygı ve Bağımlılık Algısı ile Sosyal Medyada GD Sergileme Eğilimi Arasındaki İlişkiye Dair Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

	Constant	B	SE	Wald	p	Exp(B)	Exp(B) için %95 Güven Aralığı
GD EĞİLİMİ	-1,315	,219	,083	7,016	,008	1,245	1,059-1,464
Alt Değişkenler							
Çocuklara Yönelik Şiddet ve İstismar Konularında GD Sergileme Eğilimi*	-1,133	,133	,087	2,311	,128	1,142	0,962-1,355
Kadına Yönelik Şiddet ve İstismar Konularında GD Sergileme Eğilimi**	-2,288	,291	,098	8,735	,003	1,337	1,103-1,622
Çevresel Konularda GD Sergileme Eğilimi***	-4,455	,443	,181	5,975	,015	1,558	1,092-2,222

*Nagelkerke $R^2=0,003$ **Nagelkerke $R^2=0,012$ ***Nagelkerke $R^2=0,017$

Tablo 4 ile sunulan bulgular, kişiler arası kaygı ve bağımlılık algısı ile GD eğilimini arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir ($B=0,219$, $p=0,008$). Konularına göre değerlendirildiğinde, kişiler arası kaygı ve bağımlılık algısı ile

kadına yönelik şiddet ve istismar ($B=0,291, p=0,003$) ve çevresel konularda ($B=0,443, p=0,015$) GD sergileme eğilimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre, kişiler arası kaygı ve bağımlılık algısı, kadına yönelik şiddet ve istismar konularında GD sergileme olasılığını %33 oranında ($Exp(B)=1,337$, Nagelkerke $R^2=0,012$); çevresel konularda GD sergileme olasılığını %55 oranında ($Exp(B)=1,558$, Nagelkerke $R^2=0,017$) artırmaktadır. Modellerin bağımlı değişkenleri açıklama gücü düşük olsa da sonuçlar anlamlıdır. Bu bulgu, kişiler arası kaygı ve bağımlılık algısının sosyal medyada GD sergileme eğilimine katkıda bulunduğunu; ancak başka faktörlerin de sürece dahil edilerek bu davranış biçiminin farklı bağlamlarda incelenmesi gerektiğini göstermektedir.

Tablo 5

Sosyal Öz Güven Eksikliği ile GD Sergileme Eğilimi Arasındaki İlişkiye Dair Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

	Constant	B	SE	Wald	p	Exp(B)	Exp(B) için %95 Güven Aralığı
GD EĞİLİMİ	-0,686	,003	,110	,001	,980	1,003	0,809-1,243
Alt Değişkenler							
Çocuklara Yönelik Şiddet ve İstismar Konularında GD Sergileme Eğilimi*	-1,024	,011	,117	,008	,927	1,011	0,804-1,271
Kadına Yönelik Şiddet ve İstismar Konularında GD Sergileme Eğilimi**	-1,540	,053	,131	,165	,685	1,054	0,816-1,362
Çevresel Konularda GD Sergileme Eğilimi***	-3,195	,035	,256	,019	,892	1,036	0,627-1,711

*Nagelkerke $R^2=0,000$ **Nagelkerke $R^2=0,000$ ***Nagelkerke $R^2=0,000$

Tablo 5, sosyal öz güven eksikliği ile GD eğilimi arasındaki ilişkiye dair sonuçları sunmaktadır. Bulgular, sosyal öz güven eksikliğinin GD davranışını harekete geçirmede bir etkisinin olmadığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, GD eğiliminin bireysel psikolojik özelliklerden ziyade sosyokültürel faktörlerden daha fazla etkilendiğini düşündürmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Araştırmada bireylerin sosyal medya ortamında sergilediği gösterişçi duyarlılık (GD) eğiliminin belirlenmesi amaçlanmış (AS₁); ardından bireyleri GD eğilimine yönlendiren motivasyonlar (AS₂), kişiler arası ilişkilerde algılanan kaygı ve bağımlılık düzeyi (AS₃) ve sosyal öz güven eksikliği (AS₄) ile GD eğilimi arasındaki ilişkinin tespit edilmesi hedeflenmiştir. GD eğilimleri, Türkiye’de sıklıkla gündeme gelen üç toplumsal konu dahilinde bireylerin sosyal medya ortamında gerçekleştirdikleri paylaşımlar ve gerçek hayattaki tutumları karşılaştırılarak belirlenmiştir (çocuklara yönelik şiddet ve istismar, kadına yönelik şiddet ve istismar ile çevresel sorunlar ve iklim değişikliği).

AS₁’e yanıt bulmak için gerçekleştirilen analizler sonucunda, katılımcıların üçte birinin (%33,6) sosyal medya ortamında GD ile uyumlu davranışlar sergilediği tespit edilmiştir. Çocuklara yönelik şiddet ve istismar konularında GD sergileme oranı %26,9, kadına yönelik şiddet ve istismar konusunda GD sergileme oranı %19,2, çevresel konularda GD sergileme oranı %4,2’dir. Cinsiyet ile GD eğilimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Katılımcıların %2,5’inin (n=29) çocukluk döneminde istismara uğramış olmasına; %3,9’unun (n=46) ise çocuk yaşta şiddet görmüş olmasına rağmen çocuklara yönelik şiddet ve istismar konusunda gösterişçi duyarlılık sergilediği; %1,6’sının (n=19) ise kadına yönelik şiddet ve istismarı daha önce deneyimlemiş olmasına karşın bu konularda sosyal medyada GD davranışı sergilediği tespit edilmiştir. Bu katılımcılar, gerçek hayatta şiddet ve istismarı durdurmaya yönelik herhangi bir faaliyette bulunmadıklarını, fakat sosyal medyada bu konularda paylaşım yaptığını belirtmiş olan katılımcılardır. Katılımcıların, şiddetle mücadeleye dair pasif davranışlar sergileyip, sosyal medya üzerinden duyarlılık ifade etmeleri, gösterişçi duyarlılığın toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlamadığını ve daha aktif çözüm yollarına yönelmediklerini ortaya koymaktadır. Bu durum, şiddet ve istismar konusunda sosyal medya aktivizminin sınırlı etkilerini ve bireylerin gerçek hayatta daha az sorumluluk aldığını düşündürmektedir. Şiddet mağdurlarının sosyal medya üzerinden duyarlı görünme çabasının gerçek hayatta karşılık bulmadığını gösteren bu bulgu hakkında daha kapsamlı yorumlamaların yapılabilmesi için, sonucun farklı araştırmalar kapsamında titizlikle incelenmesi gerekmektedir.

Sosyal medyada GD eğilimi gösteren katılımcıların bu konulara dair gerçek bir ilgi ve farkındalığa sahip olup olmadıklarını daha iyi anlayabilmek adına gösterişçi duyarlılık sergiledikleri konularla ilgili kanun ve yönetmelikleri inceleyip incelemedikleri sorulmuş; yarısından fazlasının hiçbir kanun ve yönetmeliği

incelemediği belirlenmiştir. Bu bulgular, GD davranışı ile uyumlu davranmasına rağmen, bu konularda bilgi arayışında bulunan katılımcıların, “içten” gösterişçi duyarlılık davranışı sergilediğine işaret etmektedir. İçten GD sergileyen bireylerin, tanınma güdüsüyle bu davranışa yönelseler dahi, inançlarına göre hareket etme olasılıkları diğerlerine oranla daha yüksektir ve savundukları davaya inanmaktadırlar (Hill & Fanciullo, 2023). Dikkat edilmesi gereken nokta, bu davranışların yine de GD eğilimi içermesidir. Bu durum, gösterişçi duyarlılığın tek boyutlu bir olgu olmadığını ve bireylerin farklı güdülerle bu davranışı sergileyebileceğini göstermektedir. İçten GD eğilimi sergileyen bireyler, tanınma arzusuyla hareket etseler de savundukları konularla ilgili bir bağlılık geliştirme potansiyeline sahiptir. Ancak, bu eğilimin sosyal medyada yüzeysel bir destek gösterisinden öteye geçip geçmediği, uzun vadede gerçek bir toplumsal etkiye dönüşüp dönüşmediği tartışmaya açıktır.

GD sergileyen tüm katılımcıların paylaşımlarındaki en yoğun konunun, “şiddet ve çevresel sorunlar” hakkında gündem olan “haberin kendisi” ile “şiddeti ve istismarı kınama” olduğu belirlenmiştir. Bu paylaşımları, “şiddet uygulayanlara ve toplumsal yozlaşmaya karşı eleştiri” konulu paylaşımlar takip etmektedir. “İstismar ve şiddeti önlemeye yönelik yaklaşımlar” ile “çocukları ve kadınları korumaya yönelik önlemler” gibi daha öğretici ve faydalı içeriklerin daha az paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, gösterişçi duyarlılığın slaktivist yapısı ile uyumludur. Philips (2020) ve Shatz (t.y.), GD içerikli paylaşımların kişisel sorumluluktan uzak olduğunu ve derinlik içermediğini; amaçlarının, kişinin iyi ve ahlaki değerlere sahip olduğunu göstermek olduğunu; gerçek bir etkileşime izin vermeden adaletsizlik gibi bir duruma karşı öfke içermekle sınırlı kaldıklarını; tembel olup minimum bir çabayla paylaşıldıklarını ve bu paylaşımlarla sergilenen eylemlerin ilgili durum üzerindeki anlamlı etkisinin çok az olduğunu ya da hiç olmadığını belirterek GD’nin doğası hakkında bilgi vermişlerdir. Bu bulguyu desteklemek amacıyla, katılımcılara sosyal medya paylaşımlarının hazırlanma süreciyle ilgili sorular yöneltilmiş; sonuç olarak, GD sergileyen katılımcıların tamamına yakınının başkaları tarafından oluşturulmuş hazır içerikleri paylaştığı ve yarısından fazlasının bu içeriklere kendi yorum veya düşüncelerini ekmediği tespit edilmiştir. Bu sorunun yöneltilmesindeki amaç, bireylerin sosyal medyada farkındalık yaratma çabası için ne düzeyde emek harcadıklarını belirlemektir. Elde edilen bulgular, GD sergileyen katılımcıların büyük bir kısmının, gerçek hayatta sorunların çözümüne yönelik aktif bir çaba göstermedikleri gibi, sosyal medyada da minimum düzeyde çaba harcayarak hazır içerikler aracılığıyla duyarlılık sergilemeye yöneldiklerini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, bireylerin sosyal medya üzerinden duyarlı görünme çabalarının derin bir sosyal sorumluluk bilinci ya da toplumsal değişim yaratma amacından ziyade, çoğunlukla dışsal onay ve kabul arayışını beslediğini doğrular niteliktedir (Çağlayan, 2024a). Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen GD içerikli paylaşımlar, daha etkili

ve somut eylemler yerine, yalnızca etkileşim ve sosyal onay sağlama amacı güderek bu platformları pasif katılımı pekiştiren bir alan haline getirebilmektedir. Sonuç olarak, bu bulgular, GD sergileyenler için sosyal medyanın, toplumsal sorumluluk ve kişisel farkındalık oluşturmak yerine, geçici ve yüzeysel duyarlılık sergilemeye yönelik bir araç olarak kullanılabildiğini gözler önüne sermektedir.

AS₂'ye yanıt bulmak için gerçekleştirilen analizler sonucunda gerçekten adalet arayışında olan ve farkındalık yaratmak isteyen, gerçek bir duyarlılığa sahip olup bunu göstermek isteyen ve toplumu bilinçlendirerek şiddet ve istismarı durdurmak isteyenlerin, sosyal medyada gösterişçi duyarlılık sergileme olasılığının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, kendini iyi hissetme ve iyi bir insan olduğunu gösterme arzusu ile gösterişçi duyarlılık eğilimi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, sosyal medyadaki duyarlılık gösterilerinin her zaman etik veya özgecil güdülerle yapılmadığını, kimi zaman bireysel imaj yönetimi ve sosyal beğeni kazanma isteğiyle iç içe geçtiğini düşündürmektedir.

GD eğilimi gösterenlerin %50,5'i gündemdeki sorunlarla ilgili paylaşım yaptıklarında kendilerini daha iyi hissettiklerini; %43,4'ü gündemdeki sorunlarla ilgili sosyal medyada hemen paylaşım yaptıklarını; %27,3'ü gündeme yansımış sorunlar hakkında sosyal medyada paylaşım yapmak zorunda hissettiğini; %21,5'i gündemdeki sorunlar hakkında herkes paylaşım yaparken kendisi pasif kalırsa, duyarsız olarak algılanacağını düşündüğünü; %19,7'si istemese bile gündemdeki sorunlar hakkında paylaşım yaptığını; %15,3'ü ise gündeme yansımış sorunlar hakkında paylaşım yaparak başkalarına ne kadar duyarlı olduğunu göstermek istediğini belirtmiştir. Bu oranların, GD eğilimi göstermeyen katılımcılarda anlamlı derecede daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Belirtilen motivasyonel faktörlerin GD eğilimi ile ilişkisini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen lojistik regresyon analizi sonucunda, "gündeme yansımış sorunlarla ilgili sosyal medyada paylaşım yapıldığında bireyin kendini iyi hissetmesinin", "gündeme yansımış sorunlar hakkında hemen paylaşım yapmanın", "gündemdeki sorunlar hakkında paylaşım yapmak zorunda hissetmenin", "gündemdeki sorunlar hakkında paylaşım yapılmadığında duyarsız olarak algılanma endişesinin", "istemediği halde gündemdeki sorunlar hakkında sosyal medyada paylaşım yapmanın", "bireyin başkalarına ne kadar duyarlı olduğunu göstermek istemesinin", "takdir edilme düşüncesinin", "itibar kaygısının" ve "sosyal medyada takipçi kaybetme endişesinin" GD eğilimi ile anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Gündemdeki sorunlarla ilgili paylaşım yaptığında kendini iyi hissetme, bu konular gündeme geldiğinde hemen sosyal medyada paylaşma ve bu yönde paylaşım yapma zorunluluğu hissetmenin GD

eğilimini artırması, sosyal medya paylaşımlarının kişisel bir rahatlama isteğiyle birlikte, toplumsal baskıların ve görünürlük isteğinin etkisiyle yapıldığını düşündürmektedir. Özellikle, duyarsız olarak algılanma endişesi ve başkalarına ne kadar duyarlı olduğunu gösterme isteğine dair elde edilen bulgular, katılımcıların sosyal medyada paylaşım yaparken toplumsal normlardan etkilendiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, takdir edilme düşüncesi ve itibar kaybı gibi motivasyonlar, GD eğilimli paylaşımların bireylerin kendilerini sosyal açıdan değerli ve önemli kılma amacına hizmet ettiğinin bir göstergesi olabilir. Bu faktörler, bireylerin sosyal medya üzerindeki etkileşimlerinin toplumsal kabul ve övgü kazanma isteğiyle şekillendiğini ortaya koymaktadır. Sosyal medyada takipçi kaybetme endişesinin GD eğilimini artıran bir faktör olarak öne çıkması ise sosyal medyada gündeme dair sorunları paylaşarak görünürlük ve etkileşim kazanma isteğinin, bireylerin paylaşımlarını sadece kişisel motivasyonlarla değil, aynı zamanda sosyal medya üzerindeki popülerlik ve sosyal bağlarını sürdürme kaygılarıyla gerçekleştirdiğini göstermektedir. Bu bulgular, sosyal medyada yapılan GD eğilimli paylaşımların, içsel motivasyonların yanı sıra, toplumsal baskı, dışlanma korkusu, görünürlük kazanma veya başkalarına duyarlılığını gösterme gibi dışsal motivasyon kaynaklarından etkilendiğini ortaya koymaktadır. Elde edilen bu bulgular, sosyal medyada sergilenen gösterişçi duyarlılık eğilimlerine dair motivasyonel faktörlerin birbiriyle sıkı sıkıya bağlı olan izlenim yönetimi teorisi (Goffman, 2018), kendini sunma teorisi (Leary, 1996) ve sosyal kimlik teorisi (Tajfel & Turner, 2004) ile açıklanan dinamiklerle örtüştüğünü göstermektedir. Dolayısıyla, gösterişçi duyarlılığı harekete geçiren itibar kaybı, takdir edilme arzusu ve toplumsal sorunlara karşı duyarlı olduğunu gösterme isteği gibi motivasyonel faktörlerin sosyal kimlik inşası ve izlenim yönetiminin kesişiminde şekillendiğini; gösterişçi duyarlılığın dijital mecralarda bireylerin hem kendilerini hem de grup aidiyetlerini stratejik olarak sahneledikleri bir sürecin parçası olduğunu söylemek mümkündür.

Bu çalışmanın bulguları, Wallace ve diğerleri (2018) tarafından bireylerin Facebook ortamında gerçekleştirdiği gösterişçi duyarlılık ile ilişkili davranışlarını inceleyen araştırma ile belirli yönlerden örtüşmektedir. Söz konusu çalışmada bireylerin sosyal medyada yardım kuruluşlarını anarak kendilerini erdemli gösterme çabası incelenmiş ve bu davranışın hem içsel (self-oriented) hem de dışsal (other-oriented) güdülerle ortaya çıkabildiği belirlenmiştir. İçsel güdüyle hareket eden bireylerin yardım etme niyetinin arttığı, dışsal güdüyle hareket edenlerin ise yardım etme olasılığının azaldığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde, bu çalışmada da gösterişçi duyarlılık sergileyen bireylerin önemli bir kısmının gerçek hayatta pasif kaldığı, sadece sosyal medya aracılığıyla duyarlılık gösterdiği ve büyük oranda hazır içerikler paylaştığı belirlenmiştir. Her iki çalışmada da sosyal medya aracılığıyla sergilenen duyarlılığın toplumsal katkıdan çok bireysel imaj yönetimiyle ilişkilendiği görülmektedir. Sosyal

medya, bireylerin düşüncelerini, duygularını ve tutumlarını geniş kitlelere hızla iletebileceği bir araç haline gelirken (Boyd, 2014; Castells, 2013a), toplumsal olaylar ve sosyal sorunlar hakkında yapılan paylaşımlar, dijital kimliklerin şekillenmesinde etkili olmaktadır (Castells, 2013b). Bu dijital kimlikler, bireylerin toplumsal sorumluluklarını, değerlerini ve inançlarını daha belirgin bir şekilde sergilemelerine olanak tanımakta, aynı zamanda kişisel imajlarını güçlendirme amacına da hizmet edebilmektedir (Goffman, 2018). Bu araştırma ile elde edilen bulgular, sosyal medya kullanıcılarının toplumsal olaylara dair duyarlılıklarını gösterirken kişisel prestij kazanma amacıyla gösterişçi duyarlılık eğilimleri geliştirebileceğini göstermektedir. Bu durum, dijital kimliklerin inşasında toplumsal sorumluluk bilinci ile sosyal görünürlük arzusu arasında bir denge kurma çabasını ortaya koymaktadır. Bireylerin gerçek duyarlılıktan ziyade dışsal etkileşim ve onay arayışıyla hareket etmesi, gösterişçi duyarlılığın artmasına yol açabilir. Bu süreçte bireylerin gerçekten inandıkları değerlerin mi yoksa sosyal onay alma arzusunun mu baskın olduğu sorusu, gösterişçi duyarlılık tartışmalarının merkezinde yer almaya devam etmektedir.

Gösterişçi duyarlılık davranışının ardındaki motivasyonların bir kısmını iletişim kuramları bağlamında da anlamlandırmak mümkündür. Bunun için, özellikle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile gündem belirleme kuramı üzerinde durmak gerekmektedir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireylerin medya kullanım motivasyonlarını ve medyadan nasıl faydalandıklarını inceleyen bir çerçeve sunmaktadır (Yaylagül, 2017). Teori dijital çağa göre yorumlandığında, bireylerin medyayı yalnızca bilgi almak amacıyla değil, aynı zamanda kendilerini ifade etmek, toplumsal onay almak ve prestij kazanmak için de kullanabileceği görülmektedir. Bu bağlamda, GD eğilimi gösteren katılımcıların gündemdeki sorunlarla ilgili paylaşım yaptığında kendini iyi hissetmesi yönündeki bulguya dayanarak gösterişçi duyarlılığın, bireylerin sosyal medya kullanımından elde ettiği doyum biçimlerinden biri olduğunu söylemek mümkündür. Gündem belirleme kuramı ise, medyanın hangi konuların önemli olduğunu belirleyerek kamuoyunun dikkatini belirli meselelere yönlendirdiğini öne süren bir yaklaşımdır (Yaylagül, 2017). Sosyopolitik bir konu gündem haline geldiğinde bireyler aniden sosyal medya hesaplarında bu konuya dair paylaşımlar yapmaya başlamakta, ancak gündem değiştiğinde sessiz kalmaktadır. Bu durum, toplumsal baskılarla şekillenen gösterişçi duyarlılığın dinamiklerini ortaya koymaktadır. Gündem belirleme yalnızca bireylerin hangi konulara odaklanacağını değil, aynı zamanda bu konuların nasıl çerçevelendiğini de belirlemektedir. Örneğin, medya söylemleri, belirli bir konuda paylaşım yapmayan bireyleri duyarsız olarak konumlandırabilir ve bu durum sosyal medya kullanıcılarını gösterişçi duyarlılığa yönlendirebilir. Sadece bir konunun gündeme gelmesi değil, o konunun nasıl sunulduğu ve bireylerin bunu nasıl içselleştirdiği de gösterişçi duyarlılığın motivasyonlarını

anlamak açısından kritik öneme sahiptir. Dolayısıyla, GD eğilimi sergileyen bireylerin gündemdeki sorunlarla ilgili sosyal medyada hemen paylaşım yapma yönünde hissettiği dürtüye ve zorunluluk hissiyatına dair bulguya dayanarak gündemin, bireylerin GD eğilimlerini şekillendirme ve yönlendirmede etkili olabileceği görülmektedir.

AS₃ ve AS₄’e yanıt aramak amacıyla gerçekleştirilen lojistik regresyon analizi sonucunda, sosyal öz güven eksikliğinin gösterişçi duyarlılık eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Buna karşılık, kişiler arası kaygı ve bağımlılık algısının; kadına yönelik şiddet ve istismar ile çevresel konularda gösterişçi duyarlılık sergileme eğilimini düşük düzeyde de olsa anlamlı şekilde artırdığı saptanmıştır. Bu bulgu, kişiler arası kaygı düzeyi ve bağımlılık algısı yüksek bireylerin, toplumsal kabul görme, aidiyet hissetme, onay ihtiyacı ve sosyal kimlik oluşturma gibi motivasyonlar doğrultusunda gösterişçi duyarlılığa yönelebileceğini düşündürmektedir. Elde edilen bu sonuçlar, Konuk ve Otterbring’in (2024) organik gıda tüketimi ile gösterişçi duyarlılık arasındaki ilişkiyi ele aldıkları çalışmayla bazı yönlerden örtüşmektedir. İlgili çalışmada, narsisizm, Makyavelizm ve psikopati gibi karanlık kişilik özelliklerinin; gösterişçi duyarlılık, statü tüketimi ve başkalarından övgü beklentisi aracılığıyla organik gıda tüketimine yönelimi anlamlı biçimde yordadığı gösterilmiştir. Dolayısıyla, gösterişçi davranışların bazı bireylerde manipülatif, benmerkezci ve duyarsız eğilimlerle de ilişkili olabileceği deneysel olarak ortaya konmuştur. Konuk ve Otterbring’in (2024) araştırmaları ile bu çalışmanın sonuçları, gösterişçi eylemlerin özünde benzer motivasyonel yapıların rol oynadığını göstermekte; böylelikle her iki araştırma, yüzeyde prososyal olarak sunulan davranışların, bireysel statü ve sosyal kabul arayışlarıyla iç içe geçtiği çok katmanlı bir psikososyal dinamiğe ışık tutmaktadır. Kişiler arası kaygı, bireylerin başkaları tarafından nasıl algılandığına dair duyduğu endişeyi ifade etmektedir. Yüksek düzeyde kişiler arası kaygı yaşayan bireyler, sosyal kabul görme ve dışlanmaktan kaçınma konusunda daha hassas hale gelebilmektedir (Alden & Taylor, 2004; Ginat-Frolich ve diğerleri, 2024). Bu durum, bireylerin sosyal medyada “doğru” ve “kabul edilebilir” algılanma arzusuyla, sosyal statü kazanma ve eleştiriden kaçınma amacına yönelik duyarlılıklarını öne çıkarmalarına işaret edebilir. Diğer yandan, kişiler arası bağımlılık algısı yüksek olan bireyler, sosyal onay ve toplumsal aidiyet duygusunu pekiştirme amacıyla daha aktif bir şekilde toplumsal konularda duyarlılık sergileyebilirler. Özellikle şiddet ve istismar gibi kolektif duyarlılığa dayalı konularda GD eğilimlerinin artması, bu bireylerin sosyal destek ve grup içi kabul görme arayışında olduklarına işaret edebilir.

Gösterişçi duyarlılık davranışının, gerçek iyi niyetli davranışlar ile sergilenen göstermelik davranışlar arasındaki tutarsızlıkları ifade ettiği unutulmamalıdır. Sosyal medyada gösterişçi duyarlılık sergilemek, toplumsal sorunların çözümüne yönelik

gerçek çabaların önünü kesebilir. İnsanlar, yalnızca görünür olmak adına duyarlılık gösterdiğinde, derinlemesine çözümler yerine yüzeysel ve popüler söylemler öne çıkabilir. Bu durum, sosyal medyanın bir farkındalık aracı olmaktan çıkıp bireysel imaj inşası için kullanılan bir platforma dönüşmesine yol açabilir. Gösterişçi duyarlılık, kamusal vicdanı tatmin ederek, insanların gerçek hayatta eyleme geçme gerekliliğini hissetmesini de engelleyebilir. Sahte duyarlılık örnekleri çoğaldıkça, toplumsal meseleler üzerine yapılan ciddi çalışmalar ile aktivistlerin çabaları gürültü içinde kaybolabilir. Dijital ortamda duyarlılık gösteren bireyler, kendilerini toplumsal değişim sürecinin bir parçası olarak görüp psikolojik bir rahatlama hissederken, somut çözümler için aktif çaba göstermeyi gereksiz bulabilirler. Bu durum, slaktivizmi besleyerek kolektif hareketlerin zayıflamasına yol açabilir.

Gösterişçi duyarlılık, bilgi kirliliği ve yanlış yönlendirmeler gibi ciddi riskler doğurabilir. İnsanlar, yalnızca sosyal medyada popüler olan konulara odaklanıp gerçek uzmanlık gerektiren meseleleri yüzeysel bir şekilde ele aldığında, toplumsal tartışmalar sığlaşabilir. Bunun sonucunda, yanlış veya eksik bilgi içeren paylaşımlar hızla yayılabilir ve kamuoyunun yanlış yönlendirilmesine sebep olabilir. Özellikle kriz anlarında bilinçsizce yapılan paylaşımlar, toplumun dikkatini asıl sorunlardan uzaklaştırarak çözüm yollarını sekteye uğratabilir.

Bireyler açısından bakıldığında, gösterişçi duyarlılığın uzun vadede samimiyet krizine yol açabileceği öngörülebilir. İnsanlar, çevrelerindeki bireylerin duyarlılığını sahte veya yüzeysel olarak algıladıklarında toplumsal sorunlara dair genel bir güvensizlik gelişebilir. Bu da kolektif dayanışmayı zayıflatarak insanların toplumsal meselelere ilgisini kaybetmesine neden olabilir. Daha da kötüsü, gerçekten duyarlı ve aktif bireyler sosyal medyada sahte duyarlılıkla özdeşleştirilerek değersizleştirilebilir.

Sonuç olarak, gösterişçi duyarlılık toplumsal sorunlara çözüm üretmek yerine, yüzeysel farkındalık yaratıp bireyleri ve kurumları sorumluluk almaktan uzaklaştırabilir. Sosyal medyanın sunduğu bu hızlı ve zahmetsiz “sözde aktivizm” biçimi, gerçek eylemlerin önüne geçerek sahte bir toplumsal bilinç oluşturabilir. Uzun vadede ise bu durum hem bireysel hem de kolektif düzeyde sosyal problemlerin derinleşmesine ve çözüm süreçlerinin aksamasına neden olabilir.

Gösterişçi duyarlılığın önüne geçmek için bireysel farkındalık, toplumsal bilinç ve dijital platform düzenlemeleri bir arada ele alınmalıdır. Dijital okuryazarlık ve eleştirel düşünme becerilerinin güçlendirilmesi, bireylerin sosyal medyada yüzeysel duyarlılık ile gerçek aktivizmi ayırt etmelerini sağlayabilir. Gerçek dünyada herhangi bir katkı sağlamadan yapılan farkındalık paylaşımlarının toplumsal bir değer olarak yüceltilmesi yerine, somut eylemler teşvik edilmelidir. Ayrıca, sosyal baskı tersine çevrilerek samimi ve sürdürülebilir duyarlılık gösteren bireylerin ve kuruluşların

ön plana çıkması sağlanmalıdır. Ancak en önemlisi, bireylerin sosyal medyada görünürlük kazanmak için değil, gerçekten toplumsal fayda sağlamak için harekete geçmesi gerektiği anlayışı yaygınlaştırılmalıdır. Gösterişçi duyarlılığın yerini bilinçli, sorumluluk sahibi ve etkili bir toplumsal aktivizme bırakması, ancak bu çok yönlü stratejilerle mümkün olabilir.

Bu araştırma ile elde edilen bulgular, örneklem grubuna özgü bazı demografik, sosyal ya da psikolojik özelliklerin etkisiyle şekillenmiş olabilir. Ayrıca, gösterişçi duyarlılık göstermeyen katılımcıların davranışlarını belirleyen dinamikler bu çalışmada derinlemesine ele alınmamıştır. Dolayısıyla, bu bulguların genellenebilirliği sınırlıdır ve farklı örneklerle yapılacak ileri araştırmalarla desteklenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte bu çalışma, gösterişçi duyarlılık olgusunu sosyal medya bağlamında davranışsal ve motivasyonel düzeyde incelemekte ve literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Aynı zamanda gösterişçi duyarlılık kavramına kuramsal bir bakış açısı sunmakta, bireylerin bu tür duyarlılığı sergileme eğilimlerinin altında yatan motivasyonları ve tutumları ampirik olarak ortaya koymaktadır. Bu yönüyle çalışma, hem iletişim bilimine kuramsal bir katkı sunmakta hem de dijital davranışları anlamaya yönelik yeni bir perspektif kazandırmaktadır.



Individual Virtue Signaling Tendencies and Motivational Factors on Social Media

Sema Çağlayan

This study aims to identify individuals' virtue signaling tendencies in social media environments using an exploratory approach. Subsequently, it seeks to determine the motivational sources driving this behavior, as well as the psychological factors behind it. Individuals' virtue signaling tendencies were identified by comparing their social media posts with their real-life attitudes regarding three societal issues that frequently emerge in Türkiye. These issues are violence and abuse against children, violence and abuse against women, and environmental issues and climate change. The study examines virtue signaling tendencies in the context of psychosocial dynamics and seeks to answer the following series of interconnected questions in order to clarify the relationship between these dynamics and virtue signaling:

RQ₁: What tendencies do individuals have to engage in virtue signaling on social media?

RQ₂: What primary motivations drive individuals to engage in virtue signaling on social media?

RQ₃: Does a relationship exist for perceived anxiety and dependency in interpersonal relationships with the tendency to engage in virtue signaling on social media?

RQ₄: Does a relationship exist between low social self-confidence and the tendency to engage in virtue signaling on social media?

@ Dr., semacaglayan@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-5715-8744>

 DOI: 10.12658/M0780
insan & toplum, 2025.
insanvetoplum.org

 Received: 11.03.2025
Revised: 30.05.2025
Accepted: 24.06.2025
Online First: 25.07.2025

The population of the study consists of students aged 18-24 enrolled at Kocaeli University, whose total number of students is 58,064. Of these students, a sample of 1,166 participants comprising members of Generation Z was selected with a 99% confidence level and 5% margin of error to ensure adequate representativeness. An online survey conducted among Kocaeli University students between December 4-19, 2024 was used to collect the data, which were then analyzed using SPSS Statistics 27. The study employs descriptive statistics for the demographic analyses and used the chi-square test and independent samples t-test to examine the relationship between demographic characteristics and virtue signaling tendencies. Binary logistic regression analysis was used to assess the impact of participants' levels of interpersonal anxiety and dependency on their virtue signaling tendencies.

As a result of the analyses conducted to answer RQ₁, a third of the participants (33.6%) were found to exhibit behaviors consistent with virtue signaling on social media. The rates of virtue signaling were 26.9% for child abuse and violence, 19.2% for violence against women, and 4.2% for environmental issues. No significant relationship was found between gender and virtue signaling tendencies.

The analyses conducted to answer RQ₂ revealed individuals who were truly seeking justice to be less likely to engage in virtue signaling on issues such as violence and abuse against children and women. While a large portion of participants reported sharing on social media to demonstrate their sensitivity, those wanting to express genuine concern tended to avoid virtue signaling. As the desire to raise awareness increased, the tendency to engage in virtue signaling was found to decrease in both the contexts of child abuse and environmental issues.

Among those exhibiting a tendency for virtue signaling, 50.5% stated feeling better when sharing posts about current issues, 43.4% reported immediately posting about trending issues on social media, and 27.3% reported feeling obligated to share content about widely discussed problems. In addition, 21.5% believed remaining passive while others posted about current issues would cause them to be perceived as indifferent, 19.7% admitted to sharing posts about trending issues even when they didn't want to, and 15.3% expressed sharing posts about widely discussed problems to demonstrate their sensitivity. These percentages were found to be significantly lower among participants not exhibiting a tendency for virtue signaling.

Conversely, the tendency toward virtue signaling was seen to increase in line with the desire to raise public consciousness. Stating things such as feeling good when sharing about current issues on social media, immediately posting about trending topics, feeling obligated to post about these issues, being concerned about being perceived as indifferent when not posting about these issues, posting about

current issues on social media even if unwilling, the desire to show one's sensitivity to others, the thought of being appreciated, being concerned about one's reputation, and being scared to lose followers on social media were all found to increase the tendency for virtue signaling.

These findings indicate the motivational factors underlying virtue signaling tendencies exhibited on social media to align with the dynamics explained by impression management theory (Goffman, 2018), self-presentation theory (Leary, 1996), and social identity theory (Tajfel & Turner, 2004), all of which are closely interrelated. Accordingly, one can argue such motivational drivers as concern for reputation, the desire for appreciation, and the desire to appear sensitive toward social issues to be shaped at the intersection of social identity construction and impression management. Virtue signaling thus appears to be part of a process in which individuals strategically stage both their self-image and group affiliations in digital environments.

The results of the logistic regression analysis conducted to answer RQ₃ and RQ₄ have revealed interpersonal anxiety and perceived dependency to slightly but significantly increase virtue signaling tendencies and low social self-confidence to have no significant effect. These findings suggest that individuals with high levels of interpersonal anxiety and perceived dependency may be inclined toward virtue signaling and to be driven by motivations such as seeking social acceptance, feeling a sense of belonging, needing approval, and constructing a social identity.

Virtue signaling should be noted to refer to the inconsistencies between genuinely well-intentioned actions and superficial displays of concern. Engaging in virtue signaling on social media can hinder genuine efforts toward solving social issues. When people demonstrate sensitivity merely for visibility, superficial and popular discourses may overshadow in-depth solutions. This can lead social media's role to shift from being a tool for raising awareness to a platform for constructing individual image. By satisfying the public conscience, virtue signaling may also prevent individuals from feeling the need to take real-life action. As examples of false sensitivity increase, the serious efforts of researchers and activists working on social issues risk being drowned out by the noise. Individuals who express sensitivity in digital spaces may view themselves as part of a process of social change and feel a sense of psychological relief while also considering active efforts for concrete solutions unnecessary. In turn, this may fuel slacktivism and weaken collective movements.

Kaynakça

- Alden, L. E. & Taylor, C. T. (2004). Interpersonal process in social phobia. *Clinical Psychology Review*, 24(7), 857-882. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2004.07.006>
- Applebaum, B. (2021). The non-performativity of white virtue-signaling: Insights for social justice pedagogy. *Philosophy of Education*, 77(3), 42-58. <https://doi.org/10.47925/77.3.042>
- Balcı, Ş. & Yeles Karaman, S. (2020). Social media usage, self-presentation, narcissism, and self-esteem as predictors of instagram addiction: An intercultural comparison. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1213-1239. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.719895>
- Bartholomew, J. (2015a). Easy virtue. *The Spectator*. <https://www.spectator.co.uk/article/easy-virtue>
- Bartholomew, J. (2015b). I invented 'virtue signalling'. Now it's taking over the world. *The Spectator*. <https://www.spectator.co.uk/article/i-invented-virtue-signalling-now-it-s-taking-over-the-world>
- Battaly, H. (2025). Virtue signaling without vanity. *The Journal of Value Inquiry*. <https://doi.org/10.1007/s10790-025-10040-1>
- Baudrillard, J. (2021). *Tüketim toplumu*. N. Tural & F. Keskin (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300166439>
- Castells, M. (2013a). *Communication power*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2013b). *Enfasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür. Kimliğin gücü*. E. Kılıç (Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çağlayan, S. (2024a). Kadına yönelik şiddet olaylarında gösterişçi duyarlılık: Eleştirel perspektiften sosyal medya üzerine bir analiz. *TRT Akademi*, 9(20), 172-203. <https://doi.org/10.37679/trta.1408109>
- Çağlayan, S. (2024b). "Gösterişçi Duyarlılık". *İletişim Ansiklopedisi* (Cilt 1). <https://zenodo.org/records/13220287>
- Çankal, S. (2024). Dijital platformlarda kimlik inşası ve sunumu: Z kuşağı üyeleri üzerine bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 61, 325-342. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1430273>
- Debord, G. (2021). *Gösteri toplumu*. A. Ekmekçi & O. Taşkent (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Doğan, T. & Sapmaz, S. (2012). Kişilerarası duyarlılık ölçeğinin Türk üniversite öğrencilerinde psikometrik analizi. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 5(2), 143-155.
- Emler, N. (2011). A social psychology of reputation. *European Review of Social Psychology*, 1(1), 171-193. <https://doi.org/10.1080/14792779108401861>
- Eriksen, O. (2021). Virtue signaling: What is it and why is it so dangerous? *Real Clear Energy*. https://www.realclearenergy.org/articles/2021/08/02/virtue_signaling_what_is_it_and_why_is_it_so_dangerous_788208.html
- Gill, J., Johnson, P. & Clark, M. (2010). *Research methods for managers*. SAGE Publications.
- Ginat-Frolich, R., Gilboa-Schechtman, E., Huppert, J. D., Aderka, I. M., Alden, L. E., Bar-Haim, Y., ... & Wieser, M. J. (2024). Vulnerabilities in social anxiety: Integrating intra- and interpersonal perspectives. *Clinical Psychology Review*, 109, 102415. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2024.102415>
- Glen, C. L. (2015). Activism or slacktivism? Digital media and organizing for social change. *Communication Teacher*, 29(2), 81-85. <https://doi.org/10.1080/17404622.2014.1003310>
- Goffman, E. (2018). *Günlük yaşamda benliğin sunumu*. B. Cezar (Çev.). Metis Yayınları.
- Hamilton, A. (2019). Virtue signalling and other slimy words. *Eureka Street*. <https://www.eurekastreet.com.au/article/-virtue-signalling--and-other-slimy-words>

- Han, B. C. (2020). *Şeffaflık toplumu*. H. Barışcan (Çev.). Metis Yayınları.
- Hill, J. & Fanciullo, J. (2023). What's wrong with virtue signaling? *Synthese*, 201(4), 117. <https://doi.org/10.1007/s11229-023-04131-4>
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80-98. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.027>
- Hollingsworth, K. (2023). The 1906 Atlanta race riot aftermath: CSR in action and woke-washing. *Enterprise & Society*, 25(2), 313-328. <https://doi.org/10.1017/eso.2022.50>
- Karataş, S. & Karakoç, E. (2024). The virtual world platform "Tiktok": A study on generation Z. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(2), 517-537. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1440628>
- Kocaeli Üniversitesi (2025). *Öğrenci sayılarına ait istatistiksel bilgiler*. Kocaeli Üniversitesi. <https://ogr.kocaeli.edu.tr/KOUBS/Istatistik/index.cfm>
- Konuk, F. A. & Otterbring, T. (2024). The dark side of going green: Dark triad traits predict organic consumption through virtue signaling, status signaling, and praise from others. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103531>
- Köse, G. (2020). Toplumsal hareketlenmede önemli bir durak: Sosyal ağlarda dijital aktivizm ve dinamiklerine ilişkin Y ve Z kuşağının farkındalıkları üzerine bir araştırma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(22), 1255-1288. <https://doi.org/10.26466/opus.665241>
- Krispenz, A. & Bertrams, A. (2023). Further evidence for the dark-ego-vehicle principle: Higher pathological narcissistic grandiosity and virtue signaling are related to greater involvement in LGBQ and gender identity activism. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4204911>
- Krispenz, A. & Bertrams, A. (2024). Understanding involvement in environmental activism: Relationships to pathological narcissistic grandiosity, virtue signaling, dominance, and sensation seeking. *Current Psychology*, 43(38), 30011-30026. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06575-4>
- Leary, M. R. (1996). *Self-presentation impression management and interpersonal behavior*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780429497384/self-presentation-mark-leary>
- Levy, N. (2020). Virtue signalling is virtues. *Synthese*, 198, 9545-9562. <https://doi.org/10.1007/s11229-020-02653-9>
- Meštrović, S. G. (1999). *Duyguötesi toplum*. A. Yılmaz (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Özdemir Süzer, Ö. (2024). Instagram kullanıcılarının tatmin elde etmesini sağlayan nedenler ile tatmin sonrası oluşabilecek davranışsal niyetlerinin Z kuşağı örnekleminde incelenmesi. *Journal of Research in Business*, 9(1), 76-103. <https://doi.org/10.54452/jrb.1363303>
- Paşalı Taşoğlu, N. & Çağlayan, S. (2021). Dijital siyasal iletişimde gösterişçi duyarlılık davranışı ve ABD eski başkanı D. J. Trump'ın politik söylemleri üzerine bir inceleme. İ. Karlı, Z. B. Dondurucu Dede & T. Yazıcı (Eds.), *Dijitalleşen dünyada siyasal iletişim içinde* (ss. 493-552). Literatürk Academia.
- Paşalı Taşoğlu, N. & Çağlayan, S. (2022). Gösterişçi duyarlılık sergileme ya da duyar kasma: Kavramsal bir çerçeve. *Selçuk İletişim*, 15(2), 833-859. <https://doi.org/10.18094/josc.1027163>
- Philips, H. (2020). Performative allyship is deadly. *Forge*. <https://forge.medium.com/performativelyallyship-is-deadly-c900645d9f1f>
- Shahid Hasni, M. J., Konuk, F. A. & Otterbring, T. (2024). Anxious altruism: Virtue signaling mediates the impact of attachment style on consumers' green purchase behavior and prosocial responses. *Journal of Business Ethics*, 196(3), 603-637. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05734-8>
- Shatz, I. (t.y.). Virtue signaling: When people try to show their goodness. *Effectiviology*. <https://effectiviology.com/virtue-signaling/#:~:text=Virtue%20signaling%20is%20the%20act,that%20person%20is%20virtue%20signaling>

- Shrimley, R. (2019). Once you're accused of virtue-signalling, You can't do anything right. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/cf4d3d5c-7129-11e9-bf5c-6eeb837566c5>
- Sontag, S. (2005). *Başkalarının acısına bakmak*. O. Akınhay (Çev.). Agora Kitaplığı.
- Tajfel, H. & Turner, J. (2004). An integrative theory of intergroup conflict. M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), *Intergroup relations: Essential readings* içinde (ss. 94-109). Oxford University Press.
- Taiwo, O. (2022). Vice signaling. *Journal of Ethics and Social Philosophy*, 22(3). <https://doi.org/10.26556/jesp.v22i3.1192>
- Thaler, M. (2012). Just pretending: Political apologies for historical injustice and vice's tribute to virtue. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 15(3), 259-278. <https://doi.org/10.1080/13698230.2011.640810>
- Tosi, J. & Warmke, B. (2016). Moral grandstanding. *Philosophy & Public Affairs*, 44(3), 197-217. <https://doi.org/10.1111/papa.12075>
- Veblen, T. (1961). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. B. W. Huebsch.
- Wallace, E., Buil, I. & de Chernatony, L. (2018). 'Consuming good' on social media: What can conspicuous virtue signalling on Facebook tell us about prosocial and unethical intentions?. *Journal of Business Ethics*, 162(3), 577-592. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3999-7>
- Westra, E. (2021). Virtue signaling and moral progress. *Philosophy & Public Affairs*, 49(2), 156-178. <https://doi.org/10.1111/papa.12187>
- Yang, G. (2016). Narrative agency in hashtag activism: The case of #BlackLivesMatter. *Media and Communication*, 4(4), 13-17. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>
- Yaylagül, L. (2017). *Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar* (8. bs). Dipnot Yayınları.
- Zentz, L. (2023). "I am here and I matter": Virtue signaling and moral-political stance in progressive activists' Facebook posts. *Narrative Inquiry*, 33(1), 1-26. <https://doi.org/10.1075/ni.20117.zen>