



# Bir Narsisizm Öz Tatmini Olarak Ahlaki Duyarlılık Gösterisi

## *Moral Grandstanding as a Narcissistic Intrinsic Satisfaction*

© Gamze Şen<sup>1</sup>, © Elif Manuoğlu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Manisa

<sup>2</sup>Palacky Üniversitesi Olomouc, Olomouc, Çekya

### ÖZ

Bu çalışmanın amacı ahlaki duyarlılık gösterisi kavramını tanımlayarak bu davranışın öncüllerini, altında yatan motivasyonları ve sonuçlarını tartışmaktır. Ahlaki duyarlılık gösterisi, bireyin başkalarını ahlaki açıdan saygın olduğuna ikna etmek için ahlaki söyleme katkıda bulunması olarak tanımlanmıştır. Ahlaki konularına değer veren bireyler, tartıştıklarını iddia ettikleri konulardan çok benlikleri ile ilgili kaygılara sahiptir. Bu nedenle ahlaki duyarlılık gösterisinde bulunan bireylerin narsisizm kişilik özelliği bakımından yüksek olması da muhtemeldir. Çeşitli hayat amaçları açısından değerlendirildiğinde ahlaki duyarlılık gösterisi bireylere itibar ve ün kazandırabilir ve toplum katkısı ile ilişkilendirilebilir. Bireyler, toplum yanlısı davranışlarının reklamını yaparken gerçek motivasyonları belirgin olmayabilir. Dolayısıyla söz konusu davranış için bireylerin gerçek motivasyonunu ve narsisizm düzeyini anlamak, söz konusu davranışın ahlaki duyarlılık gösterisi adı altında değerlendirilip değerlendirilmeyeceğini anlamak açısından önemlidir. Ahlaki duyarlılık gösterisi kavramı ile ilgili mevcut anlayışı geliştirmek amacıyla bu çalışmada patolojik narsisizm ve öz-yönetim kuramının içsel ve dışsal motivasyon önermesi kullanılmıştır. Son olarak, pandemi gibi güncel meselelere atıfta bulunularak, ahlaki duyarlılık gösterisinin gerçek hayattaki etkileri tartışılmıştır.

**Anahtar sözcükler:** Ahlaki duyarlılık gösterisi, motivasyon, yaşam amaçları, narsisizm, sosyal medya

### ABSTRACT

The aim of this study is to define the concept of moral grandstanding and discuss its antecedents, motivations behind it, and implications. Moral grandstanding is described as contributing to moral discourse to persuade others that one is morally respectable. Individuals who value their moral standing are more concerned about their own self than the topics that they claim to discuss. Therefore, it is likely that individuals who perform moral grandstanding may be high on the narcissistic personality trait. Although moral grandstanding can bring about reputation and fame to individuals, it can be associated with society contribution in some cases. While advertising their prosocial behavior, individuals' true motivation may not be obvious. Thus, it is essential to understand their actual motivation for the behavior in question as well as their level of narcissism in order to understand whether the behavior is considered as an example of moral grandstanding. Pathological narcissism and the intrinsic-extrinsic motivation concept of self-determination theory were used to extend the current understanding of the moral grandstanding concept in the present study. Lastly, the real-life implications of moral grandstanding were discussed with reference to current issues like the pandemic.

**Key words:** Moral grandstanding, motivation, aspirations, narcissism, social media

### Giriş

Ahlaki duyarlılık gösterisi (ADG), dünya literatüründe çok yeni çalışmaya başlanmış (Tosi ve Warmke 2016), ülkemiz literatüründe ise daha önce tanımlanmamış bir kavram olup bu çalışma kapsamında ele alınmasıyla birlikte öncül olacağı düşünülmektedir. Çalışmamızda kavramın tanımının yapılması, kişileri bu şekilde davranmaya iten içsel ya da dışsal kaynaklar ve olası sonuçlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmamızda kullanıldığı şekliyle ADG kavramı, halk arasında deyim haliyle duyar kasmak, "toplumu ilgilendiren durumlar hakkında abartılı şekilde duyarlı davranmak, aşırı alıngan tavırlar sergilemek"

şeklinde tanımlanmıştır (Çokol 2020). Çalışmamızda kavramsal anlayışın güçlendirilmesine ek olarak, kavramın çok yönlü olarak anlaşılmasını kolaylaştıracak şekilde, bireyleri bu şekilde davranmaya iten temel motivasyonların anlaşılması planlanmaktadır. Bu motivasyonların anlaşılması için de güçlü bir kavramsal kavrayışın sunulması hedeflenmiştir. Ardından kavramı akademik olarak çalışılabilir halde sunan Tosi ve Warmke'nin (2016) işaret ettiği üzere, narsisizm ile doğrudan ilişkisine odaklanılacaktır. ADG kavramının, toplumsal beğenirliği hedefleyen yönü göz önüne alındığında, sosyal medya, narsisizm ve ün ya da statü arayıcılık değişkenleri ile ilişkisinin incelenmesi hedeflenmektedir. Ahlaki duyarlılık sergileme davranışı olarak

**Yazışma Adresi/Address for Correspondence:** Gamze Şen, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Psikoloji Bölümü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Manisa, Türkiye

**E-posta/E-mail:** gamze.pakyurek@cbu.edu.tr **Geliş tarihi/Received:** 08.02.2022 **Kabul tarihi/Accepted:** 22.04.2022

**ORCID ID:** 0000-0002-7698-3256

başlayan bir sürecin, hangi motivasyonlarla ve nasıl narsistik bir öz tatmin aracı haline dönüştüğü fikri, çalışmanın ana çerçevesini oluşturmaktadır.

### **Kavramsal olarak Ahlaki Duyarlılık Gösterisi**

ADG kavramı, ülkemiz literatüründe bu çalışmanın içeriğinde isimlendirilmiş olup, İngilizcede halk dilinde “performative wokeness” (Gray 2018) olarak kullanılmış, akademik olarak ise “moral grandstanding” (Levy 2020) ya da “virtue signalling” (Tosi ve Warmke 2016) gibi kavramlarla incelenmiştir. Ülkemizde de kavramsal açıdan benzer bir kullanımı vardır. Literatürde ülkemizde, “kasmak” kelimesi Türkçe akademik metinlerde dilin yozlaşması örneği olarak, Z kuşağının dilinde, “bir şeyi gereğinden fazla önemsemek, önemsenen şey için çaba ve vakit harcamak, üstüne düşmek” anlamında kullanılan bir kavramken; duyar kelimesiyle eşleşerek kullanılmaya başlanmasıyla birlikte yakın zamanda bir deyim haline dönüşmüştür (Çokol 2020).

“Duyar” sözcüğü Türk Dil Kurumu’na göre duygu ifadesine karşılık gelmekte, bir sıfat olarak kullanılmaktadır. Anlamı: “beden üzerinde uyarıldığında hızlı ve güçlü tepkilere yol açan”dır. Bunun yanı sıra “kasmak” sözcüğü ise “baskı altında tutmak” anlamına gelen mecaz bir anlatımı da bulunmaktadır. Türkçe de “kasıp kavurmak” şeklinde deyim haliyle kullanılan bu söz öbeğinde, (1) baskı yaparak veya kıyıcı davranışlarla bir topluluğu ezmek, zulmetmek (ör: İki serseri çocuk ortalığı kasıp kavurdu.), (2) çok etkilemek, hüküm sürmek, (ör: Dışarıda ortalığı kasıp kavuran bir ayaz var.), ve (3) çok zarar vermek, mahvetmek (ör: Etrafa çok zarar verdi, öfkesiyle kasıp kavurdu, kıyameti kopardı.) şeklinde kullanımları bulunmaktadır.

“Duyar kasma” şeklinde kullanılan söz öbeği ise yakın zamanda kullanılmaya başlayan ve kullanılış şekliyle tepkilere yol açan bir ifadedir. Temel kullanımda kasmak fiili mecazen “bir konuda kişinin kendisini zorlaması, bu konuda bir emek harcaması” anlamında ifade edilmektedir. Bu sebeple de örneğin, takipçi kasmak “takipçi sayısını önemsemek ve takipçi sayısını arttırmak için çeşitli yollara başvurmak”, oyun kasmak “adı geçen oyunu oynamak ve bu oyun için çaba harcamak”, level kasmak “oyunda seviye atlamak için çabalamak”, ortalama kasmak “ders notu ortalamasını yükseltmeyi aşırı önemsemek ve bunun için çalışmak” vs. şeklinde kullanılmaktadır. Yani “bir amaç için sınırlarını zorlamak, emek ve güç harcamak” anlamına gelmektedir. Ancak duyar kasmak ifadesinin bu anlamların tamamen dışında “samimiyetsiz duyarlılık sergilemek/sahnelemek” anlamına geldiği anlaşılmaktadır. İfadenin sorunu kelimelerin ayrı ayrı anlamlarına rağmen yanlış kullanımından ortaya çıkıyor görünmektedir. Buradan hareketle duyarlılık gösterisi yapmak, “duygulu, hassas olmak için kişinin kendisini zorlaması” gibi bir anlam taşımaktadır. Bu haliyle, dilin bozulmasından, toplumsal bilincin yitimine kadar pek çok yönden eleştirilerin odak noktası haline gelmiştir. Ancak kimi çevrelerce terim kabul görmüş ve kullanılagelmiştir. Kısacası, ADG yapmak ya da duyar kasmak, kişinin samimiyetsiz bir şekilde kendini ahlaki yönden üstün veya başka bir deyişle herkesten daha duyarlı göstermesi yoluyla dolaylı bir kazanç (ün, statü, beğeni vs.) elde etmesine karşılık

gelmektedir.

Kurt Baier (1965) “Ahlaki konuşma genellikle oldukça rahatsız edicidir. Ahlaki suçlamalar, ahlaki öfkeyi ifade etmek, ahlaki yargıda bulunmak, ahlaki azarlamalar ve kendini haklı çıkarmak çabası ile kişinin ahlaki seviyesi derecelendirilebilir mi? Hepsinden önemlisi, böyle konuşmalardan kim zevk alabilir?” diye sorarak ilk kez ahlaki duyarlılıkla bir duruş sergilemek gibi görünen ama aslında, bundan farklı bir haz almayı işaret eden bu kavrama ilişkin rahatsızlığımı dile getirmiştir. Ardından The Guardian’daki bir köşe yazısı bu durumu “ahlaki saygınlığın kontrolden çıkmış hali (out of control)” olarak tanımlamıştır (Shariatmadari 2016). Aynı yıl Tosi ve Warmke (2016) tarafından “virtue signalling” olarak isimlendirilen bu kavram, duyarlı olmadığı halde o şekilde görünmeye çalışıp, bundan yarar sağlama amacı gütmek; toplumsal bir grubun üyesi olarak, itibar ve statü kazanma ya da var olanı yükseltme hedefiyle gerçek veya sahte veriler üzerine kurulan bir çeşit kendini ahlaki yönden üstün veya duyarlı gösterme çabası olarak tanımlanmıştır. Daha sonraları Tosi ve Warmke, diğer yazarlar ile yürüttükleri yakın tarihli ampirik makalelerinde (Grubbs ve ark. 2019b), ilgili durumu “virtue signalling” yerine “moral grandstanding” kavramının daha iyi tanımlandığı gerekçesiyle, tercih edilebilir olduğunu iddia etmektedirler.

Tosi ve Warmke (2016) bu kavramı ilk kez tanımlarken, “bir kişi başkalarını kendisinin “ahlaki açıdan saygın olduğuna” ikna etmeyi amaçlayan ahlaki söylemde bulunduğu bu bir toplumsal gösteriye dönüştürmüş olur” ifadesini de kullanmaktadır. Buna göre, duyarlılık gösterisi yapan kişi, başkalarının kendisi hakkında belirli arzu edilen yargılara varmasını sağlamaya çalışmaktadır. Yani kendisinin belirli bir ahlaki niteliğe sahip olduğu için saygıya veya hayranlığa layık olduğunu ispat etmeyi amaçlamaktadır. Tosi ve Warmke (2016), bu tür duyarlılık gösterilerini karakteristik olarak beş özellikte tanımlamaktadır:

1. Üst üste yığılma (pilling on): Grubun saygın bir üyesi olarak görülmek ya da diğerlerinden daha saygın olduğunu kanıtlamak için, daha önceki farklı yorumcular tarafından zaten yapılmış bir kınamanın (condemnation) seri olarak yinelenmesi olarak tanımlanabilir (örneğin, “Asgari maaşlar X miktarının altında olmamalıdır”, görüşünü savunan birine karşı “X miktarın altında bir maaş zaten kabul edilmemelidir. Bence X miktar zaten asgaridir” şeklinde aynı görüşü farklı cümlelerle yinelenmek). Bu aşamada bireyler, haklı ve görüşlerinin “doğru” tarafa ait olduğunu gösterme fırsatını yakaladığında, bunun herkesçe kabul edildiğini ya da itiraz edilemediğini hissedene kadar sürdürecektir.
2. Hızlanma (Ramping up): (Yalnızca) “doğru” tarafta olarak tanınmanın yeterli gelmediği durumda grubun bazı üyeleri veya tümü, önceki yorumculardan daha sert bir şekilde bir kınama göstererek, kendilerinden öncekileri geride bırakmaya çalışabilir, böylece ahlaki olarak daha ciddi ve diğerlerinden daha duyarlı olarak tanınmayı amaçlayabilir (örn., asgari maaşlar X miktarın altında olmamalıdır, görüşünü savunan birine karşı 3X miktarın altında bir maaş söz konusu olarak

dillendirilemez. Bence 3X miktarın altındaki bir maaşı dile getirmek dahi bu duruma ilişkin bir ön kabulü gösterir, şeklinde diğerlerinden daha duyarlı görünmek).

3. Aldatma Niyetiyle Uydurmak (Trumping up): Bu durumda kişinin ahlaki olarak daha ciddi ve diğerlerine göre daha duyarlı olduğunu göstermesinin bir başka yolu, diğerlerinin görmediği ahlaki bir sorunu tespit etmektir. Bu, hiçbir şeyin olmadığı yerde ahlaki bir sorun gördüğünü iddia eden abartılmış duyarlılık gösterisine yol açabilir. (örneğin, hayvan haklarını savunan bir görüşün devamında, peki ya aç susuz kalan sokakta yaşayan çocuklar? diyerek, konuyu sanki diğerlerinin hiç görmediğini ima eder şekilde başka bir mecraya taşımak).
4. Aşırı Öfke (Excessive Outrage): Duyarlılık göstericileri, yaşanan olay karşısında herhangi bir fiili suçla orantısız derecede bir öfke sergileyerek ahlaki ciddiyetlerini göstermeye çalışabilirler (örneğin, böyle düşünmeyenler vatan hainidir, başka bir açıklaması olamaz).
5. Kendini Kanıtlama İddiaları (Claims of Self-Evidence): Abartılmış bir duyarlılık göstermek, ahlaki açıdan daha anlayışlı veya hassas olarak görülerek, ahlaki açıdan saygın görünme kazanımını elde etmeye çalışmak (örneğin, geçenlerde bir sokak köpeği görüp dayanamadım ve üstüne kürk mantomu örttüm, #onlardacan).
6. Ahlaki Kavrayış (Moral Perceptiveness): Bu kavrayış örtük bir benzetmeyle gösterilebilir. Duyarlılık gösterisine maruz kalan kişi bir eylemin veya iddianın yanlış olduğunu ve aslında doğrusunun nasıl olduğunu görebilir. Ancak ahlaki duyarlılık gösteren kişi, kendince bu kapasiteye sahip olmayanların ahlaki olarak yetersiz olduklarını ima edebilir. Böylece kendini ahlaki gösterişle yükseltir ve saygınlık kazanırken, diğerlerini ise toplum karşısında değersizleştirir (örneğin, hayvan hakları aktivistlerine yönelik “bunlar da evde çocuklarına bakmaz. Sen önce kendi evine/yuvana/ailene sahip çık” şeklindeki duyarlılığı değersizleştirici söylemler).

Tosi ve Warmke (2016), ADG'nin bu etkilerinin veya eşlik eden etkilerin, toplumsal ahlaki söylem pratiği üzerinde 3 alanda olumsuz yansımaları olacağını iddia eder. Bunlar: (1) artan sinizm (cynicism), (2) öfke tükenmesi (outrage exhaustion) ve (3) grup kutuplaşmasıdır (group polarization).

Duyarlılık gösterisinin ahlaki sinizmi (TDK, Sinizm: erdemli şekilde ve bütün bağımlılıklarından kurutulup özgür kalarak kendi kendine yeter bir insan olmak) tetikleyebileceğini iddia eden görüşe göre, bu durum uzun vadede insanların ahlaki söylem katkılarının samimiyetine ilişkin bir şüphecilik ve hayal kırıklığına sebep olabilir (Andersson 1996). Çünkü aslında duyarlılık gösterisinin amacı gibi görünen adaletsizliklere dikkat çekme iddiasında samimi değildirlir. Bu da duyarlılık gibi görünen durumu, benzer söylemlerin üst üste yığılması şeklinde sıralandığı ama bunun ötesine geçemediği bir gösteri sahnesi haline getirecektir. Benzer şekilde hızlandırmak, aldatma niyetiyle uydurmak ve aşırı öfke de ahlaki söylemin değerini düşürür. Çünkü ahlaki kınama etkisini, ahlaki dil ise gücünü

kaybedecektir. Ayrıca, sonuçta ahlaki açıdan sorunlu özelliklerini ortaya çıkarmayı ve açıklamayı amaçlayan saygılı bir tartışmanın ne olması gerektiği unutulup, samimiyetsiz ve abartılı duyarlılık gösterileri gelişir. İnsanların davranış ve inançları üzerinde önce artan ve ardından tükenen bir öfke ortaya çıkar (Tosi ve Warmke 2016, 2020a). İnsanlar birbirlerinin görüşlerine karşı olmasa da aynı fikri hızlandırıp, söylemler üst üste yığılarak çoğaldıkça, Sunstein'in tanımıyla (2002) grup kutuplaşması meydana gelebilir ve grubun üyeleri daha aşırı bakış açılarına doğru kayma eğilimi gösterebilir (Grubbs ve ark. 2020).

ADG yapan kişiler, Tosi ve Warmke'nin (2016) tanımladıkları şekliyle en zararsız eylemlerde ya da kültürel değerlere karşı dahi, dikkat çekmek ya da ahlaki öncülüklerini ilan etmek için, karşı tarafı aldatma niyetiyle “-mı gibi” davranmaktadırlar. Duyarlılık gösterisinde yığılma yani, kişinin doğru olduğuna inandığı şeye katılımını toplum içinde de göstermek için daha önce söylenmiş olan bir şeyin her seferinde yinelenmesi, bu durumda meydana gelmektedir. Sonuç olarak bu durum hassas tartışmalardan yararlanabilecek insanları da yabancılaştırma etkisine sahip olabilir. Kendini kanıtlama iddiaları o kadar itici gelebilir ki, gerçek tartışmaların önünü kapatmak için kullanılabilir (Tosi ve Warmke, 2020a).

Ayrıca, bu halka açık ahlaki gösteri, “önemli ölçüde kişinin statüsünü veya rütbesini yükseltme arzusuyla” motive edildiğini ifade etmektedir (Grubbs ve ark. 2019b). Bu arzu, Tosi ve Warmke'nin (2016) kavramı “virtue signaling”den “moral grandstanding” olarak yeniden isimlendirirken kabul ettikleri “ahlaki saygınlık” motivasyonundan daha talepkâr bir motivasyon gibi görünmektedir (Levy 2021). Bu da bizi ADG'nin ardında yatan motivasyonlara mercek tutmaya yöneltmektedir.

## Motivasyonlara Kuramsal Bakış

Öz-yönetim kuramı (Self-Determination Theory; Deci ve Ryan 1985, Ryan ve Deci 2017) iyi temellendirilmiş bir motivasyon kuramıdır ve insan davranışının altında yatan nedenleri ve davranışların amaçlarını incelemektedir. Motivasyon, davranış ve niyetin yönü, enerjisi ve istikrarı ile ilgili bilgilendirici bir kavramdır (Ryan ve Deci 2000). Kurama göre motivasyon yalnızca miktar bakımından değil, çeşitlilik bakımından da bireylerde farklılık göstermektedir ve kuramda içsel ve dışsal motivasyon olarak temel bir ayırım yapılmaktadır. Temel olarak bir aktivite ya da davranış somut bir ödül elde etmek için yapılıyorsa, bu davranış dışsal motivasyon ile yapılıyor demektir. Ancak davranış aktivite ilginç ya da eğlenceli bulunduğu ve aktivitenin doğal olarak sağlayacağı tatmini elde etmek için yapılıyorsa, içsel motivasyon söz konusudur. Bireyler içsel motivasyona sahip olduklarında, öğrenmeye ve ustalaşmaya yönelik içsel bir eğilime de sahip olurlar ve dış çevreleriyle bunu yansıtmak şeklinde iletişime geçerler. Dışsal motivasyona sahip olduklarında ise genel olarak çeşitli “araçsal faaliyetler” yolu ile bazı belirli sonuçları elde etmek amacıyla davranış sergilerler (Ryan ve ark. 2021). Dolayısıyla, içsel motivasyonda davranışın kendisi amaç iken, dışsal motivasyonda davranışın bazı somut çıktıları elde etmek uğruna gerçekleştirilen bir araç haline geldiğini

söylemek mümkündür. Ayrıca, gerçekçi olduğunda içsel motivasyonla gerçekleştirilecek davranışların dışsal motivasyonla gerçekleştirilebilecek davranışlara oranının düşük olduğu fark edilecektir. Bu nedenle, içselleştirme süreci öz-yönetim kuramında oldukça önemlidir ve bu süreci kavramsallaştırmak için çeşitli dışsal motivasyonlar tanımlanmıştır (Ryan ve Deci 2000). Kısaca, motivasyon, değişmeyen bir kişilik özeliği değildir ve dışsal motivasyon ile gerçekleştirilen davranışlar içselleştirilebilir. İçselleştirilen davranışlar, birey tarafından daha derinden temellendirilir ve sahiplenilir. Bunun sonucunda birey artık davranışa ve davranış ile ilgili değerlere daha gönülden bağlanır.

Davranışın içselleştirilmesi için nasıl bir süreçten geçtiğini anlamak adına, kuram tarafından önerilen dışsal motivasyon çeşitleri ya da davranışsal düzenlemeler önem taşımaktadır. Bu davranışsal düzenlemeler, barındırdıkları özerklik miktarına göre (azdan çoğa) sınıflandırılmıştır. Dışsal düzenleme (external regulation) ilk davranışsal düzenlemedir ve özerkliğin en az olduğu kategoridir. Söz konusu davranış tamamen dışsal baskılar nedeniyle gerçekleştirilir (Deci ve Ryan 2000, Ryan ve Deci 2000). Örneğin sosyal medyada bağış yapılması söylendiği için bağış yapan bireyler, dışsal kaynaklar tarafından yönlendirilmektedir. Bireyler gerçekleştirmelerini dikte eden durum ortadan kalktığında, bu davranışı yapmayı durduracaktır. İkinci dışsal motivasyon türü içe yansıtılmış düzenlemedir (introjected regulation). Denetleyici mekanizmalar tarafından kontrol edilen bu davranışların özerkliği dışsal düzenlemeden fazla olmasına rağmen, hala bireyler bu davranışı suçluluk ya da utançtan kaçınmak ya da övünç elde etmek amacıyla gerçekleştirmektedir. Bu nedenle yine somut bir ödül söz konusudur (Deci ve Ryan 2000, Ryan ve Deci 2000). Bir önceki örneğe dönecek olursak, bağış yaparak duyarlı görünmek isteyen bireyler, bu davranışlarından dolayı övünç hissedebilirler. Bunun sonucunda da kendilerini diğerlerinden üstün ve duyarlı görebilirler. Dolayısıyla bu motivasyona sahip bireylerin ADG'de bulunmuş olma ihtimali de yüksek olabilir. Daha özerk bir davranışsal düzenleme olan özdeşleşmiş düzenlemede (identified regulation) ise birey bir davranışın kişisel olarak önemini kavramıştır ve bu davranışı içselleştirmeye başlamıştır (Deci ve Ryan 2000, Ryan ve Deci 2000). Özellikle çalışkanlık ve sebat gerektiren ve doğal olarak içsel motivasyonun uygun olmadığı davranışlarda (örn., gönüllü çalışmak) bu davranışsal düzenleme özellikle önemli hale gelmektedir. Dolayısıyla bu aşamada bireyin bağış davranışı yalnızca ADG çerçevesinde değerlendirilmemelidir. Son olarak, içsel motivasyondan önce gelen ve içsel motivasyondan sonra en fazla özerkliğe sahip davranışsal düzenleme bütünleşmiş düzenlemedir (integrated regulation). Bütünleşmiş düzenlemede özdeşleşmiş düzenlemelerin tam olarak benlik ile uyumlu hale getirilmesi söz konusudur. Yani söz konusu davranış benliğin diğer yönleri ile de bütünleştirilir ve tamamen kabul edilir (Deci ve Ryan 2000, Ryan ve Deci 2000). Sonuç olarak birey artık söz konusu bağışı gönülden yapacak ve belki sonraki aşamada farklı davranışsal etkinliklere de katılacaktır. Dolayısıyla, ADG bu aşamada söz konusu değildir.

ADG yapan kişiler bir anlamda ahlaki söylem teşhirciliği yoluyla,

başkalarının kendileri hakkında arzu edilen yargılara varmasını sağlamaya çalışmaktadır. Buradan hareketle bu kişilerin içsel motivasyona değil, dışsal motivasyona sahip olduğu iddia edilebilir. Davranışlarının altında yatan neden(ler) içe yansıtılmış düzenlemedir (introjected regulation) ve bireyler ADG sonucu övünç, saygı, ya da hayranlık elde etmek istemektedir. Bahsedildiği gibi, içe yansıtılmış düzenleme dışsal düzenlemeden sonra özerklik miktarı en az olan davranışsal düzenlemedir. Benzer şekilde, adaletsizliklere dikkat çekme iddiasında bulunma, göçmenlerin sorunlarına dikkat çekmeye çalışma, hayvan aktivistlerini eleştirme gibi davranışlar özellikle kasıtlı olarak halka açık mecralarda (örneğin sosyal medyada) somutlaştırılıyorsa, içe yansıtılmış düzenleme söz konusu olabilir. Bu verilen örnekler ile motivasyon ilişkisi incelendiğinde, ADG yapan bireylerin "miş gibi" davranıyor olduğu görüşü desteklenmektedir. Benzer şekilde, ADG yapan kişilerin statüsünü veya rütbesini yükseltme arzusuyla motive olması (Grubbs ve ark. 2019b) da yine ADG'nin dışsal motivasyonla (içe yansıtılmış düzenleme) gerçekleştirilen bir davranış olduğu iddiasını güçlendirmektedir. Ancak, bu noktada ADG'nin bir olasılık olduğunu ve bireyin kendisinin beyanı olmadan davranışın altında yatan kesin neden(ler)i bilemeyeceğimizi belirtmekte fayda var.

Kurama göre içsel ve dışsal motivasyona paralel olarak yaşam amaçları da içsel ve dışsal olarak sınıflandırılmıştır (Kasser ve Ryan 2001). Anlamlı ilişkiler, kişisel gelişim ve topluma katkı içsel yaşam amaçlarıdır. Zenginlik, ün/ünlü olma ve imaj ise dışsal yaşam amaçlarıdır. İçsel yaşam amaçları bireylerde doğal olarak var olan büyüme eğilimleri ile tutarlıdır ve içsel motivasyonla da bağlantılıdır. Öte yandan, dışsal amaçlar insan doğasıyla daha az tutarlıdır çünkü baskın kültürden bir hayli etkilenmektedir. Buna ek olarak, sosyal statü sembollerini elde etmek, diğerlerinden olumlu değerlendirmeler ve geribildirimler almak da dışsal amaçlara sahip bireylerin yaygın amaçlarından. Dolayısıyla, dışsal amaçlara sahip olan bireyler zenginliklerini ve şöhretlerini artırmaya yönelik davranışlarda bulunabilir (Kim ve ark. 2003). Bu görüşe paralel olarak, eğer bireyler "toplum yanlısı" eylemlerinin sonuçlarından kendi kişisel çıkarlarına uygun sonuçlar elde ediyorsa, bu bireylerin eylemleri nihayetinde "saf olmayan" ve bencil eylemlerdir (Andreoni 1990).

Örneğin, topluma katkı sunmak amacıyla yapılan bir davranışın içsel motivasyonla yapıldığı iddia edilebilir. Buradan hareketle, örnek olma, prestij arzusu veya hakimiyet arzusu ile yapılan bir ADG'nin de aslında dışsal motivasyonla yapıldığı ve dolayısıyla dışsal bir yaşam amacı özelliği taşıdığı ifade edilebilir. Birey davranışın neticesinde çeşitli somut çıktılar elde etmeyi amaçlamakta, davranışı sevdiği ya da önemseydiği için yapmamaktadır. Bu da bu davranışın ve davranışın içindeki değerlerin tam olarak benimsenmediği ve davranışın gönülden yapılmadığı anlamına gelmektedir. Daha da basitleştirmek gerekirse, eğer ahlaki gösterinin temel motivasyonlarından biri başkalarının bireyi ahlaki açıdan saygın biri olarak düşünmesini ve tanınmasını istemekse, birey ünlü olma motivasyonuna/amacına sahiptir. Ünlü olma, dışsal bir hayat amacıdır ve dışsal hayat amaçları dışsal motivasyona sahip bireyler tarafından benimsenmektedir.

Buna paralel olarak, Tosi ve Warmke (2016, 2020a) ve Zeigler Hill ve ark. (2019) ahlaki anlamda saygın biri olarak algılanmanın ve kitleleri etkileyerek tanınırlığı artırma arzusunun ADG'nin motivasyonlarından olduğundan bahsetmektedir. Tosi ve Warmke (2016, 2020a) duyarlılık gösterisinin iki temel motivasyon kaynağıyla karakterize edildiğini düşünmektedir. İlki merkezi özellik, ahlaki gösteri sahibinin, ahlaki kaygılarla ilgili bir konuda başkalarının onun ahlaki olarak saygın olduğunu düşünmesini istemesidir. Yani onlar üzerinde hakimiyet kurması ile ilişkilendirilebilir. İkincisi ise çevresel özellik, kitleleri etkileme, böylece tanınırlığını arttırma ve kendi grubu dışında da tanınma arzusudur. Bu da prestij özelliği ile ilişkilendirilebilir (Zeigler Hill ve ark. 2019). Daha önce de belirtildiği gibi, bu amaçlar bireylerin büyüme ve gelişme eğilimleri ile çelişmektedir. Aynı zamanda, bu amaçla gerçekleştirilen davranışların altında yatan neden dışsal düzenlemedir çünkü somut bir ödül beklentisi ile yapılmaktadır.

ADG'nin altında yatan dışsal motivasyon ve ünlü olma ya da benzersiz olma arzusu ne kadar güçlüyse, bireyin somut çıktılar elde etmek için göstereceği çaba da o kadar yüksek olacaktır. Örneğin, birey yalnızca kendi iç grubundaki bireyler tarafından ahlaki olarak duyarlı algılanmak istediği duruma kıyasla, daha büyük bir kitle tarafından (dış grupların da dahil olduğu) duyarlı ve saygın algılanmak istediği durumda daha fazla çaba gösterebilir. Bu gibi bir çabanın en görülebilir olduğu yer sosyal medyadır. Özellikle son yıllarda pek çok gruba hitap eden sosyal medyanın çeşitliliğinin artması ve kullanımının yaygınlaşması ile birlikte, sosyal medya kullanımının altında yatan motivasyonlar da araştırılmaya başlanmıştır (örn., Manuoğlu ve Uysal 2020, Seidman 2013, Sheldon ve ark. 2011). Sosyal medyayı kendini gösterme (self-presentation) amacıyla kullanan bireylerin oranı azımsanamayacak düzeydedir.

Sosyal medya bireylere aktivitelerinin büyük çoğunluğunun geniş bir kitle önünde gerçekleştirme imkânı sunmaktadır. Böyle bir ortamda iletilerin büyük bir çoğunluğu sosyal inşa sürecinden geçtikten sonra paylaşılmaktadır. Sonuçta bireyler benliklerini olumlu açılardan sunarak idealize edilmiş kimlikler yaratabilir (Hollenbeck ve Kaikati 2012). Dolayısıyla bireyler sosyal medya platformlarında kendilerini başkaları tarafından nasıl algılanmak istiyorlarsa o şekilde sunma imkanına sahiptir. Örneğin, bireyler bir üyesi olmaktan memnun olacakları bir grupta statü kazanmak için (dışsal hayat amacı), hayvanlar üzerinde test yapmayan (cruelty-free) belirli markaları tercih ettiklerini belirten paylaşımlar yaparak (örn., bir içeriği beğenme, paylaşma ya da başkasına gönderme), ahlaki açıdan bu markaları kullanmayan insanlardan daha üstün olduklarını ve bu ürünleri kullanan ve ahlaki açıdan üstün olan grubun üyeleri ile benzer olduklarını kanıtlamaya çalışabilirler. Sonuç olarak, sosyal açıdan beğenilir bir benlik sunmak özellikle sosyal medya platformlarında normalleşmeye başlamıştır ve ADG de bu oranda daha kabul edilebilir ve yaygın bir davranış biçimi haline gelmiş olabilir.

Çeşitli kurum ya da kuruluşlara dikkat çekici şekilde bağış yapmak da ADG'yi somutlaştırmak için kullanılacak başka bir örnektir. Sosyal medya platformlarında ya da çevrimdışı hayatta bu gibi bağışları göze çarpan şekilde yaparak bireyler yine ahlaki

açıdan saygın, üstün ve duyarlı olduklarını kanıtlamaya çalışıyor olabilir. Burada dikkat çekici nokta, bu davranışın altında yatan motivasyonun içsel mi yoksa dışsal mı olduğunun tam olarak ayırt edilmesinin zor olduğudur. Benzer bir durum, hayvanlar üzerinde test yapmayan markaları tercih ettiğini belirten bireyler örneği için de geçerlidir. Sonuçta birey, statü ve ün gibi somut çıktılar elde etmektedir. Ancak davranış gerçekten başka canlılar ya da toplum katkısı açısından incelendiğinde olumlu sonuçlarla ilişkilidir. Bağış yapan birey içsel motivasyon ile topluma katkı sağlamak amacıyla bu davranışı gerçekleştiriyor da olabilir. Dolayısıyla, ADG olarak algılanan bir davranış, her ne kadar söz konusu davranışın altında yatan motivasyon tam olarak bilin(e) mese de, olumlu çıktılarla da ilişkili olabilir.

Batson (2011) tarafından da ifade edildiği gibi, topluma katkı amacıyla gerçekleştirilen eylemler özgecil olsa da bu eylemlerin istenmeyen bir yan etkisi olarak bireysel çıkarlar elde edilebilir. Wallace ve arkadaşları tarafından (2020) yapılan diğeri ve kendisi yönelimli ADG ayrımı da bu noktada önem kazanmaktadır çünkü birey, sosyal medyada kolaylıkla hem kendisi ve diğeri yönelimli ADG yapabilmektedir. Bu çalışmaya göre, kişi kendisi yönelimli olduğu durumda, prestij kazanmak gibi, birtakım faydalar elde etmek için duyarlılık gösterisi davranışı sergilemektedir. Bu durum, örneğin, bireyin sosyal medyada duyarlılık gösterisi yapması yoluyla genel profilini geliştirmesine izin verir ve bu da kişiye kendisini iyi hissettirir. Diğer odaklı olduğu durumda ADG, başkalarının görüşlerini bir yöne sürüklemeye odaklanan duyarlılık gösterisi davranışı olarak tanımlanmaktadır ve hakimiyet kurma amacı taşımaktadır. Bu durumda ise ADG, bireyin sosyal medyada duyarlılık gösterisi yoluyla kitleleri bir konu ya da durum hakkında yönlendirmesine, ahlaki doğrunun işaret ettiği yönü belirlemesine hizmet eder ve bu bakımdan saygın hissettirir. Hem kendisi hem de diğeri(ler)i yönelimli duyarlılık gösterisi davranışı için ortak özelliklere baktığımızda,

- (i) Kasıtlı olarak halka açık olması (örneğin, sosyal ağ kullanılması, böylece duyarlılık gösterisinin başkaları tarafından geniş çapta görülebilir olması),
- (ii) Kasıtlı olarak bireyin duyarlılık hassasiyetini belirtmek için tasarlanmış olması, özellikleri ortak görünmektedir.

Sosyal medyada gerçekleştirilen ve hem dışsal motivasyon hem de dışsal hayat amaçlarının ön planda olduğu bu davranışlar, ADG'nin söz konusu olabileceği iddiasını güçlendirmektedir. Ancak yine de davranışın altında yatan gerçek nedeni öğrenmek için en doğru kaynak, bireyin kendisi olacaktır.

## Ahlaki Duyarlılık Gösterisi ve Narsisizm

Narsisizm, büyüklük, hayranlık ihtiyacı ve empati eksikliği ile karakterize normal dağılım gösteren kişilik özelliğine atıfta bulunan, çok yönlü bir fenomendir (APA, 2013). Geniş tanımlı yapısı içinde, esas olarak büyükenmeci ve kırılğan narsisizm olarak adlandırılan iki temel narsisizm gösterim biçimi vardır. Bunlardan ilki, yani büyükenmeci narsisizm, kibir, kıskançlık, yetki arayıcılık, saldırganlık ve hakimiyet ile yakından

bağlantılıdır. İkincisi, yani kırılğan narsisizm, eleştiriyeye karşı aşırı duyarlılık, başkalarının eleştirilerine karşı düşük toleranslı olma ve utangaçlık ile karakterizedir. Büyükleme narsistik bireyin, kırılğan narsistik bir kişiye kıyasla, kendini geliştirmeye açıklığı ve zayıflıkların inkârı yoluyla, toplumsal düzeyde benlik değeriindeki kırılğanlığı gizleme ve benlik saygısını düzenlemesi daha olası görünmektedir (Dickinson ve Pincus 2003, Miller ve Campbell 2008, Russ ve ark. 2008, Wink 1991).

Back ve arkadaşları (2013) büyükleme narsisizmin iki farklı fakat birbiriyeye ilişkili stratejisini tanımlamıştır: narsistik hayranlık ve narsistik rekabet; ikisi de görkemli bir benlik inancının korunmasına hizmet eder. Buna göre Tosi ve Warmke'nin (2016) öne sürdüğü gibi, başkalarının görüşlerini değersizleştirerek statü, ün ya da hayranlık kazanmayı amaçlayan ADG'nin, saygınlık fantezileri ve üstünlük kurma çabası, diğerlerine karşı küçümseyici eğilimlere dönüşüp narsistik saldırganlık şeklinde kendini gösterebilir (Grubbs ve ark. 2019a).

Statü arama dürtülerini yönlendirdiği bilinen kişilik özellikleri arasında narsisizm muhtemelen en göze çarpanıdır (Zeigler-Hill ve ark. 2018). Bireysel farklılıklar bağlamında, statü arama güdülere belirli kişilik özellikleriyle yakından ilişkilidir. Örneğin dışadönüklük, statü aramaya güçlü bir şekilde bağlantılıdır ve dışadönüklük seviyesi daha yüksek kişilerde daha fazla statü arama güdülere bildirilmektedir (Neel ve ark. 2016). Benzer şekilde, büyükleme ve yetki sahibi olma gibi narsistik özelliklerin özellikle statü arama arzusuyla çeşitli şekillerde ilişkili olduğunu gösteren güçlü bir çalışma grubu vardır (Lange ve ark. 2019, Zeigler-Hill ve ark. 2019). Son kanıtlar, statü aramanın aynı zamanda ahlaki duyarlılık sergileme motivasyonlarıyla da ilişkili olduğunu göstermektedir (Grubbs ve ark. 2019a).

Sosyal statü arayışının narsisizmin önemli bir yönü olduğuna ve muhtemelen yüksek narsistik özellikler sergileyen kişinin, hayata yaklaşımının tanımlayıcı bir özelliği olduğuna dair genel bir anlayış vardır (Zeigler-Hill ve ark. 2019). Örneğin, narsisizmle ilgili bazı araştırmalar, çoğu kavramsallaştırmanın kilit bir yönü olan narsistik haklılığı (narcissistic entitlement) ön görmektedir (Grubbs ve Exline 2016, Krizan 2018, Krizan ve Herlache 2018). Bu haklılık gereksiniminin de temelde daha fazla statü ve bununla bağlantılı fayda görme arzusu tarafından güçlü bir ilişki ile yönlendirildiğini ileri sürmektedir. (Lange ve ark. 2019). Benzer şekilde, narsistik hayranlık ve rekabet, statü arayışıyla bağlantılıdır, ancak her biri bu tür arayışların yöntemlerini farklı şekilde yordamaktadır (Zeigler Hill ve ark. 2019).

Narsistik hayranlık, esas olarak benzersiz olma ihtiyacıyla bağlantılıdır. Düşmanca narsistik rekabet, kendi (toplumsal olarak düşük) statüsünden kaygılanma ve başkalarına karşı düşmanlık ile ilgili görünmektedir. Narsistik hayranlık, bireyin ne ölçüde özel olduğuna inandığını ve beğenilmek istediğini yansıtırken, narsistik rekabet, bireyin diğerlerinden ne kadar iyi olmak istediğini yansıtır (Back ve ark. 2013). Buna göre de narsistik hayranlığın amacı toplumsal tanınmadır. Tosi ve Warmke'ye (2016) göre merkezi özellik "prestij", narsisizmin saygınlık ihtiyacı ile ilişkilendirilebilir. Narsistik rekabetin amacı toplumsal saygınlık kazanmak ve bu yolla kitleleri yönlendirme

motivasyondur. Çevresel özellik "hakimiyet" ise, narsisizmin tanınma arzusu ile ilişkilendirilebilir. Dolayısıyla, narsistik hayranlık ve narsistik rekabet bir önceki bölümde bahsedilen dışsal motivasyon ve dışsal hayat amaçları ile yakından ilişkili gibi görünmektedir.

Tosi ve Warmke'nin (2016) çalışmaları, prestij ve hakimiyet ihtiyacının kesişim noktası olan statü arayıcılık motivasyonunu narsisizmin büyükleme boyutuyla ilişkilendiriyor gibi görünse de, literatür, güçlü bir sosyal statü arzusunun narsisizmin merkezinde yer aldığı ve aslında hem büyükleme hem de kırılğan narsistik kişilik özellikleri arasında tutarlılık yaratabileceği fikrinde birleşmektedir (Grapsas ve ark. 2020, Mahadevan ve ark. 2016, Zeigler-Hill ve ark. 2019). Büyükleme narsisizmin sahip olduğu yüksek haklılık inancı, kırılğan narsisizmden farklı olarak, daha yüksek statü elde etme algısıyla olumlu yönde ilişkili bulunmuştur. Buna göre, büyükleme narsisizm açısından yüksek bireylerin genellikle kendilerini yüksek statüye sahip olarak algıladıkları, ancak kırılğan narsisizm açısından yüksek olanların, özellikle de bu konudaki istekleri ve umutlarına karşın, kendilerini statü sahibi olarak algılayamadıkları görülmektedir (Grapsas ve ark. 2020, Zeigler-Hill ve ark. 2019).

Mahadevan ve Jordan (2022) güçlü bir statü arzusunun, narsisizmin büyükleme ve kırılğan ifadelerinin altında yatan işlevsel bir ortak nokta olabileceğini, iki boyutun ortak bir statü arzusuyla birleştiğini belirtmektedir. Bununla birlikte, büyükleme narsisizmi yüksek bireyler kendilerini statüye başarılı bir şekilde ulaşmış olarak görünürken, kırılğan narsisizmi yüksek olanların arzulanı halde göremediklerini işaret etmektedir. Bu durumun nedeni, Grapsas ve arkadaşları (2020) ile Zeigler-Hill ve arkadaşlarının (2019) çalışmalarında açıklandığı gibi, narsistik hayranlığın rekabetle kendini geliştirme yoluyla yüksek statü elde etme algısı ile ilişkili olduğu görülmektedir. Ancak, rekabette statüye yönelik tehditler karşısında, büyükleme narsisizm aktif bir kendini gösterme stratejisiyle, kırılğan narsisizm ise başarısızlıktan kaçınma davranışıyla hareket ettiği görülmektedir. Bu durumunun sonucunda kırılğan narsisizm için algılanan statü kazanımının daha düşük oluşu ile ilişkili olabileceği öne sürülmektedir. Ancak, literatürdeki ADG'ye yönelik söylemler ağırlıklı olarak büyükleme narsisizme odaklanmakta, kırılğan boyutu büyük ölçüde ihmal etmektedir.

McCain ve Campbell (2018) tarafından 12.000'den fazla katılımcıdan oluşan bir örnekleme dayalı çalışmadaki meta-analitik sonuçlar, büyükleme narsisizm ile sosyal medya kullanımı arasında küçük ila orta derecede pozitif bir ilişki ortaya çıkarmıştır. Kırılğan narsisizm sosyal medya kullanımıyla ilgili olarak henüz derinlemesine incelenmemiştir. McCain ve Campbell'in meta-analiz çalışmasına (2018) göre, bugüne kadar yapılan birkaç çalışmada, kırılğan narsisizm, durum güncelleme sıklığı dışında, sosyal medya kullanımıyla oldukça sınırlı ilişki gösteriyor gibi görünmektedir. Ancak bu sonuçlara oldukça yukarıdan bir bakıştır. Teorik bir perspektiften bakıldığında, kırılğan narsisizme ilişkin sonuçlar sosyal medyadaki hem kendini geliştirme hem de uyum modellerine uymaktadır. Kendini geliştirme açısından, bu çalışmada sosyal medya kullanımı,

paylaşım sıklığı ve özçekimler olarak değerlendirilmiştir. Bu davranışlar potansiyel olarak kendini geliştirme yolları kabul edilmiştir. Oysa ki, ahlaki söylemler ve paylaşımın içeriğine odaklanılmamıştır. Ahlaki duyarlılık söylemlerinin prestij, hakimiyet, statü, saygınlık, tanınma arzusu gibi özellikleri göz önüne alındığında kişinin kendini sosyal medyada sergileme şeklinde, narsisizmin büyülenmesi ve kırılma özellikleri bakımından farklılıklar görülebileceği düşünülmektedir. Bu durum bizi duyarlılık gösterisi kavramını incelemek amacıyla narsistik statü arayıcılığın sosyal medya ile ilişkisine dair daha derin bir kavrayışa yöneltmektedir.

## Ahlaki Duyarlılık Gösterisi, Sosyal Medya ve Narsisizm

Ün ve statü arayışı, kişinin diğerlerinin arasında rütbesini, konumunu ve göreceli konumunu iyileştirmeye yönelik doğuştan gelen insan dürtüsüdür (Cheng ve ark. 2013). Bu statü dürtüsü, işyeri (Loch ve ark. 2001), sosyal medya ortamları (Nesi ve Prinstein 2015) ve hatta boş zaman uğraşları (Walasek ve Brown 2015) dahil olmak üzere çeşitli bağlamlarda görülebilir. Günümüzde, kendini ifade etme şekilleri ve iletişim yeteneği önemli ölçüde çeşitlenmiştir. Sosyal medya, görüşlerini geniş kitlelere aktarmak, kendini ifade etmek ve bireyin bir statü sistemi içindeki konumunu teyit etmek için birincil bir sahne haline gelmiştir. Sosyal medya birçok alanda karşılaştırmayı teşvik eden bir ortam sağlar çünkü kullanıcılar sürekli olarak başkaları, yaptıkları ve kendilerini nasıl sundukları hakkında bilgi alırlar (Niesiobędzka ve Konaszewski 2021). Ayrıca, çevrimiçi etkileşim, insanların karşıt görüşlerini sundukları kişilerle yüz yüze gelmelerini gerektirmediği, dolaylı bir iletişimle kendini ifade etme yolu sağladığı için, sosyal olarak aşırıya kaymayı, politik olarak farklı görüşleri daha fanatik şekilde dile getirmeyi yüz yüze etkileşime göre daha kolay hale getirmektedir (Barnidge 2017). Narsisizm özelinde, Facebook, Instagram ve Twitter, statü geliştirme etkinliği için mükemmel bir ortam oluşturur. Açık ve örtük ipuçları yoluyla idealize edilmiş bir benlik yaratmak, kendisi hakkında en uygun bilgileri ve aynı zamanda en çekici profil fotoğrafını ve diğer yayınlanan fotoğrafları dahil etmek için geniş fırsatlar sunar (Marshall ve ark. 2020, Niesiobędzka ve Konaszewski 2021). Son yıllarda statünün en belirgin göstergeleri, sahip olunan ürünlerle ilişkilendirilmektedir. Sosyal medyada bazı ürünlere sahip olarak benzersiz olma, statü gösterme ve diğer önemli kişilere benzer olma ihtiyacı narsistik statü arayıcılığının önemli bir göstergesi kabul edilmektedir (Amaldoss ve Jain 2008, Chaudhuri ve Majumdar 2006, 2010, Kastanakis ve Balabanis 2012, 2014, Niesiobędzka 2017, Tsai ve ark. 2013). Literatürde yapılan incelemelerden hareketle, bazı ürünlere sahip olup bunu sosyal medyada sergilemenin narsistik statü kazanmanın bir yolu olduğu gibi, ahlaki gösteri ile söylemsel bir üstünlük kazanma durumunun da daha az maliyetle benzer bir statü kazanımı sağlayacağı öngörülmektedir. Maddi bir gösteri sahnelemeden, yine de benzer şekilde, ahlaki duyarlılık gösterisiyle kimsede olmayan bir hassasiyete sahip olma, bu yönüyle diğerlerinden farklı ve özel olma, saygın kişilere benzeme ve hatta bazı durumlarda onlardan ahlaki olarak daha da

doğrucu olma durumunun, narsistik statü arayıcılığının önemli bir göstergesi olması mümkün görünmektedir. Statü aramaya yönelik bu eğilim, kamusal söylem bağlamındaki davranışlarda da kendini gösteriyor gibi görünmektedir (Grubbs ve ark. 2019a).

Grubbs ve arkadaşları (2020), çalışmalarında grup normunu aşırılaştıran ya da normun ötesine geçen statü arzusu gibi bireysel farklılıkların nasıl çalıştığını incelemeyi amaçlamıştır. Bu çalışmaya göre, bazı insanlar ahlaki söylemlerini (yani, ahlaki hakları, ahlaki ilkeleri, ahlaki idealleri ve ahlaki uygulamaları çağrıştıran kamusal tartışmaları) kendileri için daha yüksek bir statü elde etmenin veya başkalarının gözünde konum kazanmanın bir yolu olarak kullanmaya eğilimli görünmektedir. Hem bir felsefi çalışmada (Tosi ve Warmke 2016, 2020a) hem de ampirik incelemede (Grubbs ve ark. 2019a), statü aramak için ahlaki söylemin, buna aracılık edeceği savunulmaktadır (Tosi ve Warmke 2020a). Felsefi tartışmalara göre duyarlılık gösterisi yapan bu kişiler, toplumdaki konumu veya statüsünü iyileştirmek için ahlak, siyaset veya diğer önemli konular hakkında konuşarak (özellikle etkileşim alacakları sosyal medya gibi ortamlarda), duyarlılık amacının ötesinde, örtük bir kazanım (prestij ve hakimiyet) elde etmeyi amaçlamaktadır (Tosi ve Warmke 2020b; 2020c). Sosyal medya, bireylerin çok geniş kitlelerce hızlı bir şekilde sosyal tanınma elde etmelerine, sosyal statü kazanmalarına ve kendi imajlarını doğrulamalarına olanak tanımaktadır. Aynı zamanda kişinin kendisi hakkında yaymak istediği bilgileri filtreleyerek benlik imajının tam kontrolünü de sağlar. Stratejik benlik sunumunu kolaylaştırmak için kullanılan sosyal medyanın özellikleri narsistik eğilimleri olan bireyler tarafından iyi bilinmektedir. Literatür narsisizm ile sosyal medya kullanımının yoğunluğu arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir (Ryan ve Xenos 2011, Davenport ve ark. 2014, Moon ve ark. 2016, Taylor ve Strutton 2016, Singh ve ark. 2018).

İnsanların statü arama yollarından biri, bilgili, yetenekli veya bir şekilde etkileyici olarak görülmekle bağlantılı bir tür sosyal statü olan prestij kazanmaya çalışmaktır (Cheng ve ark. 2013). Narsistik bireyler de benzer bir statü kazanma motivasyonu ile sosyal medyayı kendileri hakkında önemli bir bilgi kaynağı olarak görmeye daha yatkındır. Carpenter'ın (2012) çalışmasında gösterdiği gibi, bu kişiler için Facebook'ta birinin onlar hakkında bir şey söyleyip söylemediğini bilmek önemlidir. Statü arayışının daha geniş bir şekilde kavramsallaştırılmasıyla tutarlı olarak, bir tür duyarlılık gösterisi, diğerlerinden saygı görme veya hayranlık duyma arzusuyla karakterize ediliyor gibi görünmektedir (örneğin, "İnançlarım başkalarına ilham vermeli"). Bu duyarlılık gösterisi, daha genel olarak prestij arzularıyla ilişkilidir ve narsistik dışadönüklük tarafından iyi yordanabileceği düşünülmektedir (Grubbs ve ark. 2019a). Prestij arzusu dışsal hayat amaçlarından biri olan ünlü olma amacına benzerdir ve bu amacı gerçekleştirirken içe yansıtılmış düzenlemenin (introjected regulation) baskın olması muhtemeldir. Dolayısıyla, narsistik dışadönüklük özerklik seviyesi düşük davranışsal düzenlemeler ile de ilişkili görünmektedir.

Duyarlılık gösterisi, diğerlerine hükmetmekle sonuçlanan bir statü arzusuyla da motive edilebilir. Burada gösteriyi sergileyenler,

potansiyel rakipleri veya ideolojik muhalifleri utandırır, incitir veya başka bir şekilde istismar eder (örneğin, “İnançlarımı paylaştığımda, bunu benden farklı insanların inançlarından utanacaklarını umarak yaparım”). Hakimiyet yoluyla daha genel statü çabasına çok benzeyen (Cheng ve ark. 2013) duyarlılık gösterisinin bu ifadesi, birinin başka biri üzerinde rütbesini veya gücünü iddia etme veya başkalarını aşağılayarak kendini yükseltme arzusuyla motive oluyor gibi görünmektedir (Tosi ve Warmke 2016). Duyarlılık gösterisinin özellikle bu formu, daha saldırgan eğilimlerle ilişkilidir ve bu formun narsistik düşmanca tutumlar tarafından güçlü bir şekilde yordanabileceği düşünülmektedir (Grubbs ve ark. 2019a). Bu yönüyle duyarlılık gösterisi, siyaset hakkındaki tartışmalarda (örneğin, yalnızca gönderinin asıl yazarını utandırmak veya kızdırmak amacıyla mesajlar veya gönderiler paylaşmak şeklinde) düşmanca sosyal medya davranışlarına daha fazla katılımı kendini gösterebilir.

Khalis ve Mikami'nin (2018) çalışmaları, yüz yüze bir bağlamda akranlar tarafından daha fazla kabulün, Facebook'ta daha az narsistik kendini sunma ile ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Narsisizmdeki benlik değerine ilişkin kabul, takdir ve onay ihtiyacına benzer şekilde, duyarlılık gösterisi konusunda yapılan felsefi çalışmalar da duyarlılık gösterisi yapan kişilerin dikkat ve övgü arayışıyla motive olarak, kendilerini diğerlerinden farklı kılmak için aşırı ahlaki ve politik konuları belirleme eğiliminde olduğunu öne sürmektedir (Tosi ve Warmke 2016, 2020a). Duyarlılık gösterisi ile ilişkilendirilen statü arzusu, muhtemelen insanları, gruplarındaki diğerlerinden daha erdemli, saygın veya hayran olunmaya değer görünmenin bir yolu olarak giderek aşırı siyasi ve ahlaki görüşleri ifade etmeye yönlendiriyor olabilir. Duyarlılık gösterisinde bulunan insanlar, başkalarını etkilemek veya onlardan üstün görünmek için ideolojik konularını (veya en azından onların kamusal sunumlarını) “yükseltmeye” yönlendirmektedir. Bireyler statü arayışındayken, kendilerini ahlaki bir örnek şeklinde sunmanın bir yolu olarak kendi gruplarında giderek daha aşırı pozisyonlar alabilirler. Kısacası, sosyal medyada duyarlılık gösterisinde bulunma motivasyonu, muhtemelen narsistik statüye yönelik ihtiyaçlarla ve daha aşırı ideolojik pozisyonları benimsemekle ilişkilidir (Grubbs ve ark. 2019a).

### **Klinik ve Günlük Yaşama Dair Yansımalar**

Narsisizm, kendini olduğu gibi ortaya koyabilme eksikliğinin veya rahatsızlığının doğrudan bir sonucudur. Bu durumda narsisizm ancak benliğin tüm yönlerinin ve seviyelerinin koşulsuz kabulüyle tamamen çözülebilir. Kişi kendini olduğu haliyle ortaya koyabildiğinde, yani gerçekleştirdiğinde (self-actualization), benliğin en sahici ve gerçek doğasıyla bilinçli olarak özdeşleşecektir. Ancak basitçe narsisizm, kişinin varlık olarak kimliğinin farkında olmasının aksine, benliğin nispeten yüzeysel yönleriyle özdeşleşmeyi içermektedir. Benliğin yüzeysel yönleriyle özdeşleşme, bir yabancılaşma duygusuyla sonuçlanır. Bu yabancılaşmanın ve narsisizmin çözümü, kişinin en gerçek, en derin doğasının farkına varmasıdır (Almaas 2000). Ancak ADG bunun tam aksine narsisizme yapay, gerçek dışı ve samimiyetsiz bir duyarlılık ile ün ve statü kazandırma girişimidir. Dolayısıyla

ADG, bireyin en gerçek ve derin doğasının farkına varmasına engel olmaktadır. Hem narsisizm hem ADG birlikte var olduğunda ise bu yabancılaşma duygusu daha derin ve güçlü olabilir.

Psikoloji araştırmalarında, ADG'nin sergilenmesi, toplumsal söylem davranışlarının altında yatan bireysel farklılıklar veya motivasyon, narsistik özellikleri açıkça işaret etmektedir (Grubbs ve ark. 2019a). Amerika'da ulusal temsili örnekleme yapılan bir çalışmada, narsistik düşmanlık (narcissistic antagonism) ile baskınlık odaklı ahlaki duyarlılık (dominance-oriented moral grandstanding) motivasyonları arasında, bağlamsal olarak güçlü önemli bağlantılar bulunmuştur (Grubbs ve ark. 2019a; 2020). Funder ve Özer'in (2019) bireysel farklılıkları incelediği araştırmalarındaki sonuçlara bakıldığında, narsistik dışadönüklük ve prestij odaklı ahlaki duyarlılık motivasyonları arasındaki ilişkilerin de anlamlı olduğu görülmektedir ( $r > 0.3$ ). Bu sonuçlar yorumlandığında ADG'nin altında yatan itici gücü anlayabilmek için, narsistik düşmanlık ve dışa dönüklüğün mutlaka incelenmesi gerektiği öne sürülmektedir. Bunun anlamı, ahlaki duyarlılık gösterilerinin narsisizmin büyülenmesi boyutunda bazı motivasyonlar açısından açık sonuçları olacağıdır.

Grubbs ve arkadaşları (2022) narsistik bireylerin sosyal medya paylaşımlarında ADG davranışlarını incelemiştir. Bu çalışmada narsistik düşmanlık, narsistik dışadönüklük ve ahlaki üstünlük motivasyonları gibi statü odaklı bireysel farklılıkların, COVID-19 pandemisinin ilk aşamalarında hem davranışsal hem de sosyal medya tepkilerini boylamsal olarak nasıl öngördüğünü anlamak amaçlanmıştır. Çalışma sonuçları, statü odaklı narsistik kişilik özelliklerinin, COVID-19 pandemisine verilen bireysel tepkileri etkilediğini göstermektedir. Buna göre, narsistik düşmanlık, sosyal medyada pandemi konusunda başkalarıyla daha büyük bir çatışma yaşamayı yordamaktadır. Ayrıca hakimiyet motivasyonu yüksek kişiler, ahlaki olarak duyarlı görünmeye ve pandemi konusunda başkalarıyla daha büyük bir çatışma yaşamaya meyilli görünmektedir. Narsistik düşmanlık, daha az sosyal mesafeyi ve daha az proaktif sağlık davranışlarını (ör. maske takma) yordamaktadır. Hakimiyet arama arzusuyla motive şekilde ahlaki gösteri sergileyen kişilerin, diğer kişilere göre sosyal mesafe kuralına daha az uydukları görülmüştür. Narsistik düşmanlığı ve hakimiyet arzusu yüksek kişiler sosyal medyada aksini sergileyen duyarlılık gösterileri yapsa da günlük hayatlarında tam tersi şekilde hareket etmektedir. Bu kişiler pandemiye yönelik önlemlere ilişkin duyarsız buldukları kişilerle tartıştıklarını ve pandemi hakkında sık sık paylaşımında bulduklarını bildirmektedirler. Ancak sağlıklı davranış için mevcut tavsiyelere uyma olasılıkları yüksek değildir. Bu kişiler her ne kadar sosyal medyada ADG ile dikkat çekebilmiş olsalar da gerçek hayattaki davranışları tepkisel bir süreçte olduklarına işaret etmektedir. Bu bireyler enerji ve motivasyonlarının bir kısmını sosyal medyada ADG ile yitirmiş olabilir. Sonuç olarak davranışsal düzenleme açısından yeterince enerji ve motivasyonu kalmayan bireyler, gerçek hayatta daha az uyma davranışı göstermiştir. Dolayısıyla, sosyal medya ADG yapan bireylerin gerçek hayattaki motivasyonun söz konusu davranış açısından olumsuz etkilendiği iddia edilebilir.

Literatürde narsisizmin patolojik özelliklerinin değerlendirildiği



iki önemli ölçüm aracı Narsistik Kişilik Envanteri (Narcissistic Personality Inventory (NPI), Raskin ve Terry 1988) ve Beş Faktör Narsisizm Envanteridir (Five Factor Narcissism Inventory (FFNI), Miller ve ark. 2013). Narsisizmi hem büyükmecici hem de kırılğan yönleriyle karşılaştırmayı ve değerlendirmeyi amaçlayan Patolojik Narsisizm Envanteri (Pathological Narcissism Inventory (PNI), Pincus ve ark. 2009) ile yapılmış, ADG'yi inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ackerman ve arkadaşları (2011), Narsistik Kişilik Envanteri 'nin üç farklı boyuttan oluştuğunu göstermiştir: Liderlik/Otorite, Görkemli Teshircilik ve Yetki/İstismarcılık. Son iki boyut, özellikle Yetki/İstismarcılık, genellikle uyumsuz sonuçlarla bağlantılıdır. Algılanan liderlik yetenekleri ve sosyal güç ile karakterize edilen ilk boyut, uyarlanabilir sonuçlarla ilişkilidir (Ackerman ve ark. 2011). Beş Faktör Narsisizm Envanterinin modellenmesine göre, narsistik dışadönüklük genellikle narsisizmin büyükmecici, girişken ve kişiler arası yönelimli yönlerini ifade eder. Narsistik nevroitiklik genellikle narsisizmin utanç, kırılğanlık, duygusal yatırım ve başkalarından onaylanma ve övgü ihtiyacı ile karakterize edilen yönlerine atıfta bulunur. Narsistik düşmanlık, narsisizmin antisosyal, hak sahibi ve sömürücü yönlerine atıfta bulunur. Yukarıdaki boyutların üçü de narsisizmin tüm yelpazesini doğru bir şekilde anlamak için anahtar olsa da literatürdeki çalışmalar öncelikle narsistik dışadönüklük ve narsistik düşmanlığın ADG'ne ilişkin tepkilerle ne derece ilişkili olduğuna odaklanmıştır. Bu odak, narsistik düşmanlık ile dışa dönüklük ve statü arayışı arasındaki bağlantılardan kaynaklanmaktadır (Grubbs ve ark. 2019b; Grubbs ve ark. 2020). Ancak narsisizmin nevroitiklik yönünün ihmal edildiği ve bu alanda önemli bir eksiklik olduğu açıktır. Bu durum da narsisizmin klinik doğurgularının anlaşılması ve bütüncül olarak ele alınmasının önündeki önemli bir engeldir.

## Sonuç

Çoğunlukla bireyin kendisi için somut faydalarla ilişkili olan ADG, bazı durumlarda gerçekten toplum yanlısı çıktılarla da ilişkili olabilmektedir. Toplum yanlısı eylemler içsel hayat amaçlarıdır ancak istenmeyen bir yan etki olarak bireyler de bu davranışların sonucunda kişisel çıkarlar elde edebilir (ünlü olma, prestij elde etme). Sonuç olarak, öz-yönetim kuramı çerçevesinden incelendiğinde, ADG yapan bireylerin davranışlarında samimi/özgün olmadığı çünkü davranışın dışsal/içsel mekanizmalar tarafından kontrol edildiği ve bireyin içsel değerleri ile uyumadığı iddia edilmektedir. ADG'nin özellikle son yıllarda artan sosyal medya kullanımı ile birlikte yaygınlaşması da, bu davranışın bir narsistik öz tatmin aracı haline dönüşmekte olduğunu gösteriyor olabilir. ADG, bireylerin ideal benliklerini sunmaları, benliklerini onaylatmaları, ya da kendilerini ifade etmeleri için yeni ve etkili bir yol haline gelmiş olabilir. Benlikle ilgili motivasyonlar söz konusu olduğundan, öz-denetim kuramı ADG'yi incelemek için uygun bir kuramdır. Ancak gelecek çalışmalar öz-yönetim kuramı ile birlikte farklı motivasyon kuramları ışığında ADG'yi nitel ve nicel çalışmalar yolu ile inceleyerek bu çalışmadaki iddiaları test edebilir.

Ayrıca ADG, pandemi gibi bir dönemde hayatta kalma davranışlarını hem çevrimiçi hem de çevrimdışı ortamlarda

yordaması bakımından derinlemesine incelenmesi gereken bir kavramdır. Özellikle statü odaklı narsisizm ile ADG ilişkisinin günlük hayatta pratik yansımalarını gelecek araştırmalar boylamsal desenler yolu ile inceleyebilir. Ancak hem ADG-narsisizm ilişkisinde hem de ADG-motivasyon ilişkisinde davranışsal sonuçları değerlendirilirken, en doğru kaynak bireyin motivasyonlarını kendisinden öğrenmek olacaktır. Öte yandan, günümüzde pek çok bilimsel bakış açısı benlik ve öznel deneyim kavramlarını çalışma konusu olarak daha az değerli görebilmektedir (Ryan ve ark. 2021). Ancak, öz-yönetim kuramı bu kavramları bilimsel psikolojinin ve insan davranışına ilişkin gerçek ve pratik bakış açıları sunan perspektiflerin merkezi olarak gördüğünden, bireyin kendisi ADG'nin altında yatan nedenleri belirtmesi açısından doğru bir kaynak olacaktır.

**Yazarların Katkıları:** *Yazarlar çalışmaya önemli bir bilimsel katkı sağladıklarını ve makalenin hazırlanmasında veya gözden geçirilmesinde yardımcı olduklarını kabul etmiştir.*

**Danışman Değerlendirmesi:** *Dış bağımsız.*

**Çıkar Çatışması:** *Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.*

**Finansal Destek:** *Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.*

**Authors Contributions:** *The authors attest that she has made an important scientific contribution to the study and has assisted with the drafting or revising of the manuscript.*

**Peer-review:** *Externally peer-reviewed.*

**Conflict of Interest:** *No conflict of interest was declared by the authors.*

**Financial Disclosure:** *The authors declared that this study has received no financial support.*

## Kaynaklar

- Andreoni J (1990) Impure altruism and donations to public goods:A theory of warm-glow giving. *Econ J (London)*, 100:464-477.
- Ackerman R, Witt E, Donnellan M, Trzesniewski K, Robins R, Kashy D (2011) What does the Narcissistic Personality Inventory really measure? *Assessment*, 18:67-87.
- Almaas AH (2000) *The Point of Existence: Transformations of Narcissism in Self-Realization (Vol. 3)*. Boston, MA, Shambhala Publications.
- Amaldoss W, Jain S (2005) Conspicuous consumption and sophisticated thinking. *Manag Sci*, 51:1449-1466.
- American Psychiatric Association (2013) *Diagnostic and Statistical Manual Of Mental Disorders, 5th edition: DSM-5*. Washington DC, American Psychiatric Association.
- Andersson LM (1996) Employee cynicism: An examination using a contract violation framework. *Hum Relat*, 49:1395-1418.
- Back M D, Küfner ACP, Dufner M, Gerlach TM, Rauthmann JF, Denissen JJA (2013) Narcissistic admiration and rivalry: Disentangling the bright and dark sides of narcissism. *J Pers Soc Psychol*, 105:1013-1037.
- Baier K (1965) *The Moral Point of View: A Rational Basis of Ethics*. New York, Random House.
- Barnidge M (2017) Exposure to political disagreement in social media versus face-to-face and anonymous online settings. *Polit Commun*, 34:302-321.
- Batson CD (2011) *Altruism in Humans*. New York, Oxford University Press.
- Carpenter CJ (2012) Narcissism on Facebook:Self-promotional and anti-social behavior. *Pers Individ Dif*, 52:482-486.
- Chaudhuri HR, Mazumdar S (2010) Conspicuous consumption: Is that all bad? Investigating the alternative paradigm. *J Behav Decis Mak*, 35:53-59.

- Chaudhuri HR, Mazumdar S (2006) Of diamonds and desires: Understanding conspicuous consumption from a contemporary marketing perspective. *Acad Mark Sci Rev*, 11:1-18.
- Cheng JT, Tracy JL, Foulsham T, Kingstone A, Henrich J (2013) Two ways to the top: evidence that dominance and prestige are distinct yet viable avenues to social rank and influence. *J Pers Soc Psychol*, 104:103-125.
- Çokol E (2020) The language of generation Z in the axis of generation conflicts. *International Journal of Languages' Education and Teaching*, 8:404-419.
- Davenport SW, Bergman SM, Bergman JZ, Fearington ME (2014) Twitter versus Facebook: Exploring the role of narcissism in the motives and usage of different social media platforms. *Comput Hum Behav*, 32:212-220.
- Deci EL, Ryan RM (1985) *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York, Plenum Press.
- Deci EL, Ryan RM (2000) The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychol Inq*, 11:227-268.
- Dickinson KA, Pincus AL (2003) Interpersonal analysis of grandiose and vulnerable narcissism. *Pers Disord*, 17:188-207.
- Funder DC, Ozer DJ (2019) Evaluating effect size in psychological research: sense and nonsense. *Adv Methods Pract Psychol Sci*, 2:156-168.
- Grapsas S, Brummelman E, Back MD, Denissen JJA (2020) The "why" and "how" of narcissism: A process model of narcissistic status pursuit. *Perspect Psychol Sci*, 15:150-172.
- Gray JM (2018) Performing wokeness. <https://www.thecrimson.com/column/better-left-unsaid/article/2018/10/1/gray-performing-wokeness/> (Accessed 1.2.2022).
- Grubbs JB, Exline JJ (2016) Trait entitlement: A cognitive-personality source of vulnerability to psychological distress. *Psychol Bull*, 142:1204-1226.
- Grubbs JB, James AS, Warmke B, Tosi J (2022) Moral grandstanding, narcissism, and self-reported responses to the COVID-19 crisis. *J Res Pers*, 97:104187.
- Grubbs JB, Tosi J, Warmke B (2019a) Status seeking and public discourse ethics: A nationally representative sample with longitudinal follow-up. *OSF Registries*, doi: 10.17605/osf.io/y4kgz.
- Grubbs JB, Warmke B, Tosi J, James AS (2020) Moral grandstanding and political polarization: A multi-study consideration. *J Res Pers*, 88:104009.
- Grubbs JB, Warmke B, Tosi J, James AS, Campbell WK (2019b) Moral grandstanding in public discourse: status-seeking motives as a potential explanatory mechanism in predicting conflict. *PLoS One*, 14:e0223749.
- Hollenbeck CR, Kaikati AM (2012) Consumers' use of brands to reflect their actual and ideal selves on Facebook. *International Journal of Research in Marketing*, 29:395-405.
- Kasser T, Ryan RM (2001) Be careful what you wish for: Optimal functioning and the relative attainment of intrinsic and extrinsic goals. In *Life Goals and Well-Being* (Eds P Schmuck, K Sheldon): 116-131. Gottingen, Hogrefe.
- Kastanakis MN, Balabanis G (2012) Between the mass and the class: Antecedents of the "bandwagon" luxury consumption behavior. *J Bus Res*, 65:1399-1407.
- Kastanakis MN, Balabanis G (2014) Exploration variation in conspicuous luxury consumption: an individual differences' perspective. *J Bus Res*, 67:2147-2154.
- Khalis A, Mikami AY (2018) Talking face-to-Facebook: Associations between online social interactions and offline relationships. *Comput Hum Behav*, 89:88-97.
- Kim Y, Kasser T, Lee H (2003) Self-concept, aspirations, and well-being in South Korea and the United States. *J Appl Soc Psychol*, 143:277-290.
- Krizan Z (2018) The narcissism spectrum model: a spectrum perspective on narcissistic personality. In *Handbook of Trait Narcissism: Key Advances, Research Methods, and Controversies* (Eds AD Hermann, AB Brunell, J D Foster):15-25. New York, Springer International.
- Krizan Z, Herlache AD (2018) The narcissism spectrum model: a synthetic view of narcissistic personality. *Pers Soc Psychol Rev*, 22:3-31.
- Lange J, Redford L, Crusius J (2019) A status-seeking account of psychological entitlement. *Pers Soc Psychol Bull*, 45:1113-1128.
- Levy N (2021) Virtue signalling is virtuous. *Synthese*, 198:9545-9562.
- Loch C, Yaziji M, Langen C (2001) The fight for the alpha position: Channeling status competition in organizations. *European Management Journal*, 19:16-25. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(00\)00067-0](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(00)00067-0)
- Mahadevan N, Jordan C (2022) Desperately seeking status: how desires for, and perceived attainment of, status and inclusion relate to grandiose and vulnerable narcissism. *Pers Soc Psychol Bull*, 48:704-717..
- Mahadevan N, Gregg AP, Sedikides C, De Waal-Andrews W (2016) Winners, losers, insiders, and outsiders: Comparing hierometer and sociometer theories of self-regard. *Front Psychol*, 7:334.
- Manuoğlu E, Uysal A (2020) Motivation for different Facebook activities and well-being: A daily experience sampling study. *Psychol Pop Media Cult*, 9:456-464.
- Marshall TC, Ferenczi N, Lefringhausen K, Hill S, Deng J (2020) Intellectual, narcissistic, or Machiavellian? How Twitter users differ from Facebook-only users, why they use Twitter, and what they tweet about. *Psychol Pop Media Cult*, 9:14-30.
- McCain JL ve Campbell WK (2018) Narcissism and social media use: A meta-analytic review. *Psychol Pop Media Cult*, 7:308-327.
- Miller J ve Campbell WK (2008) Comparing clinical and social-personality conceptualizations of narcissism. *J Pers Soc Psychol*, 76:449-476.
- Miller JD, Few LR, Wilson L, Gentile B, Widiger TA, MacKillop J et al. (2013) The Five-Factor Narcissism Inventory (FFNI): a test of the convergent, discriminant, and incremental validity of FFNI scores in clinical and community samples. *Psychol Assess*, 25:748-758.
- Moon JH, Lee E, Lee JA, Choi TR, Sung Y (2016) The role of narcissism in self-promotion on Instagram. *Pers Individ Dif*, 101:22-25.
- Neel R, Kenrick DT, White AE, Neuberg SL (2016) Individual differences in fundamental social motives. *J Pers Soc Psychol*, 110:887-907.
- Nesi J, Prinstein M (2015) Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *J Abnorm Child Psychol*, 43:1427-1438.
- Niesiobędzka M (2017) An experimental study of the bandwagon effect in conspicuous consumption. *Current Issues in Personality Psychology*, 6:26-33.
- Niesiobędzka M, Konaszewski K (2021) Narcissism, activity on Facebook, and conspicuous consumption among young adults. *Current Issues in Personality Psychology*, 9:2-11.
- Pincus AL, Ansell EB, Pimentel CA, Cain NM, Wright AG, Levy KN (2009) Initial construction and validation of the Pathological Narcissism Inventory. *Psychol Assess*, 21:365-379.
- Raskin R, Terry H (1988) A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *J Pers Soc Psychol*, 54:890-902.
- Russ E, Shedler J, Bradley B, Westen D (2008) Refining the construct of narcissistic personality disorder: Diagnostic criteria and subtypes. *Am J Psychiatry*, 165:1473-1481.
- Ryan RM, Deci EL (2000) Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemp Educ Psychol*, 25:54-67.
- Ryan RM, Deci EL (2017) *Self-Determination Theory. Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York, Guilford Press.
- Ryan RM, Deci EL, Vansteenkiste M, Soenens B (2021) Building a science of motivated persons: Self-determination theory's empirical approach to

human experience and the regulation of behavior. *Motiv Sci*, 7:97-110.

Ryan T, Xenos S (2011) Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Comput Hum Behav*, 27:1658-1664.

Seidman G (2013) Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Pers Individ Dif*, 54:402-407.

Shariatmadari D (2016) 'Virtue-Signalling' The putdown that has passed its sell-by date. *The Guardian*. 20.01.2016,

Sheldon KM, Abad N, Hinsch C (2011) A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it. *J Pers Soc Psychol*, 2-15.

Singh S, Farley SD, Donahue JJ (2018) Grandiosity on display: Social media behaviors and dimensions of narcissism. *Pers Individ Dif*, 134:308-313.

Sunstein CR (2002) The Law of Group Polarization, *J Poliy Philos*, 175:179-180.

Taylor DG, Strutton D (2016) Does Facebook usage lead to conspicuous consumption? The role of envy, narcissism and self-promotion. *J Res Interact Mark*, 10:231-248.

Tosi J, Warmke B (2016) Moral grandstanding. *J Public Aff*, 44:197-217.

Tosi J, Warmke B (2020a) Moral grandstanding as a threat to free expression. *Soc Philos Policy*, 37:170-189.

Tosi J, Warmke B (2020b) *Grandstanding: The Use and Abuse of Moral Talk*. New York, Oxford University Press.

Tosi J, Warmke B (2020c) Moral grandstanding as a threat to free speech. *Soc Philos Policy*, 37:170-189

Tsai WS, Yang Q, Liu Y (2013) Young Chinese consumers' snob and bandwagon luxury consumption preferences. *J Int Consum Mark*, 25:290-304.

Walasek L, Brown GD (2015) Income inequality and status seeking: Searching for positional goods in unequal US states. *Psychol Sci*, 26:527-533.

Wallace E, Buil I, De Chernatony L (2020) 'Consuming good'on social media: What can conspicuous virtue signalling on Facebook tell us about prosocial and unethical intentions?. *J Bus Ethics*, 162:577-592.

Wink P (1991) Two faces of narcissism. *J Pers Soc Psychol*, 61:590-597.

Zeigler-Hill V, McCabe GA, Vrabel JK, Raby CM, Cronin S (2018) The Narcissistic pursuit of status. In *Handbook of Trait Narcissism: Key Advances, Research Methods, and Controversies* (Eds AD Hermann, AB Brunell, JD Foster):299-306. New York, Springer International Publishing.

Zeigler Hill V, Vrabel JK, McCabe GA, Cosby CA, Traeder CK, Hobbs KA et al. (2019) Narcissism and the pursuit of status. *J Pers Psychol*, 87:310-327.