

Haset Duygusu Üzerine Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme

Bağdat Deniz Kaynak¹

Kaynak, B. D. (2020). Haset duygusu üzerine sosyal psikolojik bir değerlendirme. *Nesne*, 8(17), 284-296.
DOI: 10.7816/nesne-08-17-09

Anahtar kelimeler
Haset, kıskançlık, gıpta, sosyal karşılaştırma, sosyal medya

Keywords
Envy, jealousy, benign envy, social comparison, social media

Öz

Haset duygusu bireylerin yaşamlarını hem kişisel hem de ilişkisel düzeyde ciddi bir biçimde etkilemektedir. Buna karşın, haset duygusunun Türkiye alanyazınında yeterli ilgiyi görmediği anlaşılmaktadır. Bu derleme çalışmasında, haset konusunda yürütülen çalışmaların sosyal psikolojik bir perspektiften ele alınması ve Türkiye alanyazınına bu konuda katkı sağlanması amaçlanmıştır. Makalenin ilk bölümünde, haset duygusunun tanımı ampirik çalışmalar temelinde yapılmış ve haset duygusunun kıskançlık ve gıpta duyguları ile farkı tartışılmıştır. Makalenin ikinci bölümünde, haset duygusunun gündelik yaşama etkileri yine yürütülen ampirik çalışmalar temelinde incelenmiştir. Buna göre, haset duygusu, sosyal medya kullanımı ve psikolojik iyi oluş hali arasındaki ilişkide aracılık işlevi görmektedir. Ayrıca, iş ve örgüt bağlamlarında deneyimlenen haset duygusu yapıcı örgüt davranışlarını azaltırken, yıkıcı örgüt davranışlarını artırmaktadır. Örgüt bağlamının özellikleri, çalışan özellikleri ve liderin özellikleri iş yerinde deneyimlenen haset düzeyini etkilemektedir. Son olarak, başarılı bireyler haset duygusunun hedefinde olmaktan ötürü rahatsızlık ve korku hissetmektedir. Bireylerin bu durumlarda verdikleri tepkiler kişisel, ilişkisel ve kültürel değişkenlere göre farklılık göstermektedir. Bu alanda yürütülen araştırmaların da gösterdiği gibi, haset duygusu insan yaşamını geniş bir alanda etkilemektedir. Bu konuyla ilgili Türkiye’de daha fazla çalışma yürütülmesi bu duygunun daha iyi anlaşılmasına katkı sunacaktır.

A Social Psychological Evaluation on Envy

Abstract

Envy has serious effects on individuals in both intrapersonal and interpersonal levels. However, it has not attracted sufficient attention from the psychology literature in Turkey. This review aims to evaluate studies on envy from the social psychology perspective and to contribute to the literature related to this topic in Turkey. In the first part of the article, a definition for envy is provided on the basis of empirical studies and the difference between envy and jealousy, and envy and benign form of it (i.e. gıpta in Turkish) is discussed. The second part of the article reviews the effects of envy on daily life on the basis of empirical studies again. According to research, envy has a mediating role in the relationship between social media use and psychological well-being. In addition, envy, in organizational contexts, reduces constructive organizational behavior and increases destructive ones. The characteristics of organizational context, of employees and of the leader affect the level of envy experienced in the workplace. Finally, successful individuals feel discomfort and fear due to being the target of envy. The reactions to being at the target of envy differ according to personal, relational and cultural factors. As indicated by the research on this topic, envy affects human life in a broad context. More research needs to be done in Turkey on this emotion to have a more complete understanding.

Makale Bilgisi
Geliş tarihi: 14 Ocak 2020
Düzeltilme tarihi: 15 Temmuz 2020
Kabul tarihi: 23 Temmuz 2020

DOI: 10.7816/nesne-08-17-09

¹ Araş. Gör., Ankara Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, bdkaynak(at)ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0667-2356

Yukarı doğru sosyal karşılaştırmaların beslediği haset duygusu, eski çağlardan günümüze özellikle yıkıcı davranışların duygusal bir itici gücü olarak görülmektedir (Schoeck, 1969). Kutsal kitaplardaki anlatılar, yeryüzündeki ilk cinayetin (Kabil'in kardeşi Habil'i öldürmesi) haset yüzünden işlendiğini ima etmektedir (Kim, 2001). Dante (2019), 14. Yüzyılın başlarında kaleme aldığı İlahi Komedyası'nda, hasetten yedi ölümcül günahın biri olarak bahsetmektedir. İslam dininde haset, müslümanların kendi içlerinde ayrılığa düşmelerine neden olan bir duygu olarak değerlendirilmektedir (Kur'an-ı Kerim 2:213). Budizme göre ise haset, insanın hakiki benliğine ve kendi özgürlüğüne ulaşmasını engelleyen bir zehir olarak görülmektedir (Madden, 2010).

Haset duygusu hakkında yürütülen ampirik çalışmalar, bu duygunun yaşam doyumu (Mujcic ve Oswald, 2018), sosyal ilişkiler (Parrott ve Rodriguez Mosquera, 2008), iş yerleri ve gruplardaki davranışlar (Tai, Narayanan ve McAllister, 2012) gibi pek çok alanda insanların günlük yaşamını önemli bir biçimde etkilediğine işaret etmektedir. Buna karşın, yapılan alanyazın taraması, bilginiz dahilinde, haset duygusu ile ilgili Türkiye'de yürütülen çalışmaların çok sınırlı olduğunu göstermektedir (Çırpan ve Özdoğru, 2017; Demirtaş, Hanah, Gök, Arslan ve Çapar, 2015; Taştan ve Aydın Küçük, 2019). Sosyal medya kullanımının hızla artması ve rekabetçi kariyer bağlamları göz önünde bulundurulduğunda, haset duygusunun daha yakından incelenmesinin oldukça önemli olduğu düşünülebilir. Bu derleme makalesinde, haset duygusuyla ilgili çalışmaların ele alınması ve ülkemiz alanyazınına katkı sunulması amaçlanmaktadır.

Makalenin ilk bölümünde, haset duygusunun tanımlanması ve kendisine yakın duygulardan ayrımı ele alınacaktır. Bu bağlamda, öncelikle haset duygusunun tanımı ampirik çalışmalar temelinde incelenecek ve sıklıkla karıştırıldığı kıskançlık ve gıpta duyguları ile benzerlik ve farklılıkları tartışılacaktır. Makalenin ikinci bölümünde ise haset duygusunun günlük yaşama etkileri incelenecektir. Bu bağlamda, öncelikle sosyal medya, haset ve psikolojik iyi oluş hali arasındaki ilişkiler ele alınacaktır. Daha sonra, iş yerleri ve örgütsel bağlamda haset duygusu, ortaya çıkışı ve iş yaşamına etkisi açısından değerlendirilecektir. Son olarak, haset duygusunun hedefinde olma deneyimi ve bu deneyimin ikili ilişkilere etkisi incelenecektir.

Haset Duygusunun Tanımı ve Hasede Yakın Duygular

Haset Duygusunun Tanımı

Haset duygusu, basitçe, başkalarının zenginlik, statü, mutluluk, başarı, güzellik ve şöhret gibi istenir alanlarda daha üstün olduğunu farketmek, bundan ötürü bir rahatsızlık hissetmek ve bu kimselere karşı kötü niyet beslemek şeklinde tanımlanmaktadır (Schoeck, 1969). Bir aşağı olma hissi ve diğerine yönelik kötü niyet, hasedin kaçınılmaz birer parçası olarak kabul edilmektedir. Buna göre, hasedin oluşabilmesi için bireyin bir nesneyi arzulaması yeterli değildir, bu nesneye başkalarının sahip olduğunu görmesi de gereklidir. Bu durumda birey nesneye sahip olan kişi karşısında kendisini daha aşağı bir durumda hissedebilir, bu aşağı olma hissinden ötürü acı duyabilir. Sonuçta, bu aşağı olma durumunu düzeltme konusunda bir çaresizlik ve umutsuzluğa kapılırsa, o nesneye sahip olan kişiye yönelik bir kötü niyet ve düşmanlık hissedebilir (Miceli ve Castelfrenchi, 2007). Silver ve Sabini (1978) insanların haset algılarını inceledikleri çalışmalarında, haset için en kritik iki ögenin yukarı doğru sosyal karşılaştırma ve başarılı kişiyi aşağı çekmeye yönelik davranışlar olduğunu göstermiştir. Ayrıca, haset duygusunun ortaya çıkabilmesi için eksikliği farkedilen şeyin haset edecek kimsenin benlik tanımı için anlamlı olması veya kişiler arasında bir rekabetin bulunması gerekir (Cohen-Charash ve Larson, 2017). Böyle olmadığı zaman birey nesnenin eksikliğini çekmemekte ve daha ziyade diğeri için mutlu olma deneyimi yaşamaktadır (Tesser, Millar ve Moore, 1988).

Haset duygusuyla birlikte ortaya çıkan bilişsel örüntünün bir parçası da gerçekliğin alternatifini düşünme (counterfactual thinking) durumu olabilir (Van de Ven ve Zeelenberg, 2015). Buna göre, birey başkasının bulunduğu konumu görmekte, kendi gerçekliği ile karşılaştırmakta ve kendi gerçekliğinin alternatifini "O kişi ben olabilirdim!" ya da "O şeye sahip olabilirdim!" cümleleri ile düşünmektedir. Bu

durum da bireyin yoğun bir acı ve eksiklik hissetmesine neden olabilmektedir. Van de Ven ve Zeelenberg (2015), yürüttükleri deneysel çalışmalarda, bireylerin özellikle kazanmaya çok yaklaştıklarında bu alternatif düşüncelere daha yoğun bir biçimde sahip olduklarını ve bu düşüncelerin haset deneyimini yoğunlaştırdığını göstermiştir.

Haset duygusunun pek çok duygusal ögeyi içerisinde barındıran kompleks bir duygu olduğu düşünülebilir. Parrot (1991) tarafından yürütülen bir çalışmada, insanların haset duygusunu deneyimledikleri bir olayı anlatmaları istenmiş ve hasedin parçası olabilecek duygusal deneyimler gösterilmiştir. Bu duygular; diğer kişinin sahip olduklarına yönelik *çok güçlü bir arzu*, kişinin kendi eksikliğine yönelik bir *ashağı olma hissi*, haksızlık algısıyla birlikte ortaya çıkan *gücenme hissi* ve kişinin deneyiminden ötürü hissettiği *utançtır*. Haset bahsedilen duyguları içermekte veya onlarla birlikte ortaya çıkmaktadır. Buna karşın, Smith ve Kim (2007) haset duygusunu bu duygulardan sadece biri ya da birkaçıyla eşleştirmenin eksik bir yaklaşım olacağını belirtmektedir. Örneğin, haset yoğun bir arzuyu içerebilir ve hatta haset duygusunun ortaya çıkması için bu arzunun gerekli olduğu söylenebilir. Fakat hasedin sadece arzudan ibaret olduğunu düşünmek eksik bir yaklaşım olacaktır çünkü haset *ashağı olma hissi*, *gücenme* ve diğerini *ashağıya çekme* motivasyonu gibi pek çok diğer ögeyi de içerisinde barındırmaktadır.

Haset ve Kıskançlık

Haset duygusunun doğasının daha iyi anlaşılabilmesi için kıskançlıktan farkının ortaya konması yararlı olabilir. Genel kullanımda haset ve kıskançlık duyguları sıkça birbirine karıştırılmaktadır (Kim ve Hupka, 2002; Parrot ve Smith, 1993). Buna karşın, yapılan çalışmalar haset ve kıskançlığın hem nitel (Parrot ve Smith, 1993; Smith, Kim ve Parrott, 1988) hem de nicel (Salovey ve Rodin, 1986) farklılıklarının bulunduğunu göstermektedir.

Haset ve kıskançlığı birbirinden ayıran en önemli etmenin sahip olmak veya olmamak arasındaki farklılık olduğu söylenebilir. Miceli ve Casterlfranchi'ye (2007) göre haset duygusunu bir şeyden "*yoksun kalmak*" kavramı açıklarken, kıskançlık duygusunu bir şeyi "*kaybetmekten korkmak*" kavramı açıklamaktadır. Buna göre, haset duygusunda bireyler sahip olmak istedikleri ancak sahip olmadıkları bir şeyin yoksunluğunu ve acısını çekmektedir. Kıskançlıkta ise bireyler halihazırda sahip oldukları bir şeyi kaybetmenin korkusunu yaşarlar. Bu durumun sadece romantik ilişki bağlamında gerçekleşmediği de göz önünde bulundurulmalıdır. Bireyler çoğunlukla romantik ilişki yaşadıkları kişileri başkalarından kıskanabilir ancak araba, ev ya da oyuncaklarını da kıskanabilirler ve başkalarıyla paylaşmak istemeyebilirler.

Parrott ve Smith (1993) yaptıkları çalışmada katılımcılardan güçlü bir haset veya kıskançlık deneyimlerini hatırlamalarını istemişler ve bu duyguların nitel farklılıklarının olduğunu ortaya koymuşlardır. Buna göre, haset deneyimini hatırlayan katılımcılar, daha çok duygularını kabul etmeme, ulaşılamayan nesneye yönelik yoğun bir arzu, kendini geliştirmeye yönelik motivasyon ve *ashağı olma hissi* deneyimlemektedir. Kıskançlık deneyimini hatırlayan katılımcılar ise daha çok güvensizlik, korku, belirsizlik, yalnızlık, çaresizlik ve mutsuzluk deneyimlemektedir. Öfke, kin, küçülme ve benlik saygısının düşmesi durumları ise her iki duyguda da benzer bir biçimde deneyimlenmektedir.

Haset ve kıskançlık durumlarında deneyimlenen duyguların nicel yoğunluğu da birbirinden farklıdır. Örneğin, kıskançlıkta öfke, korku ve üzüntü duyguları daha yoğun bir biçimde deneyimlenmektedir; haset durumlarında ise utanç hissi daha yoğun bir biçimde deneyimlenmektedir (Salovey ve Rodin, 1986). Bu durumun bir nedeni, kıskançlığın kayıpla ilişkili bir duygu olması olabilir. Kıskançlık duyan birey, sahip olduklarına bir saldırı algıladığı için öfkelenebilir, onları kaybetmekten korkabilir veya kaybetme durumunu öngörerek üzülebilir. Ayrıca, özel mülkiyet anlayışının daha fazla kabul gördüğü günümüz toplumsal düzeninde sahip olduklarını korumak ve kıskanmak yüceltiliyor olabilir. Başkasının sahip olduklarına haset etmek ise normları çiğneme algısına ve daha yoğun bir utanca neden oluyor olabilir.

Haset ve Gıpta

Son dönemde yürütülen çalışmalar (Crusius ve Lange, 2014; Falcon, 2015; Lange ve Crusius, 2015; Lange ve Crusius ve Hagemeyer, 2016; Van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2009) yukarı doğru sosyal karşılaştırma bağlamında haset gibi gıpta duygusunun da ortaya çıkabileceğini, bu iki duygunun ortak yönlerinin bulunduğunu ancak, özellikle davranış motivasyonu açısından, farklı yönlerinin de var olabileceğine işaret etmektedir. Buna göre, bireyler kendilerinde olmayan bir şeyin başkasında olduğunu gördükleri zaman ciddi bir hayal kırıklığı, acı, üzüntü ve aşağı olma hissi deneyimlemektedir (Crusius ve Lange, 2014). Deneyimlenen aşağı olma hissini ve acıyı dindirmek için daha üstün konumda olan kişi ile aradaki farklılığı kapatma motivasyonu oluşmaktadır. Bu aşamada, başkalarını aşağı çekme motivasyonunu sağlayan haset duygusunu deneyimleyebilecekleri gibi, kendi konumlarını daha yükseğe çıkartma motivasyonunu sağlayan gıpta duygusunu da hissedebilmektedirler. Bireylerin bu duygulardan hangisini deneyimleyeceği ise çevresel, bilişsel ve kişisel etmenlere bağlı olarak farklılaşabilmektedir (Lange, Weidman ve Crusius, 2018; Van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2009).

Her iki duygu da sosyal karşılaştırma bağlamında ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, sosyal karşılaştırma yapmanın olasılığını ve etkisini arttıran etmenler her iki duygunun da yoğunluğunu arttırmaktadır (Crusius, Gonzalez, Lange ve Cohen-Charash, 2019). Örneğin, bazı bireylerin kronik bir biçimde diğerleriyle daha fazla sosyal karşılaştırmalar yaptıkları bilinmektedir (Gibbons ve Buunk, 1999) ve kronik sosyal karşılaştırma eğiliminin hem haset hem de gıpta ile olumlu yönde ilişkili olduğu gösterilmiştir (Lange ve Crusius, 2015). Ayrıca, bireyler kendilerine benzeyen kişilerle daha fazla karşılaştırma yapmaktadır (Miller, 1982) ve karşılaştırma yapılan konu (güzellik, başarı gibi) benlik için önemliyse karşılaştırmaların etkisi artmaktadır (Salovey ve Rodin, 1991). Aynı doğrultuda, benzerlik ve karşılaştırma yapılan alanın benlik için anlamlılığı, hem haset hem de gıptaya ilişkin anılarda oldukça sık bir biçimde vurgulanmaktadır (Van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2009).

Bir sosyal karşılaştırma durumunda haset duygusunun mu yoksa gıpta duygusunun mu deneyimleneceğini temel olarak iki bağlamsal etmen belirlemektedir: Hakçılık ve kontrol algısı (Crusius ve ark., 2019). Diğer bir ifadeyle, eğer daha üstün bir konumda olan birey konumunu açık bir biçimde hak etmişse ve aşağıda olan birey aradaki farkı kapatabileceğine dair kişisel bir kontrol algılıyorsa daha çok gıpta duygusu deneyimlenmektedir (Lange, Weidman ve Crusius, 2018). Buna karşın, daha üstün konumda olan kişinin bu üstünlüğü hak etmediğine inanılıyorsa ve aşağı konumda olan kişi bu farkı kapatabilecek bir kişisel kontrol hissine sahip değilse daha çok haset duygusu deneyimlenmektedir (Van de ven, Zeelenberg ve Pieters, 2009). Ayrıca, bu öğelerin (hakçılık ve kontrol algısı) iki duygu için önem derecesi farklıdır. Şöyle ki, durumu değiştirmeye yetecek bireysel kontrol algısı gıpta ile daha fazla ilişkilidir. Buna karşın, hakçılık algısı haset duygusu ile daha fazla ilişkilidir (Lange, Crusius ve Hagemeyer, 2016).

Bireylerin bazı kişisel özellikleri de sosyal karşılaştırma durumlarında haset veya gıpta hissetmelerini şekillendirebilmektedir. Örneğin, büyüklenmeci narsisizmin iki boyutu (bu yaklaşıma göre, büyüklenmeci benliğe ulaşmak için iki farklı yoldan gidilmektedir: Narsistik kendini gösterme ve narsistik rekabetçilik; Back ve ark., 2013) haset ve gıpta ile farklı biçimlerde ilişkilidir (Lange, Crusius ve Hagemeyer, 2016). Buna göre, narsistik kendini gösterme düzeyleri daha yüksek olan bireyler (sosyal beğeni kazanma arzusu ve kendini gösterme çabası) sosyal karşılaştırma durumlarında, durumu değiştirme yönünde daha fazla bireysel kontrol algılamakta ve üstün olan kişiye daha fazla gıpta hissetmektedir. Buna karşın, narsistik rekabetçilik düzeyleri daha yüksek olan bireyler (sosyal başarısızlıktan korunma isteği ve benliği savunma tepkisi) sosyal karşılaştırma durumlarında daha fazla haksızlık algılamakta ve üstün olan kişilere karşı daha fazla haset etmektedir (Lange, Crusius ve Hagemeyer, 2016). Başka bir çalışmada da (Lange ve Crusius, 2015) bireylerin temel motivasyon eğilimlerinin gıpta ve haset duyguları ile farklı açılardan ilişkili olduğu gösterilmiştir. Buna göre, başarı umudu eğilimi yüksek olanlar diğerlerine daha fazla gıpta hissetmektedir. Buna karşın, başarısızlık korkusu eğilimi yüksek olanlar haset duygusunu daha fazla deneyimlemektedir.

Haset ve gıpta duyguları davranışsal sonuçları açısından da farklılık göstermektedir. Şöyle ki, haset duygusu daha çok diğerini aşağı çekmeye yönelik bir motivasyon içerdiği için diğerine zarar verme ve ondan uzaklaşma isteği (Van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2009); başarılı kişiye karşı soğuk hissetme (Falcon, 2015); başarılı olan kişinin başına gelen olumsuz olaylara daha fazla sevinme (Van de Ven ve ark., 2015) ve haset edilen kişiye düşmanca davranma eğilimi (Navarro-Carrillo, Beltrán-Morillas, Valor-Segura ve Expósito, 2018) gibi yıkıcı sonuçlar ortaya çıkartabilmektedir. Buna karşın, gıpta duygusu daha çok bireyde kendini geliştirmeye yönelik bir motivasyon oluşturmakta ve diğer kişiyi daha fazla sevmeye (Van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2009); ona daha fazla iltifat etme isteği (Falcon, 2015), yarışmalarda daha yüksek hedefler koyma ve daha iyi performans gösterme (Lange ve Crusius, 2015); daha fazla çalışma isteği ve bilişsel görevlerde daha başarılı olma (Van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2011) gibi davranışlara neden olabilmektedir.

Son olarak, bir çalışmada haset ve gıptanın algısal odağı incelenmiş ve çok ilginç sonuçlara ulaşılmıştır (Crusius ve Lange, 2014). Buna göre, haset eden bireylerin algısal odağında nesneye sahip olan kişi bulunmaktadır; gıpta eden bireylerin algısal odağında ise o kişinin sahip olduğu nesne bulunmaktadır. Bu bulgu haset ve gıptanın davranışsal eğilim farklarının altında yatan bilişsel sürece dair bir fikir sunabilir. Şöyle ki, haset durumunda bireyler daha çok diğer kişiye odaklanıyor ve o kişiyi aşağı çekmek istiyor olabilir. Buna karşın, gıpta durumunda bireyler eksikliği hissedilen nesneye odaklanıyor ve o nesneye ulaşmak için daha fazla çaba sarfediyor olabilirler.

Haset Duygusunun Gündelik Yaşamda Etkileri

Sosyal karşılaştırmalar günlük yaşamda sıkça ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu karşılaştırmalar sonucunda ortaya çıkan haset duygusu bireylerin günlük yaşamını pek çok alanda etkilemektedir. Makalenin bu bölümünde sosyal medya, haset ve psikolojik iyi oluş hali; iş ve örgüt bağlamlarında haset; haset, yakın ilişkiler ve haset edilme korkusu başlıkları ele alınacaktır.

Sosyal Medya, Haset ve Psikolojik İyi Oluş Hali

Hootsuite ve We are Social (Chaffey, 2019) tarafından hazırlanan rapora göre dünya genelinde 3.484 milyar, Türkiye’de 52 milyon kişi sosyal medyayı (Instagram ve Facebook gibi) aktif bir biçimde kullanmaktadır. Bireyler kullarımları sırasında kendi hayatları hakkında bilgi paylaştıkları kadar başkalarının hayatlarına da maruz kalmaktadır. Dolayısıyla, sosyal medya, kullanıcılarına çok zengin bir çevrim içi karşılaştırma kaynağı sunmaktadır. Dahası, bireyler genellikle sosyal medyada kendi olumlu yönlerini sunma çabası içerisine girmektedir (Lee-Won, Shim, Joo ve Park, 2014). Böylelikle, sosyal medya kullanıcıları kronik bir biçimde kendilerinden daha üstün olduklarını düşündükleri kişilerle karşılaştırma yapmaktadır. Gerçekten de, yapılan bir çalışmada (Chou ve Edge, 2012), Facebook kullanıcılarının “*Diğerleri bana göre daha iyi bir yaşantıya sahiptir.*” cümlesine daha fazla katıldıkları gösterilmiştir. Öyle görünmektedir ki, sosyal medya haset ve sonuçlarının ortaya çıkması için verimli bir bağlam oluşturmaktadır.

Yapılan çalışmalar (Krasnova, Widjaja, Buxmann, Wenninger ve Benbasat, 2015; Vogel, Rose, Roberts ve Eckles, 2014) özellikle pasif sosyal medya kullanımının sosyal karşılaştırma yapma sıklığı ve haset duygusu (bazı araştırmacılar bunu Facebook hasedi şeklinde de isimlendirmektedir; Krasnova, Wenninger, Widjaja ve Buxmann, 2013) ile pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, insanlar sosyal medyada genellikle diğerlerinin seyahat ve boş zaman aktivitelerine, dış görünüşlerine, romantik ilişkilerine ve eşyalarına (araba, giyim ve ev gibi) haset etmektedir (Krasnova ve ark., 2013).

Sosyal medya kullanımının iyi oluş halini ve yaşam doyumunu düşürdüğü (Kross ve ark., 2013) ve depresif duygu durumunu arttırdığı (Neira ve Barber, 2014) bilinmektedir. Sosyal karşılaştırma yapma ve haset duygusunun bu ilişkinin altında yatan psikolojik süreci açıkladığı düşünülebilir. Şöyle ki, bireylerin sosyal medyada kendilerinden daha üstün konumdaki kişilere ve yaşamlara maruz kalmaları ve haset etmeleri kendi yaşamlarını daha olumsuz bir gözle görmelerine ve yaşam doyumunun düşmesine neden

oluyor olabilir. Gerçekten de, Facebook kullanım yoğunluğu ve bilişsel-duygusal iyi oluş hali arasındaki ilişkide hasedin aracı bir rolünün olduğu gösterilmiştir (Krasnova ve ark., 2015). Buna göre, Facebook kullanım sıklığı haset düzeyini arttırmakta, deneyimlenen haset de bilisel-duygusal iyi oluş hallerini azaltmaktadır. Yaşam doyumu (Krasnova ve ark., 2013) ve depresif belirtiler (Tandoc, Ferrucci ve Duffy, 2014) konusunda da benzer bulgulara ulaşılmıştır. Özellikle, Facebook kullanım yoğunluğu ile depresif belirtiler arasındaki ilişkide hasedin aracı rolü çok ilginç ve dikkate değer görünmektedir. Buna göre, Facebook kullanım sıklığı haset aracılığı ile depresif belirtileri arttırmaktadır. Buna karşın, bireylerin haset düzeyleri kontrol edildikten sonra, Facebook kullanım sıklığı depresyon belirtilerini azaltmaktadır (Tandoc, Ferrucci ve Duffy, 2014). Bu bulgu, sosyal karşılaştırmalar ve haset ortaya çıkmadığı zaman, sosyal medyanın bireylerin yaşamları üzerinde olumlu etkilerinin dahi olabileceğine işaret etmektedir.

Daha gerçekçi bir biçimde yürütülen günlük çalışmaları ve deneyim örnekleme çalışmaları da sosyal karşılaştırma ve hasedin sosyal medya kullanım sıklığı ve psikolojik iyi oluş arasındaki olumsuz ilişkiye aracılık ettiğine işaret etmektedir (Steers, Wickham ve Acitelli, 2014; Verduyn ve ark., 2015). Örneğin, Verduyn ve arkadaşları (2015) katılımcılardan altı gün boyunca, günde beş defa Facebook kullanım sıklığı, haset ve iyi oluşlarını rapor etmelerini istemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, pasif Facebook kullanımı (diğerlerinin profillerine ve paylaşımlarına bakmak) haset düzeyini arttırmakta, haset de psikolojik iyi oluş düzeyini azaltmaktadır. Benzer bir biçimde, 14 gün süren bir günlük çalışmasının sonuçlarına göre, Facebook kullanımı, sosyal karşılaştırmalar aracılığı ile depresif belirtileri arttırmaktadır (Steers, Wickham ve Acitelli, 2014).

Bazı kişilerin hasede diğerlerine oranla daha fazla eğilimli olduğu düşünüldüğünde (Smith, Parrott, Diener, Hoyle, ve Kim, 1999), sosyal medya kullanımının özellikle haset eğilimi yüksek olan bireylerin psikolojik iyi oluşunu olumsuz yönde etkileyebileceği de düşünülebilir. Başka bir ifadeyle, halihazırda haset etme eğilimleri düşük olan bireyler sosyal medyada gözlemledikleri olumlu içeriklerden etkilenemeyebilirler. Buna karşın, haset etmeye daha eğilimli olan kişiler sosyal medya içeriğinden daha fazla etkilenebilir ve bu kişilerin yaşam doyumu düşebilir. Yapılan Facebook'tan ayrılma deneyi de bu görüşü destekler nitelikte sonuçlar ortaya koymuştur (Tromholt, 2016). Buna göre, Facebook kullanımına bir hafta süre ile ara veren bireylerin yaşam doyumunun, kullanmaya devam edenlere oranla daha yüksek olduğu gösterilmiştir. Bu etki, özellikle haset etme eğilimi yüksek olan bireyler için daha da güçlüdür.

Son olarak, sosyal medyanın sunduğu yüksek kriterlerin, halihazırda depresyonda olan bireyler için riskli bir çevre oluşturabileceği de düşünülebilir. Depresyonda olan kişiler kendilerinin aleyhine olan karşılaştırmaları daha fazla yapabilir ve sosyal medyada sunulan içerikten daha fazla etkilenebilir. Yapılan yarı deneysel bir çalışmada da (Appel, Crusius ve Gerlach, 2015) depresyonda olan ve olmayan bireylerden çekicilik düzeyi yüksek veya düşük bir Facebook profilinde zaman geçirmeleri istenmiştir. Depresyonda olan bireyler, olmayanlara oranla, özellikle çekici bir Facebook profilinde zaman geçirdikten sonra daha fazla haset ve aşağı olma hissi deneyimlemiştirler. Bu bulgular, Facebook kullanımı, haset ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin tek yönlü ve doğrusal bir ilişki olmadığı fikrini akla getirmektedir. Bu süreçlerin daha iyi anlaşılması için uzun süreli ve geniş çaplı boylamsal çalışmaların yürütülmesi daha açıklayıcı olabilecektir.

İş ve Örgüt Bağlılarında Haset

Günümüzde, çoğu iş yerinde, çalışanlar birbirleriyle terfi ve maaş gibi pek çok konuda rekabet içerisine girebilmektedirler. Bu durum haset duygusunu da ister istemez beraberinde getirmektedir. Çalışanların çoğu da iş yerinde haset veya kıskançlık duygusunu deneyimlediğini belirtmektedir (Tai, Narayanan ve McAllister, 2012; Vecchio, 1995). Ancak, haset duygusu yıkıcı örgüt davranışlarını arttırırken (Taştan ve Aydın Küçük, 2019) yapıcı örgüt davranışlarını azaltmaktadır (Duffy ve Shaw, 2000). Öyle görünmektedir ki, haset duygusu, hem örgüt üretkenliği hem de çalışanların iş doyumu açısından oldukça kritik bir öneme sahiptir.

İş ve örgüt bağlamında, çalışma arkadaşlarına haset eden bireyler, haset ettikleri kişiyi aşağı çekme ve aradaki farkı kapatma motivasyonu ile üretkenliğe aykırı çalışma davranışları, sosyal kuyu kazma (social undermining) ve kurban etme gibi yıkıcı eylemlerde bulunabilmektedir (Tai, Narayanan ve McAllister, 2012). Bu eylemler; haset edilen kişi hakkında aşağılayıcı bir biçimde konuşma, o kimsenin iş yerindeki itibarını azaltma çabası, bu kişiden önemli bilgileri gizleme, bu kişiye yalan söyleme, saygısız veya kaba davranma, bu kişi ile tartışmaya grime, bu kişinin arkasından konuşma gibi örnekleri içermektedir (Cohen-Charash ve Mueller, 2007; Duffy, Scott, Shaw, Tepper ve Aquino, 2012; Kim ve Glomb, 2012). Bir diğer örgütsel etki, hasedin gruplar ve örgütler içerisindeki yardımlaşma, bağlılık ve dayanışmayı düşürmesi şeklinde gerçekleşmektedir (Duffy ve Shaw, 2000; Kim, O'Neill ve Cho, 2010). Örneğin, haset düzeyinin örgütsel yurttaşlık davranışlarını (görev tanımında olmamasına rağmen diğer çalışanlara gönüllü bir biçimde yardım etmek) düşürdüğü gösterilmiştir (Kim, O'Neill ve Cho, 2010). Ayrıca, gruplarla yürütülen boylamsal bir çalışmada, haset düzeyinin gruplarda dayanışmayı azalttığı ve kaytarmacılığı arttırdığı gösterilmiştir (Duffy ve Shaw, 2000).

Yapılan çalışmalar, iş yerlerinde deneyimlenen haset duygusunun çalışanlarla, iş ortamıyla veya liderle ilgili bazı öncüllerinin olduğuna işaret etmektedir (Demirtaş ve ark., 2015; Kim, O'Neill ve Cho, 2010; Vecchio, 2005). Buna göre, bireysel özelliklerden makyavelizm (diğerlerine güvenmeme, onları manüpile etme ve statü elde etmeye çalışma eğilimi; Dahling, Whitaker ve Levy, 2009) iş yerinde deneyimlenen hasedi arttırırken, benlik saygısının yükselmesi hasedi azaltmaktadır (Vecchio, 2000; 2005). Ayrıca, sıfır toplamlı (sadece bir kazananın olduğu) yarışmacı iş ortamlarında ve çalışan özerkliğinin düşük olduğu iş ortamlarında haset duygusu daha fazla deneyimlenmektedir (Vecchio, 2000; 2005). Bunların yanı sıra, lidere ait bazı özellikler de iş ortamında deneyimlenen haset duygusunu etkileyebilmektedir. Örneğin, etik liderlik davranışı (iş yeri iletişimi, ödüllendirme ve kararlarda etik normları ön planda tutmaya dayalı liderlik) iş yeri anlamlılığını arttırmakta; bu da iş yerinde deneyimlenen hasedi azaltmaktadır (Demirtaş ve ark., 2015). Ayrıca, işyeri liderinin narsisizm düzeyi çalışanların lidere yönelik haset düzeyini ve yıkıcı iş davranışlarını arttırmaktadır (Braun, Aydın, Frey ve Paus, 2018). Son olarak, liderin çalışanlarla işbirliği yapma düzeyinin çeşitlenmesi de iş yerinde deneyimlenen haset düzeyini etkileyebilmektedir. Buna göre, liderin daha az işbirliği yaptığı çalışanlar diğerlerine daha fazla haset etmekte ve iş üretkenliğine aykırı davranışları daha fazla sergilemektedir (Kim, O'Neill ve Cho, 2010).

İş yerlerinde hissedilen haset duygusunun yıkıcı davranışlar üzerindeki etkisini azaltan veya arttıran bazı etmenler de bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle, iş yerinde hissedilen haset duygusu her zaman yıkıcı davranışlara yol açmamaktadır. Örneğin, iş yeri aidiyetinin yüksek olması haset ve iş yerinde kurbanlaştırma davranışı arasındaki ilişkiyi ortadan kaldıracılabilmektedir (Kim ve Glomb, 2014). Buna göre, iş yeri aidiyeti yüksek kişiler daha yüksek konumdaki kişiye hem daha az haset etmekte hem de bu hasetleri daha az yıkıcı davranışa yol açmaktadır. Bir bakıma, iş yeri aidiyeti yüksek olan çalışanlar, yüksek konumdaki kişi ile aradaki farkı kapatmak yerine iş yerinin kazancını tercih etmektedir. Bir başka çalışmada da haset ve sosya kuyu kazma davranışı arasındaki ilişkinin takım aidiyeti düşük olan takımlar için daha güçlü olduğu gösterilmiştir (Duffy ve ark., 2012). Buna göre, iş arkadaşları ile daha düşük aidiyet hisseden bireylerde, haset kuyu kazma davranışını daha güçlü bir biçimde yordamaktadır. Son olarak, iş yerinde algılanan adaletsizlik de hasedin yıkıcı etkilerini arttırmaktadır (Cohen-Charash ve Mueller, 2007). Şöyle ki, özellikle iş yerinde yüksek düzeyde adaletsizlik algılayan çalışanlarda haset duygusu üretkenliğe aykırı davranışlarda bulunma düzeyini arttırmaktadır. Ancak, iş yerini adil algılayan çalışanlar için bu ilişki ortadan kalkmaktadır.

Haset Duygusunun Hedefinde Olma Korkusu

Makalenin bu bölümüne kadar bahsedildiği üzere, bir karşılaştırmanın kaybedeni olmak ve haset etmek bu duyguyu deneyimleyen açısından acı verici ve sıkıntılı olabilmektedir. Ancak, hasedin etkisi onu hissedenle sınırlı kalmamaktadır. Bu karşılaştırmanın kazananı (veya üstte olanı) olmak ve haset duygusunun hedefinde olmak da çoğu zaman rahatsız edici ve korkutucu bir deneyim ortaya çıkartabilmektedir. Foster (1972) antropolojik değerlendirmelerinde, pek çok kültürden insanın değerli bir

şeye sahip olduğunda ya da bir kazanım elde ettiğinde kendilerine haset edebilecek kimselerden korktuğunu belirtmiştir. Exline ve Lobel da (1999, 2001) insanların bazı durumlarda yukarı doğru karşılaşmanın hedefinde olma duyarlılığı geliştirdiğini ve bir tür rahatsızlık hissettiğini ileri sürmüştür. Kültürümüzde de kem gözden korkma ve nazar boncuğu takma bilinen adetlerden biridir.

Bireyler haset duygusunun hedefinde olmamak veya etkisini azaltabilmek için çeşitli savunma mekanizmaları geliştirmektedir. Foster (1972) pek çok kültürde, hasedin etkisini azaltmak için sergilenen dört çeşit davranış kalıbının bulunduğunu ifade etmektedir. Bu davranışlar sırasıyla su şekilde gerçekleşmektedir: Gizleme, inkar etme (kazanımın değerini küçültme çabası), sembolik paylaşım ve gerçek paylaşım. Örneğin, hamile kadınlar nazar değmesi korkusu ile belirli bir döneme kadar hamile olduklarını çevredeki insanlara söylemeyebilir (gizleme); bireyler çocuklarını ‘çirkin’ diyerek sevebilir (inkar); yeni bir elbise alan kişi diğerine ‘daha güzelleri senin olsun.’ diyebilir (sembolik paylaşım); ya da islam dininde de olduğu gibi, zenginler mallarının bir bölümünü zekat olarak paylaşabilir (gerçek paylaşım).

Yakın dönemde yürütülen ampirik çalışmalar da (Rodriguez Mosquera, Parrott ve Hurtado de Mendoza, 2010; Van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2010) bireylerin haset edildikleri durumlarda, hasedin yıkıcı etkisini azaltabilecek çok zengin savunma mekanizmaları geliştirdiklerine işaret etmektedir. Örneğin, kendilerine haset edildiğini düşünen bireylerin, diğer kişiye (haset eden kişi) daha fazla yardım etme davranışı sergilediği (Van de Ven, Zeelenberg ve Pieters, 2010) ve arkadaşça davranma çabası içerisine girdiği (Parrott, Rodriguez Mosquera ve Howell, 2006; akt. Parrot ve Rodriguez Mosquera, 2008) gösterilmiştir. Ayrıca, İspanyol, Kuzey Amerikalı ve Hollandalı katılımcılarla yürütülen nitel bir çalışmaya göre (Rodriguez Mosquera, Parrott ve Hurtado de Mendoza, 2010), haset edilme durumunda kullanılan en yaygın stratejiler şu şekildedir: Elde edilen avantajın değerini azaltma (kazanım hakkında şakalar yapmak gibi), ilişkiye yatırım yapma (haset eden kişiye iltifat etmek ve yemek ısmarlamak gibi), haksızlık algısını azaltmaya çalışma (o kazanımı elde ederken ne kadar çalıştığını vurgulamak gibi), kazanımın geçici olduğunu vurgulama, haset eden kişiden kaçınma veya konuyu değiştirme (haset eden kişinin daha başarılı olduğu bir konuyu açmak gibi). Çok yaygın bir strateji olmasa da, bireyler bazen diğerinin hasedini arttıracak davranışlar da sergileyebilmektedir (Parrott ve Rodriguez Mosquera, 2008). Bu durum kültürümüzde de nispet etmek şeklinde isimlendirilmektedir. Bir kazanım elde eden kişiler, bu tarz davranışları rekabet sonrasında galip geldiklerini vurgulamak veya kendi statülerini göstermek için sergiliyor olabilirler. Ancak, bireylerin hangi durumlarda bu stratejiyi tercih ettiğine dair herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Yukarı doğru sosyal karşılaştırmanın hedefinde olma ve haset edilme deneyiminin bireyler üzerindeki etkisi bazı değişkenlere bağlı olarak farklılaşabilmektedir. İlk olarak, sosyotropi düzeyleri (diğer kişileri memnun etmek için çaba sarfetme gereksinimi) yüksek olan kişiler, yukarı doğru sosyal karşılaştırmanın hedefinde olduklarında yoğun bir rahatsızlık hissederken; narsisizm düzeyi yüksek olan kimseler yukarı doğru karşılaştırmanın hedefinde olduklarında olumlu duygular (gurur gibi) hissetmektedir (Exline ve Zell, 2012). Buna karşın, aynı çalışmada, narsisizm düzeyi yüksek olan bireylerin yukarı doğru sosyal karşılaştırmanın hedefinde olma sonrasında daha saldırgan tepkiler verdikleri gösterilmiştir. Bu durum, narsisizm düzeyi yüksek olan bireylerin algının odağında olmaktan dolayı olumlu hissettiklerine, kayıp olasılığına tahammül edememelerinden ötürü de saldırgan davrandıklarına işaret ediyor olabilir.

Bireylerin geride bıraktıkları kişi ile ilişkilerinin doğası da haset edilmeye verdikleri tepkiyi etkileyebilir. Rekabetçi ve çatışmacı ilişkilerde yukarı doğru karşılaştırmaların hedefinde olmak kaçınma veya ilişkinin bozulması ile sonuçlanmaktadır. Buna karşın, doyumunu yüksek ve bireylerin birbirlerine yakın olduğu ilişkilerde, yukarı doğru karşılaştırmanın hedefinde olma durumu empatik tepkileri ve ödün verme davranışlarını daha fazla ortaya çıkartmaktadır (Exline ve Lobel, 2001).

Son olarak, bireylerin içerisinde yer aldıkları kültür de haset edilmeye verilen tepkileri etkileyebilir. Bireyci kültürlerde benliğin bağımsız olması ve bireylerin daha rekabetçi olması haset edilme durumlarında çelişik duyguları da beraberinde getirmektedir. Şöyle ki, Kuzey Amerikalı katılımcılar haset edildikleri

zaman hem olumlu (gurur gibi) hem de olumsuz (korku gibi) duyguları İspanyol katılımcılara oranla daha fazla deneyimlemektedir (Rodriguez Mosquera, Parrott ve Hurtado de Mendoza, 2010). Ancak, haset edilmenin hedefinde olma deneyimine kültürel farklılıklar açısından bakılırken kültürlerin kendine has özelliklerini göz önünde bulundurmamak faydalı olabilir. Örneğin, özellikle onur kültürü şeklinde isimlendirilen Orta Doğu ve Güney Amerika kültürlerinde aile şerefi kavramı çok önemlidir (Parrott ve Rodriguez Mosquera, 2010). Bu kültürlerde, bireyler kendi başarılarına gizlemek isteyebilirler. Buna karşın, aileleri, ailelerinden bireylerin kazanımları, soyisimleri veya aile şerefiyle övünebilirler.

Sonuç

Aristoteles (1995), Retorik'te, en çok da zaman, mekan ve statü açısından kendimize yakın olan kimselere haset ettiğimizi belirtmektedir. Bir bakıma, bireyler gördüklerine ve karşılaştırma yapma imkanına sahip olduklarına haset etmektedir. İçerisinde yaşadığımız sosyal medya ve çevrim içi yaşam kültürünü göz önünde bulundurduğumuzda, mekansal (ve hatta zamansal) yakınlık tanımının genişlediği ve adeta bir haset çağında olduğumuz düşünülebilir. Örneğin, bireyler geçmişte çoğunlukla komşularına, akrabalarına veya iş-okul arkadaşlarına haset etmekteydi. Ancak, günümüzde, dünyanın diğer ucundaki bir sosyal medya kullanıcılarına dahi haset etme imkanı bulunmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, haset konusunda oldukça zengin bir araştırma zemininin bulunduğu düşünülebilir.

Haset duygusunun, uluslararası alanyazında pek çok açıdan çalışılsa da ülkemizde henüz yeterli ilgiyi görmediği anlaşılmaktadır. Ancak, şimdiye kadar vurgulanan ampirik çalışmalardan da anlaşılacağı üzere, haset duygusu insan yaşamını çok geniş bir alanda etkilemektedir. İleride yürütülecek çalışmalarda, ülkemizde yaşayan bireylerin haset duygusunu hangi durumlarda daha fazla deneyimlediği, sosyal medyanın kültürümüzde haset ve yaşam doyumunu nasıl etkilediği, haset ve yıkıcı davranışlar arasındaki kültürel düzenleyicilerin neler olduğu, başarılı kimselerin diğerlerinin hasedi ile nasıl başa çıktıkları gibi pek çok araştırma konusunun çalışılabileceği görülmektedir. Örneğin, ülkemizde bireyler kendi çocuklarını başkalarının çocukları ile karşılaştırabilmekte ve bir bakıma ikincil haset deneyimini yoğun bir biçimde yaşayabilmektedir. Bu durum, haset duygusunun bireyin çocuklarını ve aile ilişkilerini de etkilemesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, bu olgunun ele alınması (toplulukçu kültürel değerler ve ilişkili benlik kavramı da göz önünde bulundurularak) hem uluslararası hem de ulusal alanyazına değerli bir katkı sunabilir.

İş ve örgüt bağlamında ortaya çıkan haset duygusu hem çalışanlar hem de örgüt açısından yıkıcı sonuçlara neden olabilmektedir. Ancak, özellikle iş ortamlarında haset duygusunun daha fazla deneyimlenmesine neden olan çeşitli etmenler bulunmaktadır. Örneğin, yarışmacı çalışma bağlamları ve ödül sistemleri, haset duygusunun yoğunluğunu yükseltmektedir (Vecchio, 2000). Ayrıca, etik liderlik haset düzeyini azaltırken (Demirtaş ve ark., 2015), liderin narsisizmi (Braun ve ark., 2018) ve liderin çalışanlarına farklı düzeylerde yakınlık kurması (Kim, O'Neill ve Cho, 2010) haset düzeyini arttırmaktadır. Bu çalışmalar, örgüt bağlamında hasedin daha az ortaya çıkmasını sağlamaya yönelik düzenlemeler için bir öngörü sunabilir. Örneğin, sıfır toplamlı (birinin kazanmasının diğerinin kaybına neden olması) rekabetlerin olduğu iş yeri bağlamlarından, herkesin kazancının birbirine bağlı olduğu ve herkesin birlikte kazanabileceği iş ve örgüt bağlamlarına geçilmesi, rekabeti ve dolayısı ile de haset duygusunun yoğunluğunu azaltabilir. Bir diğer yöntem, liderin kararlarında ve çalışanlarla ilişkisinde etik değerleri ön planda tutması olabilir. Bireyler bu tarz iş yerlerinde diğerlerinin kazanımının adil olduğunu düşünebilir ve kendini geliştirmeye yönelik bir motivasyon sağlayabilir. Son olarak, liderin bütün çalışanlarına benzer bir mesafede ilişkilenebilmesi ve profesyonel bir yönetim tarzı benimsemesi çalışanlar arasında haset duygusunun daha az deneyimlenmesini sağlayabilir. Şöyle ki, lidere daha uzak olan çalışanlar diğerlerine haset etmekte ve zarar verici davranışlarda bulunabilmektedir (Kim, O'Neill ve Cho, 2010). Bu çalışanların kendilerini dışlanmış hissetmemesi ve diğerlerine haset etmemesi için liderin sadece kararlarında değil sosyal ilişkilerinde de adil olmasının gerekli olduğu düşünülebilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, çalışanlar ve yöneticiler için yürütülen hizmet içi

eğitim programlarında, iş yerlerinde hasedin öncülleri ve sonuçları ile ilgili yürütölmüş ampirik çalışmaların dikkate alınması faydalı olabilir.

Son olarak, daha önceden de bahsedildiği gibi, hasedin olumsuz ve kötücöl bir duygu olduğu pek çok söylem ve inanışta vurgulanmaktadır. Bu nedenle, bu duygunun ölçümü oldukça güçtür. Başka bir ifadeyle, bireyler haset duygusunu hissetseler bile bu duyguyu deneyimlediklerini bildirmeyebilirler. Bu açıdan değerlendirildiğinde, haset duygusunun daha iyi anlaşılması için pek çok açıdan ele alınması ve geniş bir perspektiften ölçölmesi faydalı olabilir. Çırpan ve Özdoğru (2017) tarafından dilimize uyarlanan Haset ve Gıpta Ölçeği'nin sosyal karşılaştırma bağlamında ortaya çıkan her iki duyguyu da ölçme konusunda geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğu ortaya konmuştur. Bu ölçeğe ek olarak, haset duygusunun ölçümü için nitel çalışmalar yürütölmesi ve kültürümüze özgü bir haset ölçeğinin geliştirilmesi de ölkemizde yürütölecek çalışmalar açısından yararlı olabilir.

Kaynaklar

- Appel, H., Crusius, J. ve Gerlach, A. L. (2015). Social comparison, envy, and depression on Facebook: A study looking at the effects of high comparison standards on depressed individuals. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 34(4), 277-289.
- Aristoteles (1995). Retorik. Çev. Mehmet H. Doğan. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları –YKY (Orjinal eser M. Ö. 322 yılında basılmıştır).
- Back, M. D., Küfner, A. C., Dufner, M., Gerlach, T. M., Rauthmann, J. F. ve Denissen, J. J. (2013). Narcissistic admiration and rivalry: Disentangling the bright and dark sides of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(6), 1013-1037.
- Braun, S., Aydin, N., Frey, D. ve Peus, C. (2018). Leader narcissism predicts malicious envy and supervisor-targeted counterproductive work behavior: Evidence from field and experimental research. *Journal of Business Ethics*, 151(3), 725-741.
- Chaffey, D. (2019, February 12). "Global social media research summary 2019" Erişim 26 Ocak 2020. <http://www.canarie.ca/press/publications/pdf/health/healthvision.doc82>
- Chou, H.-T. G. ve Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.
- Cohen-Charash, Y. ve Larson, E. C. (2017). What is the nature of envy? In R. H. Smith, U. Merlone ve M. K. Duffy (Eds.), *Envy at work and in organizations* (pp. 1-37). New York, NY: Oxford University Press
- Cohen-Charash, Y. ve Mueller, J. S. (2007). Does perceived unfairness exacerbate or mitigate interpersonal counterproductive work behaviours related to envy?. *Journal of Applied Psychology*, 92(3), 666-680.
- Crusius, J., Gonzalez, M. F., Lange, J. ve Cohen-Charash, Y. (2019). Envy: An adversarial review and comparison of two competing views. *Emotion Review*, 1-19.
- Crusius, J. ve Lange, J. (2014). What catches the envious eye? Attentional biases within malicious and benign envy. *Journal of Experimental Social Psychology*, 55, 1-11.
- Çırpan, Y. ve Özdoğru, A. A. (2017). BeMaS Haset ve Gıpta Ölçeği'nin Türkçe uyarlaması: Dilsel eşdeğerlik, güvenilirlik ve geçerlilik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 18, 577-585
- Dahling, J. J., Whitaker, B. G. ve Levy, P. E. (2009). The development and validation of a new Machiavellianism scale. *Journal of Management*, 35(2), 219-257.

- Demirtas, O., Hannah, S. T., Gok, K., Arslan, A. ve Capar, N. (2017). The moderated influence of ethical leadership, via meaningful work, on followers' engagement, organizational identification, and envy. *Journal of Business Ethics*, 145(1), 183-199.
- Duffy, M. K., Scott, K. L., Shaw, J. D., Tepper, B. J. ve Aquino, K. (2012). A social context model of envy and social undermining. *Academy of Management Journal*, 55(3), 643–666.
- Duffy, M. K. ve Shaw, J. D. (2000). The Salieri syndrome: Consequences of envy in groups. *Small Group Research*, 31(1), 3-23.
- Exline, J. J. ve Lobel, M. (1999). The perils of outperformance: Sensitivity about being the target of a threatening upward comparison. *Psychological Bulletin*, 125, 307–337.
- Exline, J. J. ve Lobel, M. (2001). Private gain, social strain: Do relationship factors shape responses to outperformance? *European Journal of Social Psychology*, 31, 593–607.
- Exline, J.J. ve Zell, A. L. (2012). Who doesn't want to be envied? Personality correlates of emotional responses to outperformance scenarios. *Basic and Applied Social Psychology*, 34, 236-253.
- Falcon, R. G. (2015). Is envy categorical or dimensional? An empirical investigation using taxometric analysis. *Emotion*, 15(6), 694-698.
- Foster, G. (1972). The anatomy of envy. *Current Anthropology*, 13, 165-202.
- Gibbons, F. X. ve Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142.
- Kim, A. Y. (2001). Cain and Abel in the Light of Envy: A Study in the History of the Interpretation of Envy in Genesis 4.1-16. *Journal for the Study of the Pseudepigrapha*, 12(1), 65-84.
- Kim, H. J. J. ve Hupka, R. B. (2002). Comparison of associative meaning of the concepts of anger, envy, fear, romantic jealousy, and sadness between English and Korean. *Cross-Cultural Research*, 36, 229-255.
- Kim, E. ve Glomb, T. M. (2014). Victimization of high performers: The roles of envy and work group identification. *Journal of Applied Psychology*, 99(4), 619-634.
- Kim, S., O'Neill, J. W. ve Cho, H. M. (2010). When does an employee not help coworkers? The effect of leader–member exchange on employee envy and organizational citizenship behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 530-537.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T. ve Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction? Paper presented at the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI), Leipzig, Germany.
- Krasnova, H., Widjaja, T., Buxmann, P., Wenninger, H. ve Benbasat, I. (2015). Why following friends can hurt you: An exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users. *Information Systems Research*, 26(3), 585–605.
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., ... ve Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS one*, 8(8), e69841.
- Lange, J. ve Crusius, J. (2015). Dispositional envy revisited: Unraveling the motivational dynamics of benign and malicious envy. *Personality and social psychology bulletin*, 41(2), 284-294.
- Lange, J., Crusius, J. ve Hagemeyer, B. (2016). The Evil Queen's dilemma: Linking narcissistic admiration and rivalry to benign and malicious envy. *European Journal of Personality*, 30, 168-188.
- Lange, J., Weidman, A. C. ve Crusius, J. (2018). The painful duality of envy: Evidence for an integrative theory and a meta-analysis on the relation of envy and schadenfreude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(4), 572-598.

- Lee-Won, R. J., Shim, M., Joo, Y. K. ve Park, S. G. (2014). Who puts the best “face” forward on Facebook?: Positive self-presentation in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total Friends ratio, and culture. *Computers in Human Behavior*, 39, 413-423.
- Madden, R. M. (2010). *The three poisons: A Buddhist guide to resolving conflict*. Bloomington: AuthorHouse.
- Miceli, M. ve Castelfranchi, C. (2007). The envious mind. *Cognition and Emotion*, 21, 449–479.
- Miller, C. T. (1982). The role of performance-related similarity in social comparison of abilities: A test of the related attributes hypothesis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18(6), 513-523.
- Mujcic, R. ve Oswald, A. J. (2018). Is envy harmful to a society's psychological health and wellbeing? A longitudinal study of 18,000 adults. *Social Science & Medicine*, 198, 103-111.
- Navarro-Carrillo, G., Beltrán-Morillas, A. M., Valor-Segura, I. ve Expósito, F. (2018). The pernicious effects of malicious versus benign envy: perceived injustice, emotional hostility and counterproductive behaviors in the workplace. *The Spanish Journal of Psychology*, 21, 1-9.
- Neira, C. J. B. ve Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology*, 66(1), 56–64.
- Parrott, W. G. ve Rodriguez Mosquera, P. M. (2008). On the pleasures and displeasures of being envied. In R. H. Smith (Ed.), *Series in affective science. Envy: Theory and research* (p. 117–132). Oxford University Press.
- Parrott, W. G. ve Smith, R. H. (1993). Distinguishing the experiences of envy and jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 906-920.
- Rodriguez Mosquera, P. M., Parrott, W. G. ve Hurtado de Mendoza, A. (2010). I fear your envy, I rejoice in your coveting: On the ambivalent experience of being envied by others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(5), 842-854.
- Salovey, P. ve Rodin, J. (1986). The differentiation of social-comparison jealousy and romantic jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 1100–1112.
- Salovey, P. ve Rodin, J. (1991). Provoking jealousy and envy: Domain relevance and self-esteem threat. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 10, 395–413.
- Schoeck, H. (1969). *Envy: A Theory of Social Behavior*. New York: Harcourt, Brace, and World.
- Silver, M. ve Sabini, J. (1978). The perception of envy. *Social Psychology Quarterly*, 41, 105–117.
- Smith, R. H. ve Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological bulletin*, 133(1), 46-64.
- Smith, R. H. Kim, S. H. ve Parrott, W. G. (1988). Envy and jealousy semantic problems and experiential distinctions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 14, 401–409.
- Smith, R. H., Parrott, W. G., Diener, E. F., Hoyle, R. H. ve Kim, S. H. (1999). Dispositional envy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(8), 1007–1020
- Steers, M. L. N., Wickham, R. E. ve Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701-731.
- Tai, K., Narayanan, J. ve McAllister, D. (2012). Envy as pain: Rethinking the nature of envy and its implications for employees and organizations. *Academy of Management Review*, 37, 127-129.
- Tandoc Jr E. C., Ferrucci, P. ve Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing?. *Computers in Human Behavior*, 43, 139-146.
- Taştan, S. ve Aydın Küçük, B. (2019). Üretkenliğe aykırı çalışma davranışlarını açıklayan psikososyal yapılar olarak işyerinde kıskançlık duygusu ve strese yönelik esnekliğin incelenmesi. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 24(1), 55-79.

- Tesser, A., Millar, M. ve Moore, J. (1988). Some affective consequences of social comparison and reflection processes: The pain and pleasure of being close. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(1), 49-61.
- Tromholt, M. (2016). The Facebook experiment: Quitting Facebook leads to higher levels of well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(11), 661-666.
- Van de Ven, N., Hoogland, C. E., Smith, R. H., Van Dijk, W. W., Breugelmans, S. M. ve Zeelenberg, M. (2015). When envy leads to schadenfreude. *Cognition and Emotion*, 29(6), 1007-1025.
- Van de Ven, N. ve Zeelenberg, M. (2015). On the counterfactual nature of envy: "It could have been me". *Cognition and Emotion*, 29(6), 954-971.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M. ve Pieters, R. (2009). Leveling up and down: The experiences of benign and malicious envy. *Emotion*, 9, 419-429.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M. ve Pieters, R. (2010). Warding off the evil eye: When the fear of being envied increases prosocial behavior. *Psychological Science*, 21(11), 1671-1677.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M. ve Pieters, R. (2011). Why envy outperforms admiration. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(6), 784-795.
- Vecchio, R. P. (1995). It's not easy being green: Jealousy and envy in the workplace. In G. R. Ferris (Ed.), *Research in Personnel and Human Resources Management*, 13 (pp. 201-244). Greenwich, CT: JAI Press.
- Vecchio, R. P. (2000). Negative emotion in the workplace: Employee jealousy and envy. *International Journal of Stress Management*, 7(3), 161-179.
- Vecchio, R. (2005). *Explorations in employee envy: Feeling envious and feeling envied*. *Cognition & Emotion*, 19(1), 69-81.
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., ... ve Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(2), 480-488.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. ve Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222.