

T.C.

İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI DÜZEYLERİ İLE EVLİLİĞE
YÜKLEDİKLERİ ANLAM VE EŞ SEÇME KRİTERLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nur Hilal YILDIRIM

İstanbul

Ağustos-2019

T.C.

İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI DÜZEYLERİ İLE EVLİLİĞE YÜKLEDİKLERİ
ANLAM VE EŞ SEÇME KRİTERLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nur Hilal YILDIRIM

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Mehmet Engin DENİZ

İstanbul

Ağustos-2019

ÖNSÖZ

Araştırmamdaki her aşamada bana yardımcı olan değerli tez danışmanım Prof. Dr. Mehmet Engin DENİZ'e, eğitim hayatım boyunca bana destek olan babam ve tüm aileme teşekkürlerimi sunarım.

Nur Hilal YILDIRIM

İstanbul-2019



ÖZET

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYLERİ İLE EVLİLİĞE YÜKLEDİKLERİ ANLAM VE EŞ SEÇME KRİTERLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Nur Hilal YILDIRIM

Yüksek Lisans, Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mehmet Engin DENİZ

Ağustos-2019, 193 sayfa

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin, evliliğe yükledikleri anlamların ve eş seçimi kriterlerinin incelenmesi ve aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesidir. Tarama modellerinden ilişkisel tarama modelinde olan bu araştırmanın evrenini 1 devlet ve 1 vakıf üniversitesinde 2018-2019 eğitim-öğretim yılında Eğitim Fakülteleri ve İnsan ve Toplum Bilimleri (Fen-Edebiyat) Fakültelerinde öğrenim görmekte olan üniversite öğrencileri, örneklemini ise küme örnekleme yöntemi ile seçilmiş 639 öğrenci oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerini belirlemek amacıyla Tutgun-Ünal (2015) tarafından geliştirilen sosyal medya bağımlılığı ölçeği, evliliğe yükledikleri anlamları belirlemek amacıyla Körük, Özabacı ve Kara (2018) tarafından geliştirilen evliliğe yüklenen anlam ölçeği, eş seçimi kriterlerini belirlemek amacıyla Başay (2015) tarafından geliştirilen eş seçimi kriterleri ölçeği kullanılmıştır. Analize uygun görülen 473 veri SPSS istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda verilerin normal dağılım gösterdiği anlaşılmıştır ve parametrik analiz yapılması uygun görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda üniversite öğrencilerinin genel sosyal medya bağımlılığı ve meşguliyet alt boyutunda orta, duygu durum düzenleme ve tekraralama alt boyutlarında az, çatışma alt boyutunda orta düzeyde bağımlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri pozitif anlam çok yüksek, negatif anlam orta düzeyde olarak belirlenmiştir. Eş seçimi kriterlerinde öğrencilerin eş adayına ilişkin, en çok “hoşgörülü/cana yakın olması”, “yaşam tarzlarımızın

birbirine uyması”,” aşık olmam/aşk ilişkisinin olması” kriterlerine çok yüksek düzeyde önem verdikleri anlaşılmıştır. Evliliğe yüklenen anlam ile eş seçimi kriterleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu, buna karşılık sosyal medya bağımlılığı ile ilişki bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Evliliğe yüklenen anlamın yakınlık ve iş birliği alt boyutları ile sosyal medya bağımlılığı toplamı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki, evliliğe yüklenen anlamın risk alt boyutu ile sosyal medya bağımlılığının meşguliyet alt boyutu ve duygu durum düzenleme alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı meşguliyet alt boyutu ile eş seçimi kriterleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencileri, Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı, Evlilik, Evliliğe Yüklenen Anlam, Eş Seçimi Kriterleri.

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION LEVELS WITH MEANING OF MARRIAGE AND SPOUSE SELECTION CRITERIA OF UNIVERSITY STUDENTS

Nur Hilal YILDIRIM

Master – Psychological Counseling and Guidance

Thesis Advisor: Prof. Dr. Mehmet Engin DENİZ

August- 2019, 193 Pages

The aim of this study is to examine the social media addiction levels, the meaning they put on marriage and the criteria of spouse selection of university students and to determine whether there is a meaningful relationship between them. This research is in the retional screening model and the population of this research consists of students studying at Faculties of Edication and Humanities and Social Sciences in the academic year 2018-2019, at 1 state and 1 foundation university. The sample of 639 students was selected by cluster sampling method. The social media addiction scale developed by Tutgun-Ünal(2015) has been used to determine the social media addiction levels of university students. The scale of meanin of marriage developed by Körük, Özabacı and Kara (2018) has been used to determine the meanings loaded of marriage and in order to determine the spousal selection criteria has been used the spouse selection criteria developed by Başay (2015). 473 data which were found suitable for analysis were analyzed with SPSS statistical package program. As result of the analyzes, it was found that data showed normal distribution and it was considered appropriate to perform parametric analysis. As a result of the analyzes it was concluded university students were medium in general social media addiction and occupation subscale, less in regulation and repetition subscales and medium dependent in conflict subscale. The positive meaning attributed to marriage by university students is very high and the negative meaning is medium level. In the spouse selection criteria, it was understood that the students gave a very high of importance to the criteria of “tolerant/approachable”, “same/similar lifestyles” and “being in love/having a love relationship”. It was found that there was a positive significant relationship between

the meanin of marriage and spouse selection criteria whereas there was no relationship with general social media addiction. It has been concluded that there is a negative significant relationship between the general social media addiction and the sub-dimensions of intimacy and cooperation subscales of meaning of marriage and thet there is a positive meaningful relationship between the risk subscale of the meaning imposed on marriage and the occupation subscale and the emotion regulation sub-dimension of the meaning of marriage. There is positively significant relationship between social media addiction's occupation subscale and spouse selection criteria.

Key Words: University Students, Social Media, Social Media Addiction, Marriage, Meaning of Marriage, Spouse Selection Criteria.

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI.....	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLO LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR	xvii
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem	2
1.2. Amaç	4
1.3. Araştırmanın Önemi.....	5
1.4. Sınırlılıklar	5
1.5. Tanımlar	5
İKİNCİ BÖLÜM.....	6
LİTERATÜR	6
2.1. Sosyal Medya.....	6
2.1.1. İnternet tanımı ve tarihçesi.....	6
2.1.2. Sosyal medya tanımı	8
2.1.3. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci.....	8
2.1.4. Sosyal medyanın özellikleri	9
2.1.5. Sosyal medya araçları	9
2.1.6. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	16
2.1.7. İnternet Bağımlılığı	16
2.1.8. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	19
2.1.8.1. Sosyal medya bağımlılığının gelişmesi ve belirtileri.....	21
2.1.8.2. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılmış Araştırmalar ..	23
2.2. Evliliğe Yüklenen Anlam.....	25
2.2.1. Aile.....	25
2.2.1.1. Aile Türleri.....	26
2.2.2. Evlilik.....	26
2.2.2.1. Evlilik Türleri.....	27

2.2.2.2. Evliliğe Yüklenen Anlam.....	28
2.2.2.3. Evliliğe Yüklenen Anlam ile İlgili Yapılmış Araştırmalar ...	30
2.3. Eş Seçimi Kriterleri.....	31
2.3.1. Eş Seçimi Biçimleri.....	32
2.3.2. Eş Seçimini Etkileyen Faktörler.....	34
2.3.3. Eş Seçimi Kuramları	37
2.3.4. Eş Seçimi ile İlgili Yapılmış Araştırmalar	39
2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı-Evliliğe Yüklenen Anlam-Eş Seçimi İlişkisi ...	40
BÖLÜM III	42
YÖNTEM.....	42
3.1. Araştırmanın modeli.....	42
3.2. Evren ve Örneklem	42
3.3. Verilerin Toplanması	42
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	43
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)	43
3.3.3. Evliliğe Yüklenen Anlam Ölçeği (EYAÖ).....	44
3.3.4. Eş Seçimi Kriterleri Ölçeği (ESKÖ)	45
3.4. Verilerin Çözümlemesi	45
3.5. Verilerin Yorumlanması	46
BÖLÜM IV	50
BULGULAR VE YORUMLAR.....	50
4.1. Birinci Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri	50
4.2. İkinci Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri	50
4.3. Üçüncü Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri düzeyleri	51
4.4. Dördüncü Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş, planladığı evlilik şekli bakımından karşılaştırılması.....	52
4.5. Beşinci Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır	

<i>sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş, planladığı evlilik şekli bakımından karşılaştırılması.....</i>	78
<i>4.6. Altıncı Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterleri, fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş, planladığı evlilik şekli bakımından karşılaştırılması.</i>	114
<i>4.7. Yedinci Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçme kriterleri arasındaki ilişki</i>	138
BÖLÜM V	144
TARTIŞMA, SONUÇLAR ve ÖNERİLER	144
5.1. Tartışma ve Sonuçlar.....	144
5.1.1. Sosyal medya bağımlılığına ilişkin sonuçlar	144
5.1.2. Evliliğe yüklenen anlama ilişkin sonuçlar	147
5.1.3. Eş seçimine ilişkin sonuçlar	151
5.1.4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçme kriterleri arasındaki ilişkilere ilişkin sonuçlar	155
5.2. Öneriler	156
KAYNAKÇA	158
EKLER.....	172

TABLO LİSTESİ

Çizelge 2.1.5.1.: Sosyal Medya Araçları.....	10
Tablo 3.3.2.1.: Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyi Puan Aralıkları	43
Tablo 3.3.2.2.: Smbö İlişkin İç Tutarlılık Katsayıları	43
Tablo 3.3.3.1.: Eya Düzeyi Puan Aralıkları	44
Tablo 3.3.3.2.: Eyaö İlişkin İç Tutarlılık Katsayıları	44
Tablo 3.3.4.1.: Esk Düzeyi Puan Aralıkları	45
Tablo 3.3.4.2.: Eskö İlişkin İç Tutarlılık Katsayıları	45
Tablo 3.5.1.: Fakülte, Sınıf, Cinsiyet Ve Yaş Değişkenlerine İlişkin Demografik Veriler	46
Tablo 3.5.2.: Ebeveyn Öğrenim Durumuna İlişkin Demografik Veriler	47
Tablo 3.5.3.: Ebeveyn Çalışma Durumuna İlişkin Demografik Veriler	47
Tablo 3.5.4.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Süresi Ve Sıklığına İlişkin Demografik Veriler	47
Tablo 3.5.5.: Ebeveyn Evlenme Biçimi Ve Evlenme Biçimi Planına İlişkin Demografik Veriler	48
Tablo 3.5.6.: Üniversite Öğrencilerinin Evlenme Yaşı Planına İlişkin Demografik Veriler	49
Tablo 4.1.1.: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	50
Tablo 4.2.1.: Evliliğe Yüklenen Anlam Ölçeğine Yönelik Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	51
Tablo 4.3.1.: Eş Seçimi Kriterlerine Yönelik Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	51
Tablo 4.4.1.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Fakülte Değişkenine Göre T Testi Analizi Sonuçları	52
Tablo 4.4.2.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Sınıf Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	53
Tablo 4.4.3.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Sınıf Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	54
Tablo 4.4.4.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Sınıf Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	55
Tablo 4.4.5.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Cinsiyet Değişkenine Göre T Testi Analizi Sonuçları	55
Tablo 4.4.6.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	56

Tablo 4.4.7.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Yaş Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	57
Tablo 4.4.8.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Yaş Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	57
Tablo 4.4.9.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Ebeveyn Birliktelik Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	58
Tablo 4.4.10.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Anne Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	59
Tablo 4.4.11.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Baba Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	60
Tablo 4.4.12.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Anne Çalışma Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	61
Tablo 4.4.13.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Baba Çalışma Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	61
Tablo 4.4.14.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamaları Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	62
Tablo 4.4.15.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	63
Tablo 4.4.16.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Scheffe Analizi Sonuçları.....	64
Tablo 4.4.17.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Sosyal Medya Kullanımı Süresi Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	65
Tablo 4.4.18.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	66
Tablo 4.4.19.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Sosyal Medya Kullanımı Süresi Değişkenine İlişkin Scheffe Analizi Sonuçları.....	67
Tablo 4.4.20.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	68
Tablo 4.4.21.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Sosyal Medya Kullanımı Sıklığı Değişkenine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	68
Tablo 4.4.22. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Sosyal Medya Kullanımı Sıklığı Değişkenine İlişkin Scheffe Analizi Sonuçları	69
Tablo 4.4.23.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Evlenme Yaşı Planı Değişkenine İlişkin Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri... 71	
Tablo 4.4.24.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Evlenme Yaşı Planı Değişkenine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	71

Tablo 4.4.25.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Evlenme Yaşı Planı Değişkenine İlişkin Scheffe Analizi Sonuçları.....	72
Tablo 4.4.26.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Ebeveyn Evlenme Şekli Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	73
Tablo 4.4.27.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Ebeveyn Evlenme Şekli Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	73
Tablo 4.4.28.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Ebeveyn Evlenme Şekli Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	74
Tablo 4.4.29.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Evlenme Şekli Planı Değişkenine İlişkin Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri..	75
Tablo 4.4.30.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Evlenme Şekli Planları Değişkenine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	76
Tablo 4.4.31.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Evlenme Şekli Planları Değişkenine İlişkin Scheffe Analizi Sonuçları.....	77
Tablo 4.5.1.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlamın Fakülte Değişkenine Göre T Testi Analizi Sonuçları	78
Tablo 4.5.2.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre T Testi Analizi Sonuçları	79
Tablo 4.5.3.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Öğrenim Gördüğü Sınıf Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	80
Tablo 4.5.4.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Sınıf Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	81
Tablo 4.5.5.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Sınıf Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	82
Tablo 4.5.6.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Yaş Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	82
Tablo 4.5.7.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Yaş Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	84
Tablo 4.5.8.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Yaş Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	85
Tablo 4.5.9.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Ebeveynlerinin Birliktelik Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	86
Tablo 4.5.10.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Anne Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	87
Tablo 4.5.11.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Anne Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları ..	88

Tablo 4.5.12.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Anne Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	89
Tablo 4.5.13.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Baba Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	90
Tablo 4.5.14.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Baba Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları ..	91
Tablo 4.5.15.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Baba Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları.....	93
Tablo 4.5.16.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Anne Çalışma Durumu Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	93
Tablo 4.5.17.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Anne Çalışma Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları ...	94
Tablo 4.5.18.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Anne Çalışma Durumu Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	95
Tablo 4.5.19.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Baba Çalışma Durumu Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	96
Tablo 4.5.20.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Baba Çalışma Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları ...	97
Tablo 4.5.21.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Baba Çalışma Durumu Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları.....	98
Tablo 4.5.22.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	98
Tablo 4.5.23.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	100
Tablo 4.5.24.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	102
Tablo 4.5.25.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeylerinin Kullanılan Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	103
Tablo 4.5.26.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	105
Tablo 4.5.27.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Evlenmeyi Planladıkları Yaş Aralığı Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	106

Tablo 4.5.28.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Evlenmeyi Planladıkları Yaş Aralığı Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	107
Tablo 4.5.29.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Evlenmeyi Planladıkları Yaş Aralığı Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	108
Tablo 4.5.30.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Ebeveyn Evlenme Şekli Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	110
Tablo 4.5.31.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Evlenme Şekli Planı Değişkenine Göre Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri.....	111
Tablo 4.5.32.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Evlenme Şekli Planı Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	112
Tablo 4.5.33.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyinin Evlenme Şekli Planı Değişkenine Göre Scheffe Analiz Sonuçları.....	114
Tablo 4.6.1.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçme Kriterlerine İlişkin Sınıf Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	114
Tablo 4.6.2.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçme Kriterlerine İlişkin Sınıf Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	115
Tablo 4.6.3.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçme Kriterlerine İlişkin Cinsiyet Değişkenine Göre T Testi Analizi Sonuçları	117
Tablo 4.6.4.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Yaş Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	118
Tablo 4.6.5.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Yaş Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	118
Tablo 4.6.6.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçme Kriterlerine İlişkin Ebeveyn Birliktelik Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	119
Tablo 4.6.7.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Ebeveyn Birliktelik Durumu Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları.....	120
Tablo 4.6.8.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Baba Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	121
Tablo 4.6.9.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Baba Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	121
Tablo 4.6.10.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Anne Çalışma Durumu Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	122
Tablo 4.6.11.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Anne Çalışma Durumu Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	123
Tablo 4.6.12.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerinin Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	124
Tablo 4.6.13.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	125

Tablo 4.6.14.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	125
Tablo 4.6.15.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre Scheffe Analizi	127
Tablo 4.6.16.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Planladığı Evlenme Yaşı Aralığı Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları ...	128
Tablo 4.6.17.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Planladığı Evlenme Yaşı Aralığı Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	130
Tablo 4.6.18.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerinin Ebeveyn Evlenme Şekli Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	132
Tablo 4.6.19.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Ebeveyn Evlenme Şekli Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	133
Tablo 4.6.20.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Evlenme Şekli Planı Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	135
Tablo 4.6.21.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterlerine İlişkin Evlenme Şekli Planı Değişkenine Göre Scheffe Analizi Sonuçları	136
Tablo 4.7.1.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Toplamı İle Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyi Toplamı Ve Eş Seçme Kriterleri Toplamı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları	139
Tablo 4.7.2.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri İle Eş Seçme Kriterleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Pearson Korelasyon Analizi	139
Tablo 4.7.3.: Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçimi Kriterleri İle Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyleri Arasındaki İlişki	140
Tablo 4.7.4.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri İle Evliliğe Yükledikleri Anlam Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları.....	142

KISALTMALAR

ARPA	:Advanced Research Project Agency
BBS	:Bulletin Board Systems
IRC	:Internet Relay Chat
ICQ	:I Seek You
SMS	:Short Message Services
APA	:American Psychiatric Association
SPSS	:Statistic Packets For Social Sciences (Sosyal Araştırmalar İçin İstatistiksel Program Paketi)
Akt	:Aktaran
ev	:eviren
Vd	:Ve Diğerleri
DSM	:Ruhsal Bozuklukların Tanısal Ve İstatistiksel El Kitabı
SMBÖ	:Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
EYAÖ	:Evliliğe Yüklenen Anlam Ölçeği
ESKÖ	:Eş Seçme Kriterleri Ölçeği

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

21. yüzyılda gerçekleşen teknoloji devrimleri ile internet kullanımı günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline almıştır. Özellikle, akıllı telefon teknolojisinin yaygınlaşmasıyla birlikte internet her an her yerde ulaşılabilir hale gelmiştir. Böylece insanlar istedikleri her an diğer insanlarla online iletişim kurabilmektedirler. İletişim, sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla boyut değiştirmiş ve sosyal medya uygulamaları günlük hayatın odak noktalarından biri olmuştur. Sosyal medyanın günlük kullanımı yaygınlaştıkça amacı dışında kullanmak, kullanımda aşırıya kaçmak gibi nedenlerden dolayı sosyal medyanın bağımlılık geliştirmeye sebep olan olumsuz yönleri dikkat çekmeye başlamıştır. Sosyal medya, bağımlılık geliştiren kişiler üzerinde olumsuz ve fazla etkilenme, sanal dünya ile gerçek hayatı birbirinden ayırt edememe, sorumlulukları aksatma gibi etkilere sebep olabilmektedir. Özellikle gençlerin sosyal medya ile devamlı iç içe olmaları dolayısıyla verecekleri kararların, düşünce yapılarının sosyal medya içeriklerinden etkileniyor olması son derece olasıdır. Evlilik üzerine düşüncelerin netlik kazanmaya başladığı ve eş seçmek üzere girişimlerde bulunduğu yaşlarda olan gençlerin, verecekleri bu son derece önemli kararlarda da sosyal medyadan etkilenebilecekleri düşünebilir.

Evlilik, insan hayatında atılan en önemli adımlardan biridir ve bireyin evliliğe yüklediği anlamlar evliliğinin verimli ya da verimsiz olacağına dair önemli ipuçları verebilir. Sosyal medyada kamuoyuna yansıtılan gerçek dışı evlilik ilişkileri, gençlerin evliliğe doğru ve gerçekçi olmayan anlamlar yüklemelerine neden olabilir. Bunun yanında eş seçimi kişinin hayatında yaptığı en önemli seçimlerden biridir. Eş seçiminde devreye giren birçok değişken bulunmaktadır. Ancak sosyal medya ile birlikte gelen ve özellikle toplumda yer edinme çabasında olan gençlerin baskı olarak hissedebileceği popüler olmak, çeşitli dijital efektlerle elde edilen gerçek dışı güzellik

algısı gibi etkenler nedeniyle bireyler eş seçimi için gerçek dışı kriterleri benimseyebilir, uygun olmayan kişileri eş olarak seçme eğilimine girebilirler.

Sosyal medya uygulamalarının insan hayatının neredeyse her alanında aktif rol oynadığı göz önüne alındığında, evlilik ve eş seçimi gibi fazlasıyla mühim olan konuların, sosyal medya bağımlısı olan gençler açısından farklılık gösterip göstermediğinin anlaşılması, toplumların sağlığı ve sağlamlığı açısından kritik önem taşımaktadır.

1.1. Problem

Teknolojideki hızlı gelişmeler birlikte sosyal medya, insan yaşamının oldukça önemli bir parçası haline almıştır. Sosyal medyanın avantajları çok fazla olmakla birlikte bağımlılığa dönüşmesi gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Diğer bağımlılık türlerinde olduğu gibi sosyal medya bağımlılığında da klasik bağımlılık semptomları görülebilmektedir. Sosyal medya bağımlısı kişinin sosyal medyayı kullanımı sürecince ruh halinde değişimler meydana gelebilir, kullanım kısıtlandığında veya tamamen durdurulduğunda yoksunluk belirtileri ve zamanla tolerans geliştirme (Kuss ve Griffiths, 2011) yani daha fazla kullanmayı normal görme eğilimi gözlenebilir. Sosyal medya bağımlısı bireyler günlük hayatlarında aldıkları birçok kararı sosyal medyaya göre şekillendirebilmektedirler. Sigara, alkol benzeri madde bağımlılıklarına yönelik bazı tedavilerin olmasına karşın, sosyal medya araçlarına erişimin kısıtlanması gibi bazı sınırlı önlemlerin dışında yapılabileceklerin az olması ve henüz etkili bir tedavi yönteminin ortaya koyulmamış olması, sosyal medya bağımlılığının diğer bağımlılıklardan önemli bir farklılığı olarak görülmektedir (Soner ve Yılmaz, 2018: 63). Sosyal medya, kişilerin kararları üzerinde oldukça etkili olabilmektedir. Takipçi sayısı fazla olan kullanıcıları rol model olarak gören bireyler, kıyafet seçimlerinden, arkadaş seçimine kadar birçok kararı sosyal medyaya göre gerçekleştirebilmektedirler. Sosyal medya; etkinliklerin paylaşımı, yer bildirim, fotoğraf-video gibi paylaşımların yanında evliliğe de gidebilen arkadaşlıkların da oluşabildiği bir sanal ortamdır.

Evlilik; kadın ve erkeğin yaşantılarını paylaşmak, birlikte yaşamak, çocuk sahibi olmak ve yetiştirmek gibi amaçlarla gerçekleştirdikleri bir anlaşma, sözleşme olarak tanımlanabilir. Evlilik; toplumsal açıdan devletin düzenleme ve resmileştirme gibi

bazı hak ve yetkisinin bulunduğu yasal bir ilişki sistemidir (Özgüven, 2017: 19). Kişinin evlenmeden önce evliliğe yüklediği anlamlar evlilikten beklentilerini etkileyebilmektedir. Buna bağlı olarak evlilik doyumu ve mutluluk durumu olumlu ya da olumsuz olabilmektedir. Kişinin evliliğe yüklediği anlamlar, bağlanma stillerine, ebeveynlerinin evliliğine, geçmiş yaşantılarına bağlı olarak şekillenebilir. Evliliğe olumlu anlam yükleyen kişilerin gerçekleştireceği evliliklerin daha sağlıklı olacağı öngörülebilir. Ayrıca evlenmeye karar veren kişilerin evliliğe yükledikleri anlamların örtüşmesi durumunda daha sağlıklı bir evlilik yaşamı sürebilecekleri olasıdır. Evliliğin gerçekleşebilmesinin ilk adımı eş seçimidir. Eş seçimi insanın hayatında vereceği en önemli kararlardan biridir. Bireyin bu konuda doğru karar vermesi, mutluluğu açısından hayati öneme sahiptir (Tarhan, 2018: 18). Eş seçimi konusunda farklı yaklaşımlar ve kuramlar bulunmasına karşın, hepsinde ortak olan anlayış, eş seçiminin bilinçli ve amaçlı bir seçim olması gerektiğidir (Bacanlı, 1999: 8). Farklı geçmişlere ve farklı kişiliklere sahip iki kişinin yaşamlarını birleştirecek olmaları (Özgüven, 2017: 31), belli ortak noktalarının olmasını ve belli konularda uzlaşmalarını gerektirir. Bu sebeple eş adaylarının öncelikle kendilerini tanımaları, kendi gelecek beklentilerini ve kişilik özelliklerini, bir eşte bulunmasını istedikleri özellikleri bilmeleri ve bu istek ve beklentilerinin diğer kişi ile uyum içinde olup olmadığını araştırması, mutlu bir yaşam sürebilmesi için son derece önemlidir. Bu nedenle eş seçimi kriterlerinin belirlenmesi oldukça önemlidir.

Literatür tarandığında sosyal medya bağımlılığı (Tutgun Ünal ve Deniz, 2015; Demir, 2016; Işık, 2007; Andreassen, Pallesen ve Griffiths, 2017; Kuss ve Griffiths, 2017), üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri (Güngör, Yılmaz ve Çelik, 2016; Nakosteen ve Zimmer, 2001; Kaçar, 2018; Brackett, 2016) üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam; (Körük, Özabacı ve Kara, 2018; George ve Elshain, 2014; Curran, Utley ve Muraco, 2010) konularında farklı çalışmalar olduğu görülmüş fakat üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçimi kriterleri arasındaki ilişkiyi araştıran doğrudan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bakımdan bu çalışma “özgün” bir değere sahiptir. Bu sebeple bu araştırmanın problem cümlesi “*üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile eş seçimi kriterlerinin ve evliliğe yükledikleri anlamlar arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?*” şeklinde belirlenmiştir.

1.2. Amaç

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin, eş seçimi kriterlerinin ve evliliğe yükledikleri anlamların incelenmesi ve aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenebilmesidir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ne düzeydedir?
2. Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlamlar nelerdir?
3. Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri nelerdir?
4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları; fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş aralığı, planladığı evlilik şekli bakımından farklılaşmakta mıdır?
5. Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam ve alt boyutları; fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş aralığı, planladığı evlilik şekli bakımından farklılaşmakta mıdır?
6. Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterleri; fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş aralığı, planladığı evlilik şekli bakımından farklılaşmakta mıdır?
7. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçme kriterleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Sosyal medya uygulamalarının kullanımının yaygınlığından dolayı sosyal medya bağımlılığı çağın hastalıklarından biri olarak görülebilmektedir. Bu açıdan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin belirlenmesi, sosyal medyaya olan bağımlılığın yaygınlığının ortaya koyulması açısından önem taşımaktadır. Bunun yanında sosyal medyanın insanları her açıdan etkilemeye başladığı yirmi birinci yüzyılın başlarında evlilik ve eş seçimi tercihleri üzerindeki etkilerinin araştırılması, sosyal medya bağımlılığı yüksek kişilerin evliliğe yükledikleri anlamların ve eş seçimi kriterlerinin, sosyal medya bağımlılığı bulunmayan veya düşük olan kişilere göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi, alınabilecek önlemler hakkında ipuçları sunabilir. Böylece araştırmanın önemli olduğu kabul edilmiştir.

1.4. Sınırlılıklar

Bu araştırmadan elde edilen bulgular araştırmanın yürütüldüğü İstanbul İlindeki üniversitelerde 2018-2019 eğitim öğretim bahar yarıyılında eğitim fakültelerinde ve insan ve toplum bilimleri (fen-edebiyat) fakültelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin görüşleri ile sınırlıdır.

1.5. Tanımlar

Sosyal Medya Bağımlılığı: üniversite öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını fazla kullanması sonucunda sosyal ilişkilerini negatif yönde etkileyen, iş yaşamı ve akademik hayatın aksatılmasına yol açan, kişisel sorumlulukların unutulmasına neden olan psikolojik bir sorun olarak tanımlanabilir.

Evliliğe Yüklenen Anlam: üniversite öğrencilerinin belli değişkenlere bağlı olarak evlilik kurumu üzerine düşünceleri, anlamlandırmaları olarak tanımlanabilir.

Eş Seçimi Kriterleri: üniversite öğrencilerinin evlenmeyi istedikleri kişide bulunmasını istedikleri özellikler olarak tanımlanabilir.

İKİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR

Bu bölümde araştırma probleminin değişkenlerine ilişkin kavramlara ve bu konularda yapılmış araştırmalara yer verilmiştir. Bu çerçevede sırasıyla; sosyal medya bağımlılığı, evliliğe yüklenen anlam ve eş seçimi değişkenleri hakkında literatür bilgileri ve araştırmalar ele alınmıştır.

2.1. Sosyal Medya

Sosyal medya, internet aracılığıyla erişilen birtakım uygulamalardan oluşan sanal ortamın tümüne verilen addır. Bireylerin kendilerini sosyal bir ortamda tanıtılmalarına fırsat veren, kendi fikirlerini, içeriklerini, fotoğraf ve videolarını başka bireylerle paylaşmasına olanak sağlayan, farklı bireylerle etkileşim ve iletişim kurabilmeye yarayan çevrimiçi ortamlar olarak tanımlanabilir. Böylece sosyal medyanın tanımlanması için öncelikle internetin tanımı ve tarihçesine değinilmiştir.

2.1.1. İnternet tanımı ve tarihçesi

İnternet, birçok bilgisayarı birbirine bağlayan ve bu sayede kişiler ve kurumlar arası iletişimin sağlandığı dünya çapındaki dev bir ağ olarak tanımlanabilir (Atav, Akkoyunlu ve Sağlam, 2006: 37). İnternet; iki veya daha fazla insanın haberleşme ve bilgi paylaşımı amacıyla kullanılan, herkese açık bir haberleşme ağı olarak da tanımlanabilir (Seferoğlu, 2006: 138). İnternet aracılığıyla kişiler; hava durumu takibi, bankacılık işlemleri gibi sayısız işlem gerçekleştirebilir ve dünyanın herhangi bir yerindeki bilgiye ulaşabilir, diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunabilirler (Atav, Akkoyunlu ve Sağlam, 2006: 37).

İnternet ilk olarak 1960'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Savunma Bakanlığının bilgisayar ağları üzerinde araştırma yapan ve başlangıçta dört farklı

üniversitedeki ana bilgisayarlarla bağlantıda olan ARPA (Advanced Research Projects Agency) isimli projeyi, nükleer savaşa karşı savunucu önlemler geliştirmek adına desteklemesiyle kullanılmaya başlanmıştır (Kutup, 2010: 12; Seferoğlu, 2006: 138). Başlangıçta yalnızca bilgisayar kullanımında uzman kişiler, bilim insanları ve kütüphane görevlileri tarafından kullanılan internet, günümüzde çok çeşitli kullanım alanları bulmuştur (Kutup, 2010: 12).

Wearesocial.com(2018) verilerine göre dünya nüfusunun (7.615 milyar kişi) %54'ünün aktif internet kullanıcısı olduğu görülmüştür. İnternet kullanıcılarının %44.2'si dizüstü bilgisayarı ve masaüstü bilgisayarlar aracılığıyla, %51.5'i mobil akıllı telefonlarla, %4.2'si ise tabletlerle internete erişim sağlamaktadır. Türkiye'de ise toplam nüfusun (81.33 milyon kişi) %75'inin aktif internet kullanıcı olduğu görülmüştür.

İnternetin sonsuz denilebilecek ortamında, kullanıcıların yönünü kaybetmemesi ve işlemlerini çok daha hızlı gerçekleştirebilmeleri adına bir rehber ihtiyacı duymaları arama motorlarının geliştirilmesine ortam sağlamıştır. Dünya genelinde en popüler ve ne sık kullanılan arama motoru Google.com isimli arama motorudur. Google.com, kullanıcının ulaşmak istediği herhangi bir bilgiyi, anahtar kelimeleri eşleştirme yöntemiyle kullanıcıya sunmaktadır. Endüstri 4.0 ile birlikte internet hızlarının gelişmesi ve fiber optik hız buluşlarıyla birlikte Google.com da aramaları çok daha hızlı gerçekleştirebilmektedir (Güzel ve Özmen, 2018: 208). Örneğin; Google.com aracılığıyla günümüzde “sosyal medya bağımlılığı” kelimeleri aratıldığında 0,54 saniyede 5.530 milyon sonuca, “evliliğe yüklenen anlam” kelimeleri aratıldığında 0,37 saniyede 752 bin sonuca, “eş seçimi kriterleri” kelimeleri aratıldığında 0,35 saniyede 786 bin sonuca ulaşmak mümkündür.

İnternetin kullanım alanları zamanla genişlemiş ve günlük işleri kolaylaştırmak, hızlandırmak ve iletişim kurmak gibi farklı alanlarda kullanılmaya başlanmıştır. Bireyler interneti, sadece günlük işlerini kolaylaştıracak işlemlerle sınırlı kalmayıp eğlenme, hoş zaman geçirme, boş zamanı değerlendirme ve sosyalleşme amacıyla da kullanmaya başlamışlardır (İnce ve Koçak, 2017: 737). Böylece internetin iletişim olanaklarından biri olan sosyal medya kavramı dikkat çekmeye başlamıştır.

2.1.2. Sosyal medya tanımı

Alan yazın incelendiğinde çeşitli sosyal medya tanımlarına rastlanmaktadır. Sosyal medya, bireylere profiller oluşturma imkanı veren, bağlantı paylaşabildikleri ve diğer kullanıcıların bağlantılarına erişim sağlayabildikleri (Boyd ve Ellison, 2007: 214), bireyler arasında bilgi aktarma fırsatı sağlayan (Evans, 2010:38), içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulabilen (Kietzman, vd., 2011:214) iletişim kaynakları olarak tanımlanmaktadır. Literatürdeki tanımlar ışığında sosyal medya; bireylerin kendilerini sosyal bir ortamda tanıtmalarına fırsat veren, kendi fikirlerini, içeriklerini, fotoğraf ve videolarını başka bireylerle paylaşmasına olanak sağlayan, farklı bireylerle etkileşim ve iletişim kurabilmeye yarayan çevrimiçi ortamlar olarak tanımlanabilir. Sosyal medya, kullanıcılara kendi sanal kimliklerini oluşturma, kendilerini diledikleri gibi yansıtmaya, diğer kullanıcılarla aktif iletişime geçebilme, kendi sanal gazetelerini oluşturma, fikirlerini istedikleri yönde ifade edebilme, video ve fotoğraf paylaşma, diğer kullanıcılar tarafından paylaşılmış video, fotoğraf ve ses dosyalarına erişme gibi birçok imkân sunmaktadır.

2.1.3. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci

Sosyal medyanın ilk adımı kullanıcıların mesaj gönderebilmelerine olanak sağlayan Usenet isimli küresel çapta bir tartışma platformuyla atılmıştır. Daha sonra Bilgisayarlı Bilgi Sistemleri (Bulletin Board Systems[BBS]) ile internet kullanıcıları birbirlerine mesaj bırakmak, dosya transferi yapmak ve oyun oynamak gibi imkanlar edinmişlerdir. Bilgisayarlı bilgi sistemleri sabit telefon üzerinden modeme bağlanılarak erişilen sistemlerdir. B.B.S.'lerden sonra çevrimiçi hizmetler yaygınlaşmıştır. CompuServe ve Prodig gibi çevrimiçi hizmetler internet kullanımı konusunda ilk kurumsal girişimlerdir. Çevrimiçi hizmetlerin kurumsallaşması sonrasında IRC(Internet Relay Chat), ICQ(I Seek You) gibi anlık mesajlaşma sistemleri geliştirilmiştir. Bunlar günümüzde sıkça kullanılan anlık mesajlaşma programlarının ataları olarak kabul edilmektedir (Bostancı, 2010: 38). Sonrasında, esas amacı yeni arkadaşlar edinmek olan tanışma siteleri yaygınlaşmıştır. Flört etmek amacıyla da sıkça kullanılan tanışma siteleri, kullanıcıların kendilerine ait profiller oluşturmalarına imkân veren platformlardır. Tanışma siteleri kullanılan ilk sosyal ağlar

olarak literatüre geçmiştir (Bostancı, 2010: 39). Sosyal medyanın gelişim sürecini forumlar takip etmiştir. Profil oluşturmak gibi imkanlar sağlayan forumlar sosyal medyanın gelişip bugünkü şeklini almasında büyük rol oynamışlardır. Farklı ülkelerde yürütülen farklı çalışmalarla sosyal medya olanakları hızlı şekilde artmıştır (Bostancı, 2010: 40). İnternet kullanımının yaygınlaşması ve yüksek hızlı internet erişimi olanakları ile MySpace ve Facebook gibi sosyal ağ sitelerine öncülük eden siteler oluşturulmuştur. Böylece sosyal medya kavramı günlük hayatta yer edinmiş ve bugünkü önemine katkıda bulunulmuştur (Bostancı, 2010: 41).

2.1.4. Sosyal medyanın özellikleri

Literatür incelendiğinde sosyal medyanın özellikleri beş ana başlık olarak belirlenmiştir. Bunlar; katılım, açıklık, karşılıklı konuşma, bağlantısallık ve topluluktur (Sert, Tüzüntürk ve Gürsakal, 2009: 2; Tutgun Ünal, 2015: 56-57):

Katılım: Sosyal medya, kullanıcıların geri bildirimde bulunmasını kolaylaştırmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları kendilerinin ve diğer kullanıcıların gönderilerine yorumlar yaparak geri bildirimde bulunabilmektedir.

Açıklık: Sosyal medyanın kullanımı günümüzde son derece kolay ve açıktır. Aynı zamanda özel izinli içerikler hariç, içeriğe erişim sağlamada açık ve hızlıdır.

Karşılıklı konuşma: Sosyal medya çift taraflı yani karşılıklıdır. Sosyal medyada bireyler çift yönlü iletişim ve karşılıklı konuşma imkanlarına sahiptirler.

Bağlantısallık: Sosyal medyanın büyük çoğunluğu bağlantısaldır. Bir web sitesinden diğer web sitelerine bağlantı verilebilmekte ve erişim kolaylığı sağlanmaktadır.

Topluluk: Sosyal medyada konuya, duruma ilişkin hızlıca topluluklar oluşturulabilmekte ve topluluklar arası iletişim kurulabilmektedir.

2.1.5. Sosyal medya araçları

Sosyal medya araçları özelliklerine göre farklılaşmakta ve sınıflandırılmaktadır (İşlek, 2012: 21). Akar (2010)'ın sınıflandırdığı sosyal medya araçları bu çalışmaya dahil edilmiştir.

Çizelge 2.1.5.1.: Sosyal Medya Araçları

Sosyal Medya Araçları	Bloglar ve Mikrobloglar
	Wikiler
	Sosyal İşaretleme
	Medya Paylaşım Siteleri
	Podcasting
	Online Sosyal Ağlar ve Sosyal Ağ Siteleri
	Sanal Dünyalar

Kaynak: Akar, E. (2010). Sanal toplulukların bir türü olarak sosyal ağ siteleri-bir pazarlama iletişimi kanalı olarak işleyişi. Anadolu üniversitesi sosyal bilimler dergisi. Cilt:10, sayı:1 107-122.

Bloglar ve Mikrobloglar: Bloglar, ileti adı verilen, kişilere ait fikir, görüş, günlük olaylar gibi birçok içeriğin paylaşımına fırsat veren bir tür içerik yönetme sistemleridir (İşlek, 2012: 24, Cezair, 2018;13). Bloglar çevrimiçi günlükler olarak da tanımlanabilir. Bu sosyal medya aracı kullanıcılara kendilerine ait içerik oluşturma, kendilerini tanıtmaya, görüş belirtme ve diğer blog kullanıcılarıyla yorumlar yoluyla iletişime girme imkanı sağlamaktadır (İşlek, 2012: 24). Blogların kullanım alanı her ne kadar yazı yazmak üzerine yoğunlaşmış gibi görünse de görüntü, resim, ses ve sunum dosyaları ve videolar gibi içerikleri de kapsamaktadır (İşlek, 2012: 25). Çalışmanın ilerleyen kısmında ayrıntılı şekilde yer verilen YouTube video paylaşım platformunun da blog olarak kullanılabilirdiği sosyal medya incelemelerinden anlaşılabilir.

Bloglar, kullanım açısından kolay ve sade bir yapıdadır. Bu nedenle İngilterede blogger(blog kullanıcısı) olarak ifade edilen kullanıcının teknik özelliklerin bilgisine sahip olmasına ihtiyaç yoktur. Kişisel blog listeleri, ileti ve gönderi linki paylaşabilmek, yorum yapabilmek, geri izleme, abone olma imkanı gibi özelliklere sahiptir (İşlek, 2012: 26).

Mikrobloglar ise kullanıcılara sınırlı karakter kullanımı imkanı veren, paylaşılan ses, metin ve görüntü dosyalarının tüm kullanıcıların veya izin verilen kullanıcıların erişimine sunulduğu web siteleridir (Cezair, 2018: 22). Mikroblogların çalışma

mantığı SMS (Short Message Services) ile benzer olduğundan, kullanıcılar istedikleri iletileri istedikleri zaman takipçileri ile paylaşabilmektedir (Başer, 2014: 17). Bloglar ile mikroblogları birbirinden ayıran en önemli fark; blog içeriklerinin genellikle uzun ve detaylı olması bunun yanında mikrobloglarda oluşturulan içeriklerin anlık ve kısa olmasıdır. Ayrıca mikrobloglar aracılığıyla verilmek istenen mesaj hızlı ve kolay şekilde iletilebilmektedir (Cezair, 2018: 22). Farklı mikrobloglar bulunmasına rağmen dünya çapında en fazla kullanıcı sayısına sahip olan en popüler mikrobloglar Tumblr ve Twitter isimli mikrobloglardır (İşlek, 2012:33).

Twitter: Twitter, 2006 yılında 14 kişi tarafından ABD’de kurulan bir mikroblogdur. Kuruluşundan itibaren hızla gelişen ve popülerleşen Twitter en fazla kullanıcı sayısına sahip sosyal ağlardan biridir. Kullanıcılarına hem yazılı hem görsel iletiler paylaşma olanağı sağlayan Twitter, sıkça kullanılan hashtag(#), tweet(Twitter uygulamasında paylaşılan yazı), retweet(başka bir kullanıcı tarafından atılan tweet’i tekrarlama), trendtopic(güncel ve popüler konular), follow(takip etmek), unfollow(takipten çıkarmak), dm(direkt mesaj) gibi kavramları günlük dile kazandırmıştır (Kwak, vd., 2010: 592).

Statista.com Ekim 2018 verilerine göre Twitter dünya çapında 335 milyon civarında kullanıcıya sahiptir. Bireysel kullanıcı hesaplarının yanı sıra günümüzde Twitter hesabı olmayan devlet başkanı, kurum veya kuruluş sayısı oldukça azdır. Küresel çapta bir popüleriteye ve etkiye sahiptir.

Twitter son zamanların en etkili kitlesel iletişim araçlarından biri olmuştur. Kısa bir sürede çok sayıda insanı konular, gündemler ve olaylar hakkında haberdar etme özelliği ile bazı siyasal olayların da başlangıcında etkin rol oynamıştır (Cezair, 2018:24).

Tumblr: Tumblr, 2007 yılında kurulmuş olan bir mikroblogdur. Tumblr kullanıcıları, diğer kullanıcıları takip edebilir, içerik oluşturabilir, video, ses, görüntü paylaşabilirler. Twitter’dan farklı olarak Tumblr kullanıcılarına karakter sınırlaması koymamaktadır (Chang, vd., 2014: 21).

Wikiler: Word Cunningham tarafından 1995 yılında geliştirilen Wiki, içerği kullanan herkes tarafından oluşturulabilen ve düzenlenebilen web siteleridir. Wikiler bilgi edinmek için bir kaynak olarak kullanılabilir, kullanıcılar arası diyalog

sağlanabilir ve bilgi paylaşımı gerçekleştirilebilir (Boulos, Maramba ve Wheeler, 2006:2). Google docs, Wetpoint, Wikispaces gibi wikilerin varlığının yanı sıra dünya çapında en popüler olanı Wikipedia adlı web sitesidir ve 2017 yılından beri Türkiye’de erişimi yasaklanmıştır (Öztürk, 2018:9).

Sosyal İşaretleme: Sosyal işaretleme, kullanıcıların kendi web sayfalarını çevrimiçi saklayabilmelerine, not edebilmelerine imkan sağlayan bir tür web 2.0 uygulaması olarak tanımlanmaktadır (Lin ve Tsai, 2011: 1249). Son dönemlerde oldukça popüler hale gelen sosyal işaretleme siteleri, etiketleme yolu ile kullanıcıların paylaştıkları içerikleri ve linkleri listeler (İşlek, 2012: 45). Sosyal işaretleme sitelerinin en bilinenleri Digg, Stumble, Upon isimli web siteleridir. Kuruluş amacı kullanıcıların bilgi kaynaklarına erişme, internet olanaklarını keşfetme, bilgi ve içerik paylaşma ve değerlendirmelerine olanak sağlamaktır (Lin ve Tsai, 2011: 1249).

Medya Paylaşım Siteleri: Medya paylaşım siteleri, kullanıcıların içerik adı verilen resim, ses ve videolarını yükleme, paylaşma, izleme, beğenme, yorum yapma gibi imkanlar sağlayan web siteleridir (Zarella, 2010:77). Medya paylaşım siteleri kullanıcılara kendi profillerini oluşturmak, kendilerine ait multimedya içeriklerini diğer kullanıcılarla paylaşma imkanı verir (İşlek, 2012: 37). Dijital fotoğraf makineleri ve kameraların yaygınlaşmasıyla ve akıllı telefon kullanımının artmasıyla medya paylaşım siteleri popülerleşmiştir. Ayrıca az bir teknik bilgiyle ve düşük maliyetler ile üye olan veya olmayan her tür kullanıcıya uygun içerik üretebilme imkanı verir (Akar, 2010: 93). Medya paylaşım siteleri resim ve video paylaşımı sağlayan siteler olarak sınıflandırılabilir (İşlek, 2012: 38).

Medya paylaşım sitelerinin ilki 1997 yılında kurulan IFLM.NET adındaki web sitesidir (İşlek, 2012: 38). İlk medya paylaşım sitelerinin kurulduğu dönemde internet hızının yavaşlığı, günümüzdeki kullanımın aksine internet kullanımının yaygın olmaması gibi etkenlerden dolayı medya paylaşım siteleri yakın tarihe kadar popülerlik yakalayamamıştır (Zarella, 2010: 79). İnternet kullanımının yaygınlaşması, internete erişim koşullarının iyileştirilmesi ve akıllı telefonların icadı ile hız kazanan medya paylaşım sitelerinin günümüzde en bilinenleri YouTube.com ve Flickr.com adlı web siteleridir.

Flickr: 2004 yılında Ludicorp tarafından oluşturulan ve Yahoo tarafından satın alınan Flickr, kullanıcıların ücret ödemeksizin fotoğraf ve videolarını paylaşabildiği bir medya paylaşım sitesidir. Kullanımının kolaylığı, ücretsiz olması gibi etkenlerden dolayı çoğu medya paylaşım sitesine oranla daha fazla kullanıcı sayısına sahiptir (Mislove vd., 2008: 25).

Kullanıcıların paylaştıkları içeriklerin kimler tarafından görüntülenebileceğini seçme imkanı sunan Flickr, üye grupları oluşturma imkanıyla da sosyal bir ortama dahil olma fırsatı vermektedir.

YouTube: YouTube 2005 yılında 3 eski PayPal çalışanı tarafından kurulmuş bir video barındırma sitesidir (Freeman ve Chapman, 2007: 207). Statista.com 2018 verilerine göre dünya çapında 1 milyar 900 milyon civarında kullanıcıya sahip olan YouTube en popüler medya paylaşım sitesidir. Kullanıcıların video yükleyebildiği, kayıtlı veya kayıtlı olmayan her tür kullanıcıya açık izleme imkanı veren, farklı içerikler üretilen, zaman sınırı olmaksızın ücretsiz şekilde her tür içeriğe ulaşım imkanı sağlayan bir medya paylaşım sitesidir (Freeman ve Chapman, 2007: 207). YouTube'un gelişimi ile günlük dile birçok farklı terim yerleşmiştir; broadcasting(yayın yapmak), izlenme sayısı, YouTuber(YouTube video sitesi için içerik üreten kullanıcı), Vlogger(dijital günlük kullanıcısı) gibi. Yeni medya olarak adlandırılacak YouTube'da farklı kullanıcıların yükledikleri videoları içeren farklı kanallar bulunmaktadır. Çok farklı içeriklere sahip bu kanallar aracılığıyla kullanıcılar bilim, sanat, eğitim, sağlık, eğlence, oyun gibi birbirinden farklı video içeriklerine erişim sağlayabilmektedir. Bunun yanında günümüzde diğer kullanıcılara oranla daha fazla takipçi ve izlenme sayısına sahip YouTube kullanıcıları ürettikleri içerikler ve videolarında aldıkları reklamlar sayesinde maddi kazanç ve ün sahibi olabilmektedir. YouTube'un kullanımının artması ile kanalların bağlı olduğu ajanslar kurulmuş ve "YouTuber'lık" bir iş kolu haline gelmeye başlamıştır.

Podcasting: Podcasting, ismini broadcasting ve İpod birleşiminden alan, kullanıcılarına ses dosyalarını yükleme ve diğer kullanıcılarla paylaşma imkanı sunan bir web programıdır (Heilesen, 2010: 1063). Başlangıçta sadece Apple şirketinin İpod cihazları için oluşturulan podcast programı günümüzde farklı cihazlardan da kullanılabilir. Kullanıcılara medya yayını veya benzerlerinin kaydedilmesini ve dinlenebilmesini ücretsiz sağlamaktadır (Torrone, 2007:41).

Online Sosyal Ağlar ve Sosyal Ağ Siteleri: Sosyal ağ siteleri belirli sınırlar çerçevesinde kişilerin kamuya açık ya da yarı açık profiller oluşturdukları, arkadaş listesi oluşturabildikleri ve bağlantılarını bu arkadaş listeleriyle paylaşabildikleri, diğer kullanıcıların arkadaş listelerini, profillerini ve bağlantılarını görüntüleyebildikleri web tabanlı sistemler olarak tanımlanabilir (Boyd ve Ellison, 2007: 210-225). Sosyal ağ siteleri aracılığıyla kullanıcılar, tanımadıkları kullanıcılar ile de iletişime geçebilmekte, kendi sosyal ortamlarını oluşturabilmektedir. SixDegrees isimli web sitesi, 1997 yılında kurulmuş olup, bilinen en eski sosyal ağ sitesidir. (Başer, 2014: 23).

Birçok farklı sosyal ağ sitesi bulunmasına karşın Facebook.com isimli sosyal ağ sitesi dünya üzerinde en popüler olanıdır.

Facebook: Facebook, 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan çevrimiçi, ücretsiz bir sosyal ağ sitesidir. Kullanıma başlamak için üyelik gerekmektedir. Üye olan kullanıcıların profil oluşturmasına, video ve fotoğraflarını yüklemelerine hem tanıdıkları hem de tanımadıkları kullanıcıları arkadaş listelerine ekleyebilmelerine, diğer kullanıcılara mesaj gönderebilmelerine ve sohbet edebilmelerine olanak sağlayan bir web sitesidir (Thornton, vd., 2013: 2). Statista.com 2018 verilerine göre Facebook dünya çapında 2 milyar 234 milyon civarında kullanıcı hesabına sahiptir.

MySpace: MySpace 2003 yılında diğer sosyal ağ siteleri baz alınarak oluşturulmuş bir sosyal ağ sitesidir. Çoğu sosyal ağ sitesi gibi Myspace de çevrimiçi arkadaşlıklar kurulabilen, kullanıcıların profil oluşturdukları, blog, multimedya gibi içerik paylaşımı yapılabilen bir platformdur. Facebook'un popülerleşmesiyle birlikte MySpace popülerliğini yitirmiştir (Bostancı, 2010: 57).

LinkedIn: LinkedIn, dünyanın en geniş kapsamlı profesyonel sosyal ağ sitelerinden biridir. LinkedIn, işverenlerin ve iş arayanların kullandığı, mesleklerle ilgili bilgilerin paylaşıldığı, kullanıcılarına çevrimiçi özgeçmiş hazırlama ve işverenlerle paylaşma imkanı veren bir sosyal ağıdır (Taş, Bastem ve Şeker, 2017: 19). Statista.com 2018 verilerine göre dünya çapında 303 milyon civarında kullanıcıya sahiptir.

Google Plus: 2011 yılında Google şirketi tarafından piyasaya sürülen sosyal ağ ve kimlik doğrulama hizmeti veren bir sosyal ağ sitesidir (Osborne ve Dredze, 2014:

611). Google Plus'ı diğer sosyal ağ sitelerinden ayıran farkı birden fazla kullanıcıyla aynı anda sohbet edebilme hizmeti sunmasıdır.

İnstagram: 2010 yılında kurulan İnstagram mobil fotoğraf ve video paylaşımına olanak veren bir sosyal ağ sitesidir. Kullanıcıların çektikleri fotoğrafları ve videoları çevrimiçi ve ücretsiz paylaşabildikleri İnstagram statista.com 2018 verilerine göre dünya çapında 1 milyar civarında kullanıcıya sahiptir. Kurulduğu zamandan itibaren hızla gelişen ve popülerleşen bu sosyal ağ sitesi ile filtre ve fotoğraf düzenleme uygulamaları da sıkça kullanılmaya başlanmıştır (Hu, Manikonda ve Kambhampati, 2014: 595).

Takipçi sayısı ve online beğeni alma özellikleri ile kullanıcılar arasında popüler olmak önem kazanmıştır. Nefret söylemi, ırkçılık, pornografik içerik veya ahlaka aykırı olmadığı sürece istenen her türlü fotoğraf ve videonun izin verilen veya tüm kullanıcılarla ücretsiz paylaşılabilmesi dolayısıyla İnstagram profilleri, kullanıcıların kişiye özel fotoğraf albümü veya gazetesi haline gelmiştir denilebilir.

Swarm/ Foursquare: Foursquare 2009 yılında kurulan, konum tabanlı bir sosyal ağ sitesidir. Diğer sosyal ağlardan farklı olarak Foursquare mekanlarla ilgilidir. Kullanıcılar Foursquare aracılığıyla içinde bulunulan anda nerede olduklarını, mekanın ismi ve konumuyla, diğer kullanıcılar ile paylaşabilmektedir (Chen, vd., 2018: 4547). Bir çeşit konum bildirme uygulaması olan Foursquare aynı zamanda bulunulan konumun fotoğraflarını paylaşma imkanı da vermektedir.

Foursquare 2014 yılında ikiye ayrılmış ve Swarm isimli uygulama kullanıma sunulmuştur. Swarm ile kullanıcıların konum odaklı etkinliklerine dayanarak ödüller vererek uygulamayı eğlenceli hale getirmek amaçlanmıştır (Chen, vd., 2018: 4547). Foursquare ve Swarm uygulamalarının kullanımının yaygınlaşması ile birlikte check-in (kayıt yaptırmak, girmek) terimi günlük dile yerleşmiştir.

Sanal Dünyalar: Sanal dünyalar, gerçek dünyanın veya farklı fantezi dünyalarının sanal ortamlardaki yansımaları olarak tanımlanabilir (İşlek, 2012: 59). Kullanıcıların diğer kullanıcılarla etkileşime girmelerine, yeni deneyimler kazanmalarına fırsat veren çevrimiçi platformlardır. Kullanıcılar, oluşturdukları avatar (kullanıcının profiline uygun görsel ve üç boyutlu model) aracılığıyla diğer kullanıcılarla etkileşim içine girebilir, gerçek dünyada yaşamlarının mümkün olmadığı farklı fantastik

deneyimler yaşayabilir veya gerçeğe uygun dizayn edilmiş sanal ortamları deneyimleyebilirler. Sanal dünyalar oyun oynama amaçlı ve sanal kullanıcıların sosyalleşmesine imkan veren çevrimiçi alanlar olarak ikiye ayrılır (İşlek, 2012:59). En bilinen sanal dünya uygulaması Second Life adlı uygulamadır. Sanal dünya uygulamalarında gerçek dünyada değişmez olan yer çekimi kanunu, temel fizik kanunları gibi deneyimi sınırlayıcı kurallar geçerli olmadığından, kullanıcılar farklı ve yeni deneyimler keşfetme fırsatı bulabilmektedir (Başer, 2014: 22).

Wearesocial.com(2018) verilerine göre dünya nüfusunun (7.615 milyar kişi) %43'ünü aktif sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Aynı istatistikler dünya çapında en fazla kullanılan sosyal medya aracının Facebook (2.234 milyar) olduğunu göstermektedir. Türkiye'de ise nüfusun (81,33 milyon kişi) %63'ünün aktif şekilde sosyal medya kullandığı görülmüştür.

2.1.6. Sosyal Medya Bağımlılığı

Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının diğer bağımlılık türleri gibi psikolojik bir sorun olarak ele alındığı görülmüştür. Sosyal medyaya internet üzerinden erişim sağlandığından ve sosyal medya bir internet hizmeti olduğundan dolayı, sosyal medya bağımlılığı internet bağımlılığından ayrı düşünülmemeyeceği açıktır (Tutgun Ünal, 2015: 77). Bu sebeple bu çalışmada sırasıyla; bağımlılık, internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı konularına yer verilmiştir.

Bağımlılık : Bağımlılık Türk Dil Kurumu (2010) sözlüğünde “bağımlı olma durumu, tabiiyet” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca bağımlılık; birine ya da bir şeye maddi veya manevi açıdan aşırı bağlı olma, sigara, alkol, uyuşturucu madde gibi zararlı maddelere aşırı derece düşkünlük, müptela olma durumu olarak tanımlanabilir (Zeybek, 2015: 358).

2.1.7. İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığının ifade edilmesi için birden fazla terim kullanılmaktadır. Literatür incelendiğinde patolojik internet kullanımı, sorunlu internet kullanımı, internet kullanımı bozukluğu, aşırı internet kullanımı, internet bağımlılığı gibi terimlerle karşılaşılmıştır (Ögel, 2017: 107). Bu çalışmada “internet bağımlılığı”

terimi kullanılmıştır. Young (1998), internet bağımlılığını beş kategori altında incelemiştir; bilgisayar oyunlarına bağımlılığı içeren bilgisayar bağımlılığı, internet odaklı bağımlılık, alışveriş siteleri ve bahis siteleri bağımlılığı, çevrimiçi pornografi siteleri bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı (Akt. Kuss ve Griffiths, 2011: 3529). İnternet bağımlılığı; aşırı internet kullanımı, patolojik internet kullanımı, internet kullanımı isteğinin önüne geçilememesi (Tutgun Ünal, 2015: 77), internet kullanmama durumunda yoksunluk belirtileri gözlemlenmesi, internet kullanım süresi veya içeriğinin sosyal hayatı olumsuz etkilemesi (Arisoy, 2009: 57) olarak tanımlanabilir.

Teknolojinin hızla gelişmesi ve internete erişimin kolaylaşması ile internet kullanımı bağımlılık hali almaya başlamıştır. İnternet bağımlılığı kavramı ilk kez İvan Goldberg tarafından 1995 yılında kullanılmıştır. (Goldberg, 1996: 127). Goldberg, ruhsal bozuklukların tanıs ve istatistiksel el kitabı DSM-4'te yer alan madde bağımlılığı kriterlerini internet bağımlılığı için uyarlamış ve internet bağımlılığı tanı kriterlerini oluşturmuştur (Ögel, 2017: 105).

İnternet bağımlılığı bir çeşit teknoloji bağımlılığıdır ve davranışsal bağımlılık sınıfındadır. Young'un (1998) DSM-4'te yer alan patolojik kumar oynama tanı ölçütlerini temel alarak oluşturduğu internet bağımlılığı tanı ölçütlerine bağlı olarak 8 ölçütten 5'ine sahip kişiye internet bağımlısı tanısı koyulabilir (Young, 1998);

1. internete ilişkin aşırı zihinsel mesai
2. internete bağlı kalma süresinde aşırı artış
3. internet harcanan zamanı azaltmak isteme ama başaramama
4. internete erişememe veya kullanımın azaltılması durumunda yoksunluk belirtileri gösterme
5. kullanım süresinin giderek uzaması
6. internet kullanımı yüzünden iş, okul, aile ve sosyal ilişkilerde sorun yaşama
7. internet kullanımı hakkında aileye, arkadaşlara veya terapisteye yalan söyleme
8. internette harcanan süre boyunca duygulanım değişiklikleri yaşanması.

İnternet bağımlılığı farklı şekillerde belirtiler gösterebilir. İnternet bağımlılığının başlıca belirtileri tolerans gelişimi, yoksunluk, başarısız bırakma girişimleri, zararlarının farkında olunmasına rağmen kullanımın sürdürülmesi, kullanım süresinin kontrol edilememesi, sorumlulukların yerine getirilmemesi, psikososyal işlevlerde bozulma olarak sıralanabilir (Ögel, 2017:108-112):

a) Tolerans Geliştirme: İnternet bağımlısı kişi başlangıçta interneti belli süre sınırı içinde kullanır. Fakat zamanla istenilen doygunluğa ulaşmak ve rahatlama sağlamak amacıyla kullanım süreleri uzar. Tolerans geliştirme söz konusu olduğundan başlangıçta kısa sürede ulaşılan doygunluğa zamanla internet başında geçirilen çok uzun süreler sonrasında ulaşılır.

b) Yoksunluk: Bağımlılık yapan her madde bağımlılık geliştikten sonraki zamanda bırakıldığında yoksunluk belirtileri ortaya çıkar. Rahatlayamama, huzursuzluk, depresyon, sinirlilik hali, iştahsızlık veya iştahta belirgin artış sıkça görülen yoksunluk belirtileridir ve bağımlılığın şiddetine göre değişiklik gösterebilir. İnternet bağımlılığında ise sıklıkla gözlenen yoksunluk belirtileri kaygı ve depresyondur.

c) Başarısız Bırakma Girişimleri: İnternet bağımlısı kişi, birden fazla kez bırakma girişimlerinde bulunsa da çoğu zaman başarısız olmaktadır. Sürekli bırakması gerektiğini düşünebilir fakat genel olarak bırakma girişimi başarısız olur. Böylece kişi bir kısır döngü içine girebilir. Bırakma girişimleri genellikle kısa sürelidir.

d) Zararlarının Farkında Olunmasına Rağmen Kullanımı Sürdürme: İnternet bağımlısı kişi sosyal hayatında, insan ilişkilerinde ve ekonomik açıdan bağımlılığın zararlarını fark etmesine rağmen kullanmayı sürdürebilmektedir. Kişi toplumdan uzaklaşır fakat bazı mantık dışı inançlara ve mazeretlere sığınarak kullanmayı devam ettirebilmektedir (Ögel, 2017: 110). Bunun yanında uzun saatler hareketsiz oturma nedeniyle kilo artışı, sırt-bel ve boyun ağrıları gibi birtakım fiziksel zararlar da gözlemlenebilmektedir.

e) Sorumlulukların Yerine Getirilememesi: İnternet bağımlısı kişiler zamanlarının büyük çoğunluğunu internette geçirdiklerinden sorumlulukları yerine getirmede aksamalara rastlamak mümkündür. Yemek, uyumak gibi hayati aktivitelerin aksatılmasının yanı sıra işe geç kalmak, okula gitmemek, temizlik gibi sorumlulukların yerine getirilmemesi, ertelenmesi gözlemlenebilmektedir. Bağımlı kişi sorumluluklarını ya unutur ya da erteleme yoluna gider.

f) Psikososyal İşlevlerde Bozulma: Bağımlılığın ilerleyen evrelerinde bağımlı kişinin aktiviteleri internet tarafından yönlendirilmeye başlar. Kişi çevrimiçi oyunlar oynamaya, sanal ortamlardan edindiği sanal arkadaşlarıyla sohbet etmeye, online kumar oynamaya başlayabilir. Böylece aile ve sosyal çevre bağımlı kişi tarafından görmezden gelinebilir. Gerçek hayatta yaşadığı çoğu durumu sanal olarak algılamaya ve sanal internet ortamını gerçek sanmaya başlayabilir.

Yapılan araştırmalar sonucunda internet bağımlılığının sosyal ilişkilerin zayıflamasına ve yalnızlaşmaya yol açabileceği ortaya koyulmuştur. Ayrıca sanal ilişki yaşayanların veya pornografi içerikli sohbet sitelerinde fazlaca vakit harcayan kişilerin cinsel davranışlarında değişiklikler ve bozulmalar gözlemlenmiştir (Ögel, 2017: 112).

2.1.8. Sosyal Medya Bağımlılığı

Teknolojinin gelişmesi, akıllı telefonların insan hayatının neredeyse her alanında önemli yer tutmasına neden olmuştur. Akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşması ve bu telefonlardan internete erişimin hızlı ve kolay olmasıyla birlikte sosyal medya uygulamalarının kullanımı artmıştır. Kullanımın artmasıyla birlikte araştırmacılar tarafından, sorunlu ve aşırı sosyal medya kullanımı dile getirilmeye başlanmıştır (Savcı ve Aysan, 2017: 202-216).

Sosyal medya aracılığıyla kişiler; sanal ortamda kendilerini diledikleri gibi tanıtabilmekte, gerçek hayatta sahip olmadıkları özellikleri ve yetenekleri sosyal medya ortamında sahipmişçesine davranabilmekte, kimliklerini gizleyebilmekte, gerçek hayatta öyle olmadıkları halde sanal ortamda istedikleri kişiye döneşebilmektedirler. Bu nedenlerden dolayı bireylerin sosyal medya kullanımı süresince psikolojik durumu farklılaşabilmektedir (Sriwilai ve Charoensukmongkol, 2015: 428). İnternet bağımlılığında olduğu gibi sosyal medyanın aşırı kullanımı belli duygulanım bozuklukları gibi psikososyal işlerde bozulmalara neden olabilmektedir. Sosyal medyanın patolojik kullanımı da psikolojik bir sorun olarak araştırmalara konu olduğundan bireyler aşırı kullanımla bu soruna maruz kalabilmekte ve bağımlılık geliştirebilmektedir (Pavlıcek, 2013: 146-148). Bunun yanında sosyal medya aracılığıyla edinilen beğeniler ve bildirimler beyinde dopamin (mutluluk hormonu) salgılanmasına neden olmakta böylece kullanıcılar beğeni aldıkça mutlu olduklarını hissetmektedirler. Böylece bağımlılık ilerleyebilmektedir (Polat, 2017: 168).

Kişiler, gerçek çevreleriyle iletişim kurmayı reddettikleri halde sosyal medyada aktif olmayı tercih edebilmekte, gerçek hayatta konuşkan veya girişken olmamalarına rağmen sosyal medyada sahip olduğu takipçi sayısı ile etkin iletişime geçebilmekte, çevresinden onay alamayan kişiler sosyal medyadan edindiği beğeni sayısı ile

onaylanmış hissetmekte ve tatmin olabilmektedirler (Longstreet ve Brooks, 2017: 6). Günlük iletişim ve onaylanma gibi ihtiyaçların ve isteklerin sosyal medya aracılığıyla karşılanması (Cabral, 2011: 6-8), sosyal medya uygulamaları aracılığıyla iletişim kurmanın yüz yüze iletişimin yerini alması, bireylerin sosyal medya uygulamalarına bağımlılık geliştirmesine (Tutgun nal, 2015: 90) neden olabilmektedir.

Sosyal medya, kişilerin fikirlerini, kendilerine ait veya gündemle ilişkili haberlerini kolayca tüm arkadaş listesine ulaştırabilmek, diğer kullanıcıların fikirlerinden, aktivitelerinden ve gündemlerinden haberdar olabilmek, normal Őartlarda ulaşılamayacak olan devlet başkanlarına, aktör- aktrisler, sanatçı ve-veya bilim insanlarına sosyal medya aracılığıyla ulaşma imkanı sunabilmektedir.

Benzer Şekilde sosyal medya, kullanıcılarına çok kısa sürede çok sayıda insanı aynı konu etrafında toplayabilmek gibi olumlu özellikleriyle kullanıcılara birçok kolaylık ve imkan sunmaktadır.

Bu ve benzeri bazı olumlu yönlerinin olmasına karşın olumsuz özellikleri de bulunmaktadır. Örneğin; sosyal medya, kullanıcılara bir çeşit görünmezlik imkanı sağladığından, kullanıcılar olduklarından farklı görünmekte, yalan söylemekte, aldatıcı girişimlerde daha rahat olabilmektedirler. İstismara açık bir alan olduğu için dolandırıcıların, tacizcilerin vb. kötü niyetli kişilerin gizlenmeleri ve kendilerini farklı tanıtmaları son derece olasıdır.

Bunun yanında içedönük kişiler normal hayatlarında çekingen, mesafeli, ketum, sessiz, yalnız kalmayı tercih eden kişiler (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2016: 288) olmalarına rağmen sosyal medya aracılığıyla girdikleri iletişimlerde girişken, cesur, açık szly, kalabalık sohbet gruplarında aktif katılımcı olabilmektedirler. Dışadönük kişiler ise gerçek hayatta eğlenceli, konuşkan, cesur, sosyal kişiler (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2016: 288) iken, sanal ortamda kendilerini gizlemeyi tercih edebilirler. Benzer Şekilde gerçek yaşamalarında çevreleriyle uyum sorunları yaşayan kişiler, sosyal medyada son derece uyumlu olarak kendilerini gösterebilmektedir. Kendini kanıtlama arzusu veya onaylanma ihtiyacını gerçek hayattaki çevresinden karşılayamayan kişiler, sosyal medyada sahip oldukları arkadaş ve beğeni sayısı ile bu eksikliklerini giderdiklerini hissedebilirler. Bunun yanında, gündelik hayatında koyduğu hedeflere, istediği iş ve akademik başarılar, kendisinde olmasını istediği yetenek ve özelliklere sahip olamayan kişiler, sosyal medyada kendilerini tüm bunlara sahip olan biri gibi tanıtabilir. Böylece gerçek hayata odaklanmak yerine kendi kurdukları fantastik sanal ortamlarında dış dünyayla olduğundan çok daha fazla

zaman geçirmeyi tercih edebilirler. Zamanlarının büyük bölümünü sosyal medyaya ayırdıklarından dolayı iş ve/veya akademik hayatlarını, aile yaşantılarını, arkadaşlarını ve sorumluluklarını unutabilir veya ertelemeye yoluna gidebilirler.

Tüm bu bilgiler ışığında sosyal medya bağımlılığı, sosyal ilişkileri negatif yönde etkileyen, iş yaşamı ve/veya akademik hayatın aksatılmasına yol açan, kişisel sorumlulukların unutulması veya ertelenmesine neden olan (Turel, Brevers ve Bechara, 2018: 85), duygu durumu düzenlemede ve çatışma gibi problemlere yol açabilen (Tutgun Ünal, 2015: 93) psikolojik bir sorun olarak tanımlanabilir.

Sosyal medya bağımlılığı henüz DSM-5 (The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders-Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı)'te ruhsal bir bozukluk olarak tanımlanmamasına karşın DSM-5 bölüm 3'te potansiyel bir davranışsal bağımlılık olan internet oyun bozukluğu (American Psychiatric Association, 2013: 795) tanıları ile ele alınan internet bağımlılığı altında değerlendirilmektedir (Andreassen vd, 2016: 253).

2.1.8.1. Sosyal medya bağımlılığının gelişmesi ve belirtileri

Sosyal medya bağımlılığının oluşması ve gelişmesi ile ilgili farklı açıklamalarda bulunan farklı modeller mevcuttur. Bilişsel-davranışçı modele göre, sosyal medyanın aşırı kullanımı uyumsuz bilişin bir sonucudur ve bağımlılığa iten bir dizi dış problemle daha kötü bir hal alabilmektedir. Sosyal beceri modeli; sosyal medyayı aşırı kullanan kişilerin kendilerini sunma becerilerinin ve yüz yüze iletişim becerilerinin düşük olduğunu, böylece aşırı kullanımın bağımlılık halini alabildiğini öne sürmektedir. Sosyo-bilişsel model ise; aşırı sosyal medya kullanımının olumlu sonuç beklentileri ve sınırlı öz düzenlemenin bir sonucu olarak ortaya çıktığını ve bağımlılığın böylece geliştiğini savunmaktadır (Turel ve Serenko, 2012: 512-528).

Çeşitli araştırmalar sonucunda demografik özelliklerin ve kişilik özelliklerinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkin rol oynadığı ortaya koyulmuştur (Andreassen vd., 2012; Hong, vd., 2014; Wilson, Fornasier ve White, 2010). Literatür incelendiğinde gençlerin sosyal medya bağımlılığına yatkınlığının, ileri yaşlardaki kişilere oranla yüksek olduğu görülmüştür (Andreassen, 2012). Bunun yanında narsistik kişilik özelliklerine sahip kişilerin sosyal medya bağımlılığına yatkın oldukları yapılan araştırmalar sonucunda ortaya koyulmuştur (Malik ve Khan, 2015; Ryan ve Xenos, 2011). Bunun nedeni ise sosyal medya araçlarının, kişinin kendisini istediği gibi

tanıtma imkanı sağlaması, hırslarını, başarılarını ve potansiyelini büyük kitlelere ulaştırabilme, beğeniler ve takipçiler ile “beğeniliyor” olma hissi vermesi ve gözle görülür ödüller ve tanınma elde etmeleri olarak açıklanmıştır (Alarcon ve Sarabia, 2012). Ayrıca düşük benlik saygısına sahip kişilerin, sosyal medyayı kendilerini ifade etmek için güvenli bir ortam olarak gördükleri de araştırmalar sonucunda anlaşılmıştır (Forest ve Wood, 2012).

Diğer bağımlılık türleri gibi sosyal medya bağımlılığı da klasik bağımlılık semptomlarına sahiptir. Bunlar; sosyal medya kullanımı süresince ruh halinde meydana gelen değişiklikler, davranışsal, duygusal ve bilişsel meşguliyet, kullanım kısıtlandığında ya da durdurulduğunda fiziksel ve duygusal yoksunluk belirtileri, çatışma ve nüksetme yani yoksunluk döneminde sonra hızla aşırı kullanım seviyesine geri dönme olarak açıklanabilir (Kuss ve Griffiths, 2011: 3530).

Literatür incelendiğinde internet bağımlılığında gözlenen belirtiler sosyal medya bağımlılığında da gözlemlenmiştir (Çam ve İşbulan, 2012: 15; Kuss ve Griffiths, 2011: 3540; Tutgun Ünal, 2015: 85; Deniz ve Gürültü, 2018: 358).

İnternet bağımlılığı gibi sosyal medya bağımlılığı da davranışsal bir bağımlılıktır (Grüssel, Thalemann ve Griffiths, 2007: 290) ve internet bağımlılığında olduğu gibi sosyal medya bağımlılığının da ölçütleri araştırmacılarca belirlenmiştir. Bu ölçütler; tolerans geliştirme yani başlangıçta belirli süre kullanmak fakat zamanla doyumlanma ulaşabilmek için kullanım sürelerinin artması, geri çekilme, sosyal medya kullanımı azaltmak ve bırakmak istemek ve girişimlerde bulunmak fakat başarı sağlanamaması, gittikçe uzayan kullanım süreleri (Lynn ve Johnson, 2018: 42), sosyal, mesleki ve akademik faaliyetlerden feragat etmek (aile ve arkadaşlarla vakit geçirmeyi reddetmek, sosyal aktivitelere katılmamak, yüz yüze iletişimin büyük oranda azaltılması ve iş ve akademik başarılarında gözle görülür düşüş), sorumlulukları yerine getirmemek günlük ve-veya planlanmış sorumlulukları, kullanıma devam edebilmek adına ertelemek hatta kişisel hijyen, yemek, uyumak gibi hayati aktivitelerden ödün vermek olarak belirtilmiştir. Bağımlılık tanısı konulabilmesi için bu belirtilerden en az üçünün son 12 aylık dönemde görülmesi ve bireyde önemli bilişsel, duygusal ve davranışsal bozulmaların gözlemlenmesi gerekmektedir (Kuss ve Griffiths, 2011: 3540). Ayrıca sosyal medyanın kullanım şekli ve süreleri hakkında yalan söylemek (aileye, sosyal çevreye, iş arkadaşları ve terapistle kullanım hakkında yalan söyleyerek herhangi bir kısıtlamaya karşı koyma çabaları) ve yoksunluk belirtileri (DSM-5’te hırçınlık, endişe ve üzgün olma durumu olarak tanımlanan (APA, 2013)

yoksunluk belirtilerinin sosyal medya kullanımının azaltılması ve bırakılması ile birlikte ortaya çıkması) da belirtiler arasında sayılabilir (Lynn ve Johnson, 2018: 41-44).

Sosyal medya bağımlılığını diğer bağımlılıklardan ayıran en belirgin fark; sigara, alkol gibi bağımlılıklardan tedavi yolu ile kurtulmak mümkünken, sosyal medya araçlarına ulaşımın sağlandığı internetten uzak durmak ve günlük hayattan tamamen çıkarabilmek konusunda henüz etkili ve yapılandırılmış bir tedavi yönteminin ortaya koyulmamış olmasıdır (Soner ve Yılmaz, 2018: 63).

2.1.8.2. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılmış Araştırmalar

Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ile ilgili birçok araştırmaya ulaşılmıştır.

Durak Batıgün ve Hasta (2010) tarafından, 18-27 yaş aralığındaki 213 gencin internet bağımlılığı ile yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan araştırmada internet bağımlılığı ölçeği ile gençlerin internet bağımlılığı düzeyleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın sonucunda örneklemin %14'ünün internet bağımlılığı puanlarının yüksek olduğu, internet bağımlısı olarak tanımlanabilecekleri görülmüştür. Ayrıca internet bağımlısı olan kişilerin bağımlı olmayan kişilere göre kişilerarası iletişimde ketleyici tarzı daha sık kullandıkları ve yalnızlık seviyelerinin yüksek olduğu bu araştırma sonucunda ortaya konulmuştur.

Kurniasih (2017) tarafından Padjadjaran üniversitesinde internet bağımlılıklarını belirlemek amacıyla, kendilerini internet bağımlısı olarak tanımlayan 9 kişi ile yürütülen nitel bir araştırmada katılımcıların internet kullanım süreleri ve şekilleri hakkında belirli sorular yöneltilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların internette günde 1-8 saat arasında zaman geçirdikleri, internete erişim sağlayamadıklarında kendilerini üzgün, kızgın, sıkılmış, dışlanmış, dış dünyadan kopuk ve bir şeylerin eksik olduğu gibi duygular yaşadıkları, bunun yanında internet bağımlılığının önemli bir sorun olduğunu düşündükleri halde bunu zihinsel bir bozukluk olarak görmedikleri ve bu bağımlılığı bir yaşam tarzı olarak adlandırdıkları görülmüştür.

Ehrenberg vd. (2008)'nin 233 adet üniversite öğrencisi ile yürüttüğü araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı yüksek düzeyde kullandığı, sosyal medya

kullanımı ile bağımlılığa yatkınlığın, sosyal medya kullanımına hissedilen aidiyet duygusuyla ilişkili olduğu sonucu ortaya koyulmuştur.

Karaiskos vd. (2010)' nin yürüttüğü ve psikiyatri kliniğince rapor edilen bir araştırmada 24 yaşında, sosyal medya kullanıcısı bir kadının aşırı sosyal medya kullanımından dolayı iş ve özel hayatında ortaya çıkan sorunlar rapor edilmiştir. Genç kadının sosyal medyayı aşırı kullanımı dolayısıyla anksiyete, uyku problemleri gibi problem yaşadığı bulguları elde edilmiştir.

Berigel, Korkoc ve Karal (2012) tarafından yürütülen bir araştırmada, bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde öğrenim görmekte olan 2539 öğrencinin sosyal medya bağımlılığına eğilimleri araştırılmıştır. Araştırmada öğrencilerin kendilerini sosyal medya bağımlılığına eğilimli görmedikleri ancak sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılığı eğilimlerinin ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Al-Meyanes (2015) tarafından Kuveyt Üniversitesi'nde yapılan bir araştırmada 1327 üniversite öğrencisine Young(1998) tarafından geliştirilen internet bağımlılığı ölçeği uygulanmış ve sosyal medya bağımlılığı boyutları test edilmiştir. Araştırma sonucunda örneklemin %99'unun sosyal medya kullandığı, bu grubun %51'inin araba kullanma esnasında sosyal medya kullanmaya devam ettiği, %58'inin ise biriyle yüz yüze görüşmeden önce sosyal medya üzerinden iletişim kurmayı tercih ettiği ortaya çıkmıştır. Örneklem grubunun favori sosyal medya uygulamaları %50'sinin Whatsapp, %23'ünün Instagram ve %16'sının Twitter olduğu belirlenmiştir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı olan öğrencilerin akademik başarılarında gözle görülür düşüş yaşandığı bu araştırma sonucunda ortaya koyulmuştur.

Aktan (2018) tarafından üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi için Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören 315 adet üniversite öğrencisine Tutgun-Ünal(2015) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği uygulanarak sosyal medya bağımlılık düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu araştırmanın sonucunda katılımcıların bağımlılık düzeyi "az bağımlı" olarak belirlenmiştir. Bunun yanında örneklem grubunun öğrenim gördükleri program, günlük sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medyaya ayırdıkları zaman değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu araştırmanın sonucunda ortaya koyulmuştur.

2.2. Evliliğe Yüklenen Anlam

Bu bölümde evliliğe yüklenen anlamların anlaşılması adına aile ve evlilik konularına yer verilmiştir.

2.2.1. Aile

Aile Kavramının Tanımı ve Tarihçesi

Aile; anne, baba ve çocukların aynı çatı altında yaşadığı bir topluluk olarak tanımlanmaktadır. Aile toplumun çekirdeği olarak kabul edilmektedir ve evlilik adı verilen hukuki bir sözleşme ile kurulur. Buna göre aile; toplumun temelini oluşturan ekonomik, kültürel ve toplumsal bir birliktir (Doğan, 2007:47).

Bir başka tanımla aile; birbirleriyle psikolojik, biyolojik, sosyal ve duygusal etkileşim içinde olan bireylerin oluşturduğu açık bir sistemdir (Özgüven, 2017: 1).

Türk Dil Kurumu (2010) aileyi; “evlilik ve kan bağına dayanan, karı, koca, çocuklar, kardeşler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu, toplum içindeki en küçük birlik” olarak tanımlamaktadır.

İnsanlığın başlangıç dönemlerinde “hayatta kalma” mücadelesi gereği insanoğlu barınma, korunma, sosyal, ekonomik ve özellikle üretim ihtiyaçların karşılanması amacıyla birlikte yaşamaya başlamıştır. Aile kavramının ortaya çıkış sebebi olarak görülen birlikte yaşama ile insanlar arasında dayanışma ve sorumluluk olguları egemen olmuştur. Fakat başlangıçta kurulan bu aileler içinde karşıt cins ilişkileri belli bir kurala bağlanmamıştır. Bu topluluktaki çocuklar için her kadın anne, her erkek baba olarak algılanmakta idi (Özgüven,2017:25). Üretim, sanayileşme gibi devrimsel gelişmelerle tarih içinde aile kavramı bugünkü halini almıştır.

Aile, tarihsel yapılar ve toplumsal değişimlere göre değişiklik gösterebilmesine karşın belirli temel özelliklere sahiptir (Özgüven, 2017: 26-27; Nazlı, 2001: 18-25):

- Aile, evrensel niteliktedir ve her insan bir ailenin üyesidir.
- Aile, kişiyi şekillendiren bir yapıdır ve kişinin değerleri, yargıları, kişiliği içinde büyüdüğü ailesinden bağımsız düşünülemez.
- Aile birliği duygusal bir temele sahiptir, biyolojik bağın yanı sıra aile üyeleri sevgi, saygı, korunma, barınma gibi ihtiyaçlarla birbirlerine bağlıdırlar.

- Aile toplumun çekirdeği olarak kabul edilmektedir, toplum, ailelerin bir araya gelmesinde ortaya çıkar ve aile, toplumsal kurallara dayanır.
- Ailenin, aile üyelerine verdiği belirli roller ve sorumluluklar vardır, aile birliğinin korunması ve düzenin devamlılığının sağlanması açısından ailenin her bir üyesinin belirli sorumlulukları ve roller, vardır.
- Her aile özel bir yapıya sahiptir, yapı, işleyiş ve değerler yönünden her aile farklı bir yapıya sahiptir.

2.2.1.1. Aile Türleri

Toplum yapısına göre farklı aile türlerinin varlığına karşın, Türkiye’de sıklıkla geniş aile ve çekirdek aile türlerine rastlanmaktadır.

Çekirdek aile: Çekirdek aile, evlilik, kan bağı ya da evlat edinme yolu ile bir araya gelmiş kadın, erkek ve çocuklarından oluşan, küçük ev halkı birimi olarak tanımlanabilir (Bilton vd. 2009:228; Suğur,2017:73). Çekirdek aile; anne, baba ve henüz evlenmemiş çocuklardan oluşan aile (TDK, 2010) olarak da tanımlanmaktadır. Çekirdek aile, geçici aile yapısıdır. Çocukların büyüüp evden ayrılması veya eşlerden birinin ölümü ile son bulur (Suğur, 2017: 73).

Geniş aile: Geniş aile Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde büyük aile kavramıyla; büyükbaba, büyükanne ile bunların evli oğullarından, gelinlerinden ve çocuklarından oluşan aile şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2010). Çekirdek aileye göre daha kalabalık olan, iki kuşaktan daha fazlasını içeren, çekirdek aile üyelerinin yanı sıra diğer akrabaları da içeren aile türüne geniş aile adı verilmektedir (Bilton vd., 2009: 228; Suğur, 2017: 73).

Aile insanın ilk toplumdur (Kasatura,2013:15) ve toplumun tüm özelliklerini kapsayan en küçük birimi olmasıyla büyük bir öneme sahiptir. Aile, toplumsal ve yasal kurallardan hükümlüdür ve evlilik adı verilen hukuki bir sözleşme ile kurulur (Doğan, 2007: 47).

2.2.2. Evlilik

Evlilik; erkek ve kadını karı-koca olarak bir araya getirmek ve bu birliktelikten meydana gelen çocuğa anne-baba olmak amacıyla kurulan (Anderson, 2013: 1),

kendi içerisinde sosyal ve psikolojik sınırları olan (Tarhan, 2018: 1) bir sistemdir. Erkek ve kadının hayatlarını birleştirmek ve ortak bir yaşam kurmak amacıyla gerçekleştirdikleri bir sözleşmedir. Bu sözleşmenin resmi adı “nikah”tır (Doğan, 2009: 369).

Evlilik kurumunun tarihi, insanlığın tarihi kadar eski sayılmaktadır. Tarih boyunca evliliğin görülmediği bir toplum olmamıştır. Farklı toplumların, evliliğin geçerli sayılması adına belirlenen kuralları, kanunları, gelenekleri ve inançları bulunmaktadır (Mutlu, 2004: 2). Türkiye’de resmi istatistiklerde evlilik; “Türk Medeni Kanunu’na göre evlenmeye ehil erkek ve kadının yetkili kanuni merci önünde yapmış oldukları çift taraflı bir akit” olarak tanımlanmaktadır (TÜİK, 2013). Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı’na (2015) göre bu tanımla dini nikah kapsam dışı bırakılmıştır, resmi olarak nikah ahdi gerçekleştirmeyenler resmi istatistiklerde “evli” kabul edilmemektedir. Evlilik kavramı toplumdaki topluma, kültürden kültüre farklılık göstermesine rağmen, evlilik kavramının evrensel birtakım özellikleri ve amaçları bulunmaktadır (Canel, 2013: 20):

- Sevme ve sevilme ihtiyacının karşılanması,
- Kadın ve erkeğin biyolojik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılıklı karşılanması,
- Üreme ve yeni nesiller meydana getirme, soyun devamlılığını sağlama,
- Toplumda yer edinme,
- Güven, barınma ve korunma duygularının doyurulması,
- Karşıt cinsle dayanışma içinde olma,
- Sağlıklı cinsel yaşam, cinsel ihtiyaçların karşılanması olarak sıralanabilir. Bütün bu bilgiler ışığında evlilik; kadın ve erkeğin güven, aşk, korunma, maddi ve manevi birtakım gereksinimleri kısaca fiziksel, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılıklı olarak sağlamak amacı ile gerçekleştirdikleri resmi bir sözleşme olarak tanımlanabilir.

2.2.2.1.Evlilik Türleri

Farklı toplumlarda, farklı kültürlerde, dinlerde ve hatta mezheplerde farklı evlilik türleri bulunmasına karşın (Tacoğlu, 2011; Şeker, 2015; Malta-Muhaxheri ve Hudaverdi, 2016), Türkiye’de en belirgin olan evlilik türleri geleneksel evlilikler ve çağdaş evliliklerdir. Geleneksel evlilik; çocuk bakımı, ev işleri gibi görevleri kadının üstlendiği, maddi kazanç, güvenlik, barınma gibi görevlerin ise erkeğe ait olduğu

evlilik türüdür. Çağdaş evliliklerde ise kadın ve erkek arasında hem ev hem de dış dünyada iş ve sorumluluk paylaşımı olduğu görülmektedir (Kahveci, 2016: 14).

2.2.2.2. Evliliğe Yüklenen Anlam

Evlilik konusundaki kişisel ve toplumsal tutumların ve evliliğe bireylerce yüklenen öznel anlamların anlaşılması, sosyal ve kişisel yapıların belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır (Körük, Özabacı ve Kara, 2018). Anlam yüklemenin ve evliliğe yüklenen anlamların insan yaşantısındaki öneminin anlaşılması hususunda “sembolik etkileşimcilik” kavramı dikkat çekmektedir.

Sembolik etkileşimcilik; bireyler tarafından ve bireylerin birbirleriyle etkileşimleri yolu ile içinde bulunulan dünyada mevcut bulunan “şeyler”e anlam yüklemeleri vasıtasıyla sosyal davranışın meydana geldiğini savunan felsefi bir görüştür. Semboller sembolik etkileşimciliğin en önemli kavramlarıdır. Çünkü bireyler hayatlarını ve çevrelerini sembollere dayanarak şekillendirir ve anlamlandırır. Bu semboller elle tutulabilen nesnelere olabileceği gibi mimik, dil, jestler de olabilmektedir ve yaşamı anlamlandırmada şeylere yüklenen anlamlardan dolayı önem taşımaktadır (Özalp, 2017: 16-18). Sembolik etkileşimciliğe göre bireyler “şeyler”e yükledikleri anlamlar doğrultusunda eylem gerçekleştirirler (Şenol, 2017: 107-110).

Evlilik, yaşamı anlamlandırmada en merkezi hususlardan biridir. Bireylerin evlilik öncesinde, evliliğe dair görüşleri ve evliliğe yükledikleri anlamlar evliliğin nasıl ilerleyeceğine dair ciddi ipuçları verebilir. Çünkü birey, inançlarını davranışına yansıtır. Böylece evliliğe olumlu anlamlar yükleyen bir kişinin evlilikten sağlayacağı doyumun yüksek, olumsuz anlamlar yükleyen kişinin ise evlilikten sağlayacağı doyumun düşük olacağı düşünülebilir (Mohammadi ve Soleymani, 2017: 16-17).

Evliliğe ilişkin anlamlandırmalar kişilik özellikleri, aile yapısı ve ilişkilerine, sosyal çevreye, kültüre ve geçmiş yaşantılara bağlı olarak bireyin zihninde şekillenebilmektedir. Birey evliliği kendi kişilik özellikleri çerçevesinde anlamlandırabilir. Kişi duygusal bir kişilik yapısına sahipse evliliğe yüklediği anlamlar daha romantik unsurlardan oluşacaktır. Aile yapısı ve aile içi ilişkiler de anlam yükleme konusunda kilit rol oynamaktadır. Evliliğe yönelik düşünmeye başlayan bir kişi ilk olarak kendi anne ve babasının evliliğinden etkilenebilir. Bu

bağlamda aralarında sağlam ve güçlü bir evlilik bağı olan ebeveynlerin çocukları evliliğe dair daha olumlu bakış açıları geliştirebilir ve evliliğe yüklediği anlamlar daha olumlu olabilir. Fakat güçlü bağlara sahip olmayan ebeveynlerin çocukları evlilik hakkında olumsuz düşüncelere sahip olabilir.

Ayrıca boşanmış çiftlerin çocuklarının evliliğe yönelik anlamlandırmalarının ve evlilikten beklentilerinin olumsuz yönde olduğu yapılmış araştırmalarca ortaya konulmuştur (Maden, 2015: 35).

Sosyal çevre de bireye evlilik hakkında fikir sahibi olma konusunda yol gösterici olabilir. Çevresinde mutlu ve uzun soluklu evlilik sürdüren çiftler bulunan kişiler evliliğe daha olumlu anlamlar yükleyebilmektedir.

İçinde bulunulan kültür, birçok olguya anlam yüklemeye kilit rol oynadığı gibi evlilik üzerinde de son derece etkilidir. Türk kültüründe evlilik yalnızca iki kişinin hayatlarını birleştirmesinden ibaret değildir. Aynı zamanda evlenen iki kişinin aileleri arasında da gerçekleşen bir olgudur. Özünde akrabalık ilişkileriyle bütünleşmiş toplumsal bir algı bulunmaktadır (Tezcan, 2000: 47, Akt. Burç, 2018: 137). Bu nedenle Türk kültürü içerisinde, birey evliliğe daha toplumsal bir anlam yükleyebilir. Ayrıca bireylerin geçmiş yaşantıları, tecrübe ve travmaları evliliğe anlam yüklemeye belirleyici olabilir. Geçmişinde olumsuz sonuçlanan bir takım romantik ilişkiler bulunan bir kişi evliliğe daha olumsuz anlamlar yükleyebilir.

Evlenmeye karar veren bireylerin evliliğe yükledikleri anlamların paralel olması da önem taşımaktadır. Kadın ve erkeğin evliliği anlamlandırma şeklinin benzer olması, evliliğin sağlamlığı ve evlilikten sağlanacak doyum açısından önemlidir. Evliliği olumlu anlamlandıran iki kişinin evlilikten beklentileri de benzer ve olumlu olacağından sağlıklı ve başarılı bir evlilik gerçekleştirmeleri olasıdır. Aksi takdirde evliliğe yüklenen anlamların çok farklı olduğu bir evlilikte, evlilikten beklentiler farklı olacağından bireyler arasında geçimsizlik ve uyumsuzluk ortaya çıkabilir ve evlilik boşanma ile sonlanabilir.

TUİK (2018) verilerine göre 2017 yılında Türkiye’de boşanma sayısı önceki yıllara oranla %10,9 artarak 142 bin 448 olmuştur. Sonlanan evliliklerin 139 bin 481 adedi geçimsizlik sebebiyle sonlanmıştır. Bu nedenle bireylerin evlenmeden önce evliliğe yükledikleri anlamların karşılıklı belirlenmesi önem taşımaktadır.

2.2.2.3. Evliliğe Yüklene Anlam ile İlgili Yapılmış Araştırmalar

Evliliğe yüklenen anlamlar ile ilgili literatür taraması yapıldığında uluslararası literatürde evlilik doyumu (Yıldız, 2017; Tezer, 1994; Kansız ve Arkar, 2011) evlilik uyumu (Hasdemir, 2014; Yılmaz, 2015) gibi konulara eğilimin olduğu ancak evliliğe yüklenen anlam konusunda araştırmaların sınırlı olduğu görülmüştür.

Koç, vd.(2007) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, lisans öğrenimi görmekte olan öğrencilerin evlilik kavramına atfettikleri anlamlar belirlenmiştir. Araştırma dahilinde 15 maddelik bir ölçek hazırlanarak 762 (399 kadın, 363 erkek) üniversite öğrencisine uygulama yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre sosyoekonomik düzeyleri orta düzeyde olan üniversite öğrencilerinin evlilik kavramına atfettikleri anlamlar, sosyoekonomik düzeyi yüksek olan üniversite öğrencilerinden daha olumlu düzeydedir.

Bacanlı (1999) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde evliliğin anlamı ve eş tercihlerini belirlemek amacıyla yürütülen bir araştırmada 59 kadın ve 61 erkek olmak üzere toplam 120 üniversite öğrencisine ölçek uygulanmıştır. Bu araştırmanın sonucuna göre kadın öğrencilerin evliliği ekonomik ve toplumsal statü olarak değerlendirdiği, erkek öğrencilerin ise doğurganlık özellikleri aradığı ortaya çıkmıştır. Bunun yanında üniversite öğrencilerinin evliliği “duygusal beraberlik” olarak anlamlandırıldığı sonucuna da ulaşılmıştır.

Bener ve Günay (2013), gençlerin evlilik ve aile yaşamına ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla yürüttükleri araştırmada öğrencilerin evlilik ve aile yaşamına ilişkin tutumlarının cinsiyet ve sınıf değişkenlerine göre anlamlı farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında öğrencilerin evlilik ve aile yaşamına olumlu baktıkları, kadın öğrencilerin erkek öğrencilere oranla evliliğe dair daha geleneksel bakış açılarına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Hamamcı, Buğa ve Duran (2011) üniversite öğrencilerinin evlilik yaşantısı ile ilgili bilgi kaynaklarının ve evlilik öncesi eğitim ihtiyaçlarının incelenmesine yönelik 325 üniversite öğrencisiyle gerçekleştirdiği araştırmada, üniversite öğrencilerinin evlilikle ilgili bilgileri çoğunlukla arkadaşlarıyla konuşarak, evli bireyleri gözlemleyerek ve televizyon programları ile edindikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Pınar (2008) üniversite son sınıf öğrencilerinin evliliğe bakış açılarını belirlemek amacıyla 70 öğrenci ile gerçekleştirdiği araştırmada öğrencilerin çoğunluğunun

evliliği “sorumluluk almak” ve “hayatı paylaşmak” olarak tanımladıkları sonucunu elde etmiştir.

2.3. Eş Seçimi Kriterleri

Evliliğin gerçekleşebilmesinin ana unsuru eş seçimidir. Türk Dil Kurumu (2010) eş kelimesini; “birbirinin aynı olan veya çok benzeyen iki şeyden her biri, karı kocadan her biri, hayat arkadaşı” olarak tanımlamaktadır. İnsan hayat boyu seçimler yapmak ve kararlar vermek zorunda olan bir canlıdır. Ancak eş seçimi, insan hayatındaki en önemli seçimlerden biridir. Kişinin bu konuda yapacağı seçim, kalan hayatını etkin bir biçimde etkileyecektir (Tarhan, 2018: 18).

Mutlu bir evliliğin varlığı, uygun eş seçimine bağlıdır. Farklı kişiliklere sahip, farklı aile yapıları içinde yetişmiş iki kişinin yaşamlarını birleştirecek olmaları (Özgüven, 2017: 31), belli başlı ortak noktaların bulunmasını gerekli hale getirmektedir. Bu nedenle kişinin önce kendini tanıması, gelecekte ve evlilikten beklentilerinin bilincinde olması ve beklentilerine ve kişiliğine uygun kişiyi eş olarak seçmesi önem arz etmektedir (Özgüven, 2017: 31-33).

Eş seçiminde bireylerin bağlanma stilleri dikkat çekmektedir. Özellikle aşk ilişkisi, birbirinden farklı bağlanma geçmişlerine ve stillerine sahip iki insanın kurduğu bir bağlanma sürecidir (Hazan ve Shaver, 1987).

Hazan ve Shaver(1987) romantik ilişkiler ve bağlanma kavramlarından yola çıkarak güvenli bağlanma, kaçınmacı bağlanma ve kaygılı-kararsız bağlanma gibi bağlanma stilleri ortaya koymuşlardır(Hazan ve Shaver, 1987; Santrock, 2016: 448-450):

-Güvenli bağlanma stiline sahip bir kişi, ilişkilerinde olumlu görüşlere sahip olan, başkalarıyla yakınlaşmakta sorun yaşamayan, güvенеabilen ve güvenilebilen bir kişidir.

-Kaçınmacı bağlanma stiline sahip olan bir kişi, romantik ilişkilerden uzak duran, sevgili ya da eşinden kendini uzak tutmaya çalışan, yakınlaşmakta sorunlar yaşayan bir kişidir.

-Kaygılı-kararsız bağlanma stiline olan bir kişi ise yakın ilişkiler kurmak isteyen fakat karşısındaki kişiye tam olarak güvenemeyen, görece daha duygusal, partnerini kıskanan ve kısıtlama eğiliminde olan bir kişidir.

Bu bağlamda örneğin; kaygılı-kararsız bağlanma stiline olan biri kaçınmacı bağlanma stiline biriyle ilişki yaşadığı takdirde, kaygılı-kararsız bireyin kısıtlama,

denetleme gibi istekleri kaçınmacı bireyin ilişkide kurmak istediği mesafe ile çatışacaktır. Böylece ilişkide stres meydana gelecek ve sonuç olarak iki taraf da mutsuz olacaktır. Hatta bireylerin birbirlerini sıkça ve ağır sözlerle eleştirmeleri olasılığı nedeniyle yıpranma, kötü muamele ve şiddete varabilen olumsuzluklar gözlenebilir (Mikulincer ve Shaver, 2007). Bu ve bunun gibi örneklerden yola çıkılarak bireylerin evlenme kararı almadan önce kendi kişilik özelliklerinin, geçmiş yaşantılarının ve gelecek beklentilerinin açığa çıkarılmasının ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır.

2.3.1. Eş Seçimi Biçimleri

Literatür incelendiğinde dünyanın farklı bölgelerinde farklı eş seçimi biçimleri olduğu görülmüştür. Bu araştırmaya Türkiye’de sıklıkla görülen eş seçimi biçimleri dahil edilmiştir. Bunlar; geleneksel eş seçme biçimi (görücü usulü), romantik ilişki-flört, aracı usulü (tanıştırılma)dür.

Geleneksel Eş Seçme Biçimi (Görücü Usulü): Geleneksel eş seçme biçimi, halk arasında bilinen adıyla görücü usulü, daha çok kırsal kesimlerde ve kapalı toplumlarda gözlenen bir eş seçme biçimidir. Genel olarak erkek tarafının aktif rol oynadığı bu eş seçme şeklinde, oğullarını evlendirmek isteyen ebeveynler buldukları bölgede yaşayan akrabalara, komşulara ve tanıdıklara danışarak uygun kız arayışına girerler. Genellikle yetişkin kadınlardan oluşan görücü grubu olarak adlandırılacak erkek tarafı bir bakımdan “araştırma grubu” olarak çalışır, uygun görülen eş adaylarının evlerine ziyaretlerde bulunurlar ve adaylarla ilgili bilgi toplarlar. Uygun eş adayı aile tarafından kararlaştırılır. Ailelerin ve eş adaylarının rızası takdirinde eş seçimi gerçekleştirilmiş olur. Eş adayı olan kızın hamaratlığı, titizliği, erkeğin ise askerliğini yapmış olması ve çalışıyor olması eş olarak seçilmesinde belirleyici etkenlerdir (Özgüven, 2017: 34).

Romantik İlişki-Flört Yoluyla Eş Seçme: Kültürden kültüre farklılık göstermekle birlikte romantik ilişki-flört biçiminde bireyler arkadaş ortamı, okul, iş yeri gibi ortak alanlarda tanışarak resmiyette geçerliliği olmayan fakat toplumca kabul görmüş bir ilişkiye başlarlar. Burada belirleyici olan unsurlar genelde ilk olarak fiziksel özelliklerdir. Fiziksel çekiciliğinden dolayı bireyler ilk adımı atabilir ve zamanla

romantik ilişki halini alabilir (Erola, Harkönen ve Dronkers, 2012: 1324-1327). Flörtün başlamasında ilk belirleyici etken genellikle fiziksel çekicilik olması durumunda beynin ödül-haz merkezi devreye girmektedir. Bu sebeple çekici bulunan kişinin, bireyin evlenmeye uygun eşin özelliklerine sahip olup olmadığı konusunda mantıklı bir karar verme becerisi yitirilebilir. Tutku nedeniyle istenmeyen veya eksik olan özellikler başlangıçta göze çarpmaz ve böylece yanlış kararlar alınabilir, yanlış tercihler yapılabilir. Ancak romantik ilişkinin ilerleyen zamanlarında coşku hali azalacaktır. Coşku halinin azalmasıyla birlikte karşı tarafın özellikleri mantıklı ve sağlıklı şekilde değerlendirilmeye başlanabilir (Plotnik, 2009: 420).

Online tanışma da romantik ilişki-flört başlığı altında değerlendirilebilir. Online tanışmada iki internet kullanıcısı ortak bir sosyal medya aracı üzerinden veya direkt olarak tanışma ve evlenme amacıyla hizmet veren internet siteleri üzerinden tanışmaktadır (Kılıç ve Gündoğdu, 2017: 17-26). Sanal ortamda online girilen etkileşimde genel olarak ilk aşamada görmeden, yazılı iletişim kurulur. Kişiler yazılı mesajlar yoluyla birbirlerini tanıma eyleminde bulunurlar. Görüşmenin uygun olduğuna karar vermeleri durumunda yüz yüze görüşme yoluyla bireyler birbirlerini tanımada bir adım ileri gitmiş olurlar. Sonucunda uygun görülen aday eş olarak seçilebilir veya romantik ilişki başlayabilir.

Aracı Usulü (Tanıştırılarak) Eş Seçme Biçimi: Tanıştırılarak gerçekleşen eş seçme biçiminde aracı aktif rol oynamaktadır. Aracı birbirine uygun olabileceğini düşündüğü kişilere, aday hakkında bilgiler verir ve kişilerin rızası halinde yüz yüze tanışma gerçekleşir. Halk arasında görücü usulü eş seçme biçimi ile karıştırılan aracı usulü eş seçme biçimi görücü usulü tanımına uymamaktadır. Görücü usulünden farklı olarak aracı usulü; başlangıçta ailelerden çok eş adaylarının bilgilendirildiği ve seçimin eş adaylarına bırakıldığı, eş adaylarının rızası durumunda ailelerin dahil olduğu bir eş seçimi şeklidir. Aracı, birbirinden habersiz olan fakat birbirine uygun olabilecek kişilerin haberdar edilmesinde ve tanıştırılmasında rol oynar. Seçim adaylara aittir. Aracının önerdiği kişiyle tanışmak isteyen kişi bu isteğini aracıya iletir, diğer taraf da aracı yardımıyla bilgilendirilir. Yüz yüze tanışma sonrasında kararları olumlu olan kişiler durumu ailelerine açarak eş seçme sürecini tamamlamış olurlar.

2.3.2. Eş Seçimini Etkileyen Faktörler

Literatür incelendiğinde eş seçimini etkileyen farklı faktörler bulunduğu görülmüştür. Bunlar; kişilik, fiziksel özellikler, kültür, aile yapısı, sosyoekonomik durum, yaş farkı, eğitim düzeyi, ideolojik ve dini görüşlerdir.

Kişilik: Kişilik, kişinin kendine özgü ve tutarlı olmasını sağlayan, devamlılık içeren nitelikler bütünü (Atkinson, Atkinson ve Hilgard, 1995: 523), kişinin kendisinden kaynaklı tutarlılık içeren davranış kalıpları (Burger, 2006: 23) olarak tanımlanmaktadır. Kişilik, eş seçimine ilişkin karar vermede belirleyici bir unsurdur. Kişi için dürüstlük, güvenilirlik, hoşgörü, iyi niyet, saygı gibi kişilik özellikleri önem taşımakta ise eş seçimi yaparken bu özellikleri göz önünde bulundurmalı ve eş adayı olan kişide bu özellikleri araştırmalıdır. Kişinin önem verdiği bu özellikleri barındırmayan biriyle yapacağı evlilik, sonucunda çatışma ve mutsuzluk getirebilir. Dürüstlüğe önem veren bir kişinin yalan söylemekten çekinmeyen biriyle yapacağı evlilik sorunlu olacaktır. Bu nedenle bireyler karşılıklı olarak kişiliklerinin uyumlu olup olmadığına dikkat etmeli ve seçim esnasında bu uyumu göz önünde bulundurmalıdır.

Fiziksel özellikler: Fiziksel özellikler karşı cinste dikkati ilk çeken olgulardandır. Kişi fiziksel özellikleri kapsamında karşı cinsin boyu, kilosu, yüz güzelliği gibi unsurlara dair değerlendirmeler yapmaktadır. Sonucunda istenilen fiziksel çekiciliğe sahip karşı cins eş adayı olarak değerlendirilebilmektedir. Fakat fiziksel çekicilik tek başına eş seçimi için yeterli bir kıstas değildir.

Genel olarak “kadınlar kaslı erkekleri, erkekler ise ince vücut yapısındaki kadınları çekici bulur” kanısının aksine eş adayının fiziksel özelliklerini değerlendirmede benzerlik olgusu esas alınmaktadır. Araştırmalar sonucunda bireylerin soyut düşüncede çekici bireylerle birlikte olmayı düşünmesine rağmen gerçek hayatta kendi çekicilik düzeylerine yakın kişileri seçtikleri ortaya koyulmuştur (Santrock, 2016: 451).

Bunun yanında bekaret de eş seçiminde önemli bir rol oynayabilmektedir. Kültürden kültüre farklılık göstermesine karşın eş adayı olarak görülen kişinin daha önce cinsel ilişki yaşayıp yaşamamış olması eş olarak seçilmesinde etken olabilmektedir. Fakat

dünya genelinde bekaret arayışı kadının bakire olması olarak tek taraflı algılanmaktadır (Plotnik, 2009: 423).

Kültür: TDK (2010), kültürü ‘Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin’ olarak tanımlamaktadır. Bireyin içinde doğup büyüdüğü kültür birçok düşünce ve kararda etkili olduğu gibi eş seçimi yaparken de etken olabilmektedir. Birey, içinde yaşadığı kültürün bir parçasıdır ve kültürden ayrı değerlendirilemez. Bu nedenle bireyin ait olduğu kültürün özelliklerine uygun eş seçimi yapması öngörülebilir.

Aile yapısı: Yine bireyin içinde doğup büyüdüğü aile eş seçimi aşamasında son derece önemlidir. Türk toplumunda bireylerin yanı sıra ailelerinin de birbirlerine uyumlu kişiliklerden, geleneklerden ve adetlerden oluşması yapılacak evliliğin başarılı olabilmesi açısından önem verilen bir husustur. Bunun yanında ailenin eş seçimi aşamasında istek ve önerileri bulunabilmektedir. Bu açıdan Türk toplumunda eş seçimine ailenin onay vermesi önem verilen hususlardandır. Aile rızası ile gerçekleştirilen evliliklerin görece diğer evliliklerden daha sağlıklı ve uzun ömürlü olacağı öngörülebilir (Tarhan, 2018: 38-39).

Sosyoekonomik durum: Dünya genelinde farklılaşmalar bulunmasına rağmen sosyoekonomik durum eş seçimi aşamasında bireylerce önem verilen bir olgudur. Farklı sosyoekonomik durumlara sahip iki kişinin yapacağı evlilikte, erkeğin sosyoekonomik durumunun kadından daha yüksek olması durumunda evliliğin daha başarılı ve daha sağlıklı olduğu araştırmalarca ortaya koyulmuştur (Özgüven, 2017: 56). Tam tersi durumda, kadının sosyoekonomik düzeyinin erkekten yüksek olması durumunda ise evliliğin ilerleyen zamanlarında erkekte özgüven yitimi, suçluluk duygusu, huzursuzluk gibi duygular baş gösterebilmekte ve bu durum erkeğin ya da iki tarafın birden huzursuz ve mutsuz olmasına yol açabilmektedir (Özgüven, 2017: 57; Eaves ve Hatemi, 2011: 257).

Yaş farkı: Eş adayı olan bireylerin aralarındaki yaş farkı da eş seçimi açısından önemli görülebilmektedir. Türkiye’de erkeklerin yaşının kadınların yaşından birkaç

yaş büyük olması durumu genel olarak kabul görmektedir (Özgüven, 2017: 58). Ancak aradaki yaş farkının çok fazla olması ortak aktiviteler, düşünce gelişimi, olaylara bakış açıları ve ortak kararlar gibi uyum içinde olması gereken durumlarda ortak paydada buluşamama ihtimalini beraberinde getireceğinden sorun teşkil edebilmektedir. Kadının yaşının erkekten büyük olduğu ilişkiler ise ilişkiyi yaşayan kişiler tarafından sorun teşkil etmemekle birlikte, toplumca yadırganmaya açık bir durumdur. Konu ile ilgili yapılan bir araştırmada genç kadınların ilişki yaşamak için genç erkekleri, genç erkeklerin ise yine genç kadınları tercih ettiği ortaya koyulmuştur (Lichter, Anderson ve Hayward, 1995: 412-431).

Eğitim düzeyi: Evlenecek olan iki kişinin eğitim düzeylerinin aynı veya yakın olup olmaması da eş seçiminde önemli bir yer tutmaktadır. Eş adaylarının eğitim düzeylerinin benzer olması fikir yapısı, bakış açıları gibi bilişsel konularda ortak noktaları bulabilmeleri açısından yarar sağlayıcı olabilmektedir. Eğitim düzeyleri arasında ciddi farklar bulunan kişilerin evlilik sürecinde ilgiler ve ihtiyaçlar konusunda farklılık gösterebileceği göz önünde bulundurulmalı ve eş seçerken bu unsur değerlendirilmelidir. Ancak esasen eğitim düzeyini önemsemeyen bir kişi, çevre baskısı ve “başkaları ne düşünür” çekincesiyle eğitim düzeyi yüksek birini eş olarak seçmeye yönelim gösterebilmektedir (Tarhan, 2018: 24).

İdeolojik görüşler : Kişilerden herhangi birinin bir ideolojik görüşün tutkulu taraftarı olması durumunda evlilik sürecinde fikir ayrılıklar, anlaşmazlıklar, ortak noktada buluşamama sorunları ortaya çıkabilmektedir. Ancak eşlerden birinin uyum sağlaması durumunda sorun yaşanmayacaktır. Bunun yanında, hoşgörülü olmak eş seçimi aşamasında dikkate alınacak özelliklerden biri olduğu takdirde ideolojik görüşler sorun teşkil etmeyebilir.

Dini görüşler: Dini görüşlerde farklılık olması durumunda yaşam tarzlarında, yeme-içme- eğlenme gibi aktivitelerde, çocuk yetiştirme tutumlarında uzlaşamama durumu yaşanabileceğinden, dini görüşlerde farklılık tartışmalara ve ciddi fikir ayrılıklarına sebep olabilmektedir (Özgüven, 2017: 59). Her dinin kendine ait kuralları bulunması sebebi ile farklı dinlere sahip iki kişinin evlilikte ortak nokta bulması ve uzlaşma zor olabilmektedir. Ancak hoşgörülü olduğu takdirde dini görüşlerdeki farklılıklar sorun teşkil etmeyebilir.

Çoğu dinde eş seçimine dair kurallar bulunmaktadır. İslam dini bu konuda katı kurallara sahip bir dindir. Müslüman bir kadının, Müslüman olmayan bir erkekle evlenmesinin yasak olması nedeniyle eş seçiminde din göz önünde bulundurulabilir. Bunun yanında dini inançlar, imam nikahı gibi kurallar dolayısıyla Müslüman bir bireyin eş seçimi aşamasında alacağı kararlarda belirleyici rol oynayabilmektedir (Bener, 2011: 25-28).

2.3.3. Eş Seçimi Kuramları

İnsanların eşlerini nasıl seçtiğini açıklamaya yönelik çeşitli kuramlar ve tezler mevcuttur (Murstein, 1970; O'Brien ve Foley, 1999; Kernodle, 1959; Schmitt, 2014, Lyons, 2018). Bu çalışmada; evrim kuramı, birbirini tamamlayan gereksinimler kuramı, psikanalitik yaklaşım, ortak özellikler kuramı (homogami), zıt özellikler kuramı (heterogami) ve uyarıcı-değer-rol kuramına yer verilmiştir.

Çeşitli kuramlar bulunmasına karşın tüm bu kuramların özündeki görüş eş seçiminin amaçlı ve bilinçli bir seçim olduğudur. Eş seçimi şans eseri, rastgele gerçekleştirilen bir eylem değildir (Bacanlı, 1999: 8). Bu noktada eş seçme sürecinde etkili olan faktörlerin anlaşılması önem arz etmektedir.

Evrım Kuramı: Evrim yaklaşımının kurucusu kabul edilen Darwin, hem insanlarda hem de hayvanlarda bulunan korku, üzüntü, mutsuzluk, heyecan gibi evrensel duygular üzerine çalışmalar yürütmüş ve ayıklama kuramını bu konular çevresinde açıklamıştır (Madran, 2008: 302). Ayıklama kuramına göre doğada güçlü olan hayatta kalıp soyunu devam ettirirken, güçsüz olan elemine edilmektedir (Eckland, 1968: 73). Evrim psikologları ise eş seçimini bu kuram ile açıklamaya çalışmışlardır. Böylece evrim kuramına göre kadınlar ekonomik açıdan yeterli gördükleri, toplumsal açıdan güçlü görünen ve evine ve çocuklarına bakabilecek varlığa ve potansiyele sahip erkekleri eş olarak seçmekte, erkekler ise sağlıklı, fiziksel açıdan çekici, genç ve doğurgan kadınları eş olarak seçmektedir (Madran, 2008: 302; Howard, Blumstein ve Schwartz, 1987: 194-200).

Birbirini Tamamlayan Gereksinimler Kuramı: Birbirini tamamlayan gereksinimler kuramına göre eş seçmedeki öncelik gereksinimlerin doyurulmasıdır. Bu kurama göre kişiler birbirlerini tamamlayan özelliklere sahip kişileri eş olarak seçmektedirler.

Bunun yanında bu kuram bireylerin birbirlerinden farklı gereksinimleri bulunduğunu ve bazı ihtiyaçların diğerlerine göre öncelikli ve önemli olduğunu savunmaktadır. Böylece kişiler birbirine benzeyen ve gereksinimlerini doyurabilecek özelliklere sahip kişileri eş olarak seçme eğilimindedirler (Özgüven, 2017: 33).

Psikanalitik Yaklaşım: Psikanalitik yaklaşıma göre eş seçmedeki tercihler psikoseksüel gelişim dönemlerindeki takılmalarla ilişkilidir. Fallik dönemde takılma yaşamış bir erkeğin, eş olarak kendinden yaşça büyük bir kadını ya da annesinin tam zıttı karaktere sahip bir kadını seçmesi öngörülebilir. Psikanalitik yaklaşıma göre psikoseksüel gelişimini tıkanma yaşamadan başarı ile tamamlayan kadınlar babalarına, erkekler ise annelerine benzeyen kişileri eş olarak seçme eğilimindedirler (Jedlicka, 1980: 295-299).

Ortak Özellikler Kuramı (Homogami): Ortak özellikler kuramının temel mantığı; ‘iki kişinin ne kadar çok ortak özelliği veya benzer yanları var ise yapacakları evlilik o kadar başarılı olacaktır’ şeklindedir. Bu durumda kökeni, kültürü, dini inancı, sosyoekonomik durumu, eğitimi gibi birçok konuda ortak ve benzer özelliklere ve benzer geçmişlere sahip iki kişi birbirlerini eş olarak seçtikleri takdirde kuracakları evlilik sağlıklı, uzun ömürlü ve başarılı olacaktır (Kernodle, 1959: 145-152).

Zıt Özellikler Kuramı (Heterogami): Zıt özellikler kuramı, kişilerin eş olarak seçeceği kişilerde kendilerinde bulunmayan özellikleri araması durumunda gerçekleşecek evliliğin başarılı olacağını savunan görüştür. Kişi kendisinde bulunmayan özelliklere sahip kişiyle anlaşmaya eğilimlidir. Özellikleri birbirine zıt olan kişilerin yaşayacağı birliktelikte bir bütün oluşacağı savunulmaktadır. Zıt özellikler kuramı, çok konuşkan bir kadın ile sessiz bir yapıya sahip bir erkeğin ya da lider özellikli bir erkek ile itaatkar yapıda bir kadının gerçekleştireceği evliliğin başarılı olacağını savunmaktadır (O’Brien ve Foley, 1999: 145-149).

Uyaran-Değer-Rol Kuramı: Uyaran-değer-rol kuramına göre kişiler kendilerine en iyi davranmaya çalışan kişileri eş olarak seçme eğilimindedirler. Bu kuram üç aşamadan oluşmaktadır. Uyaran-değer-rol aşamaları flört-arkadaşlık döneminde gerçekleşir. İlk aşama olan “uyaran” aşaması, erkek ve kadının tanıştığı ve ilk

izlenimleri edindikleri aşamadır (Murstein, 1970: 465-481). Uyarılar son derece görünür ve kolayca tanımlanabilir. Fiziksel özellikler ve demografik değişkenler uyarılar olarak tanımlanmaktadır. Eğer iki taraf da kendilerine uygun uyarıların mevcut olduğunu görürse ikinci aşama olan “değer” aşamasına geçilir. Bu aşamada kişiler karşılardaki kişinin değerlerini, yargılarını, tutumlarını, davranış ve inançlarını kendilerinininkiler ile kıyaslar ve ortak değerleri tespit etme yoluna girerler. Değer aşamasını olumlu sonuçlandıran kadın ve erkek son aşama olan “rol” aşamasına varır. Bu aşamada ilişkide üstlendikleri rollerin uyumlu olup olmadığı belirlenir. Bu, büyük ölçüde iki ortağın kişiliklerine bağlıdır. Rol aşamasında kişiler birbirlerini tamamlayıcı rollere sahip olup olmadıklarını test eder ve böylece sonuca ulaşılır (George, vd., 2015: 126-131).

2.3.4. Eş Seçimi ile İlgili Yapılmış Araştırmalar

Literatür tarandığında eş seçimi ile ilgili yurtiçinde ve yurtdışında çokça araştırma yapıldığı görülmüştür (Lee ve Stone, 1980; Efe, 2013; Bener, 2011; Murstein, 1972; Allen, 1992; Roymo Jr, 2000; Knuiman, Divitini ve Bartholomew, 2005; Schmitt, 2003).

Bugay ve Tezer (2008)'in “üniversite öğrencilerinin evlenecekleri eşlerde aradıkları özellikleri” belirlenmesi amacıyla yaptığı araştırmada Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde eğitim görmekte olan 467(252 kadın, 215 erkek) lisans öğrencisine evlenecekleri kişide aradıkları özellikleri içeren 44 maddelik bir ölçek uygulanmıştır. Çekicilik, güvenilirlik, özgüven, dışadönüklük, aile/politik görüş benzerliği ve başatlık faktörlerinden oluşan ölçeğin analizleri sonucunda; kadın öğrencilerin evlenecekleri eşte özgüven, dışadönüklük, aile/politik görüş benzerliği ve başatlık özelliklerini erkek öğrencilerden daha fazla tercih ettiği ortaya konmuştur.

Knox, vd.(2001), üniversite öğrencilerinin internet kullanarak eş seçme eğilimlerini araştırmak amacıyla 191 adet daha önce evlenmemiş lisans öğrencisiyle gerçekleştirdiği araştırma dahilinde, öğrencilere eş bulmak için internet kullanımına yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla 28 maddelik bir ölçek uygulanmıştır. Araştırma sonucunda erkek öğrencilerin, kız öğrencilerden daha fazla internet kullandığı ve öğrencilerin interneti romantizm ve eş bulmak amacıyla değil, yeni arkadaş edinmek ve arkadaşlık etmek amacıyla kullandıkları ortaya konmuştur.

Tüzmen ve Özdağoğlu (2007) tarafından Dokuz Eylül Üniversitesinde 23 adet bekar doktora öğrencisi ile gerçekleştirilen araştırmada, öğrencilerin eş seçerken önem sırasıyla sevgi, aile ve karakter faktörlerine önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Türkarıslan ve Süleymanov (2010) tarafından gerçekleştirilen, Türkiye’de ve Azerbaycan’da öğrenim gören üniversite öğrencilerinin evlilik konusundaki görüş ve düşüncelerinin karşılaştırıldığı araştırmada, Türkiye’de öğrenim gören erkek öğrencilerin eş seçiminde en çok “eşin iyi huylu olması”, “güzel olması”, “aynı dünya görüşüne sahip olmak” kriterlerini, kadın öğrencilerin en çok “eşin iyi huylu olması”, “aynı dünya görüşüne sahip olmak” ve “tahsilli olması” kriterlerini önemsedikleri anlaşılmıştır. Bunun yanında iki ülke öğrencileri genel olarak karşılaştırıldığında erkek öğrencilerin aradıkları özelliklerin oldukça benzer olduğu, kadın öğrencilerin ise “iyi huylu olmak, aile bağları, iyi bir meslek sahibi olması” gibi kriterlerde benzerlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tolmacz vd. (2004) tarafından yürütölen, bağlanma stilleri, ideal eş simgesi, ideal benlik ve anne simgesi arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışma sonuçlarına göre bağlanma stilleri ile ideal eş simgesi arasında anlamlı farklılık olduğu görölmüştür.

2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı-Evliliğe Yöklenen Anlam-Eş Seçimi İlişkisi

Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ile evliliğe yöklenen anlam, sosyal medya bağımlılığı ile eş seçimi kriterleri konuları ile ilgili doğrudan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak sosyal medya bağımlılığı düzeyi yüksek olan kişilerin evliliğe, bağımlılık düzeyleri düşük olan kişileri oranla daha olumsuz anlamlar yükleyebileceği düşünölmektedir. Buna sebep olarak evliliğin vakit ayrılması gereken bir sorumluluk olması ve sosyal medya bağımlısı olan kişilerin vakitlerinin büyük çoğunluğunu sosyal medya kullanarak geçirmek istemesi gösterilebilir. Ayrıca bağımlı kişilerin, bağımlılık ilerledikçe gerçek dünya ile sanal dünyayı ayırt edememesi olasıdır. Bu sebeple evliliğe yükledikleri anlamların, bağımlı olmayan kişilere göre farklılık gösterebileceği düşünölmektedir.

Sosyal medyada takipçi sayısı fazla olan popüler kişilerin rol model olarak alındığı göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya bağımlılığı düzeyi yüksek olan kişilerin eş seçimi kriterlerinde popülerlik olgusunun baskın olması olasıdır.

Literatür tarandığında evliliğe yöklenen anlam ve eş seçimi kriterleri konuları ile ilgili doğrudan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ondaş (2007)’ın, üniversite öğrencilerinin

evlilik ve eş seçimine ilişkin görüşlerinin incelenmesi üzerine yürüttüğü çalışmada, araştırmanın yürütüldüğü üniversitelerde öğrenim görmekte olan 523 lisans öğrencisine ölçek uygulanmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin çoğunluğunun, evliliğe ilişkin verilen “evlilik, hayatı sevilen biri ile paylaşmak için yapılmalıdır”, “evlilikte mutluluk, eşlerin birbirlerine bağlılıkları ile devam eder”, “evlilik, çocukların sağlıklı kimlik kazanması için yapılmalıdır”, “sağlıklı evliliklerde yıllar geçtikçe eşler birbirleri ile bütünleşir” yargılarına katıldığı ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin evlenecekleri kişinin bağımsız gelirin olması, meslek sahibi olması, daha önce evlilik yapmamış olması ve bakir-bakire olmasını istedikleri araştırma sonucunda ortaya koyulmuştur.



BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın modeli

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçme kriterleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan nicel bir araştırmadır. Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yüklenen anlam ve eş seçme kriterleri arasındaki ilişki araştırıldığı için bu araştırma, tarama modellerinden ilişki tarama modelindedir. İlişki tarama modeli; birden fazla özelliğe ilişkin veri toplanarak bu verilerin arasındaki ilişkiyi sorgulayan tarama modelidir (Büyüköztürk, vd., 2013).

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni 2018-2019 eğitim-öğretim yılında 1 devlet üniversitesi ve 1 vakıf üniversitesine bağlı Eğitim Bilimleri Fakültesi ve İnsan ve Toplum (Fen-Edebiyat) Bilimleri Fakültesi'nde öğrenim görmekte olan öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise erişilebilirlik dahilinde evrenden uygun örnekleme yöntemi olan küme örnekleme yöntemi ile seçilmiş olan 639 öğrenciden oluşmaktadır. Analiz sürecinde ölçme araçlarının değerlendirilebilir şekilde doldurulmadığı gerekçesiyle 152 adet ölçme aracı analiz dışı bırakılmıştır. Uç değerlere sahip 14 adet ölçme aracı normalliği bozduğu için analizden çıkarılmıştır ve analize değer görülen 473 adet veri analiz edilmiştir.

3.3. Verilerin Toplanması

Kişisel bilgi formu, sosyal medya bağımlılığı ölçeği, evliliğe yüklenen anlam ölçeği ve eş seçme kriterleri ölçeğinden oluşan veri toplama araçları basılı olarak öğrencilere uygulanmıştır. Ölçme araçları, alınan izinler doğrultusunda araştırmacı tarafından

öğrencilere dağıtılmış ve gerekli açıklamalar yapılmıştır. Öğrencilerin gönüllülük durumları esas alınmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Veri toplama aracının ilk bölümünde yer alan ve araştırmacı tarafından hazırlanan bu formda üniversite öğrencilerine; öğrenim görülen fakülte ve bölüm, sınıf, cinsiyet, yaş, ebeveyn birliktelik durumu, ebeveyn öğrenim durumu, ebeveyn çalışma durumu, kullanılan sosyal medya uygulamaları, sosyal medyaya erişim araçları, sosyal medya kullanımı süreleri ve miktarı, evlenmeyi düşündükleri yaş, ebeveyn evlenme şekli ve planladıkları evlenme şekli hakkında 14 değişken sorulmuştur.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği Tutgun-Ünal (2015) tarafından Doktora Tezi kapsamında geliştirilmiştir ve 41 maddeden oluşmaktadır. Meşguliyet, duygu durumu düzenleme, tekrarlama ve çatışma olmak üzere dört alt faktörü bulunan ölçek, 5'li likert tiptedir (1-Hiçbir Zaman,2-Nadiren,3-Bazen,4-Sık sık,5-Her Zaman). Ters puanlanan maddesi bulunmayan ölçeğin puanlanması tablodaki 3.3.2.1'deki İç tutarlık kat sayıları Tablo 3.3.2.2.'deki gibidir (Tutgun-Ünal, 2015).

Tablo 3.3.2.1.: Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyi Puan Aralıkları

	41-73	Bağımlılık yok
	74-106	Az bağımlı
SMBÖ Puan Aralıkları	107-139	Orta bağımlı
	140-172	Yüksek bağımlı
	173-205	Çok yüksek bağımlı

Tablo 3.3.2.2.: SMBÖ İlişkin İç Tutarlılık Katsayıları

Ölçek	Alt boyutlar	Reliability (R)	
		Orijinal ölçek	Bu araştırma
SMBÖ	Meşguliyet	.93	.86
	Duygu Durumu	.89	.85
	Düzenleme		
	Tekrarlama	.91	.86
	Çatışma	.95	.93
	TOPLAM	.96	.91

Analiz sonuçlarına göre iç tutarlılık katsayıları 0.80-1.00 aralığında bulunduğundan ölçeğin yüksek düzeyde (Büyüköztürk vd, 2013) güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır.

3.3.3. Evliliğe Yüklenen Anlam Ölçeği (EYAÖ)

Evliliğe yüklenen anlam ölçeği Körük, Özabacı ve Kara (2018) tarafından geliştirilmiş güvenilir bir ölçme aracıdır. Ölçek 31 maddeden oluşmakta ve işlevsellik, yakınlık, tamamlayıcılık, engellenmişlik, çaba, iş birliği, risk ve uyum beklentisi olmak üzere 9 alt faktörden oluşmaktadır. 5’li likert tipte bir ölçme aracıdır (1-Kesinlikle Katılmıyorum,2-Katılmıyorum,3-Kararsızım,4-Katılıyorum,5-Kesinlikle Katılıyorum). 7. Ve 18. maddeleri tersten puanlanan ölçeğin puanlanması tablo 3.3.3.1.’teki gibidir (Körük, Özabacı ve Kara, 2018).

Tablo 3.3.3.1.: EYA Düzeyi Puan Aralıkları

EYA Pozitif Anlam Puanı (İşlevsellik, bağlılık, yakınlık, tamamlayıcılık, çaba ve iş birliği)	23-45	Düşük
	46-68	Orta
	69-91	Yüksek
	92-105	Çok Yüksek
EYA Negatif Anlam Puanı (engellenmişlik, risk ve uyum beklentisi)	8-15	Düşük
	16-23	Orta
	24-31	Yüksek
	32-40	Çok Yüksek

Tablo 3.3.3.2.: EYAÖ İlişkin İç Tutarlılık Katsayıları

Ölçek	Alt boyutlar	Reliability (R)	
		Orijinal ölçek	Bu araştırma ölçek
EYAÖ	İşlevsellik	.77	.76
	Bağlılık	.77	.55
	Yakınlık	.71	.78
	Tamamlayıcılık	.66	.56
	Engellenmişlik	.61	.60
	Çaba	.61	.37
	İş birliği	.54	.46
	Risk	.41	.32
	Uyum Beklentisi	.59	.37
TOPLAM		.80	.72

Analiz sonuçlarına göre toplam iç tutarlılık katsayısı 0.60-0.79 aralığında bulunduğundan ölçeğin güvenilir (Büyüköztürk vd, 2013) olduğu ortaya çıkmıştır.

3.3.4. Eş Seçimi Kriterleri Ölçeği (ESKÖ)

Eş seçimi kriterleri ölçeği Başay (2015) tarafından yüksek lisans tezi kapsamında geliştirilmiş güvenilir bir ölçme aracıdır. 20 maddeden oluşan ölçek tek boyutludur. Ölçme aracı 5'li likert tiptedir (1-Hiç Önemli Değil,2-Önemli Değil,3-Kısmen Önemli,4-Önemli,5-Çok Önemli). Tersten puanlanan maddesi bulunmamaktadır. Ölçeğin puanlanması tablo 3.3.4.1.'deki gibidir (Başay, 2015).

Tablo 3.3.4.1.: ESK Düzeyi Puan Aralıkları

	1.00-1.80	Çok düşük
	1.81-2.60	Düşük
ESKÖ Puan Aralıkları	2.61-3.40	Orta
	3.41-4.20	Yüksek
	4.21-5.00	Çok yüksek

Tablo 3.3.4.2.: ESKÖ İlişkin İç Tutarlılık Katsayıları

		Reliability (R)
Ölçek	Orijinal ölçek	Bu araştırma
ESKÖ	.78	.76

Analiz sonuçlarına göre iç tutarlılık katsayısı 0.60-0.79 aralığında bulunduğundan ölçeğin güvenilir (Büyüköztürk vd, 2013) olduğu ortaya çıkmıştır.

3.4. Verilerin Çözümlemesi

SMBÖ, EYAÖ ve ESKÖ ile toplanan veriler istatistik paket programıyla (SPSS) analiz edilerek yorumlanmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığı Kolmogorov Smirnov Testi ile analiz edilmiştir. Normallik testi sonucunda SMB ölçeğinin Skewness (.33) Kurtosis (-.41) değerlerinin -1 ile +1 arasında olduğu, EYA ölçeğinin Skewness (-.25) Kurtosis (-.53) değerlerinin -1 ile +1 arasında olduğu ve ESK ölçeğinin Skewness (-.37) Kurtosis (-.31) değerlerinin -1 ile +1 arasında olduğu

görüldüğünden verilerin normal dağılım gösterdiği anlaşılmıştır (Büyüköztürk vd, 2013) ve parametrik analizler yapılması uygun görülmüştür. Demografik verilerin analizinde frekans ve yüzde değerleri analiz edilmiştir. İkili değişkenlerin analizinde independent t-test, ikiden fazla değişkenlere ilişkin OneWay Anova testi uygulanmıştır. Farkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek üzere Sheffe testi analizi yapılmıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçimi kriterleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır.

3.5. Verilerin Yorumlanması

Örneklem grubuna ait demografik veriler tablolarda verilmiştir.

Tablo 3.5.1.: Fakülte, Sınıf, Cinsiyet ve Yaş Değişkenlerine İlişkin Demografik Veriler

		f	%
Fakülte	Eğitim Fakültesi	390	82.5
	İnsan ve Toplum Fakültesi	83	17.5
Sınıf	1	232	49.0
	2	44	9.3
	3	64	13.5
	4	133	28.1
Cinsiyet	Kadın	291	61.5
	Erkek	182	38.5
Yaş	18	65	13.7
	19	99	20.9
	20	94	19.9
	21	80	16.9
	22	60	12.7
	23 ve üstü	75	15.9
TOPLAM		473	100

Tablo 3.5.1. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun (%82,5) araştırmanın yürütüldüğü üniversitelerin eğitim fakültelerinde öğrenim gördüğü, 1. (%49,0) ve 4. (28,1) sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilerin çoğunlukta olduğu, yaş aralığında dengeli bir dağılım olduğu görülmüştür. Ayrıca analizler sonucunda öğrencilerin %92,0'sinin ebeveynlerinin evliliklerinin devam ettiği ve birlikte olduğu ortaya konulmuştur.

Tablo 3.5.2.: Ebeveyn Öğrenim Durumuna İlişkin Demografik Veriler

Ebeveyn Öğrenim Durumu	Anne öğrenim durumu		Baba öğrenim durumu	
	f	%	f	%
Okuma-yazma bilmiyor	17	3.6	6	1.3
İlkokul mezunu	178	37.6	101	21.4
Ortaokul- lise mezunu	201	42.5	234	49.5
Üniversite mezunu	77	16.3	132	27.9
TOPLAM	473	100	473	100

Tablo 3.5.2. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin ebeveynlerinin çoğunluğunun ortaokul-lise mezunu (anne %42,5, baba %49,5) olduğu görülmüştür.

Tablo 3.5.3.: Ebeveyn Çalışma Durumuna İlişkin Demografik Veriler

Ebeveyn Çalışma Durumu	Anne Çalışma Durumu		Baba Çalışma Durumu	
	f	%	f	%
Çalışıyor	131	27.7	370	78.2
Çalışmıyor	313	66.2	16	3.4
Emekli	29	6.1	87	18.4
TOPLAM	473	100	473	100

Tablo 3.5.3. incelendiğinde çalışan babaların (%78,2) çalışan annelere (%27,7) göre yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bu durumun Türk kültüründeki ata erkil kültür yapısından kaynaklı olduğu düşünülebilir.

Tablo 3.5.4.: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Süresi ve Sıklığına İlişkin Demografik Veriler

		f	%
		Sosyal Medya Kullanım Süresi	1 yıldan az
	1-3 yıl	37	7.8
	4-6 yıl	203	42.9
	7 yıldan fazla	222	46.9
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı (günlük)	1 saatten az	20	4.2
	1-3 saat	239	50.2
	4-6 saat	190	40.2
	7 saatten fazla	24	5.1
	TOPLAM	473	100

Tablo 3.5.4. incelendiğinde öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya araçlarını 7 yıldan fazla (%46,9) kullandığı ortaya çıkmıştır. Eğitim-öğretime başlama yaşı 7 olarak düşünüldüğünde öğrencilerin sosyal medyayı kullanmaya ortalama 15 yaşında başladığı sonucu çıkarılabilir. Yine tabloda görüldüğü üzere öğrencilerin çoğunluğunun günlük sosyal medya kullanım sıklığı 1-3 saat (%50,2) arasında değişmektedir.

Araştırma grubundan elde edilen verilere göre üniversite öğrencileri tarafından en sık kullanılan sosyal medya uygulamaları Instagram, Youtube, Twitter ve Facebook'tur. Ancak araştırma grubunun analize uygun çoğunluğu birden fazla sosyal medya uygulaması kullanmaktadır. Bu uygulamalar, kullanım sıklığı sırası ile; Instagram ve Youtube (%24.1), Youtube ve Instagram (%5.7), Instagram Twitter ve Youtube (%10.4), Instagram Youtube ve Twitter (%10.1), Instagram Youtube ve Facebook (%6.6), Youtube Instagram ve Twitter(3.4), Instagram Facebook ve Youtube (%2.3) ve Twitter Instagram ve Youtube (%4.4) şeklindedir.

Tablo 3.5.5.: Ebeveyn Evlenme Biçimi ve Öğrencinin Evlenme Biçimi Planına İlişkin Demografik Veriler

	Ebeveyn Evlenme Biçimi		Öğrencinin Evlenme Biçimi Planı	
	f	%	f	%
Aşk-flört	92	19.5	319	67.4
Tanıştırılarak	143	30.2	131	27.7
Akraba Evliliği	52	11.0	0	0
Görücü Usulü	186	39.3	21	4.4
TOPLAM	473	100	471	99.5

Tablo 3.5.5.'teki veriler incelendiğinde öğrencilerin büyük çoğunluğunun aşk-flört (%67,4) yoluyla evlenmeyi planladığı, ebeveynlerinin ise tanıştırılarak (%30,2) ve görücü usulü (39,3) yolu ile evlendiği görülmüştür.

Öğrencilerin planladığı evlenme şekli verileri incelendiğinde akraba evliliği yolu ile evlenmeyi düşünen olmadığı görülmüştür. Bu nedenle akraba evliliği değişkeni, evlenme şekli planı değişkeninin analizlerinde analiz dışında bırakılmıştır.

Tablo 3.5.6.: Üniversite Öğrencilerinin Evlenme Yaşı Planına İlişkin Demografik Veriler

Üniversite Öğrencilerinin Evlenmeyi Planladıkları Yaş Aralıkları	f	%
21 Yaş-25 Yaş	192	40.6
26 Yaş-30 Yaş	263	55.6
Düşünmüyor	18	3.8
TOPLAM	473	100

Tablo 3.5.6.'daki veriler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin çoğunluğunun 26-30 yaş aralığında (%55.6) evlenmeyi planladıkları görülmüştür.



BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUMLAR

4.1. Birinci Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri

Tablo 4.1.1.: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Min.	Max.	\bar{x}	ss.
Meşguliyet	12	60	37.6	8.59
Duygu Durumu Düzenleme	5	25	14.3	5.08
Tekrarlama	5	25	14.0	5.34
Çatışma	19	95	49.7	17.4
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	41	205	115.8	24.8

Tablo 4.1.1.'deki verilere göre araştırmaya dahil olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı orta ($\bar{x}=115.8$) düzeydedir. Alt boyutlardan alınan ortalama puanlar incelendiğinde öğrencilerin meşguliyet alt boyutunda orta ($\bar{x}=37.6$) düzeyde, duygu durumu düzenleme alt boyutunda az ($\bar{x}=14.3$) düzeyde ve tekrarlama alt boyutunda az ($\bar{x}=14.0$) düzeyde bağımlı olduğu anlaşılmaktadır. Çatışma alt boyutunda orta ($\bar{x}=49.7$) düzeyde bağımlı oldukları görülmektedir.

4.2. İkinci Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri

Tablo 4.2.1.: Evliliğe Yüklenen Anlam Ölçeğine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Min.	Max.	\bar{x}	Ss.	
Evliliğe Yüklenen Pozitif Anlam	İşlevsellik	6	30	20.4	4.07
	Bağlılık	5	25	21.9	2.57
	Yakınlık	3	15	13.8	1.69
	Tamamlayıcılık	4	20	17.2	2.32
	Çaba	2	10	8.8	1.10
	İş Birliği	3	15	13.6	1.56
TOPLAM	23	115	95.9	8.99	
Evliliğe Yüklenen Negatif Anlam	Engellenmişlik	3	15	6.8	2.67
	Risk	3	15	10.3	2.36
	Uyum	2	10	6.2	1.56
	Beklentisi				
TOPLAM	8	40	23.5	4.11	
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	31	155	119.5	9.60	

Tablo 4.2.1. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri pozitif anlam çok yüksek ($\bar{x}=95.9$) düzeydedir. Evliliğe yükledikleri negatif anlamın ise orta ($\bar{x}=23.5$) düzeyde olduğu görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlamın pozitif düzeyde çok yüksek olması toplumsal yapı açısından olumlu bir durum olarak kabul edilebilir.

4.3. Üçüncü Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri düzeyleri

Tablo 4.3.1.: Eş Seçimi Kriterlerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

EŞ SEÇİMİ KRİTERLERİ	Min.	Max.	\bar{x}	Ss.
1-Aşık olmam/ aşk ilişkisinin olması	1	5	4.21	.90
2-Güzel/Yakışıklı olması	1	5	3.26	.86
3-Maddi durumunun iyi (Zengin) olması	1	5	2.95	.88
4-Bakir/Bakire olması	1	5	3.44	1.43
5-Eğitim düzeyinin benimle denk olması	1	5	3.53	1.04
6-Eş tercihinde ailemin onayı	1	5	4.00	1.01
7-Aynı dinden/mezhepten olmak	1	5	3.74	1.43
8-Politik siyasi görüşümün benzer/aynı olması	1	5	3.08	1.19
9-Kültürümün benzer/aynı olması	1	5	3.23	1.13
10-Becerikli/yetenekli/hamarat olması	1	5	3.48	.98
11-Yaşının benimle eşit ya da yakın olması	1	5	3.23	1.12
12-Ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması	1	5	3.48	1.14
13-Cinsel açıdan çekici olması	1	5	3.60	.98

14-Hoşgörülü/duyarlı/cana yakın olması	1	5	4.65	.55
15-Evleneceğim kişinin dindar olması	1	5	3.31	1.37
16-Daha önce evlenmemiş olması	1	5	3.77	1.20
17-Flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam	1	5	3.24	1.19
18-Yaşam tarzlarımızın birbirine uyması	1	5	4.25	.75
19-Aile bağlarına düşkün olması	1	5	3.89	.99
20-Evleneceğim kişinin popülaritesinin yüksek olması	1	5	2.18	1.11
Eş Seçimi Kriterleri Toplam	20	100	3.52	.46

Tablo 4.3.1.'deki veriler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri ölçeğinde verilen maddelere bir bütün olarak düşünüldüğünde yüksek ($\bar{x}=3.52$) düzeyde katıldıkları görülmüştür.

Eş seçimi kriterleri ayrıntılı incelendiğinde üniversite öğrencilerinin eş adaylarında “Hoşgörülü/Duyarlı/Cana yakın Olması” ($\bar{x}=4.65$), “Yaşam Tarzlarımızın Birbirine Uyması” ($\bar{x}=4.25$), “Aşık Olmam/ Aşk İlişkisinin Olması” ($\bar{x}=4.21$) çok yüksek düzeyde ve “Eş Tercihimde Ailemin Onayı” ($\bar{x}=4.00$) kriterlerine yüksek düzeyde önem verdikleri anlaşılmaktadır. Üniversite öğrencileri eş seçiminde evleneceği kişinin “Hoşgörülü/Duyarlı/Cana yakın Olması” en fazla önem verilen kriter olarak görülmektedir.

Buna karşılık öğrencilerin “Evleneceğim Kişinin Popülaritesinin Yüksek Olması” kriterine düşük ($\bar{x}=2.18$) önem verdikleri görülmektedir. Ayrıca “Maddi Durumunun İyi (Zengin) Olması” kısmen önemli ($\bar{x}=2.95$) gördükleri anlaşılmaktadır.

4.4. Dördüncü Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş, planladığı evlilik şekli bakımından karşılaştırılması.

a) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **fakülte değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 4.4.1.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının fakülte değişkenine göre t testi analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Fakülte	\bar{x}	t	df	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Eğitim Fakültesi	116.88	2.032	471	0.04*
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	110.79			
Meşguliyet	Eğitim Fakültesi	37.74	0.766	471	0.44
	İnsan ve Toplum Fakültesi	36.95			
Duygu Durum Düzenleme	Eğitim Fakültesi	14.56	1.568	471	0.11
	İnsan ve Toplum Fakültesi	13.78			
Tekrarlama	Eğitim Fakültesi	14.15	0.569	471	0.57
	İnsan ve Toplum Fakültesi	13.78			
Çatışma	Eğitim Fakültesi	50.40	1.880	471	0.61
	İnsan ve Toplum Fakültesi	46.45			

$t > 1.96$, $p < .05$.

Tablo 4.4.1. incelendiğinde eğitim fakültesinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin ($\bar{x}=116.88$) insan ve toplum fakültesinde öğrenim gören öğrencilere ($\bar{x}=110.79$) oranla az farkla sosyal medya bağımlısı oldukları görülmektedir.

b) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **sınıf değişkenine** göre analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda görüldüğü gibidir.

Tablo 4.4.2.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin sınıf değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Sınıf	N	\bar{x}	Ss.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplamı	1. sınıf	232	119.28	25.97
	2. sınıf	44	113.84	23.83
	3. sınıf	64	114.65	24.71
	4. sınıf	133	110.93	22.26
Meşguliyet	1. sınıf	232	37.64	9.12
	2. sınıf	44	37.86	8.25
	3. sınıf	64	36.10	7.90
	4. sınıf	133	38.18	8.08
Duygu Durum Düzenleme	1. sınıf	232	14.62	5.32
	2. sınıf	44	13.84	4.92
	3. sınıf	64	14.20	5.33

	4. sınıf	133	14.27	4.57
Tekrarlama	1. sınıf	232	14.68	5.66
	2. sınıf	44	12.77	4.45
	3. sınıf	64	14.79	5.07
	4. sınıf	133	13.12	5.00
Çatışma	1. sınıf	232	52.32	18.99
	2. sınıf	44	49.36	15.69
	3. sınıf	64	49.54	16.57
	4. sınıf	133	45.35	14.52

Tablo 4.4.2. incelendiğinde öğrencilerin büyük çoğunluğunun 1. Sınıf ve 4. Sınıf öğrencilerinden oluştuğu, sosyal medya bağımlılığı toplamında görece en yüksek ortalamanın 1.sınıf öğrencilerine, meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt boyutlarında 4. Sınıf öğrencilerine, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarında 3. Sınıf öğrencilerine ait olduğu görülmektedir.

Tablo 4.4.3.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sınıf değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kareler Top.	df	Ortalamalar Karesi	F	p	Farklar
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	6220.77	g.arası 3 g.içi 469 Top. 472	2073.59	3.42	.01*	1. sınıf - 4. sınıf
Meşguliyet	190.54	g.arası 3 g.içi 469 Top. 472	63.51	0.85	.46	-
Duygu Durum Düzenleme	30.19	g.arası 3 g.içi 469 Top. 472	10.06	0.38	.76	-
Tekrarlama	314.87	g.arası 3 g.içi 469 Top. 472	104.95	3.73	.01*	1. sınıf - 4. sınıf
Çatışma	4115.71	g.arası 3 g.içi 469 Top. 472	11371.90	4.62	.00*	1. sınıf - 4. sınıf

Tablo 4.4.3. incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı toplamında, tekrarlar alt boyutunda ve çatışma alt boyutunda sınıf değişkenine göre anlamlı farklılıklar belirlenmiştir.

Tablo 4.4.4.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sınıf değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Sınıf	\bar{x}	Ortalamalar Farkı	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1.sınıf	119.28		
	4.sınıf	110.93	8.35	.00
Tekrarlama	1. sınıf	14.68	1.56	.03
	4. sınıf	13.12		
Çatışma	1. sınıf	52.32	6.96	.00
	4. sınıf	45.35		

4.4.4. tablo incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı toplamında 1. ($\bar{x} = 119.28$) ve 4. ($\bar{x} = 110.93$), tekrarlama alt boyutunda 1. ($\bar{x} = 14.68$) ve 4. ($\bar{x} = 13.12$) ve çatışma alt boyutunda 1. ($\bar{x} = 52.32$) ve 4. ($\bar{x} = 45.35$) sınıf öğrencileri arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir. 1. Sınıf öğrencilerinin 4. Sınıf öğrencilerinden daha bağımlı olması, ergenlikten ilk yetişkinliğe doğru ilerledikçe sosyal medyayı amacına uygun ve sınırlı kullanma eğilimi oluştuğu ve sosyal medya bağımlılığının azaldığı şeklinde yorumlanabilir.

c) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **cinsiyet değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.4.5'te yer almaktadır.

Tablo 4.4.5.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyet değişkenine göre t testi analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Cinsiyet	\bar{x}	t	df	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Kadın	115.09			
	Erkek	116.93	-0.787	471	.431
Meşguliyet	Kadın	37.54	-0.211	471	.833
	Erkek	37.71			
Duygu Durum Düzenleme	Kadın	14.47	0.426	471	.670
	Erkek	14.26			
Tekrarlama	Kadın	13.91	-0.887	471	.375
	Erkek	14.36			
Çatışma	Kadın	49.16	-0.870	471	.385
	Erkek	50.59			

$t > 1.96$, $p < .05$.

Tablo 4.4.5'teki verilere göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinde ve alt boyutlarında cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir.

d) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **yaş değişkenine göre** analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 4.4.6.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin yaş değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Yaş	N	\bar{x}	Ss.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	18 yaş	65	115.96	25.26
	19 yaş	99	118.81	23.94
	20 yaş	94	120.55	25.91
	21 yaş	80	113.76	26.16
	22 yaş	60	109.80	21.62
	23 yaş ve üstü	75	112.70	24.11
Meşguliyet	18 yaş	65	37.76	8.58
	19 yaş	99	37.36	9.14
	20 yaş	94	37.59	8.39
	21 yaş	80	38.08	9.58
	22 yaş	60	36.03	6.82
	23 yaş ve üstü	75	38.56	8.36
Duygu Durum Düzenleme	18 yaş	65	13.86	5.06
	19 yaş	99	14.91	5.30
	20 yaş	94	14.34	5.40
	21 yaş	80	14.96	4.99
	22 yaş	60	13.28	4.14
	23 yaş ve üstü	75	14.52	5.11
Tekrarlama	18 yaş	65	13.78	5.94
	19 yaş	99	14.13	5.61
	20 yaş	94	15.00	5.36
	21 yaş	80	14.22	4.98
	22 yaş	60	13.56	4.57
	23 yaş ve üstü	75	13.41	5.38
Çatışma	18 yaş	65	50.55	19.39
	19 yaş	99	52.40	17.79
	20 yaş	94	53.61	17.95
	21 yaş	80	46.38	16.48
	22 yaş	60	46.91	15.92
	23 yaş ve üstü	75	46.21	15.28

Tablo 4.4.6. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin yaş değişkenine göre sayılarında dengeli bir dağılım olduğu görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı

toplamında 20 yaşındaki öğrencilerin, meşguliyet alt boyutunda 23 yaş ve üstü öğrencilerin, duygu durum düzenleme alt boyutunda 21 yaşındaki öğrencilerin, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarında 20 yaşındaki öğrencilerin görece en yüksek ortalamaya sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 4.4.7.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının yaş değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	6237.18	g.arası 5 g.içi 467 Top. 472	1247.43	2.05	.07	-
Meşguliyet	242.75	g.arası 5 g.içi 467 Top 472	48.55	0.65	.65	-
Duygu Durum Düzenleme	147.06	g.arası 5 g.içi 467 Top 472	29.41	1.14	.33	-
Tekrarlama	136.29	g.arası 5 g.içi 467 Top 472	27.26	0.95	.44	-
Çatışma	4415.62	g.arası 5 g.içi 467 Top 472	883.12	2.97	.01*	19-21 yaş 20-21 20-22 19-23 +

Tablo 4.4.7.'deki verilere göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları yaş değişkenine göre çatışma alt boyutunda anlamlı farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların kaynağına ilişkin Scheffe analizi sonuçları Tablo 23'te verilmiştir.

Tablo 4.4.8.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının yaş değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Yaş	\bar{x}	Ort. Farkı	p
	19	52.40	5.91	.02
	21	46.48		
	19	52.40	6.19	.01
	23+	46.21		
Çatışma	20	53.61	7.12	.00
	21	46.48		

20	53.61	6.70	.01
22	46.91		

Tablo 4.4.8.'teki veriler ayrıntılı olarak incelendiğinde 19 ($\bar{x}=52.40$) ile 21 ($\bar{x}=46.48$), 19 ($\bar{x}=52.40$) ile 23 ($\bar{x}=46.21$), 20 ($\bar{x}=53.61$) ile 21 ($\bar{x}=46.48$) ve 20 ($\bar{x}=53.61$) ile 22 ($\bar{x}=46.91$) yaşları arasında fark olması öğrencilerin yaşları ilerledikçe sosyal medya bağımlılıklarında azalma eğiliminde olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bunun sebebi olarak öğrencilerin hem yaş hem de akademik olarak olgunlaşmaları ve eğitim sürecinin sonuna doğru mesleki kaygının ve/veya bilincin artması gösterilebilir.

e) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **ebeveyn birliktelik durumu** değişkenine göre analiz sonuçları tablo 4.4.9.'da verilmiştir.

Tablo 4.4.9.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının ebeveyn birliktelik durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Ebeveyn birliktelik durumu	\bar{x}	F	df	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Birlikte	115.44	0.60	g. arası 2	.548
	Ayrı	119.28		g. içi 470	
	Diğer	121.23		Top. 472	
Meşguliyet	Birlikte	37.53	1.32	g. arası 2	.266
	Ayrı	39.96		g. içi 470	
	Diğer	35.53		Top 472	
Duygu Durum Düzenleme	Birlikte	14.39	0.22	g. arası 2	.803
	Ayrı	14.84		g. içi 470	
	Diğer	13.69		Top 472	
Tekrarlama	Birlikte	14.10	0.13	g. arası 2	.872
	Ayrı	13.60		g. içi 470	
	Diğer	14.46		Top 472	
Çatışma	Birlikte	49.41	1.43	g. arası 2	.239
	Ayrı	50.88		g. içi 470	
	Diğer	57.53		Top 472	

Tablo 4.4.9.'da görüldüğü üzere öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ebeveynlerinin birliktelik durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

f) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **anne öğrenim durumu** değişkenine ilişkin analiz sonuçları tablo 4.4.10'da verilmiştir.

Tablo 4.4.10.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının anne öğrenim durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Anne Öğrenim Durumu	\bar{x}	F	df	p			
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Okuma-yazma bilmiyor	109.47	1.05	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.370			
	İlkokul mezunu	114.26						
	Ortaokul veya Lise	117.83						
	Üniversite	115.46						
	Okuma-yazma bilmiyor	36.88						
Meşguliyet	İlkokul mezunu	37.65	1.11	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.341			
	Ortaokul veya Lise	38.19						
	Üniversite	36.12						
	Okuma-yazma bilmiyor	12.64				0.80	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.479
	İlkokul mezunu	14.29						
Ortaokul veya Lise	14.56							
Üniversite	14.58							
Okuma-yazma bilmiyor	14.05	0.34	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.793				
İlkokul mezunu	14.39							
Ortaokul veya Lise	13.95							
Üniversite	13.74							
Okuma-yazma bilmiyor	45.88				1.48	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.219	
İlkokul mezunu	47.92							
Ortaokul veya Lise	51.11							
Üniversite	51.01							
Çatışma	51.01							

Öğrencilerin genel sosyal medya bağımlılık düzeylerinde ve alt boyutlarında anne öğrenim durumu değişkenine göre anlamlı farklılık belirlenmemiştir.

g) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **baba öğrenim durumu** değişkenlerine göre analiz sonuçları tablo 4.4.11.'de verilmiştir.

Tablo 4.4.11.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının baba öğrenim durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Baba Öğrenim Durumu	\bar{x}	F	df	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Okuma-yazma bilmiyor	110.33	0.14	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.935
	İlkokul mezunu	116.66			
	Ortaokul veya Lise	115.63			
	Üniversite	115.68			
Meşguliyet	Okuma-yazma bilmiyor	35.33	0.41	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	-.745
	İlkokul mezunu	38.31			
	Ortaokul veya Lise	37.48			
	Üniversite	37.39			
Duygu Durum Düzenleme	Okuma-yazma bilmiyor	14.50	0.50	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.681
	İlkokul mezunu	14.84			
	Ortaokul veya Lise	14.12			
	Üniversite	14.52			
Tekrarlama	Okuma-yazma bilmiyor	13.66	0.71	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.546
	İlkokul mezunu	14.75			
	Ortaokul veya Lise	13.98			
	Üniversite	13.77			
Çatışma	Okuma-yazma bilmiyor	46.83	0.19	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.900
	İlkokul mezunu	48.75			
	Ortaokul veya Lise	50.03			
	Üniversite	50.00			

Tablo 4.4.11.'de görüldüğü üzere öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları düzeylerinde ve alt boyutlarında baba öğrenim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir.

h) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **anne çalışma durumu değişkenine** ilişkin analiz sonuçları tablo 4.4.12.'de verilmiştir.

Tablo 4.4.12.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının anne çalışma durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Anne Çalışma Durumu	\bar{x}	F	df	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Çalışıyor	116.32	0.23	g.içi 2	.789
	Çalışmıyor	115.86		g.arası 470	
	Emekli	112.82		Top. 472	
Meşguliyet	Çalışıyor	37.34	0.44	g.içi 2	.641
	Çalışmıyor	37.83		g.arası 470	
	Emekli	36.41		Top. 472	
Duygu Durum Düzenleme	Çalışıyor	14.61	0.43	g.içi 2	.646
	Çalışmıyor	14.24		g.arası 470	
	Emekli	14.96		Top. 472	
Çatışma	Çalışıyor	13.92	1.10	g.içi 2	.333
	Çalışmıyor	14.27		g.arası 470	
	Emekli	12.79		Top. 472	
Tekrarlama	Çalışıyor	50.43	0.18	g.içi 2	.829
	Çalışmıyor	49.50		g.arası 470	
	Emekli	48.65		Top. 472	

Tablo 4.4.12.'de görüldüğü üzere öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ve alt boyutlarında anne çalışma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir.

i) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **baba çalışma durumu** değişkenlerine göre analiz sonuçları tablo 4.4.13.'te bulunmaktadır.

Tablo 4.4.13.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının baba çalışma durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Baba Çalışma Durumu	\bar{x}	F	df	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Çalışıyor	116.31	0.96	g.içi 2	.384
	Çalışmıyor	120.18		g.arası 470	
	Emekli	112.81		Top. 472	
Meşguliyet	Çalışıyor	37.81	1.47	g.içi 2	.229
	Çalışmıyor	39.68		g.arası 470	
	Emekli	36.36		Top. 472	
	Çalışıyor	14.26	0.82	g.içi 2	.439
	Çalışmıyor	14.06		g.arası 470	

Duygu Durum Düzenleme	Emekli	15.02		Top. 472
Çalışma	Çalışıyor	14.21	0.65	g.içi 2
	Çalışmıyor	14.25		g.arası 470
	Emekli	13.49		Top. 472
Tekrarlama	Çalışıyor	50.02	0.67	g.içi 2
	Çalışmıyor	52.18		g.arası 470
	Emekli	47.93		Top. 472

Tablo 4.4.13. incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve alt boyutlarında baba çalışma durumuna göre anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir.

j) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının kullandıkları **sosyal medya uygulamaları** değişkenine göre analiz sonuçları tablo 4.4.14. görülmektedir.

Sosyal medya uygulamaları 1-Twitter, 2-İnstagram, 3-Facebook, 5-Youtube 6-Tumblr olarak numaralandırılmıştır. Birden fazla medya uygulaması kullanımında numaralandırılan sosyal medya uygulamasının numaraları birlikte verilmiştir. Örneğin Instagram ve Youtube birlikte kullanılıyorsa bu durum 25 olarak verilmiştir. Bu sıralama aynı zamanda kullanılan sosyal medya uygulamasının tercih sıralamasını da ifade etmektedir.

Tablo 4.4.14.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin kullandıkları sosyal medya uygulamaları değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları	N	\bar{x}	Ss.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	25	114	116.14	26.08
	52	27	104.88	21.30
	125	21	118.71	28.14
	215	49	114.51	21.53
	251	48	115.52	25.79
	253	31	126.03	26.66
	521	16	112.56	23.98
	235	11	119.45	27.65
	256	15	112.86	20.98
	Meşguliyet	25	114	37.40
52		27	33.92	7.49
125		21	37.23	10.17
215		49	40.63	8.71

	251	48	38.33	7.54
	253	31	40.00	8.43
	521	16	34.62	8.45
	235	11	38.72	8.85
	256	15	39.20	8.42
Duygu Durum Düzenleme	25	114	14.23	5.21
	52	27	13.70	5.34
	125	21	14.42	5.13
	215	49	12.95	4.68
	251	48	13.81	4.67
	253	31	16.22	4.55
	521	16	13.37	5.00
	235	11	14.54	5.73
	256	15	14.13	4.25
	Tekrarlama	25	114	14.14
52		27	13.58	4.94
125		21	13.95	5.66
215		49	13.97	5.37
251		48	14.02	5.21
253		31	15.16	5.61
521		16	11.93	5.07
235		11	15.45	5.69
256		15	12.66	5.71
Çatışma		25	114	50.35
	52	27	43.77	15.40
	125	21	53.09	19.71
	215	49	46.93	17.24
	251	48	49.35	17.24
	253	31	54.64	16.91
	521	16	52.62	18.94
	235	11	50.72	17.12
	256	15	46.86	15.55

4.4.14. tablodaki verilere göre üniversite öğrencilerinin çoğunluğu (n=114) instagram ve youtube uygulamalarını kullanmaktadır.

Tablo 4.4.15.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının kullandıkları sosyal medya uygulamalarına göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kareler Top.	df	Kareler farkı	F	p	Farklar
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	7181.46	g. içi 9 g. arası 463 Top. 472	797.94	1.30	.23	-

Meşguliyet	1312.12	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	145.79	2.01	.03*	25-215, 52-253, 52-215, 251-52, 521-253, 521- 215
Duygu Durum Düzenleme	320.68	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	35.63	1.39	.19	-
Tekrarlama	177.77	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	19.75	0.68	.72	-
Çatışma	2644.95	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	293.88	0.96	.46	-

Tablo 4.4.15. incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının kullandıkları sosyal medya uygulamaları değişkenine göre; meşguliyet alt boyutunda instagram-youtube kullananlar ile instagram-twitter-youtube kullananlar arasında, youtube-instagram kullananlar ile instagram-twitter-youtube kullananlar arasında, youtube-instagram kullananlar ile instagram-youtube-facebook kullananlar arasında, instagram-youtube-twitter kullananlar ile youtube-instagram kullananlar arasında, youtube-instagram-twitter kullananlar ile instagram-youtube-facebook kullananlar arasında, youtube-instagram-twitter kullananlar ile instagram-twitter-youtube kullananlar arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının kullandıkları sosyal medya uygulamaları değişkenine ilişkin Scheffe analizi sonuçları tablo 4.4.16. verilmiştir.

Tablo 4.4.16.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının kullandıkları sosyal medya uygulamalarına göre Scheffe analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Sosyal Medya Uygulamaları	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Meşguliyet	25	37.40	-3.22	.03
	215	40.63		
	52	33.92	-6.07	.00
	253	40.00		
	52	33.93	-6.70	.00
	215	40.63		
	251	38.33	4.40	.03
	52	33.92		
	521	34.62	-5.37	.04

253	40.00		
521	34.62	-6.00	.01
215	40.63		

Tablo 4.4.16. incelendiğinde instagram-twitter-youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =40.63) instagram-youtube (\bar{x} =37.40) kullananlara göre, instagram-youtube-facebook (\bar{x} =40.00) kullanan öğrencilerin youtube-instagram (\bar{x} =33.92) kullanan öğrencilere göre, instagram-twitter-youtube (\bar{x} =40.63) kullanan öğrencilerin youtube-instagram (\bar{x} =33.93) kullanan öğrencilere göre, instagram-youtube-twitter (\bar{x} =38.33) kullanan öğrencilerin youtube-instagram (\bar{x} =33.92) kullanan öğrencilere göre, instagram-youtube-facebook (\bar{x} =40.00) kullanan öğrencilerin youtube-instagram-twitter (\bar{x} =34.62) kullananlara göre ve instagram-twitter-youtube (\bar{x} =40.63) kullananların youtube-instagram-twitter (\bar{x} =34.62) kullanan öğrencilere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul oldukları görülmüştür.

k) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **sosyal medyaya erişim aracı değişkenine** ilişkin veriler incelendiğinde öğrencilerin %96.6'sının sosyal medyaya akıllı telefon aracılığıyla eriştiği görülmüştür. Bu nedenle sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile sosyal medyaya erişim aracı karşılaştırması istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

l) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **sosyal medya kullanım süresi değişkenine** ilişkin analiz sonuçları Tablo 4.4.17. verilmiştir.

Tablo 4.4.17.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin sosyal medya kullanımı süresi değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Sosyal Medya Kullanımı Süresi (yıl)	N	\bar{x}	Ss.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1 yıldan az	11	116.09	22.26
	1-3 yıl	37	111.83	25.28
	4.-6 yıl	203	116.02	24.70
	7 yıldan fazla	222	116.24	25.03
Meşguliyet	1 yıldan az	11	27.90	8.32
	1-3 yıl	37	33.54	7.59
	4.-6 yıl	203	38.31	8.62
	7 yıldan fazla	222	38.12	8.31

Duygu Durum Düzenleme	1 yıldan az	11	15.54	6.54
	1-3 yıl	37	13.45	5.13
	4.-6 yıl	203	13.88	5.13
	7 yıldan fazla	222	14.95	4.90
Tekrarlama	1 yıldan az	11	15.90	5.06
	1-3 yıl	37	14.97	5.07
	4.-6 yıl	203	14.22	5.20
	7 yıldan fazla	222	13.72	5.52
Çatışma	1 yıldan az	11	56.72	16.32
	1-3 yıl	37	49.86	16.11
	4.-6 yıl	203	49.60	16.83
	7 yıldan fazla	222	49.43	18.22

Tablo 4.4.17.'deki verilere göre üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun sosyal medyayı 4-6 yıldır (n=203) ve 7 yıldan fazla süredir (n=222) kullanmakta oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 4.4.18.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanım süresi değişkenine ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kareler Top.	df	Kareler farkı	F	p	Farklar
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	636.09	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	212.03	0.34	.79	-
Meşguliyet	1806.62	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	602.20	8.53	.00*	1 yıldan az- 4-6 yıl 1 yıldan az – 7 yıldan fazla 1-3 yıl – 4-6 yıl 1-3 yıl – 7 yıldan fazla
Duygu Durum Düzenleme	170.12	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	56.70	2.21	.08	-
Tekrarlama	99.30	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	33.10	1.15	.32	-
Çatışma	561.30	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	187.10	0.61	.60	-

Tablo 4.4.18'deki verilere göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre meşgulliyet alt boyutunda sosyal medyayı 1 yıldan az kullananlar ile 4-6 yıldır kullananlar arasında, 1 yıldan az kullananlar ile 7 yıldan fazla kullananlar arasında, 1-3 yıldır kullananlar ile 4-6 yıldır kullananlar arasında, 1-3 yıldır kullananlar ile 7 yıldan fazla zamandır kullananlar arasında anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanımı süresi değişkenine ilişkin Scheffe analizi Tablo 4.4.19'dadır.

Tablo 4.4.19.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanımı süresi değişkenine ilişkin Scheffe analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Sosyal Medya Kullanım Süresi	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Meşgulliyet	1 yıldan az	27.90	-10.40	.00
	4-6 yıl	38.31		
	1 yıldan az	27.90	-10.21	.00
	7 yıldan fazla	38.12		
	1-3 yıl	33.54	-4.58	.02
	7 yıldan fazla	38.12		
	1-3 yıl	33.54	-4.76	.01
	4-6 yıl	38.31		

Tablo 4.4.19. incelendiğinde sosyal medyayı 4-6 yıldır ($\bar{x}=38.31$) kullanan öğrencilerin 1 yıldan az ($\bar{x}=27.90$) kullanan öğrencilere göre, 7 yıldan fazla ($\bar{x}=38.12$) süredir kullanan öğrencilerin 1 yıldan az ($\bar{x}=27.90$) kullanan öğrencilere göre, 7 yıldan fazla ($\bar{x}=38.12$) süredir kullanan öğrencilerin 1-3 yıldır ($\bar{x}=33.54$) kullanan öğrencilere göre, 4-6 yıldır ($\bar{x}=38.31$) kullanan öğrencilerin ise 1-3 yıldır ($\bar{x}=33.54$) kullanan öğrencilere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul oldukları görülmüştür. Bu verilere göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerinin bilinmesi, sosyal medya ile ne kadar meşgul olduklarının anlaşılması konusunda belirleyici olabilir.

m) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **sosyal medya kullanımı sıklığı değişkenine** ilişkin analiz sonuçları tablo 4.4.20'de verilmiştir.

Tablo 4.4.20.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Sosyal Medya Kullanımı Sıklığı (günlük)	N	\bar{x}	Ss.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1 saatten az	20	116.55	22.38
	1-3 saat	239	111.44	24.98
	4-6 saat	190	119.31	24.04
	7 saatten fazla	24	130.83	21.64
Meşguliyet	1 saatten az	20	30.70	8.79
	1-3 saat	239	35.67	7.89
	4-6 saat	190	39.71	7.96
	7 saatten fazla	24	45.95	9.82
Duygu Durum Düzenleme	1 saatten az	20	15.35	4.62
	1-3 saat	239	13.32	4.85
	4-6 saat	190	15.26	5.17
	7 saatten fazla	24	17.33	4.58
Tekrarlama	1 saatten az	20	15.90	4.50
	1-3 saat	239	14.05	5.16
	4-6 saat	190	13.76	5.49
	7 saatten fazla	24	15.41	6.36
Çatışma	1 saatten az	20	54.60	18.55
	1-3 saat	239	48.38	17.80
	4-6 saat	190	50.56	17.00
	7 saatten fazla	24	52.12	15.34

4.4.20. tablodaki verilere göre üniversite öğrencilerinin çoğunluğu sosyal medyayı günde 1-3 saat (n=239) ve 4-6 saat (n=190) arası kullanmaktadır.

Tablo 4.4.21.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanımı sıklığı değişkenine ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kareler Top.	df	Kareler F farkı	F	p	Farklar (saat)
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	12312.76	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	4104.25	6.92	.00*	1-3 – 4-6 saat 1-3 saat – 7 saatten fazla

Meşguliyet	4358.21	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	1452.73	22.30	.00*	1 saatten az – 4-6 saat 1 saatten az – 7 saatten fazla 1-3 saat – 4-6 saat 1-3 saat – 7 saatten fazla 4-6 saat – 1 saatten az 4-6 saat – 7 saatten fazla
Duygu Durum Düzenleme	643.33	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	214.44	8.71	.00*	1-3 saat – 7 saatten fazla 1-3 saat – 4-6 saat
Tekrarlama	127.70	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	42.57	1.49	.21	-
Çatışma	1176.14	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	392.08	1.29	.27	-

Tablo 4.4.21.'deki verilere göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı toplamında 1-3 saat kullananlar ile 4-6 saat kullananlar arasında, 1-3 saat kullananlar ile 7 saatten fazla kullananlar arasında anlamlı fark olduğu görülmüştür. Meşguliyet alt boyutunda 1 saatten az kullananlar ile 4-6 saat kullananlar arasında, 1 saatten az kullananlar ile 7 saatten fazla kullananlar arasında 1-3 saat kullananlar ile 4-6 saat kullananlar arasında, 1-3 saat kullananlar ile 7 saatten fazla kullananlar arasında, 4-6 saat kullananlar ile 1 saatten az kullananlar arasında ve 4-6 saat kullananlar ile 7 saatten fazla kullananlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Duygu durum düzenleme alt boyutunda 1-3 saat kullananlar ile 7 saatten fazla kullananlar arasında ve 1-3 saat kullananlar ile 4-6 saat kullananlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanımı sıklığı değişkenine ilişkin Scheffe analizi sonuçları tablo 4.4.22.'de verilmiştir.

Tablo 4.4.22. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanımı sıklığı değişkenine ilişkin Scheffe analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Sosyal Medya Kullanım Sıklığı (Günlük)	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1-3 saat	111.44	-7.86	.01
	4-6 saat	119.31		
	1-3 saat	111.44	-19.38	.00
	7 saatten fazla	130.83		
Meşguliyet	1 saatten az	30.70	-9.01	.00
	4-6 saat	39.71		
	1 saatten az	30.70	-15.25	.00
	7 saatten fazla	45.95		
	1-3 saat	35.67	-4.03	.00
	4-6 saat	39.71		
	1-3 saat	35.67	-10.28	.00
	7 saatten fazla	45.95		
Duygu Durum Düzenleme	4-6 saat	39.71	9.01	.00
	1 saatten az	45.95		
	4-6 saat	39.71	-6.27	.00
	7 saatten fazla	45.95		
	1-3 saat	13.32	-4.00	.00
	7 saatten fazla	17.33		
	1-3 saat	13.32	-1.94	.00
	4-6 saat	15.26		

Tablo 4.4.22. incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre sosyal medyayı 4-6 saat (\bar{x} =119.31) kullanan öğrencilerin 1-3 saat (\bar{x} =111.44) kullanan öğrencilere oranla daha bağımlı oldukları ve 7 saatten fazla (\bar{x} =130.83) kullanan öğrencilerin 1-3 saat (\bar{x} =111.44) kullanan öğrencilere oranla daha bağımlı oldukları görülmüştür. Bu verilere göre sosyal medyada geçirilen zaman sosyal medya bağımlılığının tespitinde yordayıcı bir değişken olabilir.

Meşguliyet alt boyutunda sosyal medyayı 4-6 saat (\bar{x} =39.71) kullanan öğrencilerin 1 saatten az (\bar{x} =30.70) kullanan öğrencilere oranla, 7 saatten fazla (\bar{x} =45.95) kullanan öğrencilerin 1 saatten az (\bar{x} =30.70) kullanan öğrencilere oranla, 4-6 saat (\bar{x} =39.71) kullanan öğrencilerin 1-3 saat (\bar{x} =35.67) kullananlara oranla, 7 saatten fazla (\bar{x} =45.95) kullanan öğrencilerin 1-3 saat (\bar{x} =35.67) kullanan öğrencilere oranla, 1 saatten az (\bar{x} =45.95) kullanan öğrencilerin 4-6 saat (\bar{x} =39.71) kullananlara oranla, 7 saatten fazla (\bar{x} =45.95) kullanan öğrencilerin 4-6 saat (\bar{x} =39.71) kullanan öğrencilere oranla sosyal medya ile daha fazla meşgul oldukları görülmüştür.

Duygu durum düzenleme alt boyutunda sosyal medyayı 7 saatten fazla (\bar{x} =17.33) kullanan öğrencilerin 1-3 saat (\bar{x} =13.32) kullanan öğrencilere oranla ve 4-6 saat

($\bar{x}=15.26$) kullanan öğrencilerin 1-3 saat ($\bar{x}=13.32$) kullanan öğrencilere oranla duygu durum düzenlemede daha fazla kullandıkları görülmüştür.

n) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **evlenme yaşı planı değişkenine** ilişkin analiz sonuçları tablo 4.4.23.'tedir.

Tablo 4.4.23.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme yaşı planı değişkenine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Planlanan evlenme yaşı aralığı	N	\bar{x}	Ss.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	21-25 yaş	192	110.72	23.61
	26-30 yaş	263	119.02	25.24
	Düşünmüyor	18	122.94	22.15
Meşguliyet	21-25 yaş	192	37.03	8.45
	26-30 yaş	263	37.84	8.72
	Düşünmüyor	18	40.22	8.05
Duygu Durum Düzenleme	21-25 yaş	192	13.60	5.23
	26-30 yaş	263	14.84	4.88
	Düşünmüyor	18	16.16	5.34
Tekrarlama	21-25 yaş	192	13.73	5.29
	26-30 yaş	263	14.34	5.43
	Düşünmüyor	18	13.94	4.67
Çatışma	21-25 yaş	192	46.33	15.93
	26-30 yaş	263	51.97	18.30
	Düşünmüyor	18	52.61	13.78

Tablo 4.4.23. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ve duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyutları, evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkeni üzerinde etkili olabilmektedir.

Tablo 4.4.24.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme yaşı planı değişkenine ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	8597.537	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	4298.769	7.168	.00*	21-25 yaş – 26-30 yaş
Meşguliyet	200.870	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	100.435	1.360	.25	-

Duygu Durum Düzenleme	228.950	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	114.475	4.499	.01*	21-25 yaş – 26-30 yaş
Tekrarlama	41.705	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	20.852	0.728	.48	-
Çatışma	3685.761	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	1842.880	6.208	.00*	21-25 yaş – 26-30 yaş

Tablo 4.4.24. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme yaşı planı değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı toplamında 21-25 yaş aralığı ile 26-30 yaş aralığı arasında, duygu durum düzenleme alt boyutunda 21-25 yaş aralığı ile 26-30 yaş aralığı arasında ve çatışma alt boyutunda 21-25 yaş aralığı ile 26-30 yaş aralığı arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme yaşı planı değişkenine ilişkin Scheffe analizi sonuçları tablo 4.4.25.'tedir.

Tablo 4.4.25.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme yaşı planı değişkenine ilişkin Scheffe analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Planlanan evlenme yaşı aralığı	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	21-25 yaş	110.72	-8.29	.00
	26-30 yaş	119.02		
Duygu Durum Düzenleme	21-25 yaş	13.60	-1.23	.03
	26-30 yaş	14.84		
Çatışma	21-25 yaş	46.33	-5.63	.00
	26-30 yaş	51.97		

Tablo 4.4.25'teki verilere göre sosyal medya bağımlılığı toplamında 26-30 yaş (\bar{x} =119.02) aralığında evlenmeyi planlayan üniversite öğrencilerinin 21-25 yaş (\bar{x} =110.72) aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla daha fazla sosyal medya bağımlısı oldukları görülmüştür. Duygu durum düzenleme alt boyutunda 26-30 yaş (\bar{x} =14.84) aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin 21-25 yaş (\bar{x} =13.60) aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere göre sosyal medyayı duygu durumu düzenleme amacıyla daha fazla kullandığı görülmüştür. Çatışma alt boyutunda ise 26-30 yaş (\bar{x} =51.97) aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin 21-25 yaş (\bar{x} =

46.33) aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere göre daha fazla çatışma halinde oldukları görülmüştür.

o) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **ebeveyn evlenme şekli değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.4.26.da verilmiştir.

Tablo 4.4.26.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Ebeveyn Evlenme Şekli	N	\bar{x}	Ss.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Aşk ilişkisi/flört	92	120.30	25.61
	Tanıştırılarak	143	118.32	24.71
	Akraba evliliği	52	112.36	24.87
	Görücü usulü	186	112.59	24.06
Meşguliyet	Aşk ilişkisi/flört	92	38.30	8.72
	Tanıştırılarak	143	37.61	8.82
	Akraba evliliği	52	37.32	8.49
	Görücü usulü	186	37.33	8.43
Duygu Durum Düzenleme	Aşk ilişkisi/flört	92	14.78	5.32
	Tanıştırılarak	143	14.83	4.86
	Akraba evliliği	52	13.67	5.04
	Görücü usulü	186	14.06	5.12
Tekrarlama	Aşk ilişkisi/flört	92	14.27	5.75
	Tanıştırılarak	143	14.09	5.36
	Akraba evliliği	52	13.90	4.64
	Görücü usulü	186	14.03	5.35
Çatışma	Aşk ilişkisi/flört	92	52.94	18.44
	Tanıştırılarak	143	51.77	17.95
	Akraba evliliği	52	47.46	16.56
	Görücü usulü	186	47.15	16.34

Tablo 4.4.26.'daki veriler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin ebeveynlerinin çoğunluğunun tanıştırlarak (aracı usulü) ile (n=143) ve görücü usulü (n=186) yöntemi ile evlendikleri anlaşılmaktadır. Bunun yanında öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı toplamı ve çatışma alt boyutu ile ebeveyn evlenme şekli arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 4.4.27.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kareler Top.	df	Kareler farkı	F	p	Farklar
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	5302.86	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	1767.62	2.90	.03*	Aşk ilişkisi/Flört – Görücü usulü, Tanıştırılma arak – Görücü usulü
Meşguliyet	62.21	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	20.73	0.27	.84	-
Duygu Durum Düzenleme	89.44	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	29.81	1.15	.32	-
Tekrarlama	5.35	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	1.78	0.06	.98	-
Çatışma	3049.92	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	11016.64	3.40	.01*	Tanıştırılma arak – Görücü usulü, Aşk ilişkisi/Flört – Görücü usulü

Tablo 4.4.27. incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının ebeveynlerinin evlenme şekli değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı toplamında aşk ilişkisi/flört biçimi ile görücü usulü arasında, tanıştırılma biçimi ile görücü usulü evlenenler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Çatışma alt boyutunda ise tanıştırılma biçimi ile görücü usulü arasında ve aşk ilişkisi/flört biçimi ile görücü usulü ile evlenenler arasında anlamlı farklılık belirlenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.4.28’dedir.

Tablo 4.4.28.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Ebeveyn Evlenme Şekli	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Aşk İlişkisi/Flört	120.30	7.70	.01
	Görücü Usulü	112.59		
	Tanıştırılarak Görücü Usulü	118.32	5.73	.03
Çatışma	Tanıştırılarak Görücü Usulü	112.59		
	Tanıştırılarak Görücü Usulü	51.77	4.62	.01
	Görücü Usulü	47.15		
	Aşk İlişkisi/Flört	52.94	5.78	.00
	Görücü Usulü	47.15		

Tablo 4.4.28.'deki veriler incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı toplamında ebeveynleri aşk ilişkisi/flört (\bar{x} =120.30) biçimiyle evlenen üniversite öğrencilerinin ebeveynleri görücü usulü (\bar{x} =112.59) yoluyla evlenen öğrencilere oranla ve ebeveynleri tanıştırılma (\bar{x} =118.32) biçimi ile evlenen öğrencilerin ebeveynleri görücü usulüyle (\bar{x} =112.59) evlenen öğrencilere oranla sosyal medyaya daha bağımlı oldukları görülmektedir. Çatışma alt boyutunda ebeveynleri tanıştırılarak (\bar{x} =51.77) evlenen öğrencilerin ebeveynleri görücü usulü (\bar{x} =47.15) yoluyla evlenen öğrencilere oranla ve ebeveynleri aşk ilişkisi/flört (\bar{x} =52.94) biçimi ile evlenen öğrencilerin ebeveynleri görücü usulü (\bar{x} =47.15) yoluyla evlenen öğrencilere oranla sosyal medya ile çatışma halinde olduğu, sosyal medyadan olumsuz etkilendiği görülmüştür.

p) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının **evlenme şekli planı değişkenine** ilişkin analiz sonuçları tablo 4.4.29'da verilmiştir.

Tablo 4.4.29.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme şekli planı değişkenine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	Planlanan Evlenme Şekli	N	\bar{x}	Ss.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Aşk ilişkisi/flört	319	118.39	25.34
	Tanıştırılarak Görücü usulü	131	111.34	23.19
	Görücü usulü	23	105.21	20.08
Meşguliyet	Aşk ilişkisi/flört	319	38.37	8.78

	Tanıştırılarak	131	36.28	7.79
	Görücü usulü	23	34.91	9.13
Duygu Durum	Aşk ilişkisi/flört	319	14.81	5.02
Düzenleme	Tanıştırılarak	131	13.66	5.24
	Görücü usulü	23	12.69	4.19
Tekrarlama	Aşk ilişkisi/flört	319	14.07	5.55
	Tanıştırılarak	131	14.09	4.99
	Görücü usulü	23	14.21	4.55
Çatışma	Aşk ilişkisi/flört	319	51.12	18.01
	Tanıştırılarak	131	47.37	16.13
	Görücü usulü	23	43.39	13.35

4.4.29. tabloya göre üniversite öğrencilerinin çoğunluğunun aşk ilişkisi/flört yöntemi (n=319) yoluyla evlenmeyi planladıkları ve sosyal medya bağımlılığı toplamı ve meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyutunda anlamlı farklılaştığı görülmektedir.

Tablo 4.4.30.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme şekli planları değişkenine ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Kareler Top.	df	Kareler farkı	F	p	Farklar
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	7330.82	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	3665.41	6.08	.00	Aşk ilişkisi/flört – Tanıştırılarak Aşk ilişkisi/Flört – Görücü Usulü
Meşguliyet	614.27	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	307.13	4.21	.01	Aşk ilişkisi/flört – Tanıştırılarak
Duygu Durum Düzenleme	193.52	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	96.76	3.79	.02	Aşk ilişkisi/flört – Tanıştırılarak
Tekrarlama	0.48	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	0.24	0.00	.99	-
Çatışma	2275.01	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	1137.50	3.79	.02	Aşk ilişkisi/flört – Tanıştırılarak Aşk ilişkisi/Flört – Görücü Usulü

Tablo 4.4.30. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme şekli planı değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı toplamında aşk ilişkisi/flört ile tanıştırılma arasında, aşk ilişkisi/flört ile görücü usulü arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Meşguliyet alt boyutunda aşk ilişkisi/flört ile tanıştırılma arasında, duygu durum düzenleme alt boyutunda aşk ilişkisi/flört ile tanıştırılma arasında ve çatışma alt boyutunda aşk ilişkisi/flört ile tanıştırılma arasında ve aşk ilişkisi/flört ile görücü usulü arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme şekli planları değişkenine ilişkin Scheffe analizi sonuçları tablo 4.4.31.'de verilmiştir.

Tablo 4.4.31.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının evlenme şekli planları değişkenine ilişkin Scheffe analizi sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Evlenme Şekli Planı	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Aşk ilişkisi/Flört	118.39	7.05	.00
	Tanıştırılarak	111.34		
	Aşk ilişkisi/Flört	118.39	13.18	.01
Meşguliyet	Görücü Usulü	105.21	2.17	.01
	Aşk ilişkisi/Flört	38.37		
	Tanıştırılarak	36.20		
Duygu Durum Düzenleme	Aşk ilişkisi/Flört	14.81	1.15	.02
	Tanıştırılarak	13.66		
	Aşk ilişkisi/Flört	51.12	7.73	.03
Çatışma	Görücü Usulü	43.39	3.75	.03
	Aşk ilişkisi/Flört	51.12		
	Tanıştırılarak	47.37		

Tablo 4.4.31. incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı toplamında aşk ilişkisi/flört (\bar{x} =118.39) yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilerin tanıştırılarak (\bar{x} =111.34) evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla ve aşk ilişkisi/flört (\bar{x} =118.39) yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilerin görücü usulü (\bar{x} =105.21) yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu görülmüştür. Meşguliyet alt boyutunda aşk ilişkisi/flört (\bar{x} =38.37) yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilerin tanıştırılarak (\bar{x} =36.20) evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla sosyal medya ile daha fazla meşgul oldukları görülmüştür. Duygu durum düzenleme alt boyutunda aşk ilişkisi/flört (\bar{x} =14.81) yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilerin

tanıştırılarak ($\bar{x}=13.66$) evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla sosyal medyayı duygu durum düzenleme amacıyla kullandıkları anlaşılmaktadır. Çatışma alt boyutunda aşk ilişkisi/flört ($\bar{x}=51.12$) yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilerin tanıştırılarak ($\bar{x}=47.37$) evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla daha fazla çatışma halinde olduğu görülmüştür.

4.5. Beşinci Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş, planladığı evlilik şekli bakımından karşılaştırılması.

a) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **fakülte değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.1.'de verilmiştir.

Tablo 4.5.1.: Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe Yükledikleri Anlamın Fakülte Değişkenine göre t testi analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Fakülte	\bar{x}	t	df	p
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	Eğitim Fakültesi	119.76	.982	471	.32
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	118.62			
İşlevsellik	Eğitim Fakültesi	20.39	-.274	471	.78
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	20.53			
Bağlılık	Eğitim Fakültesi	21.93	.367	471	.71
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	21.81			
Yakınlık	Eğitim Fakültesi	13.83	.270	471	.78
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	13.78			
Tamamlayıcılık	Eğitim Fakültesi	17.32	1.030	471	.30
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	17.03			
Engellenmişlik	Eğitim Fakültesi	6.85	-.697	471	.48
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	7.08			
Çaba	Eğitim Fakültesi	8.92	1.343	471	.18

	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	8.74			
İş birliği	Eğitim Fakültesi	13.67	.393	471	.69
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	13.60			
Risk	Eğitim Fakültesi	10.48	2.228	471	.02*
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	9.85			
Uyum Beklentisi	Eğitim Fakültesi	6.32	.816	471	.41
	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	6.16			

t>1.96, p<.05.

Tablo 4.5.1. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin fakülte değişkenine göre yalnızca risk alt boyutunda (p=.02) anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir.

b) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **cinsiyet değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.2.'de verilmiştir.

Tablo 4.5.2.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre t testi analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Cinsiyet	\bar{x}	t	df	p
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	Kadın	119.22	-.97	471	.33
	Erkek	120.10			
İşlevsellik	Kadın	20.10	-2.11	471	.03*
	Erkek	20.91			
Bağlılık	Kadın	22.05	1.51	471	.13
	Erkek	21.68			
Yakınlık	Kadın	13.90	1.22	471	.22
	Erkek	13.70			
Tamamlayıcılık	Kadın	17.12	-1.79	471	.07
	Erkek	17.51			
Engellenmişlik	Kadın	6.69	-2.11	471	.03*
	Erkek	7.22			
Çaba	Kadın	8.93	1.00	471	.31
	Erkek	8.82			
İş birliği	Kadın	13.72	1.13	471	.25
	Erkek	13.56			
Risk	Kadın	10.45	.87	471	.38
	Erkek	10.25			
Uyum Beklentisi	Kadın	6.22	-1.21	471	.22
	Erkek	6.40			

t>1.96, p<.05.

Tablo 4.5.2.'deki veriler incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre işlevsellik ($p=.03$) ve engellenmişlik ($p=.03$) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

c) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin öğrenim gördüğü sınıf değişkenine göre analiz sonuçları tablo 4.5.3.'te verilmiştir.

Tablo 4.5.3.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin öğrenim gördüğü sınıf değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Sınıf	N	\bar{x}	Ss.
Evliliğe Yüklenen Anlam toplam	1.sınıf	232	119.93	9.78
	2.sınıf	44	118.97	9.28
	3.sınıf	64	120.10	8.79
	4.sınıf	133	118.84	9.81
İşlevsellik	1.sınıf	232	20.51	4.24
	2.sınıf	44	19.52	3.71
	3.sınıf	64	20.95	4.23
	4.sınıf	133	20.29	3.80
Bağlılık	1.sınıf	232	22.17	2.47
	2.sınıf	44	21.59	2.64
	3.sınıf	64	21.93	2.41
	4.sınıf	133	21.54	2.74
Yakınlık	1.sınıf	232	13.87	1.75
	2.sınıf	44	13.72	1.45
	3.sınıf	64	14.04	1.29
	4.sınıf	133	13.67	1.89
Tamamlayıcılık	1.sınıf	232	17.50	2.28
	2.sınıf	44	17.54	2.32
	3.sınıf	64	16.67	2.08
	4.sınıf	133	17.06	2.44
Engellenmişlik	1.sınıf	232	6.84	2.65
	2.sınıf	44	7.34	2.31
	3.sınıf	64	6.46	2.64
	4.sınıf	133	7.06	2.81
Çaba	1.sınıf	232	8.90	1.12
	2.sınıf	44	8.97	1.10
	3.sınıf	64	8.98	.96
	4.sınıf	133	8.79	1.11
İş birliği	1.sınıf	232	13.73	1.60
	2.sınıf	44	13.34	2.07
	3.sınıf	64	13.98	1.11
	4.sınıf	133	13.48	1.46
Risk	1.sınıf	232	10.15	2.37

	2.sınıf	44	10.97	2.89
	3.sınıf	64	10.32	1.91
	4.sınıf	133	10.60	2.32
Uyum beklentisi	1.sınıf	232	6.22	1.53
	2.sınıf	44	5.95	1.64
	3.sınıf	64	6.73	1.35
	4.sınıf	133	6.31	1.65

Tablo 4.5.3.'te göre üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam yalnızca tamamlayıcılık alt boyutunda anlamlı farklılaşmaktadır.

Tablo 4.5.4.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin sınıf değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	134.793	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	44.931	.485	.69	-
İşlevsellik	57.755	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	19.252	1.158	.32	-
Bağlılık	38.373	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	12.791	1.947	.12	-
Yakınlık	7.070	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	2.357	.882	.48	-
Tamamlayıcılık	44.878	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	14.959	2.800	.04*	1. sınıf – 3. sınıf
Engellenmişlik	24.687	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	8.229	1.153	.32	-
Çaba	2.135	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	0.712	.585	.62	-
İş Birliği	16.487	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	5.496	2.251	.08	-
Risk	34.574	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	11.525	2.074	.10	-
Uyum Beklentisi	18.540	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	6.180	2.547	.05	-

Tablo 4.5.4.'deki verilere göre üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri sınıf değişkenine göre tamamlayıcılık alt boyutunda 1. Sınıf ve 3 sınıf öğrencileri arasında anlamlı farklılık göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin sınıf değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.5.5.'de yer almaktadır.

Tablo 4.5.5.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin sınıf değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Sınıf	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Tamamlayıcılık	1. sınıf	17.50	.83	.04
	3. sınıf	16.67		

Tablo 4.5.5. incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin sınıf değişkenine göre tamamlayıcılık alt boyutunda 1. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin ($\bar{x}=17.50$) ile 3. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerden ($\bar{x}=16.67$) daha fazla anlam yükledikleri anlaşılmaktadır.

d) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **yaş değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.6. verilmiştir.

Tablo 4.5.6.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin yaş değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Yaş	N	\bar{x}	Ss.
Evliliğe Yüklenen Anlam toplam	18 yaş	65	118.98	9.55
	19 yaş	99	120.80	9.58
	20 yaş	94	120.59	9.00
	21 yaş	80	119.12	8.98
	22 yaş	60	117.08	11.11
	23 yaş ve üstü	75	119.60	9.61
İşlevsellik	18 yaş	65	20.03	4.36
	19 yaş	99	20.53	4.00
	20 yaş	94	20.68	4.50

	21 yaş	80	20.16	3.89
	22 yaş	60	20.21	3.82
	23 yaş ve üstü	75	20.70	8.32
Bağlılık	18 yaş	65	22.15	2.29
	19 yaş	99	22.26	2.46
	20 yaş	94	22.17	2.27
	21 yaş	80	21.75	2.55
	22 yaş	60	21.00	3.35
	23 yaş ve üstü	75	21.82	2.46
Yakınlık	18 yaş	65	13.93	1.70
	19 yaş	99	14.17	1.20
	20 yaş	94	13.63	2.04
	21 yaş	80	13.91	1.55
	22 yaş	60	13.50	2.01
	23 yaş ve üstü	75	13.69	1.56
Tamamlayıcılık	18 yaş	65	17.26	2.21
	19 yaş	99	17.80	2.35
	20 yaş	94	17.65	2.05
	21 yaş	80	17.02	2.07
	22 yaş	60	16.43	2.78
	23 yaş ve üstü	75	17.04	2.33
Engellenmişlik	18 yaş	65	6.69	2.58
	19 yaş	99	6.62	2.55
	20 yaş	94	6.87	2.84
	21 yaş	80	7.00	2.36
	22 yaş	60	7.08	2.75
	23 yaş ve üstü	75	7.21	2.95
Çaba	18 yaş	65	9.00	1.04
	19 yaş	99	8.97	1.12
	20 yaş	94	8.81	1.18
	21 yaş	80	9.06	.98
	22 yaş	60	8.65	1.25
	23 yaş ve üstü	75	8.80	.97
İş birliği	18 yaş	65	13.66	1.51
	19 yaş	99	13.77	1.61
	20 yaş	94	13.77	1.37
	21 yaş	80	13.58	1.88
	22 yaş	60	13.50	1.61
	23 yaş ve üstü	75	13.58	1.39
Risk	18 yaş	65	9.98	2.34
	19 yaş	99	10.38	2.33
	20 yaş	94	10.57	2.23

	21 yaş	80	10.43	2.28
	22 yaş	60	10.58	2.78
	23 yaş ve üstü	75	10.24	2.73
Uyum beklentisi	18 yaş	65	6.26	1.67
	19 yaş	99	6.26	1.32
	20 yaş	94	6.40	1.71
	21 yaş	80	6.18	1.33
	22 yaş	60	6.11	1.78
	23 yaş ve üstü	75	6.49	1.63

4.5.6.tabloya göre üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam bağıllık ve tamamlayıcılık alt boyutlarında farklılaşmaktadır.

Tablo 4.5.7.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin yaş değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	659.842	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	131.968	1.43	.20	-
İşlevsellik	31.509	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	6.302	0.37	.86	-
Bağıllık	74.790	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	14.958	2.29	.04*	18 yaş-22 yaş 19 yaş-22 yaş 20 yaş-22 yaş
Yakınlık	24.258	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	4.852	1.70	.13	-
Tamamlayıcılık	93.694	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	18.739	3.56	.00*	18 yaş-22 yaş 19 yaş-21 yaş 19 yaş-22 yaş 20 yaş-22yaş 19 yaş- 23 yaş üstü
Engellenmişlik	20.473	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	4.095	0.57	.72	-

Çaba	8.492	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	1.698	1.40	.22	-
İş Birliği	5.004	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	1.001	0.40	.84	-
Risk	17.932	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	3.586	0.63	.67	-
Uyum Beklentisi	7.081	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	1.416	0.57	.71	-

Tablo 4.5.7. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyi yaş değişkenine göre bağlılık ve tamamlayıcılık alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin yaş değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.5.8.'tedir.

Tablo 4.5.8.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin yaş değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Yaş	\bar{x}	Ort. Farkı	p	
	18	22.15	1.15	.01	
	22	21.00			
	19	22.26	1.26	.00	
	22	21.00			
20	22.17				
Bağlılık	22	21.00	1.17	.00	
	18	17.26			
	22	16.43	0.82	.04	
	19	17.80			
	21	17.02			
	Tamamlayıcılık	19	17.80	1.37	.00
		22	16.43		
		20	17.65	1.22	.00
		22	16.43		
		19	17.80		
		23 yaş üstü	17.04	0.76	.02

Tablo 4.5.8. incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam düzeyi yaş değişkenine göre bağlılık alt boyutunda 18 yaşındaki öğrencilerin (\bar{x} =22.15) 22 yaşındaki öğrencilere (\bar{x} =21.00) göre, 19 yaşındaki öğrencilerin (\bar{x} =22.26) 22

yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=21.00$) göre ve 20 yaşındaki öğrencilerin ($\bar{x}=22.17$) 22 yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=21.00$) göre daha fazla anlam yüklediği görülmektedir. Tamamlayıcılık alt boyutunda 18 yaşındaki öğrencilerin ($\bar{x}=17.26$) 22 yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=16.43$) göre, 19 yaşındaki öğrencilerin ($\bar{x}=17.80$) 21 yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=17.02$) göre, 19 yaşındaki öğrencilerin ($\bar{x}=17.80$) 22 yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=16.43$) göre, 20 yaşındaki öğrencilerin ($\bar{x}=17.65$) 22 yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=16.43$) göre ve 19 yaşındaki öğrencilerin ($\bar{x}=17.80$) 23 ve üstü yaştaki öğrencilere ($\bar{x}=17.04$) göre daha fazla anlam yükledikleri görülmektedir.

e) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **ebeveynlerinin birliktelik durumu değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.9.'da yer almaktadır.

Tablo 4.5.9.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin ebeveynlerinin birliktelik durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Ebeveyn Birliktelik Durumu	\bar{x}	F	df	p
Evliliğe Yüklenen anlam Toplam	Birlikte	119.70	.82	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	.43
	Ayrı	118.84			
	Diğer	116.38			
İşlevsellik	Birlikte	20.49	.98	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	.37
	Ayrı	19.36			
	Diğer	20.00			
Bağlılık	Birlikte	21.96	1.11	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	.32
	Ayrı	21.32			
	Diğer	21.30			
Yakınlık	Birlikte	13.83	.52	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	.59
	Ayrı	13.96			
	Diğer	13.38			
Tamamlayıcılık	Birlikte	17.33	1.88	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	.15
	Ayrı	16.84			
	Diğer	16.23			
Engellenmişlik	Birlikte	6.84	1.66	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	.19
	Ayrı	7.84			
	Diğer	7.00			
Çaba	Birlikte	8.91	1.20	g.içi 2	.30

	Ayrı	8.60		g.arası	470
	Diğer	8.69		Top.	472
İş birliği	Birlikte	13.67	.74	g.içi	2 .47
	Ayrı	13.76		g.arası	470
	Diğer	13.15		Top.	472
Risk	Birlikte	10.34	1.03	g.içi	2 .35
	Ayrı	11.04		g.arası	470
	Diğer	10.38		Top.	472
Uyum beklentisi	Birlikte	6.30	.18	g.içi	2 .83
	Ayrı	6.12		g.arası	470
	Diğer	6.23		Top.	472

Tablo 4.5.9. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin ebeveynlerinin birliktelik durumu değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmadığı görülmektedir.

f) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **anne öğrenim durumu değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.10.'da verilmiştir.

Tablo 4.5.10.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin anne öğrenim durumu değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Anne Öğrenim Durumu	N	\bar{x}	Ss.
Evliliğe Yüklenen Anlam toplam	Okuma-yazma bilmiyor	17	117.70	11.95
	İlkokul mezunu	178	119.51	9.09
	Ortaokul-lise mezunu	201	119.73	9.53
	Üniversite mezunu	77	119.66	10.49
İşlevsellik	Okuma-yazma bilmiyor	17	19.88	5.47
	İlkokul mezunu	178	20.54	3.57
	Ortaokul-lise mezunu	201	20.36	4.27
	Üniversite mezunu	77	20.37	4.36
Bağlılık	Okuma-yazma bilmiyor	17	21.23	2.07
	İlkokul mezunu	178	21.80	2.47
	Ortaokul-lise mezunu	201	22.11	2.64
	Üniversite mezunu	77	21.77	2.66

Yakınlık	Okuma-yazma bilmiyor	17	13.70	2.05
	İlkokul mezunu	178	13.78	1.54
	Ortaokul-lise mezunu	201	14.05	1.53
	Üniversite mezunu	77	13.36	2.19
Tamamlayıcılık	Okuma-yazma bilmiyor	17	19.94	2.10
	İlkokul mezunu	178	17.15	2.34
	Ortaokul-lise mezunu	201	17.39	2.29
	Üniversite mezunu	77	17.32	2.41
Engellenmişlik	Okuma-yazma bilmiyor	17	7.41	2.20
	İlkokul mezunu	178	6.74	2.70
	Ortaokul-lise mezunu	201	6.78	2.49
	Üniversite mezunu	77	7.44	3.08
Çaba	Okuma-yazma bilmiyor	17	8.82	1.23
	İlkokul mezunu	178	8.85	1.08
	Ortaokul-lise mezunu	201	8.94	1.07
	Üniversite mezunu	77	8.85	1.17
İş birliği	Okuma-yazma bilmiyor	17	13.52	1.66
	İlkokul mezunu	178	13.57	1.56
	Ortaokul-lise mezunu	201	13.75	1.58
	Üniversite mezunu	77	13.67	1.51
Risk	Okuma-yazma bilmiyor	17	9.88	2.75
	İlkokul mezunu	178	10.53	2.24
	Ortaokul-lise mezunu	201	10.20	2.46
	Üniversite mezunu	77	10.57	2.29
Uyum beklentisi	Okuma-yazma bilmiyor	17	6.29	2.02
	İlkokul mezunu	178	6.50	1.67
	Ortaokul-lise mezunu	201	6.12	1.42
	Üniversite mezunu	77	6.27	1.52

Tablo 4.5.10.'a göre üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam anne öğrenim durumuna göre yakınlık alt boyutunda anlamlı farklılaşmaktadır.

Tablo 4.5.11.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin anne öğrenim durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	Df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	65.900	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	21.967	.23	.87	-
İşlevsellik	8.377	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	2.792	.16	.91	-
Bağlılık	19.267	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	6.422	.97	.40	-
Yakınlık	27.496	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	9.165	3.24	.02*	Ortaokul-lise mezunu- üniversite mezunu
Tamamlayıcı lık	7.592	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	2.531	.46	.70	-
Engellenmişlik	34.033	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	11.344	1.59	.19	-
Çaba	0.929	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	0.310	.25	.85	-
İş Birliği	3.321	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	1.107	.44	.71	-
Risk	17.777	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	5.926	1.05	.36	-
Uyum Beklentisi	13.370	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	4.457	1.82	.14	-

Tablo 4.5.11. incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin anne öğrenim durumu değişkenine göre yakınlık alt boyutunda ortaokul veya lise mezunu ile üniversite mezunu arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Tablo 4.5.12.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin anne öğrenim durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Evliliğe yüklenen anlam	Anne Öğrenim durumu	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Yakınlık	Ortaokul veya lise mezunu	14.05	0.69	.02

Üniversite mezunu	13.36
----------------------	-------

Tablo 4.5.12. incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin anne öğrenim durumu değişkenine göre yakınlık alt boyutunda annesi ortaokul veya lise mezunu olan öğrencilerin (\bar{x} =14.05) annesi üniversite mezunu olan öğrencilere (\bar{x} =13.36) oranla daha fazla anlam yüklediği görülmektedir.

g) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin **baba öğrenim durumu değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.13.'tedir.

Tablo 4.5.13.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba öğrenim durumu değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Baba Öğrenim Durumu	N	\bar{x}	Ss.
Evliliğe Yüklenen Anlam toplam	Okuma-yazma bilmiyor	6	116.33	2.50
	İlkokul mezunu	101	118.88	9.57
	Ortaokul-lise mezunu	234	119.94	9.63
	Üniversite mezunu	132	119.56	9.79
İşlevsellik	Okuma-yazma bilmiyor	6	18.66	1.21
	İlkokul mezunu	101	20.28	3.86
	Ortaokul-lise mezunu	234	20.55	3.97
	Üniversite mezunu	132	20.35	4.48
Bağlılık	Okuma-yazma bilmiyor	6	20.50	1.64
	İlkokul mezunu	101	21.84	2.54
	Ortaokul-lise mezunu	234	22.05	2.50
	Üniversite mezunu	132	21.78	2.72
Yakınlık	Okuma-yazma bilmiyor	6	12.83	2.63
	İlkokul mezunu	101	13.64	1.89
	Ortaokul-lise mezunu	234	14.02	1.36
	Üniversite mezunu	132	13.65	1.95

Tamamlayıcılık	Okuma-yazma bilmiyor	6	17.33	1.63
	İlkokul mezunu	101	17.03	2.30
	Ortaokul-lise mezunu	234	17.38	2.32
	Üniversite mezunu	132	17.26	2.37
Engellenmişlik	Okuma-yazma bilmiyor	6	8.50	1.37
	İlkokul mezunu	101	6.98	2.70
	Ortaokul-lise mezunu	234	6.71	2.54
	Üniversite mezunu	132	7.08	2.88
Çaba	Okuma-yazma bilmiyor	6	8.66	1.21
	İlkokul mezunu	101	8.74	1.22
	Ortaokul-lise mezunu	234	8.96	1.03
	Üniversite mezunu	132	8.90	1.11
İş birliği	Okuma-yazma bilmiyor	6	11.50	2.50
	İlkokul mezunu	101	13.45	1.75
	Ortaokul-lise mezunu	234	13.70	1.50
	Üniversite mezunu	132	13.84	1.40
Risk	Okuma-yazma bilmiyor	6	10.83	1.72
	İlkokul mezunu	101	10.59	2.56
	Ortaokul-lise mezunu	234	10.26	2.43
	Üniversite mezunu	132	10.38	2.10
Uyum beklentisi	Okuma-yazma bilmiyor	6	7.50	1.51
	İlkokul mezunu	101	6.29	1.55
	Ortaokul-lise mezunu	234	6.27	1.61
	Üniversite mezunu	132	6.28	1.48

Tablo 4.5.13'te yer alan verilere göre üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam baba öğrenim durumu değişkenine göre yakınlık ve iş birliği alt boyutlarında anlamlı farklılık belirlenmiştir.

Tablo 4.5.14.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba öğrenim durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	Df	Karel er Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	144.345	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	48.115	.52	.66	-
İşlevsellik	25.067	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	8.356	.50	.68	-
Bağlılık	19.036	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	6.345	.96	.41	-
Yakınlık	22.678	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	7.559	2.66	.04*	Ortaokul veya lise mezunu – üniversite mezunu
Tamamlayıcılık	8.226	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	2.742	.50	.67	-
Engellenmişlik	28.201	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	9.400	1.31	.26	-
Çaba	3.701	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	1.234	1.01	.38	-
İş Birliği	37.104	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	12.368	5.15	.00*	Okuma yazma bilmiyor – ilkokul mezunu
Risk	8.736	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	2.912	.51	.67	-
Uyum Beklentisi	8.849	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	2.950	1.20	.30	-

Tablo 4.5.14. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba öğrenim durumu değişkenine göre yakınlık alt boyutunda ortaokul veya lise mezunu ile üniversite mezunu arasında, iş birliği alt boyutunda okuma yazma bilmeyenler ile ilkokul mezunları arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba öğrenim durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.5.15.'de verilmiştir.

Tablo 4.5.15.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba öğrenim durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Baba Öğrenim Durumu	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Yakınlık	Ortaokul veya lise mezunu	14.02	0.37	.04
	Üniversite mezunu	13.65		
İş Birliği	Okuma yazma bilmiyor	11.50	-1.95	.00
	İlkokul mezunu	13.45		
	Okuma yazma bilmiyor	11.50	-2.34	.00
	Ortaokul veya lise mezunu	13.70		
	Okuma yazma bilmiyor	11.50	-2.20	.00
	Üniversite mezunu	13.84		

Tablo 4.5.15.'deki verilere göre öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam baba öğrenim durumu değişkenine göre yakınlık alt boyutunda babası ortaokul veya lise mezunu olan öğrencilerin ($\bar{x} = 14.02$) babası üniversite mezunu olan öğrencilere ($\bar{x} = 13.65$) göre daha fazla anlam yüklediği ortaya koyulmuştur. İş birliği alt boyutunda babası okuma yazma bilmeyen öğrencilerin ($\bar{x} = 11.50$) babası ilkokul mezunu olan öğrencilere ($\bar{x} = 13.45$) göre, babası okuma yazma bilmeyen öğrencilerin ($\bar{x} = 11.50$) ortaokul veya lise mezunu olan öğrencilere ($\bar{x} = 13.70$) göre ve babası okuma yazma bilmeyen öğrencilerin ($\bar{x} = 11.50$) babası üniversite mezunu olan öğrencilere ($\bar{x} = 13.84$) daha fazla anlam yüklediği görülmektedir.

h) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin **anne çalışma durumu değişkenine** göre analizi sonuçları tablo 4.5.16'da yer almaktadır.

Tablo 4.5.16.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin anne çalışma durumu değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Anne Çalışma Durumu	N	\bar{x}	Ss.
Evliliğe Yüklenen anlam Toplam	Çalışıyor	131	119.64	10.89
	Çalışmıyor	313	119.62	8.95

	Emekli	29	118.58	10.48
İşlevsellik	Çalışıyor	131	20.06	4.40
	Çalışmıyor	313	20.62	3.98
	Emekli	29	19.75	3.51
Bağlılık	Çalışıyor	131	22.01	2.62
	Çalışmıyor	313	21.92	2.54
	Emekli	29	21.34	2.60
Yakınlık	Çalışıyor	131	13.64	1.92
	Çalışmıyor	313	13.91	1.57
	Emekli	29	13.68	1.71
Tamamlayıcılık	Çalışıyor	131	17.01	2.61
	Çalışmıyor	313	17.41	2.20
	Emekli	29	16.96	2.17
Engellenmişlik	Çalışıyor	131	7.09	2.65
	Çalışmıyor	313	6.69	2.59
	Emekli	29	8.13	3.18
Çaba	Çalışıyor	131	8.93	1.11
	Çalışmıyor	313	8.89	1.08
	Emekli	29	8.72	1.22
İş birliği	Çalışıyor	131	13.58	1.90
	Çalışmıyor	313	13.68	1.42
	Emekli	29	13.79	1.34
Risk	Çalışıyor	131	10.80	2.18
	Çalışmıyor	313	10.22	2.39
	Emekli	29	10.06	2.63
Uyum beklentisi	Çalışıyor	131	6.46	1.53
	Çalışmıyor	313	6.24	1.56
	Emekli	29	6.10	1.73

Tablo 4.5.16.'ya göre anne öğrenim durumu ile evliliğe yüklenen anlam arasında engellenmişlik ve risk alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Tablo 4.5.17.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin anne çalışma durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	Df	Karele r Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	29.715	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	14.858	.16	.85	-
İşlevsellik	43.285	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	21.642	1.3 0	.27	-
Bağlılık	10.765	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	5.383	.81	.44	-

Yakınlık	7.234	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	3.61	1.2	.28	-
Tamamlayıcılık	17.502	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	8.75	1.6	.19	-
Engellenmişlik	62.201	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	31.100	4.4	.01	Çalışmıyor - emekli
Çaba	1.103	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	0.552	.45	.63	-
İş Birliği	1.366	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	0.683	.27	.75	-
Risk	34.274	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	17.137	3.0	.04	Çalışıyor - Çalışmıyor
Uyum Beklentisi	5.731	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	2.865	1.1	.31	-

Tablo 4.5.17. incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin anne çalışma durumu değişkenine göre engellenmişlik alt boyutunda ve risk alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin anne çalışma durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.5.18.'te verilmiştir.

Tablo 4.5.18.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin anne çalışma durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Anne Çalışma durumu	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Engellenmişlik	Çalışmıyor	6.69	-1.43	.00
	Emekli	8.13		
Risk	Çalışıyor	10.80	0.58	.01
	Çalışmıyor	10.22		

Tablo 4.5.18.'teki verilere göre üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam, anne çalışma durumu değişkenine göre engellenmişlik alt boyutunda annesi çalışmayan öğrencilerin (\bar{x} =6.69) annesi emekli olan öğrencilerden (\bar{x} =8.13) daha düşük anlam yüklediği, risk alt boyutunda annesi çalışan öğrencilerin (\bar{x} =10.80)

annesi çalışmayan öğrencilere ($\bar{x}=10.22$) göre daha fazla anlam yüklediği görülmektedir.

i) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin **baba çalışma durumu değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.19.'dadır.

Tablo 4.5.19.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba çalışma durumu değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Baba Çalışma Durumu	N	\bar{x}	Ss.
Evliliğe Yüklenen anlam Toplam	Çalışıyor	370	119.67	9.60
	Çalışmıyor	16	119.56	7.50
	Emekli	87	119.09	10.02
İşlevsellik	Çalışıyor	370	20.24	4.16
	Çalışmıyor	16	21.18	2.19
	Emekli	87	21.01	3.94
Bağlılık	Çalışıyor	370	22.01	2.56
	Çalışmıyor	16	21.56	1.89
	Emekli	87	21.55	2.66
Yakınlık	Çalışıyor	370	13.85	1.68
	Çalışmıyor	16	13.12	2.70
	Emekli	87	13.85	1.45
Tamamlayıcılık	Çalışıyor	370	17.39	2.26
	Çalışmıyor	16	17.25	2.54
	Emekli	87	16.77	2.47
Engellenmişlik	Çalışıyor	370	6.89	2.69
	Çalışmıyor	16	7.56	2.39
	Emekli	87	6.78	2.63
Çaba	Çalışıyor	370	8.92	1.09
	Çalışmıyor	16	8.68	1.07
	Emekli	87	8.81	1.15
İş birliği	Çalışıyor	370	13.68	1.60
	Çalışmıyor	16	12.50	2.30
	Emekli	87	13.77	1.19
Risk	Çalışıyor	370	10.34	2.35
	Çalışmıyor	16	10.68	2.21
	Emekli	87	10.48	2.45
Uyum beklentisi	Çalışıyor	370	6.32	1.55
	Çalışmıyor	16	7.00	1.03
	Emekli	87	6.05	1.65

4.5.19.tablodaki verilere göre üniversite öğrencilerinin çoğunluğunun (n=370) babası halen çalışmaktadır. Bunun yanında baba çalışma durumu değişkeni ile evliliğe yüklenen anlam iş birliği alt boyutunda anlamlı farklılaşmaktadır.

Tablo 4.5.20.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba çalışma durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	Df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	24.223	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	12.112	.13	.87	-
İşlevsellik	51.071	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	25.536	1.53	.21	-
Bağlılık	17.059	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	8.529	1.29	.27	-
Yakınlık	8.203	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	4.101	1.43	.23	-
Tamamlayıcılık	27.479	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	13.740	2.56	.07	-
Engellenmişlik	8.244	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	4.122	.57	.56	-
Çaba	1.493	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	0.746	.61	.54	-
İş Birliği	22.893	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	11.446	4.72	.00*	Çalışıyor – Çalışmıyor Çalışmıyor - Emekli
Risk	3.007	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	1.503	.26	.76	-
Uyum Beklentisi	13.123	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	6.561	2.69	.06	-

Tablo 4.5.20. incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin baba çalışma durumuna göre iş birliği alt boyutunda anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba çalışma durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.5.21.'dedir.

Tablo 4.5.21.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin baba çalışma durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Baba Çalışma durumu	\bar{x}	Ort. Farkı	p
İş Birliği	Çalışıyor	13.68	1.18	.01
	Çalışmıyor	12.50		
	Çalışmıyor	12.50	-1.27	.01
	Emekli	13.77		

Tablo 4.5.21.'e göre öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlam, baba çalışma durumu değişkenine göre iş birliği alt boyutunda babası çalışan öğrencilerin (\bar{x} =13.68) babası çalışmayan öğrencilere (\bar{x} =12.50) göre daha yüksek düzeyde anlam yüklediği ve babası çalışmayan öğrencilerin (\bar{x} =12.50) babası emekli olan öğrencilerden (\bar{x} =13.77) daha düşük anlam yüklediği anlaşılmaktadır.

j) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin **kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.22.'de verilmiştir.

Sosyal medya uygulamaları 1-Twitter, 2-Instagram, 3-Facebook, 5-Youtube 6-Tumblr olarak numaralandırılmıştır. Birden fazla medya uygulaması kullanımında numaralandırılan sosyal medya uygulamasının numaraları birlikte verilmiştir. Örneğin Instagram ve Youtube birlikte kullanılıyorsa bu durum 25 olarak verilmiştir. Bu sıralama aynı zamanda kullanılan sosyal medya uygulamasının tercih sıralamasını da ifade etmektedir.

Tablo 4.5.22.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin **kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine** göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları	N	\bar{x}	Ss.
	25	114	120.72	8.75
	52	27	121.62	6.98

	125	21	115.38	10.96
Evliliğe Yüklenen	215	49	120.32	9.35
Anlam toplam	235	11	122.45	10.31
	251	48	118.72	10.31
	253	31	121.25	10.23
	256	15	118.86	8.24
	521	16	119.00	10.66
	25	114	20.56	3.93
	52	27	20.70	2.56
İşlevsellik	125	21	18.04	4.86
	215	49	19.67	4.31
	235	11	23.09	3.91
	251	48	20.37	3.92
	253	31	22.19	3.31
	256	15	19.86	4.73
	521	16	21.06	3.75
	25	114	22.33	2.27
	52	27	22.55	1.92
Bağlılık	125	21	21.14	2.45
	215	49	22.57	2.53
	235	11	21.36	2.76
	251	48	21.68	2.76
	253	31	21.45	2.95
	256	15	22.46	1.72
	521	16	21.87	2.68
	25	114	13.95	1.62
Yakınlık	52	27	14.00	1.30
	125	21	13.66	1.42
	215	49	13.89	2.03
	235	11	14.09	1.64
	251	48	13.97	1.64
	253	31	14.19	1.13
	256	15	14.26	1.27
	521	16	13.93	1.23
	25	114	17.58	2.28
	52	27	17.96	1.89
	125	21	15.90	2.62
Tamamlayıcılık	215	49	17.61	1.95
	235	11	17.54	1.91
	251	48	17.35	2.13
	253	31	17.35	2.36
	256	15	17.40	2.32
	521	16	17.87	1.85
	25	114	7.04	2.72
	52	27	6.62	2.05
	125	21	7.00	2.58
Engellenmişlik	215	49	6.46	2.43
	235	11	6.72	3.58
	251	48	6.56	2.50
	253	31	6.96	2.86

	256	15	5.46	2.89
	521	16	5.31	1.99
	25	114	8.83	1.13
	52	27	9.14	.86
	125	21	8.95	1.16
	215	49	9.00	1.15
Çaba	235	11	8.72	1.34
	251	48	8.75	1.22
	253	31	9.00	1.09
	256	15	8.80	1.32
	521	16	9.00	.81
	25	114	13.68	1.50
	52	27	14.00	1.17
	125	21	14.00	1.00
	215	49	14.26	.93
İş birliği	235	11	13.54	1.57
	251	48	13.70	1.39
	253	31	13.78	1.40
	256	15	13.73	1.53
	521	16	13.81	.98
	25	114	10.40	2.09
	52	27	10.59	2.09
	125	21	10.28	2.70
Risk	215	49	10.97	2.45
	235	11	9.90	3.17
	251	48	10.12	2.43
	253	31	10.61	2.10
	256	15	10.40	2.94
	521	16	9.87	2.96
	25	114	6.32	1.46
	52	27	6.03	1.37
	125	21	6.38	1.32
	215	49	5.85	1.65
Uyum beklentisi	235	11	7.45	1.91
	251	48	6.18	.98
	253	31	6.09	1.83
	256	15	6.46	1.88
	521	16	6.25	1.57

Tablo 4.5.22.'deki verilerden anlaşıldığı üzere üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlamlar kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine göre işlevsellik, tamamlayıcılık ve engellenmişlik alt boyutlarında anlamlı farklılaşmaktadır.

Tablo 4.5.23.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	1077.371	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	119.708	1.30	.23	-
İşlevsellik	340.729	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	37.859	2.33	.01 *	25-125, 52- 125, 125- 235,125- 253, 215- 235,215-253
Bağlılık	105.608	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	11.734	1.80	.06	-
Yakınlık	29.388	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	3.265	1.14	.33	-
Tamamlayıcı lık	104.175	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	11.575	2.19	.02 *	25-215,52- 125, 125- 251,125- 215, 125-521
Engellenmişlik	127.573	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	14.175	2.02	.03 *	25-521,25- 256
Çaba	4.755	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	0.528	0.43	.91	-
İş Birliği	39.730	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	4.414	1.82	.06	-
Risk	32.862	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	3.651	0.64	.75	-
Uyum Beklentisi	31.435	g.içi 9 g.arası 463 Top. 472	3.493	1.43	.16	-

Tablo 4.5.23. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine göre işlevsellik, tamamlayıcılık ve engellenmişlik alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.5.24.'teki gibidir.

Tablo 4.5.24.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kullanılan sosyal medya uygulamaları	\bar{x}	Ort. Farkı	p
İşlevsellik	25	20.56	2.51	.00
	125	18.04		
	52	20.70	2.65	.02
	125	18.04		
	125	18.04	-5.04	.00
	235	23.09		
	125	18.04	-4.14	.00
	253	22.19		
	215	20.37	-3.41	.01
	235	23.09		
	215	20.37	-2.52	.00
	253	22.19		
Tamamlayıcılık	25	17.58	1.68	.00
	125	15.90		
	52	17.96	2.05	.00
	125	15.90		
	125	15.90	-1.70	.00
	215	17.61		
	125	15.90	-1.44	.00
	251	17.35		
Engellenmişlik	125	15.90	-1.97	.00
	521	17.87		
	25	7.04	1.73	.01
	521	5.31		
	25	7.04	1.57	.03
	256	5.46		

Tablo 4.5.24. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine göre işlevsellik alt boyutunda Instagram-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =20.56) Twitter-Instagram-Youtube kullanan öğrencilere (\bar{x} =18.04) göre, Youtube-Instagram kullanan öğrencilerin (\bar{x} =20.70) Twitter-Instagram-Youtube kullanan öğrencilere (\bar{x} =18.04) göre daha yüksek anlam yüklediği, Twitter-Instagram-Youtube kullanan öğrencilerin

(\bar{x} =18.04) İnstagram-Facebook-Youtube kullanan öğrencilerden (\bar{x} =23.09), Twitter-İnstagram-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =18.04) İnstagram-Youtube-Facebook kullanan öğrencilerden (\bar{x} =22.19), İnstagram-Twitter-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =20.37) İnstagram-Facebook-Youtube kullanan öğrencilerden (\bar{x} =23.09), İnstagram-Twitter-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =20.37) İnstagram-Youtube-Facebook kullanan öğrencilerden (\bar{x} =22.19) daha düşük anlam yüklediği anlaşılmaktadır.

Tamamlayıcılık alt boyutunda İnstagram-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =17.58) Twitter-İnstagram-Youtube kullanan öğrencilere göre (\bar{x} =15.90), Youtube-İnstagram kullanan öğrencilerin (\bar{x} =17.96) Twitter-İnstagram-Youtube kullanan öğrencilere göre (\bar{x} =15.90) daha yüksek düzeyde anlam yüklediği, Twitter-İnstagram-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =15.90) İnstagram-Twitter-Youtube kullanan öğrencilerden, Twitter-İnstagram-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =15.90) İnstagram-Youtube-Twitter kullanan öğrencilerden (\bar{x} =17.35) ve İnstagram-Twitter-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =15.90) Youtube-İnstagram-Twitter kullanan öğrencilerden (\bar{x} =17.87) daha düşük anlam yüklediği görülmektedir.

Engellenmişlik alt boyutunda ise İnstagram-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =7.04) Youtube-İnstagram-Twitter kullanan öğrencilere (\bar{x} =5.31) göre ve İnstagram-Youtube kullanan öğrencilerin (\bar{x} =7.04) İnstagram-Youtube-Tumblr kullanan öğrencilere (\bar{x} =5.46) göre daha yüksek engellenmişlik anlamı yüklediği görülmektedir.

k) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin **sosyal medyaya erişim aracı** değişkenine ilişkin veriler incelendiğinde öğrencilerin %96.6'sının sosyal medyaya akıllı telefon aracılığıyla eriştiği görülmüştür. Bu nedenle sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile sosyal medyaya erişim aracı karşılaştırması istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

l) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin **sosyal medyayı kullanım süresi değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.25.'tedir.

Tablo 4.5.25.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin kullanılan sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Sosyal Medya Kullanım Süresi	\bar{x}	F	df	p
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	1 yıldan az	119.54	.31	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.81
	1-3 yıl	118.16			
	4-6 yıl	119.53			
	7 yıldan fazla	119.82			
İşlevsellik	1 yıldan az	20.27	1.06	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.36
	1-3 yıl	19.35			
	4-6 yıl	20.64			
	7 yıldan fazla	30.39			
Bağlılık	1 yıldan az	21.90	.04	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.98
	1-3 yıl	21.97			
	4-6 yıl	21.86			
	7 yıldan fazla	21.95			
Yakınlık	1 yıldan az	13.63	.95	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.41
	1-3 yıl	13.62			
	4-6 yıl	13.97			
	7 yıldan fazla	13.73			
Tamamlayıcılık	1 yıldan az	17.09	1.02	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.38
	1-3 yıl	16.72			
	4-6 yıl	17.42			
	7 yıldan fazla	17.23			
Engellenmişlik	1 yıldan az	7.18	1.02	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.37
	1-3 yıl	7.59			
	4-6 yıl	6.77			
	7 yıldan fazla	6.88			
Çaba	1 yıldan az	9.09	.35	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.78
	1-3 yıl	8.78			
	4-6 yıl	8.93			
	7 yıldan fazla	8.86			
İş Birliği	1 yıldan az	13.81	.34	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.79
	1-3 yıl	13.75			
	4-6 yıl	13.58			
	7 yıldan fazla	13.71			
Risk	1 yıldan az	10.63	1.80	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.14
	1-3 yıl	10.27			
	4-6 yıl	10.10			
	7 yıldan fazla	10.63			
Uyum Beklentisi	1 yıldan az	5.90	.96	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.41
	1-3 yıl	6.08			
	4-6 yıl	6.23			
	7 yıldan fazla	6.40			

Tablo 4.5.25.'teki veriler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir.

m) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.26’da verilmiştir.

Tablo 4.5.26.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Sosyal Medya Kullanım Sıklığı (Günlük)	\bar{x}	F	df	p
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	1 saatten az	117.15	.75	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.52
	1-3 saat	119.89			
	4-6 saat	119.23			
	7 saatten fazla	120.95			
İşlevsellik	1 saatten az	19.65	.69	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.55
	1-3 saat	20.60			
	4-6 saat	20.20			
	7 saatten fazla	20.91			
Bağlılık	1 saatten az	21.00	1.42	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.23
	1-3 saat	22.03			
	4-6 saat	21.79			
	7 saatten fazla	22.37			
Yakınlık	1 saatten az	13.15	1.35	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.25
	1-3 saat	13.79			
	4-6 saat	13.93			
	7 saatten fazla	13.83			
Tamamlayıcılık	1 saatten az	17.30	.74	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.52
	1-3 saat	17.34			
	4-6 saat	17.12			
	7 saatten fazla	17.19			
Engellenmişlik	1 saatten az	8.05	1.30	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.27
	1-3 saat	6.84			
	4-6 saat	6.83			
	7 saatten fazla	6.91			
Çaba	1 saatten az	8.80	.05	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.98
	1-3 saat	8.89			
	4-6 saat	8.90			
	7 saatten fazla	8.87			
İş Birliği	1 saatten az	13.05	1.84	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.13
	1-3 saat	13.67			
	4-6 saat	13.76			
	7 saatten fazla	13.25			
Risk	1 saatten az	10.30	.62	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.59
	1-3 saat	10.23			
	4-6 saat	10.53			
	7 saatten fazla	10.58			
Uyum Beklentisi	1 saatten az	5.85	2.00	g.içi 3 g.arası 469	.11
	1-3 saat	6.44			

4-6 saat	6.13	Top. 472
7 saatten fazla	6.41	

Tablo 4.5.26. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

n) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.27.'de bulunmaktadır.

Tablo 4.5.27.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkenine** göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliliğe Yüklenen Anlam	Evlenmeyi planladıkları yaş aralığı	N	\bar{x}	Ss.
Evliliğe Yüklenen anlam Toplam	21-25 yaş	192	120.92	9.18
	26-30 yaş	263	119.17	9.61
	Düşünmüyor	18	110.72	9.13
İşlevsellik	21-25 yaş	192	21.53	3.70
	26-30 yaş	263	19.97	3.93
	Düşünmüyor	18	14.94	4.63
Bağlılık	21-25 yaş	192	22.10	2.46
	26-30 yaş	263	21.87	2.59
	Düşünmüyor	18	20.38	2.83
Yakınlık	21-25 yaş	192	14.00	1.51
	26-30 yaş	263	13.82	1.63
	Düşünmüyor	18	12.00	2.81
Tamamlayıcılık	21-25 yaş	192	17.45	2.33
	26-30 yaş	263	17.22	2.30
	Düşünmüyor	18	16.00	2.22
Engellenmişlik	21-25 yaş	192	6.35	2.38
	26-30 yaş	263	7.14	2.74
	Düşünmüyor	18	9.11	2.96
Çaba	21-25 yaş	192	8.96	1.13
	26-30 yaş	263	8.87	1.03
	Düşünmüyor	18	3.38	1.53
İş birliği	21-25 yaş	192	13.71	1.61
	26-30 yaş	263	13.61	1.55
	Düşünmüyor	18	13.77	1.30
Risk	21-25 yaş	192	10.42	2.27
	26-30 yaş	263	10.35	2.40
	Düşünmüyor	18	10.22	2.88

Uyum	21-25 yaş	192	6.35	1.50
beklentisi	26-30 yaş	263	6.28	1.59
	Düşünmüyor	18	5.88	1.77

4.5.28.tablodaki verilere göre üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlamlar planladıkları evlenme yaşı aralığı değişkenine göre farklılık gösterebilmektedir.

Tablo 4.5.28.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	1802.961	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	901.481	10.15	.00*	21-25 yaş - düşünmüyor, 26-30 yaş - düşünmüyor
İşlevsellik	830.564	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	415.282	27.78	.00*	21-25 yaş – 26-30 yaş, 21-25 yaş – düşünmüyor, 26-30 yaş - düşünmüyor
Bağlılık	49.60	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	24.803	3.79	.02*	21-25 yaş – Düşünmüyor
Yakınlık	66.180	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	33.090	12.10	.00*	21-25 yaş – Düşünmüyor , 26-30 yaş – Düşünmüyor
Tamamlanma ayıcılık	36.292	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	18.146	3.39	.03*	21-25 yaş – Düşünmüyor
Engellenmişlik	159.353	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	79.677	11.66	.00*	21-25 yaş – 26-30 yaş, 21-25 yaş – Düşünmüyor , 26-30 yaş - Düşünmüyor
Çaba	5.586	g.içi 2 g.arası 470	2.793	2.31	.10	-

		Top. 472				
İş Birliği	1.219	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	2.609	.24	.78	-
Risk	1.056	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	0.528	.09	.91	-
Uyum Beklentisi	3.689	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	1.845	.75	.47	-

Tablo 4.5.28. incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlamın evlenmeyi planladıkları yaş değişkenine göre evliliğe yüklenen anlam toplamında 21-25 yaş aralığı ile evlenmeyi düşünmeyenler arasında, 26-30 yaş aralığı ile evlenmeyi düşünmeyenler arasında; işlevsellik alt boyutunda 21-25 yaş aralığı ile 26-30 yaş aralığı arasında, 21-25 yaş aralığı ile evlenmeyi düşünmeyenler arasında, 26-30 yaş aralığı ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında; bağlılık alt boyutunda 21-25 yaş aralığı ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında; yakınlık alt boyutunda 21-25 yaş aralığı ile evliliği düşünmeyenler arasında, 26-30 yaş aralığı ile evliliği düşünmeyenler arasında; tamamlayıcılık alt boyutunda 21-25 yaş aralığı evlenmeyi düşünmeyenler arasında; engellenmişlik alt boyutunda ise 21-25 yaş aralığı ile 26-30 yaş aralığı arasında, 21-25 yaş ile evlenmeyi düşünmeyenler arasında ve 26-30 yaş aralığı ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir. ,

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları Tablo 4.5.29'dadır.

Tablo 4.5.29.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Evlenmeyi planladıkları yaş aralığı	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplamı	21-25 yaş	120.92	10.20	.00
	Düşünmüyor	110.72		
	26-30 yaş	119.17	8.45	.00
	Düşünmüyor	110.72		

İşlevsellik	21-25 yaş	21.53	1.55	.00
	26-30 yaş	19.97		
	21-25 yaş	21.53	6.59	.00
	Düşünmüyor	14.94		
	26-30 yaş	19.97	5.03	.00
	Düşünmüyor	14.94		
Bağlılık	21-25 yaş	22.10	1.72	.02
	Düşünmüyor	20.38		
Yakınlık	21-25 yaş	14.00	2.00	.00
	Düşünmüyor	12.00		
	26-30 yaş	13.82	1.82	.00
	Düşünmüyor	12.00		
Tamamlayıcılık	21-25 yaş	17.45	1.45	.03
	Düşünmüyor	16.00		
Engellenmişlik	21-25 yaş	6.35	-.78	.00
	26-30 yaş	7.14		
	21-25 yaş	6.35	-2.75	.00
	Düşünmüyor	9.11		
	26-30 yaş	7.14	-1.97	.00
	Düşünmüyor	9.11		

Tablo 4.5.29.'daki veriler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkenine göre evliliğe yüklenen anlam toplamında 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =120.92) evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere (\bar{x} =110.72) göre, 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =119.17) evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere (\bar{x} =110.72) göre daha fazla anlam yüklediği görülmektedir. İşlevsellik alt boyutunda 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =21.53) 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere (\bar{x} =19.97) göre, 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =21.53) evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere (\bar{x} =14.94) göre, 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =19.97) evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere (\bar{x} =14.94) göre daha fazla anlam yüklediği anlaşılmaktadır. Bağlılık alt boyutunda 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =22.10) evlenmeyi planlamayan öğrencilere (\bar{x} =20.38) göre daha fazla bağlılık anlamı yükledikleri görülmektedir. Yakınlık alt boyutunda 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =14.00) düşünmeyen öğrencilere (\bar{x} =12.00) göre ve 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =13.82) evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere (\bar{x} =16.00) göre daha fazla yakınlık anlamı yükledikleri görülmektedir. Tamamlayıcılık alt boyutunda 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =17.45) evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere

(\bar{x} =16.00) göre daha fazla tamamlayıcılık anlamı yüklediği anlaşılmaktadır. Engellenmişlik alt boyutunda 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =6.35) 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerden (\bar{x} =7.14), 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =6.35) evlenmeyi düşünmeyen öğrencilerden (\bar{x} =9.11) ve 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin (\bar{x} =7.14) evlenmeyi düşünmeyen öğrencilerden (\bar{x} =9.11) daha düşük engellenmişlik anlamı yükledikleri görülmektedir.

o) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **ebeveyn evlenme şekli değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.30.'dadır.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları tablo 4.5.30'dadır.

Tablo 4.5.30.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Ebeveyn Evlenme Şekli	\bar{x}	F	df	p
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	Aşk	120.42	.91	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.43
	İlişkisi/Flört				
	Tanıştırılarak	118.51			
	Akraba evliliği	119.65			
	Görücü usulü	119.93			
İşlevsellik	Aşk	20.36	1.05	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.36
	İlişkisi/Flört				
	Tanıştırılarak	20.11			
	Akraba evliliği	19.94			
	Görücü usulü	20.80			
Bağlılık	Aşk	21.78	.37	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.77
	İlişkisi/Flört				
	Tanıştırılarak	22.06			
	Akraba evliliği	22.03			
	Görücü usulü	21.82			
Yakınlık	Aşk	13.88	.06	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.97
	İlişkisi/Flört				
	Tanıştırılarak	13.81			
	Akraba evliliği	13.88			
	Görücü usulü	13.80			
Tamamlayıcılık	Aşk	17.54	1.25	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	.28
	İlişkisi/Flört				
	Tanıştırılarak	16.98			
	Akraba evliliği	17.25			

	Görücü usulü	17.37			
Engellenmişlik	Aşk	7.06	1.18	g.içi 3	.31
	İlişkisi/Flört			g.arası 469	
	Tanıştırılarak	6.64		Top. 472	
	Akraba evliliği	7.40			
	Görücü usulü	6.87			
Çaba	Aşk	8.95	.24	g.içi 3	.86
	İlişkisi/Flört			g.arası 469	
	Tanıştırılarak	8.84		Top. 472	
	Akraba evliliği	8.84			
	Görücü usulü	8.91			
İş Birliği	Aşk	13.90	1.02	g.içi 3	.38
	İlişkisi/Flört			g.arası 469	
	Tanıştırılarak	13.55		Top. 472	
	Akraba evliliği	13.55			
	Görücü usulü	13.66			
Risk	Aşk	10.65	.58	g.içi 3	.62
	İlişkisi/Flört			g.arası 469	
	Tanıştırılarak	10.25		Top. 472	
	Akraba evliliği	10.42			
	Görücü usulü	10.32			
Uyum Beklentisi	Aşk	6.27	.17	g.içi 3	.91
	İlişkisi/Flört			g.arası 469	
	Tanıştırılarak	6.23		Top. 472	
	Akraba evliliği	6.30			
	Görücü usulü	6.30			

Tablo 4.5.30. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin ebeveynlerinin evlenme şekli değişkenine göre anlamı farklılık göstermediği görülmektedir.

p) Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin **evlenme şekli planı değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.5.31.'dedir.

Tablo 4.5.31.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin evlenme şekli planı değişkenine göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Evliğe Yüklenen Anlam	Evlenme Şekli Planı	N	\bar{x}	Ss.
Evliğe Yüklenen anlam Toplam	Aşk	319	119.73	9.67
	ilişkisi/flört			
	Tanıştırılarak	131	118.77	9.37
	Görücü usulü	23	121.65	9.85

İşlevsellik	Aşk ilişkisi/flört	319	20.39	4.11
	Tanıştırılarak	131	20.39	3.80
	Görücü usulü	23	20.91	5.09
Bağlılık	Aşk ilişkisi/flört	319	21.94	2.65
	Tanıştırılarak	131	21.81	2.34
	Görücü usulü	23	22.04	2.75
Yakınlık	Aşk ilişkisi/flört	319	13.96	1.67
	Tanıştırılarak	131	13.54	1.72
	Görücü usulü	23	13.60	1.58
Tamamlayıcılık	Aşk ilişkisi/flört	319	17.19	2.35
	Tanıştırılarak	131	17.35	2.23
	Görücü usulü	23	18.00	2.33
Engellenmişlik	Aşk ilişkisi/flört	319	6.85	2.71
	Tanıştırılarak	131	6.89	2.58
	Görücü usulü	23	7.47	2.55
Çaba	Aşk ilişkisi/flört	319	8.90	1.11
	Tanıştırılarak	131	8.83	1.10
	Görücü usulü	23	9.04	.92
İş birliği	Aşk ilişkisi/flört	319	13.73	1.53
	Tanıştırılarak	131	13.51	1.61
	Görücü usulü	23	13.43	1.72
Risk	Aşk ilişkisi/flört	319	10.49	2.25
	Tanıştırılarak	131	10.08	2.65
	Görücü usulü	23	10.86	1.86
Uyum beklentisi	Aşk ilişkisi/flört	319	6.25	1.60
	Tanıştırılarak	131	6.41	1.47
	Görücü usulü	23	6.26	1.48

Tablo 4.5.31’ye göre üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri evlenme şekli planı değişkenine göre anlamlı farklılaşmaktadır.

Tablo 4.5.32.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin evlenme şekli planı değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Kareler Top.	df	Karele r Farkı	F	p	Farklar
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplam	190.950	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	95.475	1.03	.35	
İşlevsellik	5.913	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	2.956	.17	.83	
Bağlılık	1.902	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	.951	.14	.86	
Yakınlık	17.583	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	8.792	3.09	.04*	Aşk ilişkisi/fl ört - tanıştırılma rak
Tamamlayıcılık	15.088	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	7.544	1.39	.24	
Engellenmişlik	8.234	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	4.117	.57	.56	
Çaba	.946	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	.473	.38	.67	
İş Birliği	5.793	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	2.896	1.17	.30	
Risk	27.916	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	13.958	2.51	.08	
Uyum Beklentisi	2.450	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	1.225	.49	.60	

Tablo 4.5.32.'deki veriler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeylerinin evlenme şekli planı değişkenine göre yakınlık alt boyutunda aşk ilişkisi/flört biçimi ile tanıştırılma biçimi arasında anlamı fark olduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin evlenme şekli planı değişkenine göre Scheffe analiz sonuçları tablo 4.5.33.'dedir.

Tablo 4.5.33.: Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam düzeyinin evlenme şekli planı değişkenine göre Scheffe analiz sonuçları

Evliliğe Yüklenen Anlam	Evlenme şekli planı	\bar{x}	Ort. Farkı	p
Yakınlık	Aşk	13.96	.42	.04
	ilişkisi/Flört			
	Tanıştırılarak	13.54		

Tablo 4.5.33. incelendiğinde öğrencilerin evliliğe yükledikleri anlamın evlenme şekli planı değişkenine göre yakınlık alt boyutunda aşk ilişkisi/flört biçimi ile evlenmeyi planlayan öğrencilerin ($\bar{x}=13.96$) tanıştırılma biçimi ile evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=13.54$) göre daha fazla yakınlık anlamı yüklediği görülmektedir.

4.6. Altıncı Alt Problem: Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterleri, fakülte, sınıf, cinsiyeti, yaşı, ebeveynlerin birliktelik durumu, ebeveynlerin eğitim durumu, ebeveynlerin çalışma durumları ve sosyal medya tercihleri, sosyal medyaya erişimi, sosyal medyada harcanan zaman, ne zamandır sosyal medya kullandığı, ebeveyn evlenme şekli, evlenmeyi planladığı yaş, planladığı evlilik şekli bakımından karşılaştırılması.

a) Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin **fakülte değişkenine** göre yapılan t testi analiz sonuçları doğrultusunda öğrencilerin görüşlerinin eş seçme kriterlerinin hiçbir maddesinde anlamlı düzeyde farklılaşmadığı belirlenmiştir. ($p<.05$).

b) Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin **sınıf değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.6.1.'dedir.

Tablo 4.6.1.: Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin sınıf değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
1-Aşık olmam/ aşk	8.016	g.içi 3 g.arası 469	2.672	3.34	.01	2. sınıf- 3.sınıf

ilişkinin olması		Top. 472					
3-Maddi durumunun iyi (Zengin) olması	12.697	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	4.232	5.53	.00	1. sınıf-4.sınıf	
4-Bakır/Bakire olması	19.998	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	6.666	3.26	.02	2. sınıf-3.sınıf	
5-Eğitim düzeyinin benimle denk olması	18.112	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	6.037	5.69	.00	1.sınıf-4.sınıf	
12-Ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması	17.542	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	5.847	4.57	.00	1.sınıf-4.sınıf	
13-Cinsel açıdan çekici olması	13.006	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	4.335	4.57	.00	1.sınıf-4.sınıf	
15-Evleneceğim kişinin dindar olması	22.105	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	7.368	3.94	.00	1.sınıf-2.sınıf	

Tablo 4.6.1. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinin 1. maddesinde 2. ve 3. sınıf öğrencileri arasında, 3. maddesinde 1. ve 4. sınıf öğrencileri arasında, 4. 2. ve 3. sınıf öğrencileri arasında, 5. maddesinde 1. ve 4. sınıf öğrencileri arasında, 12. maddesinde 1. sınıf ve 4. sınıf öğrencileri arasında, 13. maddesinde 1. ve 4. sınıf öğrencileri arasında ve 15. maddesinde 1. sınıf ve 2. sınıf öğrencileri arasında anlamlı farklılık belirlendiği görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin sınıf değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.2.'dedir.

Tablo 4.6.2.: Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin sınıf değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Sınıf	\bar{x}	Ort. Farkı	p
1-Aşık olmam/ aşk ilişkisinin olması	2. sınıf	4.02	-.49	.04
	3. sınıf	4.51		
3-Maddi durumunun iyi (Zengin) olması	1. sınıf	2.80	-.37	.00
	4. sınıf	3.18		
4-Bakır/Bakire olması	2. sınıf	3.93	.80	.00
	3. sınıf	3.12		
5-Eğitim düzeyinin benimle denk olması	1. sınıf	3.35	-.46	.00
	4. sınıf	3.81		
12-Ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması	1. sınıf	3.12	-.44	.00
	4. sınıf	3.57		
13-Cinsel açıdan çekici olması	1. sınıf	3.44	-.38	.00
	4. sınıf	3.83		
15-Evleneceğim kişinin dindar olması	1. sınıf	3.15	-.72	.01
	2. sınıf	3.88		

Tablo 4.6.2.'de bulunan verilere göre 3. Sınıf öğrencileri (\bar{x} =4.51) 2.sınıf öğrencilerine (\bar{x} =4.02) oranla evlenecekleri kişiyle aralarında aşk ilişkisi bulunmasına daha fazla önem vermektedir.

4.sınıf öğrencileri (\bar{x} =3.18) evlenecekleri kişinin maddi durumunun iyi olmasına 1.sınıf öğrencilerine (\bar{x} =2.80) göre daha fazla önem vermektedir.

2.sınıfta öğrenim gören öğrenciler (\bar{x} =3.93) eş olarak seçecekleri kişinin bakır/bakire olması durumuna 3.sınıf öğrencilerinden (\bar{x} =3.12) daha fazla önem vermektedir.

4.sınıf öğrencileri (\bar{x} =3.81) eş olarak seçecekleri kişinin eğitim düzeyinin kendileri ile denk olması durumuna 1.sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilerden (\bar{x} =3.35) daha fazla önem vermektedir.

4. sınıfta öğrenim görmekte olan öğrenciler ($\bar{x}=3.83$) eş olarak seçecekleri kişinin cinsel açıdan çekici olmasını 1.sınıf öğrencilerinden ($\bar{x}=3.44$) daha fazla önemsemektedir.

2.sınıf öğrencileri ($\bar{x}=3.88$) evleneceği kişinin dindar olması durumuna 1.sınıf öğrencilerinden ($\bar{x}=3.15$) daha fazla önem vermektedir.

c) Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin **cinsiyet değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.6.3.'de verilmiştir.

Tablo 4.6.3.: Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin cinsiyet değişkenine göre t testi analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Cinsiyet	\bar{x}	t	df	p
6-Eş tercihimde ailemin onayı	Kadın	4.18	4.85	471	.00
	Erkek	3.72			
7-Aynı dinden/mezhepten olmak	Kadın	3.91	3.19	471	.00
	Erkek	3.48			
8-Politik siyasi görüşümün benzer/aynı olması	Kadın	3.19	2.39	471	.01
	Erkek	2.92			
9-Kültürümün benzer/aynı olması	Kadın	3.31	2.16	471	.03
	Erkek	3.08			

Tablo 4.6.3. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinin cinsiyet değişkenine bağlı olarak; kadın öğrencilerin ($\bar{x}=4.18$) eş tercihinde aile onayı bulunması durumunu erkek öğrencilere ($\bar{x}=3.72$) oranla daha fazla önemsedikleri görülmektedir.

Aynı dinden/mezhepten olmak kriteri kadın öğrenciler ($\bar{x}=3.91$) tarafından erkek öğrencilere ($\bar{x}=3.48$) oranla daha çok tercih edilmektedir.

Kadınlar ($\bar{x}=3.19$) eş olarak seçecekleri kişinin politik siyasi görüşünün kendisi ile benzer/aynı olması durumunu erkeklere ($\bar{x}=2.92$) oranla daha çok tercih etmektedir.

Eş olarak seçilecek kişi ile benzer/aynı kültüre sahip olmak kriterinin kadın öğrenciler ($\bar{x}=3.31$) tarafından erkek öğrencilere ($\bar{x}=3.08$) oranla daha çok tercih edildiği görülmektedir.

d) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **yaş değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.6.4.'tedir.

Tablo 4.6.4.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin yaş değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
5-Eğitim düzeyinin benimle denk olması	14.652	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	2.930	2.73	.01	18 yaş – 23 yaş ve üstü, 19 yaş – 23 yaş ve üstü, 20 yaş – 23 yaş ve üstü, 22 yaş – 23 yaş ve üstü
10-Becerikli/Yetenekli/Hamarat olması	11.261	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	2.252	2.36	.03	19 yaş – 23 yaş ve üstü, 20 yaş – 23 yaş ve üstü
13-Cinsel açıdan çekici olması	15.128	g.içi 5 g.arası 467 Top. 472	3.026	3.19	.00	18 yaş – 19 yaş, 18 yaş – 21 yaş, 18 yaş – 22 yaş, 18 yaş – 23 yaş ve üstü

Tablo 4.6.4.’teki verilere göre üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerinin yaş değişkenine göre eş seçimi kriterlerinin 5.maddesinde 23 yaş ve üstü öğrenciler ile 18 yaşındaki, 19 yaşındaki, 20 yaşındaki ve 22 yaşındaki öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir. 10.maddede 23 yaş ve üstü öğrenciler ile 19 yaşındaki ve 20 yaşındaki öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. 13.maddede ise 18 yaşındaki öğrenciler ile 19 yaşındaki, 21 yaşındaki, 22 yaşındaki ve 23 yaş ve üstü öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin yaş değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.5.’te verilmektedir.

Tablo 4.6.5.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin yaş değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Yaş	\bar{x}	Ort. Farkı	p
	18	3.30	-.58	.00
	23 ve üstü	3.89		
	19	3.46	-.42	.00

5-Eğitim düzeyinin benimle denk olması	23 ve üstü	3.89		
	20	3.50	-.39	.01
	23 ve üstü	3.89		
	22	3.41	-.47	.00
10-Becerikli/Yetenekli/Hamarat olması	23 ve üstü	3.89		
	19	3.43	-.33	.02
	23 ve üstü	3.77		
	20	3.26	-.50	.00
13-Cinsel açıdan çekici olması	23 ve üstü	3.77		
	18	3.24	-.33	.02
	19	3.58		
	18	3.24	-.54	.00
	21	3.78		
	18	3.24	-.43	.01
	22	3.68		
	18	3.24	-.55	.00
	23 ve üstü	3.80		

Tablo 4.6.5.'e göre 23 yaş ve üzerinde olan öğrenciler ($\bar{x}=3.89$) eş olarak seçecekleri kişinin eğitim düzeyinin kendileri ile denk olması durumunu 18 yaşındaki ($\bar{x}=3.30$), 19 yaşındaki ($\bar{x}=3.46$), 20 yaşındaki ($\bar{x}=3.50$) ve 22 yaşındaki ($\bar{x}=3.41$) öğrencilere göre daha fazla tercih etmektedirler.

23 yaş ve üzerinde olan öğrenciler ($\bar{x}=3.77$) evlenecekleri kişinin becerikli/yetenekli/hamarat olması durumunu 19 yaşındaki ($\bar{x}=3.43$) ve 20 yaşındaki ($\bar{x}=3.26$) öğrencilere oranla daha fazla önemsemektedirler.

Eş olarak seçilecek kişinin cinsel açıdan çekici olması 18 yaşındaki öğrenciler ($\bar{x}=3.24$) tarafından 19 yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=3.58$) göre, 21 yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=3.78$) göre, 22 yaşındaki öğrencilere ($\bar{x}=3.68$) ve 23 yaş ve üzerindeki öğrencilere ($\bar{x}=3.80$) daha az önem verilen bir kriterdir.

e) Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin **ebeveynlerinin birliktelik durumu değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.6.6.'da bulunmaktadır.

Tablo 4.6.6.: Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin ebeveyn birliktelik durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
4-Bakir-Bakire olması	17.878	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	8.939	4.38	.01	Birlikte - Ayrı

16-Daha önce evlenmemiş olması	9.248	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	4.624	3.21	.04	Birlikte - Ayrı
--------------------------------	-------	------------------------------------	-------	------	-----	--------------------

Tablo 4.6.6.'ya göre üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterleri evlenilecek kişinin bakir/bakire olması kriterinde ebeveynleri birlikte ve ayrı olan öğrenciler arasında, eş olarak seçilecek kişinin daha önce evlenmemiş olması kriterinde ebeveynleri birlikte ve ayrı olan öğrenciler arasında farklılaşmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin eş seçme kriterlerine ilişkin ebeveynlerinin birliktelik durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.7.'dedir.

Tablo 4.6.7.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin ebeveyn birliktelik durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Ebeveyn Birliktelik Durumu	\bar{x}	Ort. Farkı	p
4-Bakir-Bakire olması	Birlikte	3.50	.74	.01
	Ayrı	2.76		
16-Daha önce evlenmemiş olması	Birlikte	3.81	.57	.01
	Ayrı	3.24		

Tablo 4.6.7.'ye göre ebeveynleri birlikte olan öğrenciler ($\bar{x}=3.50$) ebeveynleri ayrı olan öğrencilere ($\bar{x}=2.76$) oranla, evlenecekleri kişinin bakir/bakire olması durumuna daha fazla önem vermektedir.

Yine ebeveynleri birlikte olan öğrenciler ($\bar{x}=3.81$), ebeveynleri ayrı olan öğrencilere ($\bar{x}=3.24$) oranla, eş olarak seçecekleri kişinin daha önce evlenmemiş olmasına daha fazla önem vermektedir.

f) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **anne öğrenim durumu değişkenine** göre yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin görüşleri arasında anlamlı farklılık bulunmadığı belirlenmiştir.

g) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **baba öğrenim durumu değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.6.8.'de yer almaktadır.

Tablo 4.6.8.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin baba öğrenim durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
9- Kültürümü benzer/aynı olması	11.069	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	3.690	2.89	.03	Okuma-yazma bilmiyor – ilkokul mezunu, Okuma-yazma bilmiyor – Üniversite mezunu
19-Aile bağlarına düşkün olması	8.479	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	2.826	2.87	.03	Ortaokul ve lise mezunu – İlkokul mezunu, Ortaokul ve lise mezunu – Üniversite mezunu

Tablo 4.6.8.'e göre üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinden 9.kriter olan kültürün aynı olması durumu babası okuma-yazma bilmeyen öğrenciler ile babası ilkokul mezunu olan öğrenciler ve babası üniversite mezunu olan öğrenciler arasında anlamlı farklılaşma göstermektedir. Eş adayının aile bağlarına düşkün olması kriteri ise babası ortaokul ve lise mezunu olan öğrenciler ile babası ilkokul mezunu olan öğrenciler ve babası üniversite mezunu olan öğrenciler arasında anlamlı farklılık göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin baba öğrenim durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.9.'da yer almaktadır.

Tablo 4.6.9.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin baba öğrenim durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Baba Öğrenim Durumu	\bar{x}	Ort. Farkı	p
9-Kültürümün benzer/aynı olması	Okuma-yazma bilmiyor	4.16	1.05	.02
	İlkokul mezunu	3.10		
	Okuma-yazma bilmiyor	4.16	1.06	.02
	Üniversite mezunu	3.10		

19-Aile bağlarına düşkün olması	Ortaokul - lise mezunu	4.02	.29	.01
	İlkokul mezunu	3.73		
	Ortaokul - lise mezunu	4.02	.23	.02
	Üniversite mezunu	3.78		

Tablo 4.6.9.'daki veriler incelendiğinde babası okuma-yazma bilmeyen üniversite öğrencileri ($\bar{x}=4.16$) eş olarak seçecekleri kişiyle aynı-benzer kültüre sahip olmayı, babası ilkokul mezunu olan öğrencilere ($\bar{x}=3.10$) göre ve babası üniversite mezunu olan öğrencilere ($\bar{x}=3.10$) göre daha fazla tercih etmektedirler.

Babası ortaokul-lise mezunu olan öğrenciler ($\bar{x}=4.02$) evlenecekleri kişinin aile bağlarına düşkün olması durumunu babası ilkokul mezunu olan öğrencilere ($\bar{x}=3.73$) göre ve babası üniversite mezunu olan öğrencilere ($\bar{x}=3.78$) oranla daha fazla tercih etmektedirler.

h) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **anne çalışma durumu değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.6.10.'dadır.

Tablo 4.6.10.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin anne çalışma durumu değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
4-Bakir/ Bakire olması	26.457	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	13.228	6.54	.00	Çalışıyor – Çalışmıyor, Çalışmıyor – Emekli
7-Aynı dinden/ mezhepten olmak	25.426	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	12.173	6.35	.00	Çalışıyor – Çalışmıyor
15- Evleneceğim kişinin dindar olması	37.581	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	18.791	10.26	.00	Çalışıyor – Çalışmıyor, Çalışmıyor – Emekli
17-Flört ilişkisi yaşıyor/ yaşamış olmam	17.692	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	8.846	6.29	.02	Çalışıyor – Emekli, Çalışmıyor – Emekli

Tablo 4.6.10.'a göre üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri anne çalışma durumu değişkenine göre evlenilecek kişinin bakir/bakire olması kriterinde annesi

çalışan ve çalışmayan öğrenciler arasında ve annesi çalışmayan ve annesi emekli olan öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Eş adayının aynı dinden/mezhepten olması kriterinde annesi çalışan öğrenciler ile annesi çalışmayan öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Evlenecek kişinin dindar olması kriterinde annesi çalışmayan öğrenciler ile annesi çalışan öğrenciler ve annesi emekli olan öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Evlenecek kişi ile flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmak kriterinde annesi emekli olan öğrenciler ile annesi çalışan öğrenciler ve annesi çalışmayan öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin anne çalışma durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.11.'de verilmektedir.

Tablo 4.6.11.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin anne çalışma durumu değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Anne Çalışma Durumu	\bar{x}	Ort. Farkı	p
4-Bakır/ Bakire olması	Çalışıyor	3.22	-.37	.03
	Çalışmıyor	3.60		
	Emekli	2.79	.80	.01
7-Aynı dinden/ mezhepten olmak	Çalışıyor	3.45	-.46	.00
	Çalışmıyor	3.91		
15-Evleneceğim kişinin dindar olması	Çalışıyor	3.05	-.44	.00
	Çalışmıyor	3.49		
	Emekli	2.51	.97	.00
17-Flört ilişkisi yaşıyor/ yaşamış olmam	Çalışıyor	3.29	-.66	.02
	Emekli	3.96		
	Çalışmıyor	3.15	-.80	.00
	Emekli	3.96		

Tablo 4.6.11'deki verilere göre annesi çalışmayan öğrenciler (\bar{x} =3.60) evleneceği kişinin bakır/bakire olması durumuna annesi çalışan öğrencilere (\bar{x} =3.22) ve annesi emekli olan öğrencilere (\bar{x} =2.79) göre daha fazla önem vermektedir.

Annesi çalışmayan öğrenciler (\bar{x} =3.91) eş adayı ile aynı dinden/mezhepten olma durumuna annesi çalışan öğrencilere (\bar{x} =3.45) oranla daha fazla önem vermektedirler.

Annesi çalışmayan öğrenciler ($\bar{x}=3.49$) evleneceği kişinin dindar olması durumuna annesi çalışan öğrencilere ($\bar{x}=3.05$) göre ve annesi emekli olan öğrencilere ($\bar{x}=2.51$) göre daha fazla önem vermektedirler.

Annesi emekli olan üniversite öğrencileri ($\bar{x}=3.96$) eş adayı ile flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olma durumuna annesi çalışan öğrencilere ($\bar{x}=3.29$) göre ve annesi çalışmayan öğrencilere ($\bar{x}=3.15$) göre önem vermektedir.

i) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **baba çalışma durumu değişkenine** göre tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin görüşleri arasında anlamlı farklılık bulunmadığı belirlenmiştir.

j) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine** göre tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin görüşleri arasında anlamlı farklılık bulunmadığı belirlenmiştir.

k) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **sosyal medyaya erişim aracı değişkenine** ilişkin veriler incelendiğinde öğrencilerin %96.6'sının sosyal medyaya akıllı telefon aracılığıyla eriştiği görülmüştür. Bu nedenle sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile sosyal medyaya erişim aracı karşılaştırması istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

l) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **sosyal medya kullanım süresi değişkenine** göre tek yönlü varyans analizi sonuçları 4.6.12.'de bulunmaktadır.

Tablo 4.6.12: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinin sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler F Farkı	F	p	Farklar
1- Aşık olmam / aşk ilişkisinin olması	9.443	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	3.148	3.95	.00	1 yıldan az – 7 yıldan fazla
6- Eş tercihimde ailemin onayı	12.383	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	4.128	4.04	.00	4-6 yıl – 7 yıldan fazla

Tablo 4.6.12.'ye göre üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinin sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre “aşık olmam/aşk ilişkisinin olması” kriterinde sosyal medyayı 1 yıldan az kullanan öğrenciler ile 7 yıldan fazla kullanan öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir. “eş tercihimde ailemin onayı” kriterinde sosyal medyayı 4-6 yıldır kullanan öğrenciler ile 7 yıldan fazla süredir kullanan öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.13.'de görülmektedir.

Tablo 4.6.13.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Sosyal Medya Kullanım Süresi	\bar{x}	Ort. Farkı	p
1- Aşık olmam / aşk ilişkisinin olması	1 yıldan az	3.45	-.83	.02
	7 yıldan fazla	4.29		
6- Eş tercihimde ailemin onayı	4-6 yıl	4.14	.30	.02
	7 yıldan fazla	3.83		

Tablo 4.6.13. ayrıntılı incelendiğinde sosyal medyayı 7 yıldan fazla süredir kullanan öğrenciler ($\bar{x}=4.29$) evlenecekleri kişiye aşık olmak-aralarında aşk ilişkisinin bulunması durumunu sosyal medyayı 1 yıldan az süredir kullanan öğrencilere ($\bar{x}=3.45$) oranla daha fazla tercih etmektedirler.

Sosyal medyayı 4-6 yıldır kullanan öğrenciler ($\bar{x}=4.14$) eş tercihlerinde aile onayı bulunması durumunu sosyal medyayı 7 yıldan fazla süredir ($\bar{x}=3.83$) kullanan öğrencilere göre daha fazla tercih etmektedirler.

m) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.6.14.'dedir.

Tablo 4.6.14.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Karel er Farkı	F	p	Farklar
1-Aşık olmam/aşk ilişkisinin olması	11.317	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	3.772	4.76	.00	1 saatten az – 1-3 saat, 1 saatten az – 4-6 saat, 1 saatten az – 7 saatten fazla
4-Bakir/Bakire olması	19.493	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	6.498	3.18	.02	1 saatten az – 1-3 saat, 1-3 saat – 4-6 saat
6-Eş tercihimde ailemin onayı	15.882	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	5.294	5.22	.00	1 saatten az – 1-3 saat, 1-3 saat – 7 saatten fazla, 4-6 saat – 7 saatten fazla
8-Politik siyasi görüşümün benzer/aynı olması	14.523	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	4.842	3.42	.01	1-3 saat – 4-6 saat, 1-3 saat – 7 saatten fazla
17-Flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam	12.080	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	4.027	2.83	.03	1 saatten az – 1-3 saat, 1 saatten az – 7 saatten fazla, 4-6 saat – 7 saatten fazla

Tablo 4.6.14.'deki veriler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinin sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre “aşık olmam/aşk ilişkisinin olması” maddesinde sosyal medyayı 1 saatten az kullanan öğrenciler ile sosyal medyayı 1-3 saat kullanan öğrenciler, 4-6 saat kullanan öğrenciler ve 7 saatten fazla kullanan öğrenciler arasında anlamlı fark bulunduğu görülmektedir. “Bakir/bakire olması” maddesin sosyal medyayı 1-3 saat kullanan öğrenciler ile 1 saatten az kullanan öğrenciler ve 4-6 saat kullanan öğrenciler arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir. “Eş tercihimde ailemin onayı” maddesinde sosyal medyayı 1-3 saat kullanan öğrenciler ile 1 saatten az kullanan öğrenciler ve 7 saatten fazla kullanan öğrenciler arasında ve 4-6 saat kullanan öğrenciler ile 7 saatten fazla kullanan öğrenciler arasında anlamlı farklılık belirlendiği görülmektedir. “Politik siyasi görüşümün benzer/aynı olması” maddesinde sosyal medyayı 1-3 saat kullanan

öğrenciler ile 4-6 saat kullanan öğrenciler ve 7 saatten fazla kullanan öğrenciler arasında fark olduğu görülmektedir. “Flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam” maddesinde sosyal medyayı 1 saatten az kullanan öğrenciler ile 1-3 saat kullanan ve 7 saatten fazla kullanan öğrenciler arasında ve 4-6 saat ile 7 saatten fazla kullanan öğrenciler arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.15.’tedir.

Tablo 4.6.15.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Sosyal Medya Kullanım Sıklığı (günlük)	\bar{x}	Ort. Farkı	p
1-Aşık olmam/ aşk ilişkisinin olması	1 saatten az	3.55	-.62	.00
	1-3 saat	4.17		
	1 saatten az	3.55	-.74	.00
	4-6 saat	4.29		
	1 saatten az	3.55	-.86	.00
4-Bakir/ Bakire olması	7 saatten fazla	4.41		
	1 saatten az	2.95	-.68	.04
	1-3 saat	3.63		
	1-3 saat	3.63	.36	.00
6-Eş tercihimde ailemin onayı	4-6 saat	3.27		
	1 saatten az	3.60	-.48	.03
	1-3 saat	4.08		
	1-3 saat	4.08	.75	.00
	7 saatten fazla	3.33		
8-Politik siyasi görüşümün benzer/aynı olması	4-6 saat	4.03	.69	.00
	7 saatten fazla	3.33		
	1-3 saat	3.25	.30	.00
	4-6 saat	2.94		
	1-3 saat	3.25	.58	.02
17-Flört ilişkisi yaşıyor/ yaşamış olmam	7 saatten fazla	2.66		
	1 saatten az	2.70	-.55	.04
	1-3 saat	3.25		
	1 saatten az	2.70	-1.05	.00
	7 saatten fazla	3.75		
	4-6 saat	3.23	-.51	.04
	7 saatten fazla	3.75		

Tablo 4.6.15.’e göre sosyal medyayı 1 saatten az kullanan öğrenciler ($\bar{x}=3.55$) eş adayı ile aralarında aşk ilişkisi bulunması durumunu, sosyal medyayı 1-3 saat

kullanan öğrencilere ($\bar{x}=4.17$) göre, 4-6 saat kullanan öğrencilere ($\bar{x}=4.29$) göre ve 7 saatten fazla kullanan öğrencilere ($\bar{x}=4.41$) göre daha az önemsemektedirler.

Sosyal medyayı 1-3 saat kullanan öğrenciler ($\bar{x}=3.63$) eş adayının bakir/bakire olması durumunu, 1 saatten az kullanan öğrencilere ($\bar{x}=2.95$) ve 4-6 saat kullanan öğrencilere ($\bar{x}=3.27$) göre daha çok önem vermektedirler.

Sosyal medyayı günde 1-3 saat kullanan öğrenciler ($\bar{x}=4.08$) eş tercihinde aile onayının bulunması kriterini 1 saatten az kullanan öğrencilere ($\bar{x}=3.60$) oranla daha fazla önem vermektedirler. Sosyal medyayı 7 saatten fazla kullanan öğrenciler ($\bar{x}=3.33$) eş tercihinde aile onayını 1-3 saat kullanan öğrencilere ($\bar{x}=4.08$) göre ve 4-6 saat kullanan öğrencilere ($\bar{x}=4.03$) göre daha az önemli görmektedirler.

Sosyal medyayı 1-3 saat kullanan öğrenciler ($\bar{x}=3.25$) eş adayı ile aynı/benzer politik ve siyasi görüşe sahip olma kriterini, sosyal medyayı 4-6 saat kullanan öğrencilere ($\bar{x}=2.94$) göre ve 7 saatten fazla kullanan öğrencilere ($\bar{x}=2.66$) göre daha önemli görmektedirler.

Sosyal medyayı 1 saatten az kullanan öğrenciler ($\bar{x}=2.70$) flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmak kriterine 1-3 saat kullanan öğrencilere ($\bar{x}=3.25$) göre ve 7 saatten fazla kullanan öğrencilere ($\bar{x}=3.75$) göre daha az önemsemektedirler. Bunun yanında sosyal medyayı 7 saatten fazla kullanan öğrencilerin ($\bar{x}=3.75$) bu kriter sosyal medyayı 4-6 saat kullanan öğrencilerden ($\bar{x}=3.23$) daha fazla önem vermekte olduğu görülmektedir.

n) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **planladığı evlenme yaşı aralığı değişkenine** göre analiz sonuçları tablo 4.6.16.'da bulunmaktadır.

Tablo 4.6.16.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin planladığı evlenme yaşı aralığı değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
4-Bakir/Bakire olması	47.692	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	23.846	12.06	.00	21-25 yaş – 26-30 yaş, 21-25 yaş - düşünmüyor
6-Eş tercihimde ailemin onayı	14.885	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	7.442	7.49	.00	21-25 yaş – 26-30 yaş, 21-25 yaş - düşünmüyor

7-Aynı dinden/mezhepten olmak	90.111	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	45.055	24.18	.00	21-25 yaş – 26-30 yaş, 21-25 yaş - düşünmüyor
9-Kültürümün benzer/aynı olması	9.845	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	4.922	3.86	.02	21-25 yaş – 26-30 yaş
15-Evleneceğim kişinin dindar olması	100.232	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	50.116	29.53	.00	21-25 – düşünmüyor
16-Daha önce evlenmemiş olması	40.427	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	20.214	14.72	.00	21-25 yaş – 26-30 yaş, 21-25 yaş - düşünmüyor
19-Aile bağlarına düşkün olması	17.011	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	8.505	8.83	.00	21-25 yaş – 26-30 yaş, 21-25 yaş - düşünmüyor
20-Evleneceğim kişinin popülaritesinin yüksek olması	11.180	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	5.590	4.56	.01	21-25 yaş – 26-30 yaş, 21-25 yaş - düşünmüyor

Tablo 4.6.16.'ya göre üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinin evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkenine göre “bakir/bakire olması” kriterinde 21-25 yaş ile 26-30 yaş ve 21-25 yaş ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. “Eş tercihimde ailemin onayı” kriterinde 21-25 yaş ile 26-30 yaş ve 21-25 yaş ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. “Aynı dinden/mezhepten olmak” kriterinde 21-25 yaş ile 26-30 yaş ve 21-25 yaş ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. “Kültürümün benzer/aynı olması” kriterinde 21-25 yaş ile 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. “Evleneceğim kişinin dindar olması” kriterinde 21-25 yaş aralığında evlenmeyi düşünen öğrenciler ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında farklılaşma bulunmaktadır. “Daha önce evlenmemiş olması” kriterinde 21-25 yaş ile 26-30 yaş ve 21-25 yaş ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. “Aile bağlarına düşkün olması” kriterinde 21-25 yaş ile 26-30 yaş ve 21-25 yaş ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. “Evleneceğim kişinin popülaritesinin yüksek

olması” kriterinde 21-25 yaş ile 26-30 yaş ve 21-25 yaş ile evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin planladığı evlenme yaşı aralığı değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.17.’dedir.

Tablo 4.6.17.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin planladığı evlenme yaşı aralığı değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Planlanan Evlenme Yaşı Aralığı	\bar{x}	Ort. Farkı	p
4-Bakir/Bakire olması	21-25 yaş	3.80	.55	.00
	26-30 yaş	3.24		
	21-25 yaş	3.80	1.19	
	Düşünmüyorum	2.61		
6-Eş tercihimde ailemin onayı	21-25 yaş	4.17	.24	.04
	26-30 yaş	3.93		
	21-25 yaş	4.17	.83	
	Düşünmüyorum	3.33		
7-Aynı dinden/mezhepten olmak	21-25 yaş	4.26	.84	.00
	26-30 yaş	3.41		
	21-25 yaş	4.26	1.26	
	Düşünmüyorum	3.00		
9-Kültürümün benzer/aynı olması	21-25 yaş	3.85	.26	.01
	26-30 yaş	2.96		
15-Evleneceğim kişinin dindar olması	21-25 yaş	3.85	.88	.00
	Düşünmüyorum	2.50		
16-Daha önce evlenmemiş olması	21-25 yaş	4.06	.41	.00
	26-30 yaş	3.64		
	21-25 yaş	4.06	1.34	
	Düşünmüyorum	2.72		
19-Aile bağlarına düşkün olması	21-25 yaş	4.06	.25	.00
	26-30 yaş	3.81		
	21-25 yaş	4.06	.90	
	Düşünmüyorum	3.16		
20-Evleneceğim kişinin popülaritesinin yüksek olması	21-25 yaş	2.32	.21	.04
	26-30 yaş	2.11		
	21-25 yaş	2.32	.71	.00
	Düşünmüyorum	1.61		

Tablo 4.6.17. ayrıntılı incelendiğinde 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan üniversite öğrencileri ($\bar{x}=3.80$) evlenecekleri kişinin bakır/bakire olması durumuna 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=3.24$) ve evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere ($\bar{x}=2.61$) daha fazla önem vermektedirler.

21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=4.17$) eş tercihlerini ailelerinin onaylaması durumuna 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=3.93$) göre ve evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere ($\bar{x}=3.33$) göre daha çok önemsemektedirler.

21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=4.26$) eş adayı ile aynı dinden/mezhepten olmak durumunu 26-30 yaş aralığında evlenmeyi düşünen öğrencilere ($\bar{x}=3.41$) göre ve evlenmeyi planlamayan öğrencilere ($\bar{x}=3.00$) göre daha fazla önemsemektedirler.

21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=3.85$) evlenecekleri kişi ile benzer-aynı kültüre sahip olmayı 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=2.96$) göre daha çok önemsemektedirler.

21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=3.85$) eş adayının dindar olması durumunu evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere ($\bar{x}=2.50$) göre daha fazla önemsemektedirler.

21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin ($\bar{x}=4.06$) eş adayının daha önce evlenmemiş olması kriterine 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=3.64$) ve evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere ($\bar{x}=2.72$) göre daha fazla önem verdiği görülmektedir.

21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilerin ($\bar{x}=4.06$) eş olarak seçecekleri kişinin aile bağlarına düşkün olmasını 26-30 yaş aralığında evlenmeyi düşünen öğrencilere ($\bar{x}=3.81$) göre ve evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere ($\bar{x}=3.16$) öğrencilere göre daha fazla önemsedığı anlaşılmaktadır.

21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=2.32$) eş adayının popüler biri olmasını 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=2.11$) ve evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere ($\bar{x}=1.61$) oranla daha çok önemsedığı görülmektedir.

o) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **ebeveyn evlenme şekli değişkenine** göre analiz sonuçları Tablo 4.6.18.'de görüldüğü gibidir.

Tablo 4.6.18.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinin ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
1-Aşık olmam/ aşk ilişkisinin olması	25.867	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	8.622	11.32	.00	Aşk ilişkisi/flört – akraba evliliği, Aşk ilişkisi/flört – görücü usulü, Tanıştırılarak – akraba evliliği, Tanıştırılarak – görücü usulü
2-Güzel/ Yakışıklı olması	9.209	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	3.070	4.14	.00	Aşk ilişkisi/flört – akraba evliliği, Tanıştırılarak – akraba evliliği, Tanıştırılarak – görücü usulü
4-Bakir/ Bakire olması	24.143	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	8.048	3.96	.00	Aşk ilişkisi/flört – görücü usulü, Tanıştırılarak – Görücü usulü
7-Aynı dinden/ mezhepten olmak	24.392	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	8.131	4.05	.00	Aşk ilişkisi/flört – akraba evliliği, Aşk ilişkisi/flört – görücü usulü, Tanıştırılarak – akraba evliliği, Tanıştırılarak – görücü usulü
15-Evleneceği m kişinin dindar olması	32.110	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	10.10	5.79	.00	Aşk ilişkisi/flört – görücü usulü, Tanıştırılarak – akraba evliliği, Tanıştırılarak – görücü usulü
17-Flört ilişkisi yaşıyor/ yaşamış olmam	18.766	g.içi 3 g.arası 469 Top. 472	6.255	4.45	.00	Aşk ilişkisi/flört – akraba evliliği, Aşk ilişkisi/flört – görücü usulü, Tanıştırılarak – akraba evliliği, Tanıştırılarak – görücü usulü

Tablo 4.6.18. incelendiğinde üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinin ebeveyn evlenme şekline göre “aşk ilişkisi yaşıyor/ yaşamış olmam”, “Güzel/yakışıklı olması”, “Bakir/bakire olması”, “aynı dinden/mezhepten olmak”, “evleneceğim kişinin dindar olması” ve “flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam” kriterlerinde anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.19.’dadır.

Tablo 4.6.19.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Ebeveyn Evlenme Şekli	\bar{x}	Ort. Farkı	p
1-Aşık olmam/ aşk ilişkisinin olması	Aşk ilişkisi/flört	4.56	.68	.00
	Akraba evliliği	3.88		
	Aşk ilişkisi/flört	4.56	.53	.00
	Görücü usulü	4.02		
	Tanıştırılarak	4.34	.45	.01
	Akraba evliliği	3.88		
	Tanıştırılarak	4.34	.31	.01
	Görücü usulü	4.02		
2-Güzel/ Yakışıklı olması	Aşk ilişkisi/flört	3.35	.32	.03
	Akraba evliliği	3.03		
	Tanıştırılarak	3.42	.38	.00
	Akraba evliliği	3.03		
	Tanıştırılarak	3.42	.26	.00
	Görücü usulü	3.16		
4-Bakir/ Bakire olması	Aşk ilişkisi/flört	3.11	-.56	.00
	Görücü usulü	3.68		
	Tanıştırılarak	3.30	-.38	.01
	Görücü usulü	3.68		
7-Aynı dinden/ mezhepten olmak	Aşk ilişkisi/flört	3.48	-.53	.03
	Akraba evliliği	4.01		
	Aşk ilişkisi/flört	3.48	-.46	.01
	Görücü usulü	3.95		
	Tanıştırılarak	3.53	-.48	.03
	Akraba evliliği	4.01		
	Tanıştırılarak	3.53	-.41	.00
	Görücü usulü	3.95		
15- Evleneceğim kişinin dindar olması	Aşk ilişkisi/flört	3.14	-.42	.01
	Görücü usulü	3.56		
	Tanıştırılarak	3.00	-.57	.00
	Akraba evliliği	3.57		

	Tanıştırılarak	3.00	-.56	.00
	Görücü usulü	3.56		
17-Flört ilişkisi yaşıyor/ yaşamış olmam	Aşk ilişkisi/flört	3.41	.47	.02
	Akraba evliliği	2.94		
	Aşk ilişkisi/flört	3.41	.32	.03
	Görücü usulü	3.08		
	Tanıştırılarak	3.46	.51	.00
	Akraba evliliği	2.94		
	Tanıştırılarak	3.46	.37	.00
	Görücü usulü	3.00		

Tablo 4.6.19.'a göre ebeveynleri aşk ilişkisi/flört yoluyla evlenen öğrenciler ($\bar{x}=4.56$) evlenecekleri kişi ile aşk ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmayı, ebeveynleri görücü usulü evlenen ($\bar{x}=4.02$), tanıştırlarak evlenen ($\bar{x}=4.34$) ve akraba evliliği yöntemi ile evlenen ($\bar{x}=3.88$) öğrencilere göre daha fazla önemsemektedirler.

Ebeveynleri aşk ilişkisi/flört yaşayarak evlenen öğrenciler ($\bar{x}=3.35$) evlenecekleri kişinin güzel/yakışıklı olmasını ebeveynleri akraba evliliği yapmış öğrencilere, ebeveynleri tanıştırlarak evlenen öğrenciler ($\bar{x}=3.42$) ebeveynleri akraba evliliği biçimi ile evlenmiş öğrencilere ($\bar{x}=3.03$) ve ebeveynleri görücü usulü evlenmiş öğrencilere ($\bar{x}=3.03$) oranla daha fazla tercih etmektedirler.

Ebeveynleri görücü usulü ($\bar{x}=3.68$) evlenmiş öğrenciler eş adayının bakir/bakire olması durumunu ebeveynleri aşk ilişkisi/flört ($\bar{x}=3.11$) yaşayarak evlenen öğrencilere göre ve ebeveynleri tanıştırlarak ($\bar{x}=3.30$) evlenmiş öğrencilere daha çok önem vermektedirler.

Ebeveynleri aşk ilişkisi/flört yaşayarak evlenmiş öğrenciler ($\bar{x}=3.48$) evlenecekleri kişi ile aynı dinden/mezhepten olmak durumunu ebeveynleri akraba evliliği yapmış öğrencilere ($\bar{x}=4.01$) ve ebeveynleri görücü usulü evlenmiş öğrencilere ($\bar{x}=3.95$) oranla daha az önemsemektedirler. Bunun yanında, ebeveynleri tanıştırlarak evlenmiş olan öğrenciler ($\bar{x}=3.53$) eş adayı ile aynı dinden/mezhepten olma durumunu ebeveynleri akraba evliliği yapmış öğrencilere ($\bar{x}=4.01$) göre ve ebeveynleri görücü usulü evlenmiş öğrencilere ($\bar{x}=3.95$) göre daha az önem vermektedirler.

Ebeveynleri görücü usulü evlilik yapmış öğrenciler ($\bar{x}=3.56$) eş adayının dindar olmasına, ebeveynleri aşk ilişkisi/flört yöntemiyle evlenen öğrencilere ($\bar{x}=3.14$) göre ve ebeveynleri tanıştırlarak evlenmiş öğrencilere ($\bar{x}=3.00$) göre daha fazla önem vermektedirler. Ayrıca ebeveynleri akraba evliliği yöntemi ile evlenmiş öğrenciler

($\bar{x}=3.57$) ebeveynleri tanıştırlarak ($\bar{x}=3.00$) evlenen öğrencilere göre eş adayının dindar olmasına daha fazla önem vermektedirler.

Ebeveynleri aşk ilişkisi/flört biçimiyle evlenmiş öğrenciler ($\bar{x}=3.41$) evlenecekleri kişi ile flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmayı ebeveynleri akraba evliliği yöntemiyle evlenmiş öğrencilere ($\bar{x}=2.94$) ve ebeveynleri görücü usulü evlenmiş öğrencilere ($\bar{x}=3.08$) oranla daha fazla tercih etmektedirler. Ebeveynleri tanıştırlarak evlenmiş olan öğrenciler ($\bar{x}=3.46$) ise flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmayı ebeveynleri görücü usulü ($\bar{x}=3.08$) ve akraba evliliği yolu ($\bar{x}=2.94$) ile evlenmiş öğrencilere göre daha fazla önemsemektedirler.

p) Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin **evlenme şekli planı** değişkenine göre analiz sonuçları Tablo 4.6.20.'de verilmektedir.

Tablo 4.6.20.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin evlenme şekli planı değişkenine göre tek yönlü varyans analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Kareler Top.	df	Kareler Farkı	F	p	Farklar
1- Aşık olmam/ aşk ilişkisinin olması	46.722	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	23.361	32.66	.00	Aşk ilişkisi/flört – tanıştırlarak, Aşk ilişkisi/flört – Görücü usulü
4-Bakir/ Bakire olması	69.536	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	34.768	18.01	.00	Aşk ilişkisi/flört – tanıştırlarak, Aşk ilişkisi/flört – Görücü usulü
6-Eş tercihimde ailemin onayı	22.366	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	11.183	14.21	.00	Aşk ilişkisi/flört – tanıştırlarak, Aşk ilişkisi/flört – Görücü usulü
7-Aynı dinden/ mezhepten olmak	96.185	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	48.093	26.00	.00	Aşk ilişkisi/flört – tanıştırlarak, Aşk ilişkisi/flört – Görücü usulü

12-Ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması	8.437	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	4.219	3.25	.03	Aşk ilişkisi/flört – görücü usulü
13-Cinsel açıdan çekici olması	15.515	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	7.758	8.25	.00	Aşk ilişkisi/flört – tanıştırlarak
15-Evleneceğim kişinin dindar olması	124.519	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	62.359	37.84	.00	Aşk ilişkisi/flört – tanıştırlarak, Aşk ilişkisi/flört – Görücü usulü
16-Daha önce evlenmemiş olması	15.590	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	7.795	5.46	.00	Aşk ilişkisi/flört – tanıştırlarak
17-Flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam	28.192	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	14.096	10.19	.00	Aşk ilişkisi/flört – tanıştırlarak
19-Aile bağlarına düşkün olması	10.985	g.içi 2 g.arası 470 Top. 472	5.493	5.63	.00	Aşk ilişkisi/flört – görücü usulü

Tablo 4.6.20.'ye göre üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri evlenme şekli planı değişkenine göre “aşık olmam/aşk ilişkisinin olması”, “bakir/bakire olması”, “eş tercihimde ailemin onayı”, “aynı dinden/mezhepten olmak”, “ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması”, “cinsel açıdan çekici olması”, “daha önce evlenmemiş olması”, “flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam” ve “aile bağlarına düşkün olması” kriterlerinde anlamlı farklılık göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin evlenme şekli planı değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları tablo 4.6.21.'dedir.

Tablo 4.6.21: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerine ilişkin evlenme şekli planı değişkenine göre Scheffe analizi sonuçları

Eş Seçimi Kriterleri	Evlenme Şekli Planı	\bar{x}	Ort. Farkı	p
1- Aşık olmam/ aşık ilişkisinin olması	Aşk ilişkisi/flört	4.42	.57	.00

	Tanıştırılarak	3.84		
	Aşk ilişkisi/flört	4.42	1.02	.00
	Görücü usulü	3.39		
4-Bakir/ Bakire olması	Aşk ilişkisi/flört	3.18	-.74	.00
	Tanıştırılarak	3.93		
	Aşk ilişkisi/flört	3.18	-1.11	.00
	Görücü usulü	4.30		
6-Eş tercihimde ailemin onayı	Aşk ilişkisi/flört	3.87	-.34	.00
	Tanıştırılarak	4.21		
	Aşk ilişkisi/flört	3.87	-.48	.00
	Görücü usulü	4.69		
7-Aynı dinden/ mezhepten olmak	Aşk ilişkisi/flört	3.44	-.85	.00
	Tanıştırılarak	4.29		
	Aşk ilişkisi/flört	3.44	-1.38	.00
	Görücü usulü	4.82		
12-Ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması	Aşk ilişkisi/flört	3.21	-.60	.04
	Görücü usulü	3.82		
13-Cinsel açıdan çekici olması	Aşk ilişkisi/flört	3.72	.40	.00
	Tanıştırılarak	3.31		
15-Evleneceğim kişinin dindar olması	Aşk ilişkisi/flört	2.97	-.91	.00
	Tanıştırılarak	3.89		
	Aşk ilişkisi/flört	2.97	-1.72	.00
	Görücü usulü	4.69		
16-Daha önce evlenmemiş olması	Aşk ilişkisi/flört	3.65	-.39	.00
	Tanıştırılarak	4.04		
17-Flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam	Aşk ilişkisi/flört	3.41	.51	.00
	Tanıştırılarak	2.90		
19-Aile bağlarına düşkün olması	Aşk ilişkisi/flört	3.79	-.59	.02
	Görücü usulü	4.03		

Tablo 4.6.21.'deki veriler ayrıntılı incelendiğinde aşk ilişkisi/flört yoluyla evlenmeyi planlayan öğrenciler (\bar{x} =4.42) tanıştırılarak (\bar{x} =3.84) ve görücü usulü (\bar{x} =3.39) ile

evlenmeyi planlayan öğrencilere göre evlenecekleri kişi ile aralarında aşk ilişkisi bulunmasına daha çok önem vermektedirler.

Tanıştırılarak ($\bar{x}=3.93$) ve görücü usulü ($\bar{x}=4.30$) yolu ile evlenmeyi planlayan öğrenciler evlenecekleri kişinin bakir/bakire olması durumuna aşk ilişkisi/flört ($\bar{x}=3.18$) yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilerden daha çok önem vermektedirler. Görücü usulü ($\bar{x}=4.69$) ve tanıştırlarak ($\bar{x}=4.21$) evlenmeyi planlayan öğrenciler evlenecekleri kişinin aileleri tarafından onaylanmasına aşk ilişkisi/flört ($\bar{x}=3.87$) yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilere göre daha çok önem vermektedirler.

Tanıştırılarak ($\bar{x}=4.29$) ve görücü usulü ($\bar{x}=4.82$) evlenmeyi planlayan üniversite öğrencileri eş adayı ile aynı dinden/mezhepten olma durumunu aşk ilişkisi/flört ($\bar{x}=3.44$) yoluyla evlenmeyi düşünen öğrencilere göre daha çok önemsemektedirler.

Görücü usulü ile evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=3.82$) eş adayının ve ailesinin sosyokültürel seviyesinin kendi ailesiyle denk olmasını aşk ilişkisi/flört yolu ($\bar{x}=3.21$) ile evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla daha fazla önemsemektedirler.

Aşk ilişkisi/flört yolu ile evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=3.72$) evlenecekleri kişinin cinsel açıdan çekici olmasını tanıştırlarak ($\bar{x}=3.31$) evlenmeyi planlayan öğrencilere göre daha çok önemsemektedirler.

Görücü usulü evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=4.69$) ve tanıştırlarak evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=3.89$) eş adayının dindar olmasını aşk ilişkisi/flört yolu ile evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=2.97$) göre çok daha fazla önem vermektedirler.

Tanıştırılarak evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=4.04$) evlenecekleri kişinin daha önce evlenmemiş olması durumunu aşk ilişkisi/flört biçimiyle evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=3.65$) oranla daha fazla önemsemektedirler.

Aşk ilişkisi/flört biçimiyle evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=3.41$) evlenecekleri kişi ile aşk ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmayı tanıştırlarak evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=2.90$) oranla daha çok önem vermektedirler.

Görücü usulü evlenmeyi planlayan öğrenciler ($\bar{x}=4.03$) eş adayının aile bağlarına düşkün olmasını aşk ilişkisi/flört yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilere ($\bar{x}=3.79$) göre daha fazla önemsemektedirler.

4.7. Yedinci Alt Problem: *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçme kriterleri arasındaki ilişki*

Üniversite öğrencilerinin **sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin toplamı ile evliliğe yükledikleri anlam düzeyi toplamı ve eş seçme kriterleri toplamı** arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik pearson korelasyon analizi tablo 4.7.1.'dedir.

Tablo 4.7.1.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin toplamı ile evliliğe yükledikleri anlam düzeyi toplamı ve eş seçme kriterleri toplamı arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik pearson korelasyon analizi sonuçları

		ESK Top	EYA Top	SMB Top
ESK Top.	r	1	.319**	-.049
	p		.00	.29
	N	473	473	473
EYA Top.	r	.319**	1	-.031
	p	.00		.49
	N	473	473	473
SMB Top.	r	-.049	-.031	1
	p	.29	.49	
	N	473	473	473

(** p<0.05 * p<0.01)

Tablo 4.7.1.'deki verilere göre üniversite öğrencilerinin genel sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçimi kriterleri düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmadığı görülmektedir. Bunun yanında öğrencilerin eş seçimi kriterleri ile evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu görülmektedir (p<0.05). Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlamların bilinmesi eş seçiminde ne gibi kriterlere önem verdikleri konusunda belirleyici olabilir.

Üniversite öğrencilerinin **sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile eş seçme kriterleri** arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik pearson korelasyon analizi tablo 4.7.2.'de bulunmaktadır.

Tablo 4.7.2.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile eş seçme kriterleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik pearson korelasyon analizi

		Eş Seçimi Kriterleri Toplamı
SMB Top.	r	-.049
	p	.29
	N	473
Meşguliyet Top.	r	.135**
	p	.00
	N	473
Duygu Durum Düzenleme Top.	r	-.063
	p	.16
	N	473
Tekrarlama Top.	r	-.048
	p	.29
	N	473
Çatışma Top.	r	-.103*
	p	.02
	N	473

(** p<0.05 * p<0.01)

Tablo 4.7.2.'deki veriler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri ile sosyal medya bağımlılığının meşguliyet alt boyutunda pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır (p<0.05). Öğrencilerin sosyal medya ile meşgul oldukça eş seçimi kriterleri ile ilgilendikleri, eş seçimi konusunda uygun kriterleri belirlemeye yöneldikleri sonucu çıkarılabilir.

Öğrencilerin eş seçimi kriterleri ile sosyal medya bağımlılığının çatışma alt boyutunda negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0.01). Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarından dolayı aileleriyle ve sosyal çevreleriyle yaşadıkları çatışma eş seçme kriterlerine olumsuz etki etmektedir. Bunun sebebi olarak, sosyal medya içerikleriyle maruz kalınan gerçek dışı kişilik ve görünüş algıları dolayısıyla gerçeğe uygun olmayan eş seçimi kriterleri belirledikleri ve dolayısıyla sosyal medyadan olumsuz etkilendikleri ve gerçek hayatla çatışma yaşadıkları söylenebilir.

Üniversite öğrencilerinin **eş seçimi kriterleri ile evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri** arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik pearson korelasyon analizi tablo 4.7.3.'te bulunmaktadır.

Tablo 4.7.3.: Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri ile evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik Pearson korelasyon analizi sonuçları

		Eş Seçimi Kriterleri Toplamı
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplamı	r	.319**
	p	.00
	N	473
İşlevsellik	r	.216**
	p	.00
	N	473
Bağlılık	r	.271**
	p	.00
	N	473
Yakınlık	r	.126**
	p	.00
	N	473
Tamamlayıcılık	r	.284**
	p	.00
	N	473
Engellenmişlik	r	-.077
	p	.09
	N	473
Çaba	r	.165**
	p	.00
	N	473
İş Birliği	r	.063
	p	.16
	N	473
Risk	r	.125**
	p	.00
	N	473
Uyum Beklentisi	r	.152**
	p	.00
	N	473

(** p<0.05 * p<0.01)

Tablo 4.7.3.'te görüldüğü üzere üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri ile evliliğe yükledikleri anlam toplamında ve işlevsellik, bağlılık, yakınlık, tamamlayıcılık, çaba, risk ve uyum beklentisi alt boyutlarında pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($p<0.05$). Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlamların belirlenmesi, eş seçiminde dikkate aldıkları kriterlerin anlaşılmasında etkili olabilir. Bunun yanında öğrencilerin evliliğe hem pozitif (işlevsellik, bağlılık, yakınlık, tamamlayıcılık, çaba) yönde yüksek anlam yükledikleri, hem de negatif (risk, uyum beklentisi) yönde yüksek düzeyde anlam yükledikleri göz önüne alındığında, evliliğe sadece toz pembe değil hem olumlu hem olumsuz yönlerden bakabildikleri, evliliğe gerçekçi anlamlar yükledikleri sonucuna ulaşılabilir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik pearson korelasyon analizi tablo 4.7.4.'te bulunmaktadır.

Tablo 4.7.4.: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik pearson korelasyon analizi sonuçları

		Sosyal Medya Bağımlılığı Toplamı	Meşguliyet	Duygu Durum Düzenleme	Tekrarlama	Çatışma
Evliliğe Yüklenen Anlam Toplamı	r	-.031	.083	-.058	-.033	.058
	p	.49	.07	.20	.47	.20
	N	473	473	473	473	473
İşlevsellik	r	-.047	.047	-.090	-.041	-.051
	p	.31	.30	.05	.37	.26
	N	473	473	473	473	473
Bağlılık	r	.012	.075	-.023	-.003	-.013
	p	.80	.10	.62	.94	.78
	N	473	473	473	473	473
Yakınlık	r	-.092*	-.015	-.090	-.063	-.079
	p	.04	.75	.05	.17	.08
	N	473	473	473	473	473
Tamamlayıcı	r	-.041	.047	-.064	-.061	-.045
	p	.37	.30	.16	.18	.33
	N	473	473	473	473	473
Engellenmişlik	r	.066	.047	.048	.030	.048
	p	.15	.30	.29	.51	.30
	N	473	473	473	473	473
Çaba	r	.009	.017	-.011	.018	.002
	p	.84	.70	.80	.70	.96
	N	473	473	473	473	473
İş Birliği	r	-.095*	-.067	-.081	-.061	-.060
	p	.03	.14	.07	.18	.19
	N	473	473	473	473	473
Risk	r	.039	.122**	.117*	.025	-.046
	p	.39	.00	.01	.59	.31
	N	473	473	473	473	473
Uyum Beklentisi	r	-.011	-.003	-.064	.026	-.003
	p	.81	.94	.16	.57	.94
	N	473	473	473	473	473

(** p<0.05 * p<0.01).

Tablo 4.7.4.'teki verilere göre üniversite öğrencileri evliliğe yükledikleri yakınlık ve iş birliği anlamları, sosyal medya bağımlılığı toplamında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($p<0.01$). Bu durumun sosyal medya bağımlılığı tanı kriterlerinde yer alan sorumlulukları yerine getirmeme durumundan kaynaklandığı düşünülebilir. Evliliğin gereklerinden olan eş ile yakınlık kurmak ve iş birliği içinde olmak unsurları sosyal medya bağımlısı olan kişi tarafından sosyal medyada geçirilen süreyi kısıtlayıcı unsurlar olarak görülüyor olabilir.

Öğrencilerin evliliğe yükledikleri risk anlamı ile sosyal medyanın meşguliyet ($p<0.05$) ve duygu durum düzenleme ($p<0.01$) alt boyutlarında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Sosyal medya ile fazla meşgul olan öğrencilerin evliliğe risk anlamı yükledikleri anlaşılmaktadır. Bunun sebebi evlilik sürecinde sosyal medya ile arzuladıkları kadar meşgul olamama düşüncesi olabilir.

Sosyal medyayı duygu durumunu düzenlemek adına kullanan öğrencilerin evliliğe risk anlamı yükledikleri görülmektedir.

BÖLÜM V

TARTIŞMA, SONUÇLAR ve ÖNERİLER

5.1. Tartışma ve Sonuçlar

5.1.1. Sosyal medya bağımlılığına ilişkin sonuçlar

Üniversite öğrencilerinin **sosyal medya bağımlılıkları** genel olarak orta düzeydedir. Meşguliyet ve çatışma alt boyutunda da orta düzeyde iken duygu durum düzenleme ve tekrarlama alt boyutunda düşük düzeydedir. Durar (2018)'ın yüksek lisans tezi kapsamında yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri toplamda, meşguliyet alt boyutunda ve duygu durum düzenleme alt boyutunda “az bağımlı” düzeyinde bulunmasının yanında, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarında bağımlılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Aktan'ın (2018) üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin farklı değişkenlere göre incelendiği araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin “az bağımlı” düzeyinde olduğu ortaya koyulmuştur. Sosyal medya bağımlılığının bireyin günlük hayatını, sosyal çevresiyle etkili iletişim kurmasını olumsuz yönde etkileyebileceği, buna ek olarak akademik çalışmalarına ayıracağı zamanı sınırlandıracağı, duygusal açıdan olumsuz etkilenebileceği düşünüldüğünde elde edilen sonucun hızlı bir şekilde olumsuzluğa doğru ilerlediği ifade edilebilir. Bu sonucun ciddi önlemlerin alınması için önemli bir uyarıcı olduğu ifade edilebilir.

Eğitim **fakültelerinde** öğrenim görmekte olan öğrenciler sosyal medyaya orta düzeyde, insan ve toplum bilimleri fakültelerinde öğrenim görmekte olan öğrenciler sosyal medyaya orta düzeyde bağımlıdır. İliş (2018)'in yüksek lisans tezi kapsamında yaptığı araştırmada eğitim fakültesinde öğrenim görmekte olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin “orta” düzeyde olduğu

sonucuna varılmıştır. Sonuçlar Eğitim fakültelerinde öğrenim görmekte olan öğretmen adayları açısından değerlendirildiğinde, gelecek nesilleri yetiştirecek olan bu öğrencilerin sosyal medya bağımlılığının orta düzeyde olması ciddiye alınmasına gereken bir problem olarak değerlendirilebilir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, genel olarak ve tekrarlama ve çatışma alt boyutlarında, öğrenim görmekte oldukları **sınıf** düzeyi yükseldikçe azalmaktadır. Al-Meyanes'in (2015) yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı arttıkça akademik başarılarının düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Sınıf düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığında ve alt boyutlarında azalma görülmesi, akademik olgunlaşmanın bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Akademik olarak olgunlaşmaya başlayan öğrenciler sosyal medya ile geçirilecek fiziksel ve zihinsel mesaiyi akademik çalışmalara aktarma ve sosyal medyayı daha sağlıklı kullanma yöneliminde olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı yalnızca çatışma alt boyutunda, **yaş** ilerledikçe azalmaktadır. Tutgun-Ünal (2015)'in doktora tezi kapsamında yürüttüğü araştırmada 20 yaşında küçük üniversite öğrencilerinin 20 yaşından büyük öğrencilere oranla daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu fakat anlamlı farklılık oluşturmadığı ortaya konmuştur. Yaş ilerledikçe sosyal medya bağımlılığı dolayısıyla yaşanan çatışma durumunun azalmasının sebebi, genç yetişkinliğe doğru ilerlenen bu yaşlarda kimlik arayışı dönemini büyük ölçüde tamamlamış ve buna bağlı olarak sosyal medyadan olumsuz etkilenmelerinin azalmış olması şeklinde değerlendirilebilir.

2'den fazla **sosyal medya uygulaması** kullanan üniversite öğrencileri ve öncelikle Instagram uygulamasını kullanan öğrenciler sosyal medya ile daha fazla meşgul olmaktadır. Tutgun-Ünal (2015)'in yaptığı araştırmada 1'den fazla sosyal medya uygulaması kullanan öğrencilerin 1 sosyal medya uygulaması kullanan öğrencilere oranla daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu ancak meşgulliyet alt boyutunda anlamlı farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Kullanılan sosyal medya

uygulamasının artmasına bağlı olarak kişinin sosyal medya ile daha fazla meşgul olması öngörülebilir bir sonuçtur.

Sosyal medyayı 4-6 yıldır ve 7 yıldan fazla süredir kullanan niversite öğrencileri sosyal medya ile daha fazla meşgul olmaktadırlar. Aktan (2018)'in yaptığı araştırmada 5 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanan niversite ğrencilerinin 1 yıldan daha az süredir kullanan öğrencilere göre daha bağımlı olduğu ortaya konmuştur. Sosyal medya kullanım süresi arttıça sosyal medya ile daha fazla meşgul olma ve sosyal medyaya bağımlılık geliştirme durumları dikkate alınması gereken öngörülebilir sonuçlar olarak yorumlanabilir.

Sosyal medya kullanım sıklığı 4-6 saat olan öğrenciler ve 7 saatten fazla kullanan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı daha az kullanan öğrencilere göre yüksek düzeydedir. Sosyal medyayı günlük 4-6 saat kullanan öğrenciler ve 7 saatten fazla kullanan öğrenciler daha az kullanan öğrencilere göre sosyal medyayı daha çok duygu durumlarını düzenlemek için kullanmaktadır. Benzer biçimde Aktan (2018) araştırmasında niversite ğrencilerinin sosyal medya kullanım sıklığı ile bağımlılık düzeylerinin doğru orantılı olduğu, günlük kullanım süresi arttıça bağımlılık düzeylerinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda öğrencilerin sosyal medyayı günde 4-7 saat ve daha fazla kullanıyor olmaları sosyal medya bağımlılığının varlığının tahmini açısından ayırt edici bir veri olarak düşünülebilir.

Ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre ebeveynleri aşk ilişkisi/flört yöntemi ile evlenmiş olan niversite ğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri genel olarak ve çatışma alt boyutunda, diğerlerine oranla daha yüksektir.

Aşk ilişkisi/flört yöntemi ile **evlenmeyi planlayan** niversite ğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri genel olarak, meşguliyet alt boyutunda, duygu durum düzenleme alt boyutunda ve çatışma alt boyutunda, diğerlerine oranla daha yüksektir. Bu sonuç aşk/flört yöntemi ile evlenmeyi planlayan öğrencilerin sosyal medyayı flört partneri bulma amacıyla kullanıyor olabilmeleri açısından değerlendirilebilir. Partner

bulmak amacıyla sosyal medyada daha aktif olmaları dolayısıyla sosyal medya ile daha fazla meşgul olmaları buna bağlı olarak duygu durumlarını sosyal medya aracılığıyla düzenlediklerini hissetmeleri ve sosyal medyadan olumsuz etkilendikleri sonucuna varılabilir.

26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan üniversite öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri genel olarak, duygu durum düzenleme alt boyutunda ve çatışma alt boyutunda 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla daha yüksektir. Bu sonuçlar yaş değişkeninde elde edilen sonuçlar ile tutarlılık göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarında ve alt boyutlarında **cinsiyet, ebeveyn birliktelik durumu, anne öğrenim durumu, baba öğrenim durumu, anne çalışma durumu ve baba çalışma durumu** değişkenlerine göre anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

5.1.2. Evliliğe yüklenen anlama ilişkin sonuçlar

Üniversite öğrencilerinin **evliliğe yükledikleri** pozitif **anlamlar** (işlevsellik, bağlılık, yakınlık, tamamlayıcılık, çaba, iş birliği) çok yüksek, negatif anlamlar (uyum beklentisi, risk, engellenmişlik) orta düzeydedir. Yapılan literatür taramasında bütüncül olarak evliliğe yüklenen anlama ilişkin araştırma sonuçlarına rastlanmamıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda üniversite öğrencilerinin evliliği sadece pozitif ya da sadece negatif açıdan görmedikleri, evliliğe dair gerçekçi yaklaşımlar içinde oldukları yorumu yapılabilir. Bu durum toplumsal açıdan evliliğe ilişkin beklentilerle uyumlu görülmektedir.

Fakülte değişkenine göre Eğitim fakültelerinde öğrenim görmekte olan öğrenciler insan ve toplum bilimleri fakültelerinde öğrenim görmekte olan öğrencilere oranla daha fazla risk anlamı yüklemektedirler. Bu doğrultuda eğitim fakültesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin ölçek maddeleri arasında yer alan ifadelere de atıf yapılarak; evliliği aynı evi paylaşmak, ekonomik iş birliği olarak değerlendirdikleri

ve evliliği bir kumar olarak gördükleri sonucuna ulaşılmaktadır. Evliliğe risk açısından bakıyor olmalarının sebebi öğretmen adaylarının gelecek kaygılarıyla ilişkilendirilebilir. Atanma, geçim sıkıntısı gibi zorlu süreçlerden geçmesi muhtemel öğretmen adayları özellikle ekonomik nedenlerden dolayı evliliği risk olarak görüyor olabilir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam işlevsellik alt boyutunda ve engellenmişlik alt boyutunda **cinsiyet** değişkenine göre farklılaşmaktadır. Erkek öğrenciler kadın öğrencilere oranla evliliğe daha fazla işlevsellik ve engellenmişlik anlamı yüklemektedirler. Keldal (2015)'in çalışmasında üniversite öğrencilerinin evliliğe ilişkin tutumları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir. Araştırma sonuçlarına göre erkek öğrencilerin evliliğe ilişkin tutumlarının kadın öğrencilerden daha olumlu olduğu ortaya koyulmuştur. Bacanlı (1999) tarafından yapılan araştırmada erkeklerin evliliği “cinsel ilişki ve dini gereklilik” olarak, kadınların ise “yalnızlıktan kurtulmak” olarak anlamlandırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Erkek öğrencilerin evliliğe işlevsellik ve engellenmişlik anlamı yüklemeleri dolayısıyla; evliliği hayatı renklendiren, kolaylaştıran bir olgu olarak görmelerinin yanında evlilikle birlikte kişisel özgürlüklerden feragat etmek durumunda kalacaklarını düşündükleri sonucu çıkarılabilir. Bu durum Türk aile yapısı açısından genel olarak evlilikle ilgili algılamalara uygun görünmektedir.

Sınıf değişkenine göre 1. sınıfta öğrenim görmekte olan üniversite öğrencileri evliliğe, 3. sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilerden daha fazla tamamlayıcılık anlamı yüklemektedirler. Karabacak ve Çiftçi (2016) tarafından üniversite öğrencilerinin evliliğe ilişkin tutumları ile romantik ilişkilerde akılcı olmayan inançlar arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen araştırmada 4. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin 2. Sınıfta öğrenim gören öğrencilere göre evliliğe daha olumlu baktıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda 1. Sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilerin 3. Sınıfta öğrenim gören öğrencilere oranla evliliği hoşgörülü bir birliktelik, iki yarım elmanın bir olması, ömür boyu süren ve fedakarlık gerektiren bir birliktelik olarak anlamlandırdıkları sonucuna ulaşılabilir.

Yaş değişkenine göre 22 yaşındaki ve 23 ve üstü yaşlardaki üniversite öğrencileri, 18 yaşındakilere, 19 yaşındakilere ve 20 yaşındakilere oranla evliliğe daha az bağlılık ve tamamlayıcılık anlamı yüklemektedirler. Pınar (2008)'in gerçekleştirdiği araştırma sonucunda 20 ila 23 yaş ve üzerinde olan öğrencilerin evliliği en çok “sorumluluk almak, hayatı paylaşmak ve mutluluk” olarak anlamlandırdıkları anlaşılmıştır. Yaş değişkeni sonuçları sınıf değişkeni sonuçları ile tutarlılık göstermektedir.

Anne öğrenim durumu değişkenine göre annesi ortaokul-lise mezunu olan üniversite öğrencileri evliliğe daha fazla yakınlık anlamı yüklemektedirler. Evliliğe yüklenen yakınlık anlamı, sevgi, güven ve bağlılıkla kurulan bir birliktelik, hayatı paylaşmak ve aşk ve sevgi ile beslenen bir süreç şeklinde anlaşıldığı sonucunu vermektedir. Türk toplumundaki “yuvayı dişi kuş yapar” ata sözüyle örtüşen nitelikte ve ayrıca geleneksel aile yapısına uygun olarak, annenin durumunun çocuklarının da evlilikle ilgili duygu ve düşüncelerinin şekillenmesinde etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Baba öğrenim durumuna göre babası ortaokul-lise mezunu olan üniversite öğrencileri evliliğe daha fazla yakınlık anlamı yüklerken, babası okuma-yazma bilmeyen üniversite öğrencileri evliliğe daha çok iş birliği anlamı yüklemektedirler. Babası okuma-yazma bilmeyen öğrencilerin evliliği iş birliğine önem verilmesi gereken ve sabır gerektiren bir olgu olarak gördükleri sonucunu vermektedir. Bu sonuç öğrencilerin büyüme süreçlerinde kültürel ve ekonomik birtakım problemlerle karşılaşmış olma olasılığı açısından değerlendirilebilir.

Anne çalışma durumu değişkenine göre annesi emekli olmuş olan üniversite öğrencileri evliliğe daha çok engellenmişlik anlamı yüklerken, annesi çalışan üniversite öğrencileri evliliğe daha çok risk anlamı yüklemektedirler. Bu bağlamda annesi emekli olmuş olan öğrencilerin evliliği kişisel özgürlüklerden feragat etme olarak anlamlandırdığı, annesi çalışan öğrencilerin ise evliliği ekonomik açıdan riskli bir kumar olarak gördükleri sonucu çıkarılabilir.

Baba çalışma durumu değişkenine göre babası çalışan ve emekli olmuş olan üniversite öğrencileri evliliğe daha çok iş birliği anlamı yüklemektedirler. Bu durum

evlilikte iş birliğinin ve eşlerin eşit sorumluluk alması durumunun babası çalışan ve emekli olmuş olan öğrenciler tarafından dikkate alındığı şeklinde yorumlanabilir.

Kullanılan sosyal medya uygulamaları değişkenine göre en çok kullanma sıklığı sırasıyla Twitter-İnstagram-Youtube ve İnstagram-Twitter-Youtube kullanan öğrenciler, diğer öğrencilere oranla evliliğe daha az işlevsellik anlamı yüklemektedirler. Twitter-İnstagram-Youtube uygulamalarını kullanan öğrenciler evliliğe daha az tamamlayıcılık anlamı yüklerken sadece İnstagram-Youtube kullanan öğrenciler daha fazla engellenmişlik anlamı yüklemektedirler.

21-25 yaş aralığında ve 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan üniversite öğrencileri, evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere oranla genel olarak evliliğe daha fazla anlam yüklemektedirler. Bunun yanında 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler evliliğe daha çok işlevsellik, bağlılık, yakınlık ve tamamlayıcılık alt boyutlarını içeren pozitif anlamlar yüklerken, 26-30 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler evlenmeyi düşünmeyen öğrencilere oranla daha fazla yakınlık anlamı yüklemektedirler. Evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler ise diğer öğrencilere oranla evliliğe daha fazla engellenmişlik anlamı yüklemektedirler. Elde edilen sonuçlar evlenmeyi düşünmeyen öğrenciler açısından değerlendirildiğinde, evliliği bireysel özgürlüklerin kısıtlanacağı bir olgu olarak gördükleri bu sebeple evlenmeyi düşünmedikleri yorumu yapılabilir.

Aşk/flört ilişkisi **yöntemi ile evlenmeyi planlayan** üniversite öğrencileri diğer yöntemler yoluyla evlenmeyi planlayan öğrencilere oranla evliliğe daha fazla yakınlık anlamı yüklemektedirler. Elde edilen bu sonuç bu öğrencilerin evliliğe sevgi, güven, bağlılık, hayatı paylaşma, sevme ve sevilme ihtiyacının karşılanması amacıyla aşk/flört ilişkisi yaşayarak evlenmek istemelerinin nedeni olarak yorumlanabilir.

Üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlam ve alt boyutlarında **ebeveyn birliktelik durumu, sosyal medya kullanım süresi, sosyal medya kullanım sıklığı ve ebeveyn evlenme şekli** değişkenlerine göre anlamlı farklılık belirlenmemiştir.

5.1.3. Eş seçimine ilişkin sonuçlar

Üniversite öğrencileri **eş seçimi kriterlerinden** “hoşgörülü/cana yakın olması”, “yaşam tarzlarımızın birbirine uyması”, “aşık olmam/ aşk ilişkisini olması”, “eş tercihimden ailemin onayı” kriterlerini çok önemli görmektedirler. Efe (2013)’nin yüksek lisans tezi kapsamında yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinin, verilen eş seçimi kriterlerinden en çok “sevilme, dürüst olması, güvenilir olması, sadık olması, saygılı olması, sorumluluk sahibi olması, ruhen sağlıklı olması, hoşgörülü olması, temiz/bakımlı ve merhametli olması” kriterlerine önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Efe’nin elde ettiği sonuçlarla bu araştırma sonuçlarının benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu durum üniversite öğrencilerinin eş seçiminde sevgiyi, hoşgörülü-cana yakın olmayı önemsedikleri anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar evlilik için genel kabul gören temel değerlerle de örtüşmektedir.

Üniversite öğrencileri, öğrenim gördükleri **sınıf** düzeyi yükseldikçe eş seçimi kriterlerinde “aşık olmam/aşk ilişkisinin olması”, “maddi durumunun iyi (zengin) olması”, “eğitim düzeyinin benimle denk olması”, ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması”, “cinsel açıdan çekici olması” ve “evleneceğim kişinin dindar olması” kriterlerine daha çok önem vermektedirler. Bener (2011)’in yüksek lisans tezi kapsamında dindarlık ile eş seçimi ilişkisinin araştırıldığı çalışmasında 1. Sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilerin eş seçiminde en çok “fiziksel çekicilik, dindarlık”, 2. Sınıf öğrencilerinin en çok “iyi bir meslek ve gelir sahibi olması ve dindarlık”, 3. Sınıfta ve 4. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin ise en çok “fiziksel çekicilik ve dindarlık” kriterlerine önem verdikleri anlaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda üniversite öğrencilerinin akademik olarak ilerledikçe eş seçiminde evliliğin temel gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik kriterleri önemsedikleri söylenebilir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri **cinsiyet** değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Kadın öğrenciler “eş tercihimde ailemin onayı”, “aynı dinden/mezhepten olmak”, “politik siyasi görüşümün benzer/aynı olması” ve “kültürümün benzer/aynı olması” kriterlerine erkek öğrencilerden daha çok

önemsemektedirler. Kaçar (2018)'in yüksek lisans tezi kapsamında gerçekleştirdiği araştırmada erkeklerin ve kadınların eş seçiminde “hoşgörülü/duyarlık/cana yakın olması” ve “kültürün benzer/aynı olması” kriterlerine önem verdikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun yanında erkekler kadınlara oranla eş adayının “güzel olması” kriterine daha çok önem vermekte, kadınlar “politik siyasi görüşün benzer/aynı olması” kriterine daha çok önem vermektedirler. Bu verilerden hareketle kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre, eş seçerken önem verdikleri kriterler Türk toplumunda genel kabul gören kriterlerle daha tutarlı olduğu sonucuna varılabilir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterlerinde “eğitim düzeyinin benimle denk olması”, “becerikli/yetenekli/hamarat olması” ve “cinsel açıdan çekici olması” kriterlerine verdikleri önem yaş ilerledikçe artmaktadır. Pınar (2008)'in araştırmasında 20 ila 23 yaş ve üzerinde olan öğrencilerin eş seçiminde en çok “iyi huylu olması, eğitilmiş olması, dünya görüşünün kendisiyle aynı olması” kriterlerine ve eş adayının aile tarafından onaylanmasına önem verdikleri anlaşılmıştır. Yaş değişkeninden elde edilen sonuçlar sınıf değişkeninden elde edilen sonuçlar ile tutarlılık göstermektedir.

Ebeveyn birliktelik durumu değişkenine göre ebeveynleri birlikte olan üniversite öğrencileri eş seçiminde “bakir/bakire olması” ve “daha önce evlenmemiş olması” kriterlerine önem vermektedirler. Erola, Harkönen ve Dronkers (2012)'nin gerçekleştirdiği araştırmada ebeveynleri boşanmış olan gençlerin eş seçerken eğitim durumunun yüksek olması kriterine önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ebeveynleri birlikte olan öğrencilerin eş seçiminde öncelik verdikleri kriterler aile ortamındaki doğal gözlemlerden kaynaklanan Türk toplumundaki geleneksel anlayışa uyma gereksiniminden dolayı olabilir.

Baba öğrenim durumu değişkenine göre babası okuma-yazma bilmeyen üniversite öğrencileri eş seçiminde “kültürümün benzer/aynı olması” kriterine diğer öğrencilere oranla daha çok önem verdiği anlaşılmaktadır. Babası ortaokul-lise mezunu olan öğrenciler ise diğer öğrencilere oranla eş seçiminde “aile bağlarına düşkün olması” kriterine daha çok önem vermektedirler.

Anne çalışma durumu değişkenine göre annesi çalışmayan üniversite öğrencileri eş seçiminde daha çok “bakir/ bakire olması, aynı dinden/mezhepten olmak ve evleneceğim kişinin dindar olması” kriterlerine, annesi emekli olmuş olan öğrenciler ise daha çok “Flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmak” kriterine önem vermektedirler.

Sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre sosyal medyayı 7 yıldır uzun süredir kullanan üniversite öğrencileri eş seçiminde “aşık olmam/ aşk ilişkisinin olması” kriterini diğer öğrencilere oranla daha çok önemsemektedirler. Sosyal medyayı 4-6 yıldır kullanan öğrenciler eş seçiminde “eş tercihimde ailemin onayı” kriterini diğer öğrencilerden daha çok önemsemektedirler. Sosyal medyayı kullanma süresi 7 yılı aşan öğrencilerin aşk ilişkisi olmasına önem vermelerinin nedeni sosyal medyada sıklıkla gördükleri aşk ilişkilerine benzer bir ilişki arayışından kaynaklanıyor olabilir.

Üniversite öğrencilerinin **sosyal medya kullanım sıklığı** arttıkça eş seçiminde “aşık olmam/ aşk ilişkisinin olması” ve “flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam” kriterlerine verdikleri önem artmaktadır. Bunun yanında sosyal medyayı günde 1-3 saat ve 4-6 saat kullanan öğrenciler 7 saatten fazla kullanan öğrencilere oranla eş seçiminde “eş tercihimde ailemin onayı” kriterine daha çok önem vermektedirler. Sosyal medyayı günde 1-3 saat kullanan öğrenciler eş seçiminde kriter olarak “bakir/bakire olması”, “politik siyasi görüşümün benzer/aynı olması” kriterlerini önemsemektedirler.

Üniversite öğrencilerinin **planladıkları evlilik yaşı** arttıkça eş seçiminde “aşık olmam/aşk ilişkisinin olması”, “aynı dinden/mezhepten olmak”, “kültürümün benzer/aynı olması” kriterlerine verdikleri önem azalmaktadır. 21-25 yaş aralığında evlenmeyi planlayan öğrenciler “evleneceğim kişinin dindar olması”, “daha önce evlenmemiş olması”, “aile bağlarına düşkün olması” ve “evleneceğim kişinin popülaritesinin yüksek olması” kriterlerine diğer öğrencilere oranla daha çok önemsemektedirler. Planlanan evlenme yaşı arttıkça, Türk toplumunda önem verilmesi öngörülen ve sevilme ihtiyacı gibi evlilik açısından kritik önem taşıyan kriterlerine verilen önemin azalması, ilerleyen yaşlarda evlenememe endişesiyle “razi

olma”, bunun yanında kendisini olgun hissetmeyle birlikte kendi beklentilerinin ve/veya hayallerinin daha önemli hale gelmiş olması durumundan kaynaklanıyor olabilir.

Ebeveyn evlenme şekli değişkenine göre ebeveynleri aşk ilişkisi/flört yöntemi ile ve tanıştırlarak (aracı usulü) evlenmiş olan üniversite öğrencileri eş seçiminde “aşık olmam/aşk ilişkisinin olması”, “güzel/yakışıklı olması”, “bakir/bakire olması” ve “flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam” kriterlerini ebeveynleri görücü usulü evlenen ve akraba evliliği yapan öğrencilere oranla daha fazla önemsemektedirler. Ebeveynleri görücü usulü evlenen öğrenciler eş seçiminde eş adayının “bakir/bakire olması” kriterine önem vermektedirler. Ebeveynleri akraba evliliği yapmış olan ve görücü usulü evlenmiş olan öğrenciler diğer öğrencilere oranla eş seçiminde “aynı dinden/mezhepten olmak” ve “evleneceğim kişinin dindar olması” kriterlerine daha çok önem vermektedirler. Bu bağlamda ebeveynleri, yaygın olarak görülen kırsal kesimlere ait evlilik biçimleriyle evlenmiş olan öğrencilerin eş seçiminde daha geleneksel kriterleri benimsedikleri ve-veya aile ve toplum baskısı nedeniyle bu kriterleri önemsedikleri yorumu yapılabilir.

Aşk ilişkisi/flört **yöntemi ile evlenmeyi planlayan** üniversite öğrencileri eş seçimi kriterlerinden “aşık olmam/aşk ilişkisinin olması”, “flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam” ve “cinsel açıdan çekici olması” kriterlerinin diğerlerine oranla daha çok önemsemektedirler. Tanıştırlarak ve görücü usulü evlenmeyi planlayan öğrenciler eş seçerken “bakir/bakire olması”, “eş tercihimde ailemin onayı”, “aynı dinden/mezhepten olmak”, “evleneceğim kişinin dindar olması” kriterlerini önemsemektedirler. Görücü usulü evlenmeyi planlayan öğrenciler eş seçiminde “ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması”, “aile bağlarına düşkün olması” kriterlerini önemsemektedirler. Aracı usulü evlenmeyi planlayan öğrenciler ise eş seçiminde “daha önce evlenmemiş olması” kriterine daha çok önem vermektedirler. Elde edilen bu sonuçlar ebeveyn evlenme şekli değişkeni sonuçları ile tutarlılık göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin eş seçimi kriterleri **fakülte, anne öğrenim durumu, baba çalışma durumu ve kullanılan sosyal medya uygulamaları** değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

5.1.4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçme kriterleri arasındaki ilişkilere ilişkin sonuçlar

Üniversite öğrencilerinin **evliliğe yükledikleri genel anlam** ve **eş seçimi kriterleri** arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki vardır. Öğrencilerin **evliliğe yükledikleri anlam** ve **eş seçimi kriterleri** ile **sosyal medya bağımlılık düzeyleri** arasında anlamlı ilişki belirlenmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin **sosyal medya bağımlılığı meşguliyet alt boyutunda eş seçimi kriterleri** ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyanın öğrenciler tarafından uygun eş aramak amacıyla kullanıldığı, buna bağlı olarak meşguliyet durumlarının arttığı yorumu yapılabilir. **Sosyal medya bağımlılığı çatışma alt boyutu** ile **eş seçimi kriterleri** arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre sosyal medyayı eş aramak amacıyla kullanan öğrencilerin aradıklarını bulamamaları veya uygun gördükleri adaya ulaşamamaları dolayısıyla sosyal medyadan olumsuz etkilendikleri sonucu çıkarılabilir.

Üniversite öğrencilerinin **eş seçimi kriterleri ile evliliğe yüklenen anlam genelinde ve işlevsellik, bağlılık, yakınlık, tamamlayıcılık, çaba, risk ve uyum beklentisi alt boyutları** arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda üniversite öğrencilerinin evliliğe yükledikleri anlamların bilinmesi, eş seçiminde öncelik verdikleri kriterlerin anlaşılmasında güçlü bir yol gösterici olabilir.

Üniversite öğrencilerinin **evliliğe yükledikleri anlamların yakınlık ve iş birliği alt boyutları ile genel sosyal medya bağımlılığı** arasında negatif yönde bir anlamlı ilişki bulunmaktadır. Bu sonuca göre, sosyal medya bağımlısı olan öğrencilerin evliliği sevgi, güven, bağlılık, hayatı paylaşmak gibi yönlerden olumsuz

değerlendirmeleri, sosyal medyada sıklıkla karşılaşılan kusursuz ilişkilere asla ulaşamayacak olma düşüncesinden kaynaklanıyor olabilir.

Sosyal medya bağımlılığı meşguliyet alt boyutu ile evliliğe yüklenen anlamların risk alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Bunun sebebi olarak sosyal medya ile meşgul olmaya ayrılan zamanın evlilikle birlikte kısıtlanacak olması endişesi taşıdıkları düşünülebilir.

Sosyal medya bağımlılığı duygu durum düzenleme alt boyutu ile evliliğe yüklenen anlamların risk alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya aracılığı ile duygu durumunu düzenleyebildiğini düşünen öğrencilerin evliliği riskli yönlerden değerlendirmeleri yine sosyal medya yardımıyla iyi hissetmenin sağlandığı mesainin kısıtlanacak olması endişesinden kaynaklı olabilir.

5.2. Öneriler

-Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını azaltmak ve sosyal medya ile zihinsel meşguliyeti en aza indirmek için üniversitelerde öğrencilere yönelik öğrencileri eğlendirecek ve ilgilerini çekebilecek spor, sanat, bilim aktiviteleri artırılabilir.

-Sadece üniversite öğrencilerinin değil, tüm toplumun sosyal medya bağımlılığı düzeyi belirlenmeli ve sosyal medya bağımlılığına yönelik işlevsel tedavi yöntemleri geliştirilmelidir.

-Sosyal medya bağımlılığına yönelik yardım alınabilecek danışma merkezleri kurulabilir.

-Hem öğrenciler hem de aileleri sosyal medya hakkında bilinçlendirilmeli ve sağlıklı kullanım konusunda bilgilendirilmelidir.

-Sosyal medyada paylaşılan gönderinin fazla sayıda beğeni alması beyinde dopamin hormonu salgılanmasına neden olmaktadır. Bu sebeple zamanla bağımlılık

gelişmektedir. Bunun için uygulama şirketlerinin sosyal medya uygulamalarında beğeni sayılarının gizlenmesine yönelik atacakları adımlar bağımlılığın önlenmesinde etkili olabilir.

-Üniversitelerin Eğitim Fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin, öğrenim görmekte oldukları bölüm değişkenine göre daha kapsamlı araştırılabilir.

-Üniversite öğrencilerinin evlenmeyi planladıkları yaş aralığı değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı düzeyleri daha kapsamlı araştırılabilir.

-Üniversite öğrencilerinin yanı sıra tüm toplumun evliliğe yükledikleri anlamların belirlenmesi ve evliliğe ilişkin tutumlarının anlaşılması, sağlıklı toplumlar açısından faydalı olabilir.

-Eş seçimi süreci birçok etkenin yanı sıra ruh sağlığı ile de ilişkilidir. Bu sebeple bireylerin psikolojik uygunluğunun, kişilik özelliklerinin ve beklentilerinin araştırmacılar tarafından araştırılması yararlı olacaktır.

-Aile danışmanları ve psikolojik danışmanların ailelere ve bireylere sosyal medya konusunda danışmanlık yapabilecek yetkinliğe erişmesine yönelik eğitimler düzenlenebilir.

-Sosyal medya bağımlılığı farklı eğitim kademelerini kapsayacak şekilde araştırılabilir.

-Evliliğe yüklenen anlamlar ve eş seçimi kriterleri üniversite öğrencileri ve aileleri de dahil edilerek daha geniş kapsamlı araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2015). Türkiye’de Evlilik Tercihleri. Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı.
- Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri-Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1): 107-122.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4): 405-421.
- Alarcón, R. D., & Sarabia, S. (2012). Debates On The Narcissism Conundrum: Trait, Domain, Dimension, Type, Or Disorder?. *The Journal Of Nervous And Mental Disease*, 200(1): 16-25.
- Allen, D. W. (1992). “What Does She See In Him?”: The Effect Of Sharing On The Choice Of Spouse. *Economic Inquiry*, 30(1): 57-67.
- Al-Menayes, J. J. (2015). Dimensions Of Social Media Addiction Among University Students İn Kuwait. *Psychology And Behavioral Sciences*, 4(1): 23-28.
- American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic And Statistical Manual Of Mental Disorders (DSM-5). American Psychiatric Pub.
- Anderson, R. T. (2013). Marriage: What It Is, Why It Matters, And The Consequences Of Redefining It. *Heritage Foundation Backgrounder*, 2775.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The Relationship Between Addictive Use Of Social Media And Video Games And Symptoms Of Psychiatric Disorders: A Large-Scale Cross-Sectional Study. *Psychology Of Addictive Behaviors*, 30(2): 252.

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The Relationship Between Addictive Use Of Social Media, Narcissism, And Self-Esteem: Findings From A Large National Survey. *Addictive Behaviors*, 64: 287-293.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development Of A Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110(2): 501-517.
- Atav, E., Akkoyunlu, B., & Sağlam, N. (2006) Öğretmen Adaylarının İnternete Erişim Olanakları ve Kullanım Amaçları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(30): 37-44.
- Atkinson, R.L., Atkinson, R.C. & Hilgard, E.R. (1995). Psikolojiye Giriş 2. Çev. Kemal Atakay, Mustafa Atakay, Aysun Yavuz, İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Bacanlı, H. (1999). Mate Preferences. *Turkish Psychological Counseling And Guidance Journal*, 2(15): 7- 16.
- Balaman, A. R. (1982). Sosyal Antropolojik Yaklaşımla Akrabalık, Evlilik ve Türleri. Karınca Matbaacılık.
- Başay, A.C. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Benlik Yapısı ve Eş Seçme Kriterleri Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Başer, A. (2014). Sosyal Medya Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri, Kullanım ve Motivasyonlarının Sosyal Medya Rakamlarına Yönelik Genel Tutumları Üzerindeki Rolü: Facebook Üzerine Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi. M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bener, M. (2011). Dindarlık – Eş Seçimi İlişkisi (SDÜ Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bener, Ö., & Günay, G. (2012). Gençlerin Evlilik ve Aile Yaşamına İlişkin Tutumları. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 1-27.
- Berigel, M., Kokoc, M. & Karal, H. (2012). Exploring Pre-Service Teachers' Level Of Social Networking Sites Addictive Tendencies. *Eurasian Journal Of Educational Research*, 12 (49A), 215-228.
- Bilton, T., Vd. (2009). Sosyoloji, 2.Bs. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Bostancı, M. (2010). Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Boulos, M. N. K., Maramba, I., & Wheeler, S. (2006). Wikis, Blogs And Podcasts: A New Generation Of Web-Based Tools For Virtual Collaborative Clinical Practice And Education. *BMC Medical Education*, 6(1): 41.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Brackett, K. P. (2016). Mate Selection. *Encyclopedia Of Family Studies*, 1-7.
- Bugay, A., & Tezer, E. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Evlenecekleri Eşlerde Aradıkları Özellikler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*: (23).
- Burç, P.E. (2018). Evlilik ve Aile Hayatı Üzerine Gündelik Hayata Sosyo-Kültürel Bir Bakış Açısı. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(13): 135-141.
- Burger, J.M. (2006). Kişilik. Çev.İnan Deniz Erguvan Sarıoğlu. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Büyüköztürk, S. Vd. (2013). Bilimsel Araştırma Yöntemleri 14.Bs. Ankara: Pegem Akademi.
- Cabral, J. (2011). İis Generation Y Addicted To Social Media. *The Elon Journal Of Under Graduate Research In Communications*, 2(1).
- Canel, A.N. (2013). Evlilik ve Aile Hayatı. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü. İstanbul.
- Cezair, B. (2018). Sosyal Medyanın Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chang, Y., Tang, L., Inagaki, Y., & Liu, Y. (2014). What İis Tumblr: A Statistical Overview And Comparison. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 16(1): 21-29.

- Chen, Y., Hu, J., Zhao, H., Xiao, Y., & Hui, P. (2018). Measurement And Analysis Of The Swarm Social Network With Tens Of Millions Of Nodes. *IEEE Access*, 6: 4547-4559.
- Curran, M. A., Utley, E. A., & Muraco, J. A. (2010). An Exploratory Study Of The Meaning Of Marriage For African Americans. *Marriage & Family Review*, 46(5): 346-365.
- Çam, E., & Isbulan, O. (2012). A New Addiction For Teacher Candidates: Social Networks. *Turkish Online Journal Of Educational Technology-TOJET*, 11(3): 14-19.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2): 27-50.
- Deniz, L., & Gürültü, E. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2): 355-367.
- Doğan, İ. (2007). Vatandaşlık Demokrasi ve İnsan Hakları, 6.Bs. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Doğan, İ. (2009), Dünden Bugüne Türk Ailesi Sosyolojik Bir Değerlendirme. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını, Ankara.
- Durak Batıgün, A. D., & Hasta, D. (2010). İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları Açısından Bir Değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(3): 213-219.
- Durar, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon ve Sosyal Fobi İle İlişkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. K.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Eaves, L. J., & Hatemi, P. K. (2011). Do We Choose Our Spouse Based On Our In-Laws? Resolving The Effects Of Family Background And Spousal Choice For Educational Attainment, Religious Practice, And Political Preference. *Social Science Quarterly*, 92(5): 1253-1278.
- Eckland, B. K. (1968). Theories Of Mate Selection. *Eugenics Quarterly*, 15(2): 71-84.

- Efe, E. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Eş Seçme Eğilimleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. H.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ehrenberg, A., Juckes, S., White, K.M. & Walsh, S.P. (2008). Personality And Selfesteem As Predictors Of Young People's Technology Use. *Cyberpsychology & Behavior*, 11, 739-741.
- Erola, J., Härkönen, J., & Dronkers, J. (2015). More Careful Or Less Marriageable? Parental Divorce, Spouse Selection And Entry Into Marriage. *Social Forces*, 90(4): 1323-1345.
- Evans, D. (2010). Social Media Marketing: An Hour A Day. *John Wiley & Sons*.
- Forest, A. L., & Wood, J. V. (2012). When Social Networking Is Not Working: Individuals With Low Self-Esteem Recognize But Do Not Reap The Benefits Of Self-Disclosure On Facebook. *Psychological Science*, 23(3): 295-302.
- Freeman, B., & Chapman, S. (2007). Is Youtube Telling Or Selling You Something? Tobacco Content On The Youtube Video-Sharing Website. *Tobacco Control*, 16(3): 207-210.
- George, D., Luo, S., Webb, J., Pugh, J., Martinez, A., & Foulston, J. (2015). Couple Similarity On Stimulus Characteristics And Marital Satisfaction. *Personality And Individual Differences*, 86: 126-131.
- George, R. P., & Elstain, J. B. (Eds.). (2014). The Meaning Of Marriage: Family, State, Market, And Morals. *Scepter Publishers*.
- Goldberg, I. (1996). Internet Addiction Disorder.
- Grüsser, S. M., Thalemann, R., & Griffiths, M. D. (2007). Excessive Computer Game Playing: Evidence For Addiction And Aggression?. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(2): 290-292.
- Güngör, H. C., Yılmaz, M., & Çelik, S. B. (2016). Romantizm ve Eş Seçimi Tutum Ölçeğinin Uyarlanması: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36).
- Güzel, M., & Özmen, K. (2018). Google Tekelinde Haberciliğin Dönüşümü. *Akdeniz İletişim*, (29).

- Hamamcı, Z., Buğa, A., & Duran, Ş. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Evlilik Yaşantısı ile İlgili Bilgi Kaynaklarının ve Evlilik Öncesi Eğitim İhtiyaçlarının İncelenmesi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 26(26), 33-50.
- Hasdemir, K. (2014). Evlilik Uyumu ve Cinsel Doyum Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic Love Conceptualized As An Attachment Process. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 52(3): 511.
- Heilesen, S. B. (2010). What Is The Academic Efficacy Of Podcasting?. *Computers & Education*, 55(3): 1063-1068.
- Hong, F. Y., Huang, D. H., Lin, H. Y., & Chiu, S. L. (2014). Analysis Of The Psychological Traits, Facebook Usage, And Facebook Addiction Model Of Taiwanese University Students. *Telematics And Informatics*, 31(4): 597-606.
- Howard, J. A., Blumstein, P., & Schwartz, P. (1987). Social Or Evolutionary Theories? Some Observations On Preferences In Human Mate Selection. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 53(1): 194.
- <https://wearesocial.com/blog/2018/04/social-media-use-jumps-in-q1-despite-privacy-fears> [1.2.19].
- <https://wearesocial.com/blog/2018/10/the-state-of-the-internet-in-q4-2018> [1.2.19]
- <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [6.11.2018].
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis Of Instagram Photo Content And User Types. *In Icwsn*.
- Işık, U. (2007). Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İliş, A. (2018). Eğitim Fakülteleri Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı İle İletişim Becerileri Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından

- İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. A.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- İnce, M., & Koçak, M. C. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2): 736-749.
- İşlek, M. S. (2012). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jedlicka, D. (1980). A Test Of The Psychoanalytic Theory Of Mate Selection. *The Journal Of Social Psychology*, 112(2): 295-299.
- Kaçar, M. (2018). Flört Süresinin Eş Seçme Önceliklerine İlişkisinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kahveci, G.A. (2016). Evli Bireylerde Evlilik Uyumu, Evlilik Çatışma Biçimi ve Depresyon Düzeylerinin Belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. B.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kansız, M., & Arkar, H. (2011). Mizaç ve Karakter Özelliklerinin Evlilik Doyumu Üzerine Etkisi/The İnfluence Of Temperament And Character Dimensions On Marital Satisfaction. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 12(1): 24.
- Karabacak, A., & Çiftçi, M. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe İlişkin Tutumları ile Romantik İlişkilerde Akılcı Olmayan İnançları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *13. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi*, 7(8): 9.
- Karaiskos, D. & Tzavellas, E., Balta, G. & Paparrigopoulos, T. (2010). Social Network Addiction: A New Clinical Disorder? *European Psychiatry*, 25, 855.
- Kasatura, İ. (2013). Eş Seçiminden Evliliğe, Yaşam Döngüsü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Keldal, G. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Evliliğe İlişkin Tutumlarının Yordayıcısı Olarak Eş Seçme Stratejileri ve Cinsiyet Rol Algıları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İ.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Kernodle, W. (1959). Some Implications Of The Homogamy-Complementary Needs Theories Of Mate Selection For Sociological Research. *Social Forces*, 145-152.
- Kılıç, T. Ve Gündoğdu, G. (2017). Yeni İletişim Teknolojilerinin Sosyal Hayata Etkileri: İnternet Evlilik Siteleri. *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Bildiri Kitabı*: 17-28.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., Mccarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks Of Social Media. *Business Horizons*, 54(3): 241-251.
- Knox, D., Daniels, V., Sturdivant, L., & Zusman, M. E. (2001). College Student Use Of The Internet For Mate Selection. *College Student Journal*, 35(1): 158-158.
- Knuiman, M. W., Divitini, M. L., & Bartholomew, H. C. (2005). Spouse Selection And Environmental Effects On Spouse Correlation İn Lung Function Measures. *Annals Of Epidemiology*, 15(1): 39-43.
- Körük, S., Özabacı N. & Kara, A. (2018). Evliliğe Yüklenen Anlam Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi*, 8(50): 235-259.
- Kurniasih, N. (2017). Internet Addiction, Lifestyle Or Mental Disorder? A Phenomenological Study On Social Media Addiction İn Indonesia. *Kne Social Sciences*, 2(4): 135-144.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online Social Networking And Addiction—A Review Of The Psychological Literature. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 8(9): 3528-3552.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social Networking Sites And Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 14(3): 311.
- Kutup, N. (2010). *İnternet Ve Sanat, Yeni Medya Ve Net. Art.* Akademik Bilişim'10, XII Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 10-12 Şubat 2010. Muğla Üniversitesi, Muğla. 9-20.

- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010, April). What Is Twitter, A Social Network Or A News Media?. *In Proceedings Of The 19th International Conference On World Wide Web*: 591-600.
- Lee, G. R., & Stone, L. H. (1980). Mate-Selection Systems And Criteria: Variation According To Family Structure. *Journal Of Marriage And The Family*: 319-326.
- Lichter, D. T., Anderson, R. N., & Hayward, M. D. (1995). Marriage Markets And Marital Choice. *Journal Of Family Issues*, 16(4): 412-431.
- Lin, C. C., & Tsai, C. C. (2011). Applying Social Bookmarking To Collective Information Searching (CIS): An Analysis Of Behavioral Pattern And Peer Interaction For Co-Exploring Quality Online Resources. *Computers In Human Behavior*, 27(3): 1249-1257.
- Lynn, G.T. & Johnson, C.C. (2018). Ekran Bağımlılığı, Çev.Filiz Yolaçan. İstanbul: Destek Yayınları.
- Lyons, A. (2018). Husbands And Wives: The Mysterious Choice. *In Psychotherapy With Couples*: 44-54.
- Maden, H. (2015). Anne Babası Boşanmış Üniversite Öğrencilerinin Evlilik Tutumu ile Anne Babası Evli Üniversite Öğrencilerinin Evlilik Tutumunun Karşılaştırılması Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ü.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Madran, H. (2008). Duygusal ve Cinsel Kıskançlık Açısından Temel Cinsiyet Farklılıkları: Evrimsel Yaklaşım Ve Süregelen Tartışmalar. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 19(3).
- Malik, S., & Khan, M. (2015). Impact Of Facebook Addiction On Narcissistic Behavior And Self-Esteem Among Students. *J Pak Med Assoc*, 65(3): 260-263.
- Malta-Muhaxheri, N. & Hudaverdi, E. (2016). Kosova – Mamuşa Türk Halk Kültüründe Geçiş Dönemleri: Doğum-Evlenme-Ölüm. *Dede Korkut*, 9: 55-62.
- Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2007). Attachment In Adulthood: Structure, Dynamics, And Change. *Guilford Press*.

- Mislove, A., Koppula, H. S., Gummadi, K. P., Druschel, P., & Bhattacharjee, B. (2008). Growth Of The Flickr Social Network. *In Proceedings Of The First Workshop On Online Social Networks: 25-30.*
- Mohammadi, B., & Soleymani, A. (2017). Early Maladaptive Schemas And Marital Satisfaction As Predictors Of Marital Commitment. *International Journal Of Behavioral Sciences, 11(1): 16-22.*
- Murstein, B. I. (1970). Stimulus. Value. Role: A Theory Of Marital Choice. *Journal Of Marriage And The Family: 465-481.*
- Murstein, B. I. (1972). Physical Attractiveness And Marital Choice. *Journal Of Personality And Social Psychology, 22(1): 8.*
- Mutlu, M. (2004). Üniversite Gençliğinin Evlilik ve Aile Kurumuna Yaklaşımı (Fırat Üniversitesi Uygulaması) Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. F.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Nakosteen, R. A., & Zimmer, M. A. (2001). Spouse Selection And Earnings: Evidence Of Marital Sorting. *Economic Inquiry, 39(2): 201-213.*
- Nazlı, S. (2001). Aile Danışmanlığı, 2.Bs. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- O'Brien, E., & Foley, L. (1999). The Dating Game: An Exercise Illustrating The Concepts Of Homogamy, Heterogamy, Hyperogamy, And Hypogamy. *Teaching Sociology, 27(2): 145.*
- Ondaş, B. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Evlilik ve Eş Seçimiyle İlgili Görüşlerinin İncelenmesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. G.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Osborne, M., & Dredze, M. (2014). Facebook, Twitter And Google Plus For Breaking News: Is There A Winner?. *ICWSM.*
- Ögel, K. (2017). İnternet Bağımlılığı, İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Özalp, A. (2017). Sembolik Etkileşimcilik, Entelektüel Kökenler, Kuramlar ve Din Olgusu. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Özgüven, İ.E. (2017). Evlilik ve Aile Terapisi. 4.Bs. Ankara: Nobel Akademi.

- Öztürk, K. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Satın Alma Davranışlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pavlicek, A. (2013). Social Media–The Good, The Bad, The Ugly. *IDIMT-2013*: 139.
- Pınar, G. (2008). Üniversite Son Sınıf Öğrencilerinin Evliliğe Bakış Açısı. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 14(14): 49-60.
- Pınar, G. (2008). Üniversite Son Sınıf Öğrencilerinin Evliliğe Bakış Açısı. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 14(14), 49-60.
- Plotnik, R. (2009). Psikolojiye Giriş. Çev.Tamer Geniş. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Polat, R. (2017). Dijital Hastalık Olarak Nomofobi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(2): 164-172.
- Raymo Jr, J. M. (2000). Spouse Selection And Marriage Timing İn Japan Yayınlanmamış Doktora Tezi. University Of Michigan, Proquest Dissertations Publishing.
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who Uses Facebook? An Investigation Into The Relationship Between The Big Five, Shyness, Narcissism, Loneliness, And Facebook Usage. *Computers İn Human Behavior*, 27(5): 1658-1664.
- Santrock, J.W. (2016). Yaşam Boyu Gelişim, Gelişim Psikolojisi 13.Bs. Çev.Galip Yüksel. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Savci, M., & Aysan, F. (2017). Technological Addictions And Social Connectedness: Predictor Effect Of Internet Addiction, Social Media Addiction, Digital Game Addiction And Smartphone Addiction On Social Connectedness. *Dusunen Adam: Journal Of Psychiatry & Neurological Sciences*, 30(3): 202-216.
- Schmitt, D. P. (2003). Universal Sex Differences İn The Desire For Sexual Variety: Tests From 52 Nations, 6 Continents, And 13 İslands. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 85(1): 85.

- Schmitt, D. P. (2014). Evaluating Evidence Of Mate Preference Adaptations: How Do We Really Know What Homo Sapiens Sapiens Really Want?. *In Evolutionary Perspectives On Human Sexual Psychology And Behavior*, 3-39.
- Seferoğlu, S.S. (2006). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı, 3.Bs. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Sert Eteman, F. & Gürsakal, N, & Tüzüntürk, S. (2014). Node XL ile Sosyal Ağ Analizi #Akademikzam Örneği. *International Symposium On Economics, Finance And Econometrics*, (15): 1-21.
- Söner, O., & Yılmaz, O. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13): 61-76.
- Sriwilai, K., & Charoensukmongkol, P. (2016). Face İt, Don't Facebook İt: İmpacts Of Social Media Addiction On Mindfulness, Coping Strategies And The Consequence On Emotional Exhaustion. *Stress And Health*, 32(4): 427-434.
- Suğur, N. (Ed.). (2017). Sosyolojiye Giriş. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Şeker, C. (2015). Yahudilikte Evlilik ve Cinsellik Anlayışı/Ahlakı/Marriage And The Conception Of Sexuality/Sexual Ethics İn Judaism. *Atatürk Üniversitesi İlahiyât Tetkikleri Dergisi*, (44): 247-271.
- Şenol, D. (2017). Sembolik Etkileşimcilik 2.Bs. Ankara: Net Kitaplık Yayıncılık.
- Tacoğlu, T. P. (2011). Türkiye'de Gerçekleştirilen Geleneksel Evlilik Çeşitlerinin Nedenleri ve Evlilikler Üzerinde Törenin Etkisi. *Odü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (Odüsobiad)*, 2(4): 114-143.
- Tarhan, N. (2018). Mutlu Evlilik Psikolojisi 26.Bs. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Taş, B., Bastem, K., & Şeker, Ş. E. (2017). İş Zekası ve Bağlı Uzmanlıklar İçin Linked-İn Veri Madenciliği Uygulaması. *YBS Ansiklopedi*, 4(2): 18-25.
- TDK (2010). Türkçe Sözlük. Ankara: TDK.
- Tezer, E. (1994). Evlilik ve İş Doyumu İlişkisi: İkili Çatışmalar ve Bazı Demografik Değişkenlerin Rolü. *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(1).
- Thornton, M., Vd. (2013). Facebook As An Organization. *Wilmington University*.

- Tolmacz, R., Goldzweig, G. & Guttman, R. (2004). Attachment Styles And İdeal İmage Of The Mate. *European Psychologist*, 9(2), 87- 95.
- Torrone, P. Popcasting 101. <https://Cdnmakezine.Com/Make/Podcast.Pdf>. [5.11.2018].
- Turel, O., & Serenko, A. (2012). The Benefits And Dangers Of Enjoyment With Social Networking Websites. *European Journal Of Information Systems*, 21(5): 512-528.
- Turel, O., Brevers, D., & Bechara, A. (2018). Time Distortion When Users At-Risk For Social Media Addiction Engage İn Non-Social Media Tasks. *Journal Of Psychiatric Research*, 97, 84-88.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma Yayınlanmamış Doktora Tezi. M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2015). Development Of The Social Media Addiction Scale. *AJIT-E: Online Academic Journal Of Information Technology*, 6(21).
- TÜİK. (2013). İstatistiklerle Kadın 2012. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu.
- TÜİK. (2018). Evlenme ve Boşanma İstatistikleri. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu.
- Türkarıslan, N. & Süleymanov, A. (2010). Üniversite Son Sınıf Öğrencilerinin Evlilik Konusundaki Görüş ve Düşünceleri -Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırması. *Karadeniz (Black Sea-Çernoye More) Sosyal Bilimler Dergisi*. Sayı: 5.
- Tüzmen, A. & Özdağoğlu, A. (2007). Doktora Öğrencilerinin Eş Seçiminde Önem Verdikleri Kriterlerin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Belirlenmesi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 215-232.
- Wilson K, Fornasier S, White K.M. (2010) Psychological Predictors Of Young Adults' Use Of Social Networking Sites. *Cyberpsychology Behavior Social Networking*, 13:173-7
- Yazgan İnanç, B. Ve Yerlikaya, E.E. (2016). Kişilik Kuramları, 11.Bs. Ankara: Pegem Akademi.
- Yıldız, T. G. (2017). Ailenin Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve Aile Çeşitleri. *Pegem Atıf İndeksi*, 1-14.

- Yılmaz, K. (2015). Evlilik Uyumu ve Uyumu Etkileyen Faktörler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Dönem Projesi. Y.B.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Young, K. S. (1998). Internet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3): 237-244.
- Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. Sebastopol, Canada: O'Reily.
- Zeybek, I. (2015). Çağın Vebası: Sosyal Medya Bağımlılığı Sosyal Medya Araştırmaları. Der.Deniz Yengin. İstanbul: Paloma Yayınevi.



EKLER

Ek-1

Kişisel Bilgi Formu

1-Öğrenim gördüğünüz fakülte ve bölüm

2-Sınıf: ()Hazırlık ()1 ()2 ()3 ()4

3-Cinsiyetiniz : A)Kadın B)Erkek

4-Yaşınız :()17 ()18 ()19 ()20 ()21 ()22 () 23 yaş ve üstü

5-Ebeveynlerinizin durumu: ()Birlikte ()Ayrı () Diğer

6-Ebeveyn öğrenim durumu

7- Ebeveyn çalışma durumu

Anne

Baba

Anne

Baba

() Okuma yazma bilmiyor.....()

() Çalışıyor.....()

() İlkokul mezunu.....()

() Çalışmıyor.....()

() Ortaokul veya Lise.....()

() Emekli.....()

() Üniversite.....()

8-Kullandığınız sosyal medya uygulamalarını *En sık kullanılan-1 sonraki-2 gibi* işaretleyiniz.

() Twitter () Instagram () Facebook () Swarm () Youtube () Tumblr

() Flickr () LinkedIn () MySpace () Google Plus

9-Sosyal medyaya erişim araçlarınızı *En sık kullanılan-1 sonraki-2 gibi... işaretleyiniz.*

() Bilgisayar () Tablet () akıllı telefon

10-Ne kadar süredir sosyal medyayı kullanıyorsunuz?

() 1 yıldan az () 1-3 yıl arası () 4-6 yıl arası () 7 yıldan fazla

11-Sosyal medyayı günde kaç saat kullanırsınız?

() 1 saatten az () 1-3 saat arası () 4-6 saat arası () 7 saatten fazla

12-Kaç yaşında evlenmeyi düşünüyorsunuz? Yazınız.....

13-Anne –Babanız hangi şekilde evlenmiştir?

()Aşk ilişkisi/Flört ()Tanışarak Evlenme ()Akraba Evliliği

()Görücü Usulü

14-Siz hangi şekilde evlenmeyi planlıyorsunuz?

()Aşk ilişkisi/Flört Usulü ()Tanışarak ()Akraba Evliliği ()Görücü usulü

Ek-2

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
	SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ					
1	Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.					
2	Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.					
3	Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.					
4	Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.					
5	İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.					
6	Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.					
7	Sosyal medyada düşündüğümde daha fazla zaman geçirdiğim olur.					
8	Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime "birkaç dakika daha" derim.					
9	Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.					
10	Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.					
11	Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.					
12	Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırırım.					
13	Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.					
14	Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.					
15	Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.					
16	Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.					
17	Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.					
18	Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.					
19	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.					
20	Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
21	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
22	Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.					
23	Mesleğime/çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.					
24	Sosyal medyadan dolayı hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.					
25	Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
26	Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
27	Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.					

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
	SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ					
28	Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmalarını ihmal ederim.					
29	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.					
30	Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.					
31	Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.					
32	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.					
33	İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.					
34	Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezindiğimi saklamaya çalışırken bulurum.					
35	Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.					
36	Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığım olur.					
37	Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur.					
38	Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığım olur.					
39	Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur.					
40	Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.					
41	Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.					

Ek-3

Evliliğe Yüklenen Anlam Ölçeği

EVLİLİĞE YÜKLENEN ANLAM ÖLÇEĞİ	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Evlilik yaşamı kolaylaştırır					
Evlilik sevgi, güven ve bağlılıkla kurulan bir birlikteliktir					
Evlilik hayatı paylaşmaktır					
Evlilik aşk ve sevgiyle beslenen bir süreçtir					
Evlilik kişisel özgürlüklerden vazgeçmektir					
Evlilik hayallerin gerçekleşmesidir					
Evlilikte eşlerin birbirlerine güvenmemesi önemli bir sorun					
Evlilik hayatı renklendirir					
Evlilik işbirliği içinde yaşamayı gerektirir					
Evlilik ömür törpüsüdür					
Evlilik sabır gerektirir					
Evlilik birlikte yaşama sanatıdır					
Evlilikte hoşgörü olmalıdır					
Evlilik iki yarım elmanın bir olmasıdır					
Evlilik bir ömür boyu sürmelidir					
Evlilikte fedakârlık önemlidir					
Evlilikte benzer karakterdeki bireyler daha mutlu olurlar					
Evlilikte farklı karakterdeki bireylerin birlikteliği daha fazla mutluluk getirir*					
Evlilik günlük hayatı kolaylaştırır					
Evlilik geleceğe yönelik bir yatırımdır					
Evlilik aynı evi paylaşmaktır					
Evlilik bir kumardır					
Evlilik hayata anlam katar					
Evlilik ekonomik bir işbirliğidir					
Evlilik zorluklarla mücadele gücü gerektirir					
Evlilik çiftlerin birbirlerine özen göstermelerini gerektirir					
Evlilik sevdiğine ait olmaktır					
Evlilikte kişisel özgürlük diye bir şey yoktur					
Evlilikte saygı her şeyden önce gelir					
Evlilik bireyde şefkat ve merhamet duygularını oluşturur					
Evlilikte eşlerden biri ihtiyaç duyduğunda, diğer eş koşulsuz destek sağlamalıdır					

Ek-4

Eş Seçiminde Öncelikler Ölçeği

No	EŞ SEÇİMİNDE ÖNCELİKLER ÖLÇEĞİ	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Kısmen Önemli	Önemli	Çok Önemli
1	Aşık Olmam/Aşk ilişkisinin olması					
2	Güzel/Yakışıklı olması					
3	Maddi durumunun iyi (Zengin) olması					
4	Bakır/Bakire olması					
5	Eğitim düzeyinin benimle denk olması					
6	Eş tercihimde ailemin onayı					
7	Aynı dinden/mezhepten olmak					
8	Politik siyasi görüşümün benzer/aynı olması					
9	Kültürümün benzer/aynı olması					
10	Becerikli/Yetenekli/ Hamarat olması					
11	Yaşımın benimle eşit ya da yakın olması					
12	Ailesinin ve kendisinin sosyokültürel seviyesinin benim ailemle denk olması					
13	Cinsel açıdan çekici olması					
14	Hoşgörülü/Duyarlı/Canayakın olması					
15	Evleneceğim kişinin dindar olması					
16	Daha önce evlenmemiş olması					
17	Flört ilişkisi yaşıyor/yaşamış olmam					
18	Yaşam tarzlarımızın birbirine uyması					
19	Aile bağlarına düşkün olması					
20	Evleneceğim kişinin popülaritesinin yüksek olması					