

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI

EVLİ BİREYLERDE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞININ EVLİLİK YAŞAMI VE İLİŞKİSEL
MUTLULUĞA ETKİSİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Abdulakif TEKİN

İstanbul

Şubat-2024

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI

EVLİ BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ
EVLİLİK YAŞAMI VE İLİŞKİSEL MUTLULUĞA ETKİSİNİN
İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Abdulakif TEKİN

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Fatma TURAN

İstanbul
Şubat-2024

TEZ ONAYI

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,
Abdulakif TEKİN tarafından yapılan “Evli Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının Evlilik Yaşamı ve İlişkisel Mutluluğa Etkisinin İncelenmesi” isimli tez çalışması jürimiz tarafından oy birliği/oy çokluğu ile Psikoloji Anabilim Dalı, Klinik Psikoloji Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Dr. Öğr. Üyesi Fatma TURAN

Üye Doç. Dr. Yusuf BİLGE

Üye Dr. Öğr. Üyesi Gülşah BALABAN

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Prof. Dr. Erhan İÇENER
Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “**Evli Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının Evlilik Yaşamı ve İlişkisel Mutluluğa Etkisinin İncelenmesi**” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Abdulakif TEKİN

ÖN SÖZ

Çağımızda internetin insanlığa sunduğu faydaların yanında insanlığı tehdit eden bir yanının olduğu düşünülmektedir. Günümüzde artan internet kullanımının sosyal medyayı yaygınlaştırması sonucu ortaya çıkan sosyal medya bağımlılığının, evlilik yaşamında olumsuzluklara yol açma olasılığının değerlendirilmesine ihtiyaç duyulmuştur. Bu bağlamda “Evli Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının Evlilik Yaşamı ve İlişkisel Mutluluğa Olan Etkisi” incelenmek istenmiştir. Buradan hareketle araştırmanın yapılmasına katılımlarıyla katkı sağlayan 263 gönüllü evli bireylere teşekkür etmek istiyorum

Araştırmamın öncelikle fikir aşamasında oluşmasını sağlayan ve devamında her aşamasında emeği bulunan Dr. Öğr. Üyesi Fatma TURAN’a ve özellikle tez sürecindeki teknik desteklerinden dolayı Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir ERTAŞ’a teşekkürlerimi sunarım.

Bunların yanında eğitim alanında dersleriyle bize vizyon katan çok değerli hocalarımıza, yüksek lisans eğitimim boyunca benden desteklerini esirgemeyen İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi çalışanlarına, tez sürecindeki motivasyonumu oluşturmamı sağlayan, bu süreçte bana her daim inanan değerli eşim Melike Camcı TEKİN’e, yüksek lisans döneminin başından beri ilgilenen ve bu çalışmanın son şeklini almasını sağlayan değerli arkadaşım Musa Şuayip ÇATAKLI’ya ve çok kıymetli aileme teşekkür ederim.

Abdulakif TEKİN

İstanbul-2024

ÖZET

EVLİ BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ EVLİLİK YAŞAMI VE İLİŞKİSEL MUTLULUĞA ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Abdulakif TEKİN

Yüksek Lisans, Klinik Psikoloji

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Dr. Fatma TURAN

Şubat, 2024 – 127 Sayfa

Bu araştırmada amaç; evli bireylerde sosyal medya bağımlılığının evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluğa etkisinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda 2023 yılı itibarıyla İstanbul ilinde yaşayan ve demografik özellikleri ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla çeşitlilik gösteren 175 kadın ve 88 erkek olmak üzere toplamda 263 gönüllü evli birey araştırmaya katılmıştır. Araştırmada veri toplama araçları olarak Demografik Bilgi Formunun yanında “Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği”, “Evlilik Yaşamı Ölçeği” ve “İlişkisel Mutluluk Ölçeği” olmak üzere üç farklı ölçekten yararlanılmıştır. Söz konusu çalışmada ilişkisel tarama modeline başvurulmuştur. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 25.0 programı kullanılmıştır. Analiz sürecinde katılımcıların ölçek düzeylerini ortaya koyan boyutlar arasındaki ilişkiler pearson korelasyon ve lineer regresyon analizleri aracılığıyla incelenmiştir. Araştırmaya katılım gösterenlerin tanımlayıcı özelliklerine göre ölçek düzeylerindeki farklılaşmaların incelenmesinde bağımsız gruplar t-testi, tek yönlü varyans analizi (Anova) ve post hoc (Tukey, LSD) analizlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca etki büyüklüğünü hesaplayabilmek adına Cohen(d) ve Eta kare(η^2) katsayıları kullanılmıştır. Elde edilen bulgularda, evli bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile evlilik doyumu ve ilişkisel mutluluk arasında zayıf negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığı ile evlilik yaşamı arasında bulunan neden sonuç ilişkisine bakıldığında sonuç anlamlı bulunmuştur. Bu duruma göre sosyal medya bağımlılığı, evlilik yaşamı düzeyini azalttığı görülmüştür. Aynı şekilde sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilerde mutluluk arasındaki neden sonuç ilişkisi incelendiğinde söz konusu analizin anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Evli

bireylerin sosyal medya bağımlılıkları demografik değişkenler açısından incelendiğinde;, sosyal medya toplam, meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma olarak tüm alt boyutların yaşa, evlilik süresine, sosyal medyayı kullanım zamanına ve gün içerisinde sosyal medya kullanım sıklığına göre anlamlı düzeyde farklılaştığı yine duygu düzenleme alt boyutunun eğitime, eşler arası yaş farkına ve eşle tanışma şekline göre ve çatışma alt boyutunun cinsiyete, tekrarlama hariç diğer alt boyutların ise çocuk sayısına göre anlamlı farklılık gösterdiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluğun demografik özellikler açısından farklılaşıp farklılaşmadığına bakıldığında evli bireylerin tanımlayıcı özelliklerinin bu iki değişkeni etkilemediği görülmüş olup demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık elde edilememiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular söz konusu literatür eşliğinde yorumlanmış olup elde edilen sonuçlar eşliğinde önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Evli Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Evlilik Yaşamı, İlişkisel Mutluluk, Evlilik.

ABSTRACT

ANALYSING THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ADDICTION ON MARITAL LIFE AND RELATIONAL HAPPINESS IN MARRIED INDIVIDUALS

Abdulakif TEKİN

Master of Clinical Psychology

Thesis Advisor: Assoc. Fatma TURAN

February, 2024 – 127 Pages

The aim of this study is to examine the effect of social media addiction on marital life and relational happiness in married individuals. For this purpose, a total of 263 volunteer married individuals, 175 women and 88 men, living in Istanbul province as of 2023 and varying in demographic characteristics and social media usage habits, participated in the study. In addition to the Demographic Information Form, three different scales, namely “Social Media Addiction Scale”, “Marital Life Scale” and “Relational Happiness Scale” were used as data collection tools. In this study, the relational survey model was used. SPSS 25.0 program was used to analyze the data obtained. In the analysis process, the relationships between the dimensions that determine the scale levels of the participants were examined through Pearson correlation and linear regression analyses. Independent groups t-test, one-way analysis of variance (Anova) and post hoc (Tukey, LSD) analyses were used to examine the differences in scale levels according to the descriptive characteristics of the participants. In addition, Cohen(d) and Eta square (η^2) coefficients were used to calculate the effect size. The findings revealed that there was a weak negative significant relationship between social media addiction and marital satisfaction and relational happiness among married individuals. When the cause and effect relationship between social media addiction and marital life was examined, the result was found to be significant. Accordingly, social media addiction was found to decrease the level of marital life. Likewise, when the cause and effect relationship between social media addiction and happiness in relationships was examined, it was concluded that the analysis was significant. When the social media addictions of married

individuals were examined in terms of demographic variables, it was concluded that all sub-dimensions as social media total, busyness, mood regulation and conflict differed significantly according to age, duration of marriage, duration of social media use and daily frequency of social media use, again, the emotion regulation sub-dimension differed significantly according to education, age difference between spouses and the way of meeting the spouse, the conflict sub-dimension differed significantly according to gender, and the other sub-dimensions except repetition differed significantly according to the number of children. When it was examined whether marital life and relational happiness differed in terms of demographic characteristics, it was seen that the descriptive characteristics of married individuals did not affect these two variables and no significant difference was obtained in terms of demographic variables. The findings obtained from the study were interpreted in the light of the literature and suggestions were made in the light of the results obtained.

Keywords: Social Media Addiction in Married Individuals, Marital Life, Relational Happiness, Marriage.

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ	ii
ÖN SÖZ	iii
ÖZET	iv
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	xi
KISALTMALAR LİSTESİ	xiv
BİRİNCİ BÖLÜM	
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Araştırmanın Önemi.....	6
1.3. Araştırmanın Amacı	7
1.4. Varsayımlar	8
1.5. Sınırlılıklar.....	9
1.6. Tanımlar	9
İKİNCİ BÖLÜM	
EVLİLİK YAŞAMI, SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE İLİŞKİSEL MUTLULUK	10
2.1. Evlilik Yaşamı	10
2.2 Evlilik	10
2.3. Evlilik ile İlgili Temel Kavramlar.....	13
2.3.1. Evlilikte Eşlerin Demografik Özellikleri	13
2.3.2. Evlilik Nedenleri ve Beklentileri.....	15
2.3.3. Evlilik Biçimleri	18
2.3.4. Evlilikte Cinsellik.....	21

2.3.5. Evlilikte Kültür.....	24
2.3.6. Evlilikte Eşlerin Uyumunu	26
2.3.7. Evlilikte Eşlerin Doyumu	29
2.4. Sosyal Medya Kavramı	32
2.4.1. Tarihsel Açıdan Sosyal Medya	32
2.4.2. Sosyal Medya Araçları	35
2.4.3. Sosyal Medyanın Toplumdaki Yeri.....	36
2.4.4. Evli Bireylerin Sosyal Medya Kullanımları ve Evliliğe Olan Etkisi	40
2.4.5. Sosyal Medyanın Eşler Arası İletişimdeki Yeri.....	42
2.4.6. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	43
2.4.6.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Kavramı.....	44
2.4.6.2. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılan Araştırmalar.....	47
2.4.6.3. Sosyal Medya Bağımlılığının Ortaya Çıkardığı Problemler.....	49
2.5. Mutluluk	49
2.5.1. İlişkilerde Mutluluk	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM.....	55
3.1. Araştırmanın Modeli	55
3.2. Evren ve Örneklem	55
3.3. Veri Toplama Araçları	55
3.3.1. Demografik Bilgi Formu	56
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	56
3.3.3. Evlilik Yaşamı Ölçeği.....	57
3.3.4. İlişkilerde Mutluluk Ölçeği.....	57

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR ve YORUMLAR.....	59
----------------------------------	-----------

4.1. Verilerin İstatistiksel Analizi.....	59	
4.2. Tanımlayıcı Özellikler.....	60	
4.3. Sosyal Medya Bağımlılığı, Evlilik Yaşamı ve İlişkilerde Mutluluk Puan Ortalamaları.....	63	
4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı, Evlilik Yaşamı ve İlişkilerde Mutluluk Arasındaki İlişkiler	64	
4.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Tanımlayıcı Özelliklere Göre Karşılaştırılması.....	67	
4.6. İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Tanımlayıcı Özelliklere Göre Karşılaştırılması	90	
BEŞİNCİ BÖLÜM		
SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER		95
5.1 Sonuç ve Tartışma.....	95	
5.1.1. Evli Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Evlilik Yaşamı ve İlişkisel Mutluluk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi	95	
5.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Evli Bireylerde Evlilik Yaşamı ve İlişkisel Mutluluğa Etkisini İncelenmesi	97	
5.1.3. Evli Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi	99	
5.1.4. Bireylerin Evlilik Yaşantıları İle Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi.....	103	
5.1.5. Bireylerin İlişkisel Mutluluk ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi.....	104	
5.2. Öneriler.....	105	
KAYNAKÇA.....	107	
EKLER.....	128	
ÖZ GEÇMİŞ	138	

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 4.1: Normal Dağılım	59
Tablo 4.2: Katılanların Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı	60
Tablo 4.3: Sosyal Medya Bağımlılığı Puan Ortalamaları	63
Tablo 4.4: Evlilik Yaşamı Puan Ortalaması.....	63
Tablo 4.5: İlişkilerde Mutluluk Puan Ortalaması	63
Tablo 4.6: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Evlilik Yaşamı ve İlişkilerde Mutluluk Puanları Arasında Korelasyon Analizi.....	64
Tablo 4.7: Sosyal Medya Bağımlılığının Evlilik Yaşamı Toplam Üzerine Etkisi	65
Tablo 4.8: Sosyal Medya Bağımlılığının İlişkilerde Mutluluk Toplam Üzerine Etkisi	65
Tablo 4.9: Sosyal Medya Bağımlılığı Alt Boyutlarının Evlilik Yaşamı Toplam Üzerine Etkisi	66
Tablo 4.10: Sosyal Medya Bağımlılığı Alt Boyutlarının İlişkilerde Mutluluk Toplam Üzerine Etkisi	67
Tablo 4.11: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu	68
Tablo 4.12: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu	68
Tablo 4.13: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	70
Tablo 4.14: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Eşle Tanışma Şekline Göre Farklılaşma Durumu	72
Tablo 4.15: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Evlilik Süresine Göre Farklılaşma Durumu	73
Tablo 4.16: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Eşle Yaş Farkına Göre Farklılaşma Durumu	77
Tablo 4.17: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Çocuk Sayısına Göre Farklılaşma Durumu	78
Tablo 4.18: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu.....	80
Tablo 4.19: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Sosyal Medya Hesaplarında Kendi İsmi Kullanma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	81
Tablo 4.20: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	82

Tablo 4.21: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Aylık Kazanca Göre Farklılaşma Durumu	82
Tablo 4.22: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Günlük Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu	83
Tablo 4.23: Evlilik Yaşamı Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu.....	86
Tablo 4.24: Evlilik Yaşamı Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu	86
Tablo 4.25: Evlilik Yaşamı Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	86
Tablo 4.26: Evlilik Yaşamı Puanlarının Eşle Tanışma Şekline Göre Farklılaşma Durumu	87
Tablo 4.27: Evlilik Yaşamı Puanlarının Evlilik Süresine Göre Farklılaşma Durumu	87
Tablo 4.28: Evlilik Yaşamı Puanlarının Eşle Yaş Farkına Göre Farklılaşma Durumu	87
Tablo 4.29: Evlilik Yaşamı Puanlarının Çocuk Sayısına Göre Farklılaşma Durumu	88
Tablo 4.30: Evlilik Yaşamı Puanlarının Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu	88
Tablo 4.31: Evlilik Yaşamı Puanlarının Sosyal Medya Hesaplarında Kendi İsmi Kullanma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	89
Tablo 4.32: Evlilik Yaşamı Puanlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	89
Tablo 4.33: Evlilik Yaşamı Puanlarının Aylık Kazanca Göre Farklılaşma Durumu .	89
Tablo 4.34: Evlilik Yaşamı Puanlarının Günlük Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu.....	90
Tablo 4.35: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu ..	90
Tablo 4.36: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu.....	90
Tablo 4.37: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	91
Tablo 4.38: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Eşle Tanışma Şekline Göre Farklılaşma Durumu	91
Tablo 4.39: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Evlilik Süresine Göre Farklılaşma Durumu	92
Tablo 4.40: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Eşle Yaş Farkına Göre Farklılaşma Durumu	92
Tablo 4.41: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Çocuk Sayısına Göre Farklılaşma Durumu	92
Tablo 4.42: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu	93

Tablo 4.43: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Sosyal Medya Hesaplarında Kendi İsmi Kullanma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	93
Tablo 4.44: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	94
Tablo 4.45: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Aylık Kazanca Göre Farklılaşma Durumu	94
Tablo 4.46: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Günlük Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu	94



KISALTMALAR LİSTESİ

Vb.	: Ve Benzeri
Vd.	: Ve Diğerleri
Akt.	: Aktaran
Çev.	: Çeviren
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TMK	: Türk Medeni Kanunu
TDK	: Türk Dil Kurumu
SPSS	: Sosyal Araştırmalar için İstatiksel Program Paketi
DSM-V	: Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı-5
ANOVA	: Tek Yönlü Varyans Analizi
SBMÖ	: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği
EYÖ	: Evlilik Yaşamı Ölçeği
İMÖ	: İlişkilerde Mutluluk Ölçeği

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Araştırmanın bu kısmında, araştırmanın problem durumu, önemi, amacı, varsayımları, sayıltıları, sınırlılıkları ve araştırmanın tanımları ele alınmaktadır.

1.1. Problem Durumu

Aile kavramının tanımlanması ve neyi belirttiği konusunda, kültürden kültüre ve toplumlardan topluma farklı bakış açılarının olduğu görülmektedir (Özabacı ve Erkan, 2014:1). Özgüven (2001: 6-21) aileyi, evlilik bağı ile başlangıçlı olan, akrabalık ilişkileri ve sosyal bağları bulunan, farklı rollere olan ve birbirlerini etkileyebilen, genelde aynı hane içinde hayatlarını sürdüren kişilerden oluşan, ayrıca aile üyelerini cinsel, psikolojik, sosyo-kültürel ve ekonomik gereksinimlerini gözetken, içinde bulunduğu toplum ile uyumlu bir yapı olarak belirtmektedir. Aile, bireyin temel düzeyde sosyalleşmeyi deneyimlediği ve bu tecrübeler ışığında hayatını şekillendirdiği yer olarak ifade edilmektedir (Teke, 2017: 51). Aile ile alakalı ifade edilen bir diğer tanımda ise aile, gerçek manada veya anlaşmalı olarak akrabalarla bağı olan, bireyler arasındaki tüm ilişkileri soy bağları ile bağlanan bir topluluk şeklinde ifade edilebilir. Ancak kişilerin aile olgusunda kabul edilebilmesi için kan bağı veya doğurma gibi fiziksel bir durumun olması şart değildir. Kişilerin kendilerini aile olarak tanımlamaları yeterlidir (Ülken, 1991: 37-42). Şahinkaya (1991: 47-52) ailenin dört belirleyici unsuru olduğunu belirtmektedir. Bunların birincisi aile bireylerinin birbirlerine kan veya evlilik yoluyla ya da evlat edinme haliyle bağlanmış durumda olmasıdır. İkincisi aile üyelerinin aynı hane içerisinde yaşıyor olmalarıdır ancak aile üyeleri ayrı yerlerde yaşasalar dahi aile olarak kabul edilmektedirler. Geçmişte ailelerin bir arada hayatlarını sürdürdüğü bilinmektedir ancak günümüzde daha çok çekirdek aile şeklinde anne, baba ve çocuk ya da çocukların birlikte yaşadığı geniş aile modelinden uzaklaşıldığı gözlemlenmektedir. Üçüncüsü ise aile, sosyal statüleri bulunan içinde yaşanan toplumun gelenek ve görenekleri doğrultusunda eylemde bulunan bir grup insandan oluşmaktadır. Son olarak dördüncüsü unsura bakıldığında her ailenin yaşamış olduğu toplumdaki adetler ve geleneklerle bağı olsa da kendi içinde özgün bir yapısı olan diğer ailelerden farklı kendine özgü kuralları bulunan bir yapıya sahiptir. Buradan hareketle ailenin kan, evlilik ya da evlat edinme yoluyla birbirine bağlı, aynı hane içerisinde yaşamı önceleyen, çeşitli sosyal rolleri kendinde

barından, kendine özgü kuralları olan bir grup insandan oluşan dinamik bir yapı olduğu söylenebilir.

İnsanlık tarihinden itibaren bireylerin içinde varlığını sürdürdüğü başlıca yapılar aile kurumu ve evliliktir (Kabakçı, Tuğrul ve Öztan, 1993: 31-37). Evlilik, ailenin ortaya çıkmasında ilk adım olarak belirtilmektedir. Ailenin sağlıklı bir yapıda olup olmadığının belirlenebilmesi için evliliğe bakılmaktadır (Smith, 1994: 180-183). Evlenmenin tarihsel olarak ilk olarak M.Ö. 2000 yılında Mısır topraklarında kabul edildiği görülmektedir. Yine bu zamanlara yakın olarak Hamurabi, Babil'de düzenlediği 252 maddelik Hamurabi kanunlarınının 64 maddesini yani neredeyse kanunların dörtte birini aile kurumu ve evlilik oluşturmaktadır (Özüğurlu, 1996: 9-14). Bu bağlamda evlilik, karşı çıkılması ya da savunulmasına rağmen yaklaşık milattan önce 2000'li yıllardan bugüne kadar temel özelliklerinin dışına çıkmadan varlığını sürdüren ve vazgeçilemeyen bir kültür olgusu olarak karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım, 1993: 249-257). Evlilik kavramı hakkında tarihten günümüze kadar birçok farklı tanımlama yapılmaktadır. Saxton (1982: 216) evliliği, toplumlarda çeşitli yapılar sergileyebilen evrensel bir kurum olduğunu, İki bireyin uzun vadeli bir birliktelik kurma, aile oluşturma ve türlerini devam ettirme amacıyla bir araya geldikleri, bu süreçte birbirlerine ve çocuklarına karşı müşterek görevlerini yerine getirmeye dair sözleştikleri ve birbirine bağlı olan yapılardan oluşan özel bir ilişki türünü ifade etmektedir. Meezon ve Rauch (2005: 97-115) evliliğin bireylerin karşılıklı ilişkilerini toplumsal açıdan meşrulaştırdığı şeklinde bir tanımlama yaparken, Özgüven (2014: 11) evliliğin kurumsal bir süreç ve ilişkiler sistemi olduğunu, bir kadınla bir erkeği bir araya getirerek onları "karı-koca" şeklinde birleştirdiğini ve dünyaya gözlerini açacak çocuklara belirgin bir sosyal konum kazandırdığını, ayrıca toplum düzeyinde evliliğin, içinde bulunulan devletin kontrolü, hakları ve yetkileri altında yasal bir ilişki biçiminde bulunduğunu ifade etmektedir. Bu tanımlar evliliğin daha çok toplumsal ve kanuni boyutu açısından oluşturulmuş tanımlardır. Ancak evliliğin duygusal ve sosyal boyut tarafından değerlendirilerek yapılan tanımlamalarda mevcuttur. Bu açıdan evlilik, evlenme yaşına gelmiş her bireyin karşılıklı sevgi, sevilme, güven duyma, aitlik hissi gibi ihtiyaçlarını karşılayan; öte yandan da aile olmanın temel kurumudur (Çelik, 2015: 24-27). Fowers (1993: 124-136) evliliği, bireylerin benliklerini birleştirdikleri ve bireylerin kişisel gelişimlerine katkı sağlayan ve bu durumun kişilerin mutluluk düzeylerini destekleyen bir kurum olarak ifade etmektedir. Bu

bakımdan evlilik kişilerin mutluluklarını sağlamakla birlikte bireylerin karakter gelişiminde önemli yeri olan bir yapıdır (Glenn, 1991: 261-270). Hayward ve Zhang (2006: 639-657) evliliğin bireylerin genel psikolojik iyi oluş haline katkı sağlayarak hayatlarında memnuniyet elde etmelerine destek olan bir sosyal yapıdır. Bu tanımlamalar doğrultusunda bakıldığında Stack ve Eshleman (1998: 527-536) evli bireylerin daha düşük depresyon düzeylerine meyilli olduklarını, yakın duygusal destek seviyelerinin de daha yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Toplumların şekillenmesi, kuşak oluşumu ve insan hayatına etki etmesi açısından değerlendirildiğinde, iletişimdeki belki de en önemli ve etkili gelişme internet olarak düşünülebilir. Özellikle internetin dünyasının en çok tercih edilen mecralardan biri olan sosyal medya, toplumu ve aileyi etkileyerek önemli değişikliklere neden olmaktadır. Günümüzde, toplum içinde ve aile içinde, yüz yüze ve çevrimdışı iletişim yerine giderek daha fazla sanal ortamda gerçekleşen çevrimiçi iletişim önem kazanmaktadır (Kalaman ve Çelik, 2019: 424-453). Medya kavramı geleneksel ve yeni medya şeklinde iki kısımda ifade edilebilir. Geleneksel medya, dergilerden, gazetelerden, radyo ve televizyondan oluşurken yeni medya ise akışkan platformlar, dijital video düzenleme ve çeşitli ağ uygulamalarından oluşmaktadır. Yeni medyanın hızlı bir şekilde gelişmesinin sonucunda sosyal medya ortaya çıkmış olup iletişimde yeni bir dönemin başlamasına olanak sağlamaktadır (Tosun, 2010: 50). Yeni medyanın gelişim sağlaması ile birlikte oluşturulan web 2.0 teknolojileri, yeni medya uygulamalarının fazlaca tercih edilen kısmı olan sosyal medyayı ortaya çıkarmaktadır. (Tutgun-Ünal, 2015: 5). Yeni medyanın dinamik ve gelişimsel bir yapıya sahip olmasıyla beraber, içinde bulunulan uygulamalar, bireylerin karşılıklı olarak bilgi paylaşımlarında bulunmalarının yanında bireysel olarak bilgilerini paylaştıkları bir zemin olarak tanımlanabilir (Özkan, 2013: 390). Gelişen dünyada toplumsal değişimi tetikleyen sosyal ağlar, insanlara dair birçok kavramın tekrardan tanımlanmasına sebep olmuştur (Tutgun-Ünal, 2015: 51). Bireylerin duygu, düşünce, durum, görsel, video, müzik gibi çeşitli içeriklerle etkileşim kurmalarına olanak tanıyan, paylaşım odaklı bir sosyal ortamın taklit edildiği sosyal medya platformları, sosyalliği ve sosyalleşmeyi daha gerçekçi bir şekilde yeniden şekillendirerek bireyler arasında etkileşimi güçlendiriyor (Göker, Demir ve Doğan, 2010: 186). Bu bakımdan sosyal medyanın sosyalleşme için aracı rolü üstlendiği söylenebilir. Ülkemizde Türkiye İstatistik Kurumu'nun hane halkı bilişim teknolojileri (2022) araştırma verilerine göre

evlerden internete erişim imkân oranı geçen yıl %94,1' dir. İnternet kullanım oranı 16-74 yaş aralığındaki insanlarda %85 olmuştur (TÜİK, 2022). We Are Social (2023) Türkiye Dijital 2023 raporunda sosyal medya kullanıcı sayısının ülkemizde 62.55 milyon kişi olduğu, sosyal medya kullanıcılarının toplam ülke nüfusunun %73.1' ini kapsadığı görülmektedir.

Sağlıklı bir toplumun anahtarının, sağlıklı iletişim olduğu düşünülmektedir. Bu iletişimin yolu da toplumun temel birimi olan ailenin sağlıklı iletişim kurabilmesinden geçer. Bu bağlamda, sosyal medyanın aile içi iletişime olan etkisini değerlendirmek önemli bir odak noktası olabilir. Sosyal medyanın sıkça kullanılmasının aile içerisindeki etkileşimlerde tesirli olduğu alanlar; öncelikle, aile üyelerinin birlikte geçirdikleri zamanın sosyal medya kullanımıyla değiştirilmesi, ikinci olarak sanal ortamın sunduğu rahatlık ve belirsizlikle birlikte, sanal ortamdaki flört ve aldatmaların zemini oluşturularak çiftler arasında güvensizlik ve huzursuzluğa neden olmasıdır (Güleç, 2018:105-120). Araştırmalar, sosyal medyanın bireyleri etkileyebilme gücüne ve bireylerin hayatında yadsınamaz bir rol oynadığını vurgulamaktadır (Christakis ve Fowler, 2012: 5-392; Hazar, 2011: 151-175; Tutgun ve Köroğlu, 2013: 161-177). İnternetin topluma olumlu etkisinin olduğu kadar olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bu etkilerden söz ederken sosyal medya bağımlılığından da söz edilmektedir (Çalık ve Çınar, 2009: 77-78). Tutgun-Ünal (2015: 77-93) sosyal medya bağımlılığı, zihinsel, duyuşsal ve davranışsal süreçlerin etkisiyle var olan; kişinin özel, iş/akademik ve sosyal alanlar gibi günlük hayatın çokça alanlarında meşguliyet, duygu düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi sorunlara yol açabilen bir psikolojik rahatsızlığı ifade etmektedir. Bir diğer açıdan sosyal medya bağımlılığı, kullanıcıların günlük yaşamlarındaki rutinini bozacak şekilde sosyal medya uygulamalarında aşırı zaman harcamasını, sosyal medyayla araya mesafe koyulamaması, temel ihtiyaç ve sorumlulukları yapamama halini, sosyal medya kullanımını azalttıkça fizyolojik ve psikolojik sorunlar yaşamasını ve duygu durumları ve sorunlarından uzaklaşmak için sosyal medya platformlarına yönelmesini ifade eder (Griffiths, 2013: 118-119). Griffiths ve Kuss (2014: 119-141). Kişilerin sosyal medya bağımlısı şeklinde tanımlanabilmesi için klasik bağımlılık belirtileri olan duygudurum değişikliği, belirginlik, tolerans, çekilme semptomları, çatışma ve nüks belirtilerini göstermesi gerektiğini savunmaktadır. Günümüzde internet kullanımının yaygınlaşması ile sosyal medya kullanımında da artış meydana geldiği görülmektedir. Özellikle Covid – 19

pandemisi ile bireylerin sosyal medyadaki zaman geçirme sürelerinin uzadığı ve sosyal medya kullanımında yüksek düzeyde artış olduğu gözlemlenmektedir. Yapılan araştırmada sosyal medya kullanımının evli bireylerden ziyade bekarlarda ve erkeklerden ziyade kadınlarda daha çok yaygınlaştığı görülmektedir (Uslu, 2021: 375). Sosyal medyada geçirilen zamanının artmasının evli bireyler arasındaki sağlıklı iletişimi bozabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda yapılan bir araştırmada eşler arasındaki yabancılaşmayı önlemek için neler yapılabilir sorusuna bireyler, iletişimsizliği önlemek adına internet, sosyal medya ve dizi gibi alanlara daha az vaktin ayrılması gerektiğini belirtmektedirler (Kıbaroğlu ve Ersoy, 2019: 407-417). İlgili alanyazına bakıldığında evlilik yaşamı kavramı başlı başına sınırlı sayıda açıklanmış olup daha çok evlilik doyumunu ve uyumu kavramları üzerinden ortaya konulmaktadır. Evlilik, sosyal yaşamın bir parçası olarak, bireyler arasında uyumu zorunlu kılan bir birlikteliktir. Fiziksel, duygusal, ruhsal ve sosyal ilişkilerin bir arada bulunduğu evlilikte uyumun sağlanması, sadece eşlerin değil, aynı zamanda ailedeki öteki kişilerin ruhsal ve fiziksel sağlığının zeminini oluşturan kritik bir unsurdur (Kalkan, 2002: 28-29). Evlilik, toplumun zeminini oluşturan önemli bir unsur olarak kabul edildiğinde, evliliğin devamı ve iftlerim ilişkilerinde birbirlerine karşı psikolojik ve biyolojik ihtiyaçlarını karşılama durumu son derece önem taşır. Bu ihtiyaçların karşılanması, evlilikten elde edilen doyum üzerinde etkili olabilir (Medling ve Mccarrey, 1981: 195-203). Evlilik yaşantıları yaşam doyumunun önemli yordayıcılarından birisidir (Yıldız ve Baytemir, 2016: 72). Evlilik sürecinde, eşlerin birbirleriyle ev içi sorumlulukları paylaşma, bte yönetimi, karar verme süreçleri, aile ve arkadaş ilişkileri, boş zamanları değerlendirme, sorun çözme, duyguların ifade edilmesi, beklentiler, değerler ve hedeflere yönelik ortak bir bakış açısı geliştirmeleri, evlilik doyumunu artırmada önemli bir rol oynamaktadır (şener ve Terzioğlu, 2008:11-12). Evlilik doyumunu Sokolski ve Hendrick (1999: 39), evliliğin içerisindeki çevresel (kararlarda eşitlik, baskınlık, kazanç, çalışma problemleri, paylaşma gibi) ve bireysel (sevgi tarzları, cinsel doyum, iletişim biçimleri, kendilerini ifade edebilme gibi) unsurlar açısından ortaya çıkan psikolojik tatmini, eşlerin içsel memnuniyetini ifade etmektedir. Sosyal bir yaratılışa sahip olan insanın önemli varlıklarından biri uyum kabiliyetidir. Birey, kendisi ve çevresiyle uyumlu olabildiği ve bu uyumu devam ettirebildiği oranda mutlu ve sağlıklı olabilir. Birçok insan, evlilikte yaşanan mutluluğu yaşamlarındaki önemli bir unsur olarak değerlendirir (Kalkan,2002: 28-29).

Mutluluk, hayatın temel amaçları arasında yer alır ve tüm insanlar genellikle mutlu olmak isterler (Koyuncu, 2019: 2). Mutluluk, bireylerin yaşamın çeşitli alanlarında iyi hissetmelerine yardımcı olan, ruhsal bir güç ve mutluluk kaynağıdır ve insanlar tarafından arzulanan bir durumdur. Aynı zamanda, mutlu olmak, yaşamın kalitesini belirleyen bir ölçüt olarak kabul edilen bir yaşam ideali olarak da nitelendirilebilir (Tülek, 2011: 1-10). Kangal (2013: 217-233) mutluluğu, kişinin yaşamında pozitif düşünceler ve pozitif duyguların miktarının baskın olma durumudur. Başka bir deyişle, insanların yaşamlarındaki pozitif duyguların toplamı olarak ifade etmektedir. Mutluluk, pozitif psikolojinin ilgilendiği kavramların başında gelmektedir. Pozitif psikoloji mutluluğu “öznel iyi oluş” ifadesi ile açıklamaktadır. Öznel iyi oluş, bireyin ve toplumun yaşamsal başarısını değerlendiren bir göstergedir ve sağlıklı bir yaşam ile yaşanabilir bir toplumun oluşturulmasında vurgulanması gerekli olan kilit bir kavramdır. (Doğan, 2013: 56-64). Bu çalışmanın değişkenlerinden biri olan ilişkisel mutluluk incelendiğinde söz konusu literatürde ilişkisel mutluluktan ziyade mutluluk kavramının ağırlıklı olarak tanınımının yapıldığı görülmektedir. Mutluluk, kişinin negatif duygularından çok olumlu duygular yaşamasıdır. İlişki niteliği ise, bir insanın diğer bir insana karşı sergilediği davranışsal bütünlük olarak nitelendirilebilir (Yılmaz, 2018: 1191-1192). İlişki ve mutluluk literatürünün çoğu, küresel boyutlarda birçok anlam içerse de evli olma gerçeği, evlilik ilişkisinin kalitesinden bağımsız olarak defalarca mutlulukla ilişkilendirilmektedir (Boniwell, David ve Ayers, 2013: 213-228). Her çiftin ilişkisindeki mutluluk seviyesi, çeşitli değişkenlerle ilişkilendirilebilir. Evlilik yaşamında bireyler hayattan farklı beklentileri olsa da temelde ilişkilerinde mutluluğu önemsemektedirler (Öz, 2019: 21-22). İlişkisel mutluluk, eşlerin birbirlerine uyumunun gelişmesi, problemlerin azalması, güvenilir iletişimin sağlanması ve genel olarak mutluluğun düzeyinin yükselmesi olarak ifade edilmektedir (Çolak, 2017: 1-6).

Bu çalışmada evli bireylerde sosyal medya bağımlılığının evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluğa etkisinin olup olmadığına bakılıp bu soruya cevap bulunmaya çalışılmaktadır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Son yıllarda artan teknoloji kullanımıyla beraber kişilerin sosyal medya uygulamalarını (Youtube, Facebook, Whatsapp, Twitter, Tiktok, Instagram vb.) kullanma sıklığının arttığı bilinmektedir. Sosyal medya kullanımının evli bireylerde

de arttığı düşünülerek bu çalışmanın evliliklerdeki sosyal medya kullanma oranlarının ne düzeyde olduğu, bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının evliliklerine ne şekilde yansıdığı, bu durumun evliliklerin kalitesi ya da işlevselliğini olumsuz anlamda etkileyip etkilemediği ve sosyal medya bağımlılığıyla paralel geliştiği düşünülen eşler arası iletişim becerisi, eşlerin diğer yaşantıları kıyaslama durumu ve kişilerde gelişen yoksunluk duygusunun evlilik yaşamını ve ilişkisel mutluluğu ne şekilde etkilediği açısından önemli bir yere dikkat çekmektedir. Yapılan bu çalışmayla birlikte evli bireylerin sosyal medya bağımlılığı üzerinden ortaya konulan evlilik yaşamı ve evlilikteki ilişkisel mutluluk düzeyinin tespiti uygulanan aile danışmanlıklarında ya da çift terapilerinde eşlerin ya da eşlerden birisinin olası sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkması halinde evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluk düzeylerinin göz önünde bulundurulacağı ve zaman kaybetmeden uygun müdahalenin seçilmesine dolayısıyla evliliğin kalitesinin kısa vadede arttırılmasına yol açma potansiyeli olan bir çalışma olacağı düşünülmektedir. Bu araştırma neticesinde ulaşılan veriler, evliliklerde sosyal medya bağımlılığıyla ilgili yapılacak yeni çalışmalara temel bir bilgi kaynağı oluşturacağına inanılmaktadır. Bu çalışma Türkiye’de yapılacak diğer çalışmaların kapsamını geliştirmesi açısından da önemli olacağı düşünülmektedir.

1.3. Araştırmanın Amacı

Yaşadığımız dönemde dijitalleşmenin artmasıyla birlikte sosyal medya kullanımında ciddi bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda sosyal medya kullanımındaki artışın evli bireyleri de kapsadığı düşünülmektedir. Evli bireylerin sosyal medya kullanımının evlilik yaşamını ve eşler arası ilişkisel mutluluğu olumlu ya da olumsuz yönde etkileyip etkilemediğini ortaya koyabilmek amacıyla sosyal medya bağımlılığının evlilik yaşamı ve eşler arası ilişkisel mutluluk arasında nasıl bir ilişki olduğuna bakılmak istenmektedir. Araştırmanın amacına uygun olarak katılımcıların kişisel özellikleri ile bağımsız değişken olan sosyal medya bağımlılığı, bağımlı değişkenler olan evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluk arasında birlikte değişim ilişkisi olup olmadığı ve bu niteliklere bağlı olarak oluşturulan grupların bağımlı değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek amaçlanmaktadır. Yani bu çalışmada evli bireylerde sosyal medya bağımlılığının görülmesi halinde eşlerin evlilik yaşam durumlarının ve ilişkisel mutluluk hallerinin ne düzeyde etkilendiğini ve bu durumlar arasında nasıl bir ilişki olduğunu açıklamaktadır.

Yukarıdaki doğrultular eşliğinde aşağıdaki alt amaçlara yanıt aranmaktadır.

1. Evli insanlarda sosyal medya bağımlılığı, evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluk arasında anlamlı ilişkiler var mıdır?
2. Sosyal medya bağımlılığı, evli bireylerin evlilik yaşamını ve ilişkisel mutluluklarını yordamakta mıdır?
3. Evli bireylerin sosyal medya bağımlılığı ile evlilik yaşamı arasında bir ilişki var mıdır?
4. Evli bireylerin sosyal medya bağımlılığı ve ilişkisel mutlulukları arasında bir ilişki var mıdır?
5. Evli bireyler sosyal medya bağımlılığı ile demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, mesleği, eşle nasıl tanışıldığı, evlilik süresi, eşi ile arasındaki yaş farkı, çocuk sayısı, aylık kazanç durumu, sosyal medya kullanım süresi, gün içinde sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medyayı kullanım amaçları, sıkça kullanılan sosyal medya platformları, sosyal medya kendi ismini kullanıp kullanmama durumu) arasında ilişki var mıdır?
6. Evli bireylerin ilişkisel mutluluk düzeyleri ile demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, mesleği, eşle nasıl tanışıldığı, evlilik süresi, eşi ile arasındaki yaş farkı, çocuk sayısı, aylık kazanç durumu, sosyal medya kullanım süresi, gün içinde sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medyayı kullanım amaçları, sıkça kullanılan sosyal medya platformları, sosyal medya kendi ismini kullanıp kullanmama durumu) arasında ilişki var mıdır?
7. Bireylerin evlilik yaşantıları ile demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, mesleği, eşle nasıl tanışıldığı, evlilik süresi, eşi ile arasındaki yaş farkı, çocuk sayısı, aylık kazanç durumu, sosyal medya kullanım süresi, gün içinde sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medyayı kullanım amaçları, sıkça kullanılan sosyal medya platformları, sosyal medya kendi ismini kullanıp kullanmama durumu) arasında ilişki var mıdır

1.4. Varsayımlar

1. Araştırmaya çalışma grubu gönüllü katılmaktadır.
2. Örneklem grubu evreni temsil etmektedir.
3. Çalışma grubunun ilgili demografik bilgi formu ve kullanılan ölçeklere verdikleri yanıtlar doğru ve samimidir.
4. Çalışmada kullanımına başvuru olan ölçme araçları geçerli ve güvenilirlerdir.

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırmanın örneklem, zaman ve ölçekler açısından içinde bulunduğu sınırlılıklarına aşağıda yer verilmektedir.

1. Araştırma İstanbul ili Anadolu yakasında yaşamakta olan evli bireylerle sınırlıdır.
2. Araştırmada elde edilen veriler, evli bireylerin kullanılan ölçeklere verdikleri yanıtlarla sınırlıdır.
3. Araştırma, Demografik Bilgi Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği, Evlilik Yaşamı Ölçeği ve İlişkilerde Mutluluk Ölçeği ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Sosyal Medya Bağımlılığı, bireylerin sosyal medya mecralarına aşırı derecede odaklanma, bu platformlara sürekli olarak bağlı kalma arzusu ve bu nedenle sosyal, öğrencilik/iş hayatı, kişilerarası iletişim ve ruhsal durumlarını olumsuz etkileyecek derece çokça vakit harcama durumu olarak ifade edilmektedir (Anderreasan, Torsheim ve Pallesen, 2014: 906-921).

Evlilik Yaşamı: Evli bireylerin, yaşama dair birbirlerinden beslenmesi ve hayatlarında yalnızlıktan ve yoksunluktan kurtulmaları adına iyi hissedebilecekleri bir birliktelik ortaya koyabilme amacı taşımaktadır. Evlilik yaşamında eşler, birbirlerine destekleyici ve takdir edici bir tutum sergileyerek tamamlayıcı rol geliştirmektedirler (Dhammananda, 1998: 4).

İlişkisel Mutluluk: Eşlerin, evliliklerinden elde ettiği doyum ya da tatminlik duygusunu elde etmesidir (Yılmaz, 2001: 2-4).

İKİNCİ BÖLÜM

EVLİLİK YAŞAMI, SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE İLİŞKİSEL MUTLULUK

2.1. Evlilik Yaşamı

Araştırmanın bu başlığı altında evliliğin tanımı ve evlilik ile ilgili temel kavramlar çerçevesinde; evlilikte eşlerin demografik özellikleri, evlilik biçimleri, evlilik nedenleri ve beklentileri, evlilikte cinsellik, evlilikte kültür, eşlerin uyumu ve eşlerin doyumu kavramları ele alınmaktadır.

2.2 Evlilik

İnsanın sosyal tarihi, kendisini etrafındaki doğa ve diğer insanlardan farklı bir varlık olarak tanımlama süreciyle doğal dünyayla olan bütünlük durumundan ayrılarak başlamaktadır. (Şafak ve Arkar, 2003: 43-52). Evlilik, milattan önce 2000'li senelerden günümüz yıllarına gelinceye kadar temel özelliklerini koruyarak devam etmekle birlikte kültürün de vazgeçilmez bir unsuru olmaktadır. İnsanları bir araya getiren evlilik, evrenselliği de içinde barındıran insanların temel davranışları arasında en önemlilerinden biri olarak kabul edilmektedir. (Çilli vd., 2004: 1-5). Evliliğin evrensel ve sosyal kurumlardan biri olduğu söylenmektedir. Evlilikte evrensellik toplumdaki herkesin evlenmesi anlamına gelmemektedir. Bu durum sadece toplumdaki çoğu insanın hayatları boyunca en az bir kez evlendiği anlamına gelebilmektedir. Biyolojik temellere sahip iki toplumsal kurum olan evlilik ve aile birbirlerinin tamamlayıcısıdır. Her ikisinin de kendilerine ait uzun bir geçmişi vardır. Evlilik, toplum içinde insanların cinsel yaşamlarını kontrol etmek ve düzenlemek amacıyla kurulan bir kurumdur. Bir taraftan evlilik, bir kadın ile bir erkek arasında toplumsal olarak onaylanmış cinsel ve ekonomik birlik anlamı taşırken öte yandan evlilik, kadın ve erkeğin yasal birlikteliği anlamına gelmektedir. Evlilik çağına gelindiğinde, bilinçli ya da bilinçsiz olarak yapılan karşılaştırmalar ve seçimler, evlilikte gerçekleşen eş arzı ve talebi sistemine dahil olur. (Ubesekera ve Jiaojiang, 2008: 1).

İnsanın başkalarıyla bir arada yaşama eğilimi, evliliği ilk toplumsallaşma davranışı olarak tanımlar. İlk çağlarda evlilik, genellikle fiziksel hayatın sürdürülmesinin pratikte bir nedeni şeklinde görülse de zamanla güvenlik ve aşk kavramları da bu kuruma eklenmiştir. Evliliğe yönlendiren etmenler arasında biyolojik, sosyal ve

psikolojik ihtiyaçların tatmin arzusu da yer almaktadır. Tüm bunların yanında evlilik, duygusal tatminin elde edildiği, aşk, bağlılık ve güveni içeren çok yönlü bir kurum olarak değerlendirilmektedir (Woody ve Woody 1973; akt. akıcı, 2016:5). Evliliğin tanımı toplumdan topluma değişse de evliliğe verilen değer ve önem geçmişten günümüze kadar kendisini koruyarak gelmektedir. Evlilik, bireyin yaşamında alınan önemli bir karar olup bu karar evlilik adına ilişkinin kurulması anlamında kilit bir adımdır. Bireyin yaşamının birçok yönünü etkileyen evlilik hem toplum içinde hem de akademik alanda üzerine en çok odaklanılan konulardan biri olmaktadır (Burç, 2018: 137-139). Bu odaklanmalar sonucunda birçok açıdan evlilik tanımlamaları yapılmaktadır. Toplumun temel unsurlarında biri olarak kabul edilen evlilik; kadın ve erkek arasında sosyal, dini ve siyasi açıdan eşit haklara sahip bir sözleşme olarak nitelendirilmektedir. (Pehlivan, 2006: 143-154). Öte yandan Ersanlı (1990: 47) evliliği, iki farklı cinsin yaşamlarını bir araya getirmek amacıyla toplumsal değerler, gelenekler, görenekler, adetler ve yasalar çerçevesinde bir araya gelinmesi olarak tanımlamaktadır. Kansız ve Akar (2011: 24-29) ise evliliğin tanımını, karı ve kocanın aileyi oluşturmak adına bir araya geldiği, kültürel anlamda farklılıklar olmasına rağmen tüm dünyada kabul gören bir uygulama olarak ifade etmektedir. Öyleyse Evlilik, kurumlaşmış bir birliktelik, bir ilişkiler sistemi olarak tanımlanabilir. Karşı cinsten olan iki kişiyi "karı-koca" olarak birleştirerek, dünyaya gözlerini açacak çocuklara belirgin bir sosyal ortam sağlamaktadır. Toplumsal açıdan, devletin kontrolü, hakları ve yetkileri altında bulunan meşru bir ilişki biçimini ne sürmektedir. (zgven,2001: 60). Türk Medeni Kanunu evliliği; evlenme yaşına ulaşmış kadın ve erkeğin, kanunlar önünde gerçekleştirdikleri ve karşılıklı iki şahit huzurunda yapılan, kişilerin kendi hr iradeleriyle tasdikleyip hayatlarını btnleştirdikleri sözleşme şeklinde tanımlanmaktadır. Türk Medeni Kanunu'nun 185. Maddesi uyarınca; evlilik sözleşmesi ile fertler arasında evlilik birliği kurulmaktadır. Çiftler, ailelerinin refahını, geleceklerini ve çocuklarının bakımı, eğitimi ve korunması gibi hususlarda beraberce görevler üstlenirler. Bu bağlamda, evli kişiler arasında yardımlaşma, güven, sadakat ve birlikte yaşamı sürdürme gibi temel unsurlar bulunmaktadır. (Türk Medeni Kanunu 2001: 33-34).

Evlilik kurumu, yetişkin iki farklı cinsin deneyimlemekte oldukları hayatlarını paylaşmak amacıyla bir araya geldikleri, karşılıklı olarak arzu ve isteklerini birbirlerine ilettikleri ve bu birlikteliklerini resmileştirdikleri bir yapıdır (Battal, 2008:

9). Boran (2003: 9-10), evlilik kurumuna yönelik üç temel motivasyonun bulunduğunu ifade etmektedir. Bu motivasyonlardan biyolojik motivasyon, uzun vadeli bir birliktelik ve kendi cinsinden nesillerin devamı isteği ile ilişkilendirilmektedir. Psikolojik motivasyon, karşı cins tarafından sevilme ve beraberlikten zevk alma arzusuyla bağdaştırılabilir. Sosyal motivasyon ise, toplumun beklentilerine uygun olarak yaşamının getirdiği rahatlık ve kabul görmek isteğiyle vurgulanmaktadır. Tüm toplumlarda önemli bir sosyal durum olarak kabul edilen evlilik, aile birliğinin kurulmasının temel adımını oluşturmaktadır. Evlilik, aileye nazaran daha net bir kavram olarak kendisini göstermektedir. Aile, genellikle bir grup veya örgütü ifade ederken, evlilik, kadın ve erkeğin bir araya gelerek beraberce yaşamak, deneyimleri paylaşabilmek, çocuk sahibi olmak ve büyütme maksadı ile oluşturdukları özel bir birlikteliği tanımlamaktadır (Çelik, 2006: 2). Shadish, Ragsdale ve Glaser (1995: 348-349), aileyi bir çok bölümden oluşan bir yapı olarak değerlendirmiş ve bu bağlamda evlilik biriminin bu bölümler içerisinde mühim bir yerde olduğunu belirtmektedir. Tüm toplum ve kültürlerde, evlilik, aile kurumuna özgü değeri sağlamak amacıyla belirli normlarla şekillenir. Bu normlar, çoğu zaman gelenekler, adetler ve törenler aracılığıyla işlevsel bir nitelik kazanır. Evlilikteki yaş, evliliğin gerçekleşme biçimi, ev düzeninin oluşturulma şekli, aile üyelerine veya eşlere sunulan hediyelerin cinsi, adeti ve sunumu, evli bireylerin karşılıklı ve çevrelerine karşı sergiledikleri tavır ve davranışlar gibi faktörler, belirli toplumsal normlar doğrultusunda şekillenir ve evliliğin kalitesi ile boşanma şartlarını belirlemede etkili olabilir (Tolan, 1975; akt. Kublay, 2013: 10). Beşpınar (2014: 112-174), evliliği sadece biyolojik üreme ve cinsel birleşme ile sınırlı olmayan, aynı zamanda toplumsal kurallarla düzenlenen bir olgu olarak görmekte ve evliliği, iki birey arasındaki ilişkinin toplumsal kabulü ve beraberinde getirdiği haklar bağlamında önemli toplumbilim perspektifleriyle ele almaktadır. Bu perspektif çerçevesinde, evlilik öncesi düzenlenen nişan ve isteme ritüelleri ile evlilik döneminde ilerleyen akraba ilişkilerinin, evliliğin her derecesinde toplumsal kuralların etkisini gösterdiğini vurgulamaktadır.

Evlilik konusunda geçmişten günümüze birçok değişken üzerinde araştırmalar yapılmaktadır. Evlilikte uyum, evlilikte doyum, eşler arasındaki iletişim, bağımlılığa sahip eşlerin psikososyal açıdan durumu ve ailesel ilişki tarzları, eşlerin birbiri ile olan ilişkileri, evlilikte rol beklentisi ve evlilik ilişkisinde mutluluk gibi değişkenler üzerinden araştırmalar yapılmaktadır (Yıldırım 1993: 249-257). Bradbury, Fincham ve

Beach (2000: 978-981) bu çalışmalardan bazılarının da stres, eşler arası destek süreçleri, evlilikte davranış biçimleri, eşlerden birinin yoğun kaygı hissetmesi durumunda diğer eşin bu duruma olan etkisi ya da desteği ve evlilikte travmatik olaylar gibi evliliğin duygusal boyutunu ele alan incelemelerin olduğunu belirtmektedir. Bunların yanında Bradbury ve Karney (2004: 866) de evliliğe dair araştırmaların bir kısmını da parçalanmış aile yapısında yetişen çiftlerin, evliliklerinde boşanma ya da sorun olup olmadığıyla ilgili olduğu görüşündedir. Evlilik kavramına bakıldığında her toplumda kendisine yer edinen, kültürel farklılıkları içinde barındıran, sosyolojik, biyolojik ve psikolojik boyutları olan, iki karşı cinsin içinde yaşadıkları toplumun yasaları önünde birlikteliklerinin resmileştiği ve bir ailenin kurulmasında temel oluşturan bir uygulama olduğunu düşünebiliriz. Bu çalışmada ise evlilikte sosyal medya bağımlılığı durumunun evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluk ile ilişkisi incelenmektedir.

2.3. Evlilik ile İlgili Temel Kavramlar

Bu başlığın altında evlilik ile ilgili temel kavramlar ele alınmakta olup evlilikte eşlerin demografik özellikleri, evlilik biçimleri, evlilik nedenleri ve beklentileri, evlilikte cinsellik, evlilikte kültür, evlilik uyumu ve evlilik doyumu kavramlarına genel bir ortaya konulmaktadır.

2.3.1. Evlilikte Eşlerin Demografik Özellikleri

Şenel-Günayer (2004: 53-57); Evliliğin hayattaki en önemli kararlardan birisi olduğunu, evlenmeye karar vermeden önce, bireyin kendi özelliklerinin farkında olması gerektiğini, ilk olarak, kendisi için vazgeçilmez olan değerleri ve evlilikte aradığı nitelikleri net bir şekilde belirleyebilmesini daha sonrasında potansiyel eşin bu özelliklere ne kadar uygun olduğunu değerlendirmesini, en nihayetinde, eş seçimiyle ilgili kararını vermeye hazır olmasını ifade etmektedir. Günümüzde aile, geçmiş yıllara kıyasla daha fazla vurgu yapılan bir kurum olup, eğitim, siyaset, ordu, din, ekonomi gibi diğer kurumlarla birlikte önemli bir role sahip olduğu düşünülmektedir (Yıldırım, 1992: 1). Aile bir bütün olarak değerlendirildiğinde evlilik, ailenin temellerinin oluşturulmasında mühim bir role sahiptir. Günümüzde sürekli gelişen sanayileşme ve endüstrileşme süreçleri, evliliğin dinamiklerini değişime uğratmıştır. Ortaya çıkan bu değişim, değişime uğrayan toplumda hayatı sürdürebilmek ve yaşamda uyum sağlamak için önemli bir hale gelmektedir. Bu durum evliliğin yapısını anlayabilmek

adına son derece kıymetlidir (Yaçın, 2014: 251). Bireylerin evlilik kararı almasında evlenme niyetiyle değerlendirdiği kişinin, yaşı, eğitim düzeyi, mesleği, çalışma durumu, içinde bulunduğu kültür, gelir durumu ve daha önce evlenip evlenmeme durumlarının önemli olduğunu düşünebiliriz. Bu açıdan bakıldığında evlilik sürecinde evliliği etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar arasında en önemlilerinden biri evli bireylerin sosyo-demografik özellikleri olduğu söylenebilir. Kazanç durumu, eğitim seviyesi, yaş gibi etkenlerin, evlilikteki mutluluk seviyesini etkisini altına aldıkları ve evlilik uyumunda ehemmiyetli bir rol oynadıkları öne sürülmektedir (Broderick ve O'Leary, 1986: 514-517). Spanier (1976: 17), evlilik uyumunu, eşlerin evlilik süresi boyunca değişen yaşam koşullarına uyumlu davranışlar sergileyebilmesi ve zamanla bu değişimlerin eşlerin birbirlerine uygun şekilde değişmesini içeren bir tanımla ifade etmektedir. Evlilikte uyumun bozulmasına sebep olan çeşitli faktörler de ele alınmaktadır. Bu faktörler arasında, kişinin evlendiği yaşı, düşük aylık gelir durumu, evlilik öncesi dönemde (flört aşamasında) karşılıklı uyum ve çocuk sayısı yer almaktadır (Douglass, 1995: 240). Bu bilgiden hareketle evli bireylerin demografik durumlarının evlilik uyumunu olumlu ya da olumsuz etkileyebildiği anlaşılmaktadır (Bradbury, Fincham ve Beach, 2000: 978-981; South ve Lloyd, 1995: 21-25). Aile, evlilik ilişkilerini içeren bir kurum olup, toplumdaki değişimlere en çok maruz kalan yapılarından birisidir. Ekonomik açıdan gelişimler, artan eğitim seviyeleri ve kadınların iş dünyasına daha fazla katılması gibi çeşitli faktörler, önemli toplumsal değişimler arasında sayılmaktadır (Fişek ve Seherler, 1996: 3). Söz konusu değişimler sebebi ile evlilik ilişkilerinin düzenli bir şekilde araştırılması, günümüzde evlilik ilişkilerinde geline noktaı ifade etme çabası önem arz etmektedir (Şendil ve Korkut, 2008: 8). Evlilikte, fiziksel ve ruhsal sağlık, yaşam süresi, gelir seviyesi, cinsel yaşam gibi birçok faktör, evli olanların evli olmayanlara kıyasla daha olumlu sonuçlara sahip oldukları görülmektedir. (Noller, 2002: 1-5; Stack, Eshleman, 1998: 527-536; Whitson ve El-Sheikh, 2003: 83-112). Şendik ve Korkut (2012: 15-34) Evli bireylerin evlilik uyumunu demografik özellikler açısından incelediği bir araştırmada, düşük öğrenim düzeyine sahip bireylerin evliliklerinde iletişim, sevgi ifade etme, fikir alışverişi ve birlikte vakit geçirme konularında ağırlıklı olarak anlaşmazlık yaşadıklarını ifade etmektedir. Çalışmanın devamında çiftlerin birbirine etkisinin ve evlilik probleminin değerlerinin cinsiyet bakımından belirgin bir anlam taşımadığı, fakat öğrenim dereceleri bakımından ilkökul eğitimi gören bireylerin, ortaokul ve üzeri eğitim

derecesine sahip olanlara göre daha çok evlilik çatışması yaşadığı ve daha az evlilik ilişkisine dair tatmin ve duygusal doyum yaşadığı belirtilmektedir. Bu sonuçlar, düşük öğrenim derecesine sahip çiftlerin ilişkilerinde, ilişkinin önemini belirleyen konularda problem yaşadıklarını göstermektedir. Yine aynı araştırmada düşük ekonomik düzeyindeki bireylerin, orta ve yüksek ekonomik düzeydeki kişilere göre daha düşük evlilik uyumu gösterdikleri, orta ekonomik seviyedeki bireylerin ise yüksek ekonomik seviyedekilere göre de daha düşük evlilik uyumu gösterdikleri saptanmaktadır. Öte yandan birbirleriyle anlaşma yolu ile evlenen kişilerin, görücü usulü ile evlilik yapanlara kıyasla daha yüksek düzeyde tatmin ve uyum gösterdikleri ifade edilerek evliliklerinin uzun süre devam eden eşlerde, kısa süreli evlilikleri olanlara oranla daha fazla evlilik çatışması yaşadığı ve evlilik uyumlarının daha düşük olduğu ortaya konulmaktadır. Ayrıca araştırmada çocuk sayısının artışının, bireylerin evlilik kalitesini düşürdüğü de tespit edilmektedir.

2.3.2. Evlilik Nedenleri ve Beklentileri

İnsan, birlikte yaşama ihtiyacı duyan, yalnız başına yaşayamayan ve yakın ilişkiler kurma motivasyonuna sahip bir varlıktır. İnsan hayatında çeşitli ilişki biçimleri bulunmaktadır ve bunlar arasında belki de en önemlisi evliliğdir. Evlilik ve evlilik beklentileri, sadece sosyal, kültürel ve finansal kazançlar elde etmek için tasarlanmış bir sözleşme yükümlülüğü olmanın ötesinde, aynı zamanda romantik yakınlığın hakim olduğu iki kişi arasındaki bağı güçlendirmek için tasarlanmış kişisel bir tercih olarak da görülmektedir (Ercan ve Uçar, 2021: 8). Evlilik beklentisi, aile kurmaya karar veren kişilerin evliliklerini kendi arzularına uygun bir şekilde istemeleridir. Bireylerin evlilik beklentileri, ilişkilerini nasıl geliştireceklerine dair inançlarını ve aile içerisindeki rollerini içermektedir. Bu tür beklentilere sahip olmanın, evliliğin kalitesi, doyumunu ve tatmini üzerinde önemli bir etkisi olduğu ifade edilebilir (Özsoysal, Baş ve Aysan, 2016: 121). Evlenme çağına gelmiş ve evliliğe aday bireylerin evlendikten sonraki yaşamlarına dair bir takım beklentilerinin olduğu görülmekte olup evlilik beklentileri bir çok açıdan ele alınmaktadır.

Evlilik beklentileri, aile ve çevre gibi etkenlerin yanı sıra hem geçmişin hem de mevcut zamanın etkilediği çeşitli unsurları içermektedir. Zamanın ve şartların değişkenliğine rağmen, evlilik beklentilerini şekillendiren birtakım temel gereksinimler bulunmaktadır. Evlilikte samimiyet, eşitlik ve uyumluluk gibi kavramlar, bu beklentileri belirginleştiren önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca evlilik

beklentileri idealist beklentiler, kötümser beklentiler ve gerçekçi beklentiler olarak sınıflandırılmaktadır. (Özeren,2021: 158). Barich ve Bielby (1996: 139-169) evlilik beklentisini, kişilerin evlilik ilişkisi içinde kendilerini partneri ile birlikte nasıl hayal ettiği ile ilgili olduğunu söyleyerek, evlilik beklentilerini, evli bireylerin evlilik yaşamında kendilerine uygun gördükleri rolleri ve evliliğin nasıl ilerleyeceğine dair inançları içerdiğini belirtmektedir. Ayrıca bireylerin evlilik beklentilerini, çocukluk dönemlerindeki deneyimleri, yetiştirildikleri çevre, model aldıkları anne-babalarının evlilik ilişkileri, toplumsal normlar ve sosyal medya gibi faktörlerin etkisiyle şekillendiğini söylemektedirler. Johnson (2015: 16-17) ise evlilik beklentisini, bireylerin evlilik içinde görmeyi veya görmemeyi istedikleri davranışları, eşlerin paylaşmayı arzuladıkları değerleri, birlikte geçirmeyi düşledikleri zamanı, ve çiftlerin anlaşmazlık durumunda nasıl başa çıkmaları gerektiği gibi unsurları kapsadığı şeklinde tarif etmektedir. Güler (2021: 15), evlilik beklentisini, evliliğin genel seyrinde nelerin olması ya da olmaması gerektiğini kapsayan, evlilikte nelerin önemli olduğuna dair yargı ve inançları içeren bir durum olarak ifade etmektedir. Tüm bu tanımların yanında Yıldız (2020: 24-29) Evlilik beklentisini, bireylerin yaşadıkları toplumda var olan evlilik biçimleriyle kendi ebeveylelerinin evlilik biçimlerini algısal olarak bütünleştirip kendi ideal evlilik yaşamını tasarlamasını ifade eden bir kavram olarak görmektedir.

Bireylerin evlenmeleri ile birlikte evlilik beklentilerinin gerçekleşme halini Bahr, Chappell ve Leigh (1983: 795-803) evlilik doyumunu şeklinde açıklamaktadır. Evlilikte eşlerin birbirlerine karşı beklentilerinin karşılandığı zamanlarda başarılı evliliklerin olduğu görülmektedir (Glenn, 1991: 261-270). Evlilik beklentisine dair yapılan çalışmalarda evli bireylerin iletişim biçimleri, karşılıklı cinsel tatmini içeren cinsel yaşamı, problem zamanlarında destek olma şekilleri, ekonomik düzey ve karşılıklı sevgiyi yaşama ve yansıtımalarının etkili bir durum olduğu gözlemlenmektedir (Bradbury, Fincham ve Beach, 2000: 969-980; Sokolski ve Hendrick, 1999:39-49; Waller ve McLanahan, 2005: 53-62; Dilmaç ve Sakarya, 2020: 8). Demir ve Durmuş (2015: 639) Evlilik nedenleri ve beklentilerinin bireylerin evlilik yaşamını ve eşi ile olan iletişimini etkilediğini vurgulamaktadır. Buradan hareketle bireylerin evlilik beklentileriyle evlilik yaşamlarındaki gerçekliğin mesafeleri ne derece yakın olur ise evlilikten sağlanan doyum ya da tatminin de o düzeyde ortaya çıkacağı düşünülmektedir.

Literatürde evlilik beklentilerine dair üç farklı kuram karşımıza çıkmaktadır. Bunlar bağlanma kuramı, yükleme kuramı ve sosyal mübadele kuramıdır. Bağlanma kuramı, temel anlamda bebeğin dünyaya gelmesi ile birlikte anneye ya da temel bakım veren kişi ile sağlıklı bir iletişim ve ilişki içerisinde olmayı içermektedir. Bu sağlıklı iletişim güvenli bağlanmayı beraberinde getirmektedir. Bebeklik döneminde bu güvenli bağlanma elde edilemeyip bağlanma sorunu ortaya çıkarsa bireyin gelecek yaşantısındaki kuracağı sosyal ilişkilerini ve bağlanma stillerini olumsuz etkiler (Bowly, 2013: 233-290). Yükleme kuramı, olaylar ya da durumlar hakkında yapılan açıklama olarak tarif edilebilir. İnsanlar, ilk defa karşılaştıkları ve görüştükları kişi hakkında çeşitli sonuçlar çıkartmaktadırlar. Bu çıkarımlar, karşımızdaki insanın konuşma biçimi, hareketleri, bakışları ve benzeri etkenlerden etkilenecek şekilde oluşmaktadır. Kısacası, bireyler arasında bir yükleme süreci gerçekleşmekte olup bu süreçte karşısındaki kişiyi anlama ihtiyacı duymaktadırlar (Koçak, 1999: 112-114). Son olarak sosyal mübadele kuramı; bireylerin birbirlerine karşı saygı gösterme, önemsenme ve arkadaşlık vb. gibi ihtiyaçları doğrultusunda yani bir ödül beklentisi ile birbirleriyle ilişki kurması ve bu ilişkiyi sürdürmesi şeklinde açıklanabilir (Ertürk ve Beduk, 2015: 3).

Son yıllarda ülkemizde evlilik beklentilerini de içine alan çalışmalara bakılacak olursa; Yıldız (2020: 70-82) araştırmasında, yaşları 18-25 arasında değişen 411 üniversite öğrencisinin katılımıyla evlilik beklentileri ile bağlanma stilleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, idealist/iyimser evlilik beklentisine sahip bireylerin güvenli bağlanma puanlarının yüksek olduğu görülmektedir.

Tunç (2019: 78-91) tarafından Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde 472 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışmada, ailede aidiyet, evlilikte beklentiler ve evlilikteki tutumlar arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, evlilik beklentisi ile aile aidiyeti ve evlilik tutumu arasında istatistiki açıdan anlamlı, pozitif yönlü bir ilişkinin bulunduğu görülmektedir.

Devecioğlu (2020: 81-83) tarafından gerçekleştirilen çalışma, nişanlı ve yaşları 19-50 arasında değişen 253 katılımcı bireyin ilişki doyumu üzerinde bağlanma stillerinin (kaygılı, kaçınmacı), evlilik tutumlarının ve evlilik beklentilerinin etkisini araştırmıştır. Ulaşılan neticeler, evlilik beklentisi ile ilişki doyumu arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu göstermektedir.

Selen'in (2020: 87-103) yaptığı araştırmada, genç yetişkinlerin kişilik ve mizaç özellikleri ile evlilik beklentileri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma, 328 katılımcı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, evlilik beklentileri ile mizaç ve kişilik ölçeğinin alt boyutları arasında çeşitli ilişkiler bulunmuştur. Yenilik arayışı ile evlilik beklentisi arasında ters yönlü bir ilişki görülmüştür. Ödül bağımlılığı, kendini yönetme, işbirliği yapma ve kendini aşma alt boyutları ise evlilik beklentisi ile pozitif yönlü anlamlı bir ilişki göstermiştir.

Son yıllarda ülkemizde yapılan yukarıda yer verilen araştırmalara bakıldığında evlilik çağına gelmiş bireylerin evlilik beklentilerinin evlilik süreciyle birlikte evlilik yaşamını olumlu ya da olumsuz etkilediği anlaşılmaktadır. Kişilerin evlilik beklentilerine uygun bir evlilik yaşamı sürdürmeleri halinde evlilikten doyum elde edecekleri, evlilik beklentilerinden uzak bir evlilik yaşamı sürmesi durumunda ise evlilik doyumunun istenilen düzeye ulaşamayacağı düşünülmektedir.

2.3.3. Evlilik Biçimleri

Hem toplumsal hem de bireysel gelişim açısından, genç yetişkinlik dönemiyle birlikte bireylerin bir eş seçmeleri, seçtikleri partnerleriyle kurdukları yakın ilişkileri evlilikle taçlandırmaları ve ardından sağlıklı bir evlilik süreci yaşayarak aile kurmalarını beklenmektedir (Terzi-İlhan ve Işık, 2019: 1431).

Macionis' e (2012: 2) göre, sosyolojik bakış açısı, toplumdaki genel kalıpları bireylerin özel yaşamlarında görebilmek anlamına gelir; yani, bireylerin özel davranışlarından toplumun genel yapılarına dair anlayış elde etmek olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda, sosyologlar her bir bireyin benzersiz olmasına rağmen, toplumun genel kalıplarını bireylerin davranışlarında aramaktadır. Toplum, insanların fikirlerini, düşüncelerini ve duygu durumlarını değiştirebilen bir etki olarak görülmekte ve birini eş olarak seçerken yaş, cinsiyet, ırk, sosyal sınıf gibi faktörlerin belirleyici faktörler olduğu kabul edilmektedir. Evlilik kuralları toplumdan topluma değişmekle birlikte, kimin kiminle, nasıl evleneceğini belirleyen normlar genellikle toplumsal çerçevede tanımlanmaktadır. Yine Macionis (2012: 3) Postmodern dönemde aile işlevinin değiştiği ve evlilik kurumunun sorgulandığı bir ortamda, geleneksel toplumlarda gerçekleşen evliliklerin incelenmesi, kültürel farklılıkların varlığını ortaya koymak bakımından önemli bir rol oynadığını belirtmektedir.

Evlilik kurumu evrensel olmasına rağmen, kültüre, şartlara ve bireyler arası etkileşimlere bağlı olarak farklı evlilik çeşitleri ortaya çıkmaktadır. Evlilik, bağlamsal bir olgu olup, oluşum süreci kültürden kültüre değişiklik arz etmektedir. Özellikle ilerleme kaydetmiş olan toplumlarda, modernleşmenin geleneksel normları sarsıcı etkisine karşı, aile ve akrabalık ilişkileri kişilere varlıksal anlamda bir güvenlik sağlamakta; bu bağlamda aile ve akrabalar, evlilik sürecinde ehemmiyetini yitirmemektedir. İnsanoğlunun yaşamındaki temel dönemeçlerden biri olan evlilik hem kadın hem de erkeğin yaşamlarını birleştirmesi hem de aile ve akrabalık ilişkilerinin kurulması açısından büyük bir toplumsal öneme sahiptir. Anadolu'da çeşitli evlenme biçimleri bulunmaktadır (Irmak ve Taş, 2012: 217).

Ülkemizde tarih boyunca kültürel geleneklere bağlı olarak ailelerin kuruluşuna dair bir gözlem yaptığımızda, çeşitli evlilik biçimlerinin var olduğunu görebiliriz. “Bu evlilik biçimleri arasında; görücü usulüyle evlenme, kız kaçırma, beşik kertme, berder usulüyle evlenme, iç güveysi giderek evlenme, taygeldi şeklinde evlenme ve günümüzde yaygınlaşan kişilerin tanışmasıyla evlenmesi bulunmaktadır” (Gönen, 2011:46). Benzer şekilde Gürbüz (2019: 68), Türk ve Osmanlı toplumlarında evlenme biçiminin birçok farklı şekilde uygulandığını ifade ederek en çok tercih edilen evlenme biçimlerinin görücü usulü evlilik, aşk evliliği, akrabalar arası evlilik, zorla evlendirme ve kaçarak evlenme olduğunu belirtmektedir. Tacoğlu Poyraz'ın (2011: 115-143) evlilik türlerine dair yaptığı çalışmada egzogami, endogami ve monogami şeklinde adlandırılan evliliklerin mevcut olduğunu söylemektedir. Bu evlilik biçimlerinde egzogami; akrabalık bağı olmayan bireylerin evlenmesini, endogami; kan bağı olan bireylerin evlenmesini ve monogami ise yaşamı boyunca tek bir kişi ile yapılan evliliği kapsamaktadır. Araştırmanın devamında ülkemizde gerçekleştirilen geleneksel evlilik biçimlerinden dört farklı evlenme şeklini ele almaktadır. Bunlar “Berdel, levirat, kan bedeli ve taygeldidir.” Bu dört geleneksel evlilik biçimi de tercihe dayalı evlilikler olarak adlandırılmaktadır. Ancak buradaki “tercih” ifadesiyle evlenecek bireyin tercihi değil evlenecek bireyin ailesinin tercihleri kastedilmektedir.

Kan Bedeli Evlilik; Aileler arası büyük problemlerin örneğin kan davası husumetinin bulunduğu ailelerin karşılıklı olarak evlilik çağına gelmiş olan kız ve erkeğin barışı sağlamak amacıyla evlendirilmesi şeklinde adlandırılan bir evlilik biçimidir (Sezen, 2005: 191).

Levirat Evlilik; Evli çiftlerden erkeğin ölmesi durumunda eğer ölen erkeğin kardeşi varsa onunla evlendirilmesi durumudur. Zorla evlendirilme şeklinde bir evlilik biçimi değildir. Geleneksel anlamda bu evlilik biçiminde amaç aile birliğini ve devamlılığını korumaktır (Bağlı ve Sever, 2005: 9-21)

Taygeldi Evlilik: Bu evlilik türü farklı evlilikler sonucu dul kalmış erkek ve kadının evlenmesi ile birlikte karşılıklı olarak evlenme çağında olan çocuklarının da evlenmesini içermektedir. Toplumumuzda oldukça az rastlansa da bu evlilik türünün örnekleri mevcuttur (Tacoğlu-Poyraz, 2011: 119)

Berdel Evlilik: Ülkemizde farklı isimlerle de anılan bu evlilik türü, farklı ailelerden olan iki erkeğin kız kardeşleriyle karşılıklı evlenmesinden oluşmaktadır. Bu evlilik biçiminde maksat özellikle kırsal kesiminde ve doğu bölgelerimizdeki evliliklerde başlık parası gibi bir uygulamayı ortadan kaldırmak yani düğün masraflarını azaltmaya çalışmak olarak ifade edilmektedir (Günen, Tacoğlu-Poyraz, 2017: 187-222).

Sezen (2005:185-195) ülkemizdeki evlilik biçimlerine dair yapmış olduğu araştırmada 33 değişik evlilik şekli olduğunu ifade etmektedir. Bu evlilikler; Görücü usulü evlenme, kız kaçırma yoluyla evlilik, başlık parası verme yoluyla evlilik, oturarak evlenme, türban kaçırarak evlenme, beşik kertmesi yoluyla evlenme, taygeldi, kuma getirme, berder, kepir, vefat eden kardeşin karısı ile evlenme, kadın kardeşi ile evlilik, içgüveyi evlilik, yetim ile evlenme, yakın akrabaların evlenmesi, oldu bitti yolu ile evlilik, para vererek ya da para alarak evlenme, kan parası karşılığı evlenme, oç alma evliliği, aynı anda birden çok kişi ile evlilik, anlaşmaya dayalı evlilik, hile yolu ile evlenme, tesadüf evliliği, ilan yolu ile olan evlilik, tercihe dayalı evlilik, yabancı biri ile evlenme, farklı mezheplerin evliliği, metres evliliği, muta yoluyla evlilik, dış güveyi şeklinde evlilik, dul olanların evliliği, tanışıp anlaşma yolu üzerinden evlenme ve televizyon üzerinden evlenmedir. Bahsedilen bu evlilik türlerinin görücü usulü evlilik ve tanışma yoluyla (flört) evliliğin dışında diğerlerinin günümüzde oranlarının oldukça düşük olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle günümüzde en çok tercih edilen evlenme biçimleri görücü usulü evliliğin tanışma yolu ile evliliğin tanımlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Görücü Usulü Evlilik: Toplumumuzdan yaygın olarak görülen bu evlilik türünün geçmişten günümüze değişime uğradığı gözlemlenmektedir. Geleneksel anlamdaki görücü usulü evliliklerde aile büyüklerinin düşündükleri kişi ile kesin evlendirmesi

söz konusu olup özellikle evlenme çağındaki kızın evleneceği erkeği tanınması gerektiği düşünülmemektedir. Ancak günümüzde uygulanan görücü usulü evlilik aile büyüklerinin uygun gördüğü evlilik yaşına gelmiş kız ya da erkeğin görüşmesini ve birbirlerini tanımalarına izin verilen bir evlilik türü şeklinde tanımlanmaktadır (Sezen, 2005: 186). Aynı zamanda günümüzde görücü usulü sadece aile büyüklerinin tanışmaya sebep olmasını içermediği, evlenme amacı günden iki kişiyi başka birinin bir araya getirmesi şeklinde de ifade edilmektedir (Gürbüz, 2009: 68-69).

Tanışma Yoluyla Anlaşarak (Flört) Evlilik: Evlilik çağında olan bireylerin herhangi bir nedenden kaynaklı birbirleri ile tanışıp belli bir süre arkadaşlık yapmaları ve birbirlerini tanıma fırsatları buldukları, fiziksel iletişim ve çekicilik faktörlerinin de etkili olma ihtimali olan bu süreçlerin evliliğe dönüştüğü bir evlilik türü olarak adlandırılmaktadır (Sezen, 2005: 193).

Bu çalışmada araştırmaya katılan 263 katılımcı evli bireylerden 180 katılımcının çeşitli ortamlarda tanışma yoluyla evlendikleri, 83 katılımcı evli bireyin de görücü usulü evlendiği görülmektedir. Bu çalışmanın katılımcılarına ait evlilik biçimleri detaylı bir şekilde araştırmanın yöntem bölümünün evren ve örneklem kısmında yer verilmektedir.

2.3.4. Evlilikte Cinsellik

Biyolojik bakımdan, cinselliğin temel işlevi insan neslinin devamını sağlayarak üremeyi mümkün kılmaktır. Psikolojik düzeyde ise cinselliğin, bireyin temel ihtiyaçlarını doyumayı, cinsel ilişkiden haz almayı, sevme ve sevilme gibi duygusal boyutları içermeyi amaçladığı ortaya konmaktadır. Bunun yanında toplumsal açıdan da cinselliğin, insan yaşamının farklı yönleriyle ilişkilendirilebileceği düşünülmektedir. Cinselliğin toplumsal işleyiş, değer yargıları, yasalar, sanatsal faaliyetler, tarih, cinsiyet rolleri, üretimsel faaliyetler, eş seçimi ve evlilik seçenekleri gibi birçok değişkenle ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Özgüven, 1997: 2).

Eşler arası ilişki, genel olarak insan ilişkileri içinde özel bir türdür. Toplumsal yapı içinde yer alan evlilik kurumu, çeşitli faktörlerle etkileşim içinde şekillenmektedir. Bu etkileşimler, evli bireyin üzerinde dolaylı bir etki bırakırken, bir taraftan da bireyi direkt etkilemektedir. Evlilik ilişkisi, evlilik kurumunun içinde sosyo-ekonomik ve kültürel yolla etkileşimlerle cinsel birlikteliğin yaşanmasıyla karakterize edilmektedir. Evlilik, sadece fiziksel çekim, biyolojik birleşme ve sosyal entegrasyonu değil, aynı

zamanda bir sözleşmeyi, bir bütünleşmeyi ve karşılıklı olarak tatmin sağlayan görevleri içerir. Bu şekilde bir araya gelmenin yeterince sağlanamadığı, birbirinde kopuk kültürel ve kişisel farklılıkların bulunduğu evliliklerde, ahenk ya da birliktelik anlamında problemler görülebilir ve eşler arası ilişkiler zorluklarla karşılaşabilir. Geleneksel ve modern yaşam biçimlerinin çatıştığı toplumlarda, bu tür çatışmalar daha karmaşık hale gelebilmektedir (Koroğlu ve Güleç, 1998:892-894). Evlilikte eşler arası cinsel yaşam, evliliğin sürdürülebilir olmasında önemli bir etken olduğu düşünülmektedir. Bu bakımdan evlilik, bir erkeğin ve bir kadının resmi ve düzenli cinsel birleşmeyi düzenleyen normlar ve sorumluluklar çerçevesinde gerçekleştirilen bir arada olma halidir. Bu kurallar ve sorumluluklar, genel toplum yapısından kaynaklanmaktadır (Şafak ve Arkar, 2014: 16-24).

Evliliğin en önemli kısımlarında biri cinsel birlikte olma halidir. Cinselliğin temel fonksiyonları arasında yakınlığın sağlanması, hazzın paylaşımı ve evlilikteki problemlerle başa çıkarken ortaya çıkabilecek gerilimin azaltılması bulunmaktadır. Cinsel anlamda fonksiyon bozukluklarının evlilik içindeki yakınlığı negatif yönde etkilediği ve evlilik yaşamına çok fazla negatif etkide bulunduğu belirtilmektedir (Kıray ve Bayık, 2010: 24-25). Gülsün, Ak ve Bozkurt (2009: 68-69) Fiziksel anlamda çekicilik, etkileycilik hali, olumlu veya olumsuz tutum ve davranışlar, evlilik yaşları, çocuk faktörü, sosyal ve ekonomik durum, ortak amaçlar, benzer ilgi alanları ve cinsellik gibi faktörler, evlilikteki mutluluğun araştırmacıların uzun süredir ilgi gösterdiği konulardan bazılarıdır. Bu unsurlar, evlilikteki mutluluğun karmaşık bir yapıya sahip olduğunu ve çiftlerin ilişkilerinde önemli rol oynayan dinamikleri yansıtır. Her biri, ilişkinin genel niteliğini ve uyumunu etkileyebilir. Örneğin, çiftlerin benzer ilgi alanlarına sahip olması veya ortak hedefler belirlemesi, birlikteliklerindeki uyumu artırabilir. Bu unsurlar arasında cinselliğin de oldukça önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir. Yine ilgili çalışmada son dönemlerde, cinsellik ve evlilikte mutluluk durumu arasındaki etkileşime dair veriler üzerinde fazlası ile durulmaya başlandığı aktarılmaktadır. Son olarak araştırma, evlilik yaşantısının, bir çok durumlara karşı korunabilmeyi sağlayan (barınma, yeme-içme vb.) dayanışma ve birlik, sağlam eş ilişkilerinden kaynaklanan doyum, cinselliğin olgunlaşmayı destekleyen rollerin paylaşımı, sosyal rolleri ve kişisel görevleri kabullenme, bireysel girişimcilik ve kreatif olmayı destekleme gibi unsurları içerdiğinden bahsederek bu alanlarda birbirini tamamlayan çiftlerin oluşturduğu evliliklerin, toplumsal gelişimin ve olgunluk halinin

temel taşlarını oluşturduğunu vurgulamaktadır. Evlilikte cinsellik üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında söz konusu araştırmalarda evlilikte cinsel doyum ile evlilik yaşamı üzerine odaklanıldığı görülmektedir.

Byers (2005: 113-118) 87 evli bireyin katılım sağladığı araştırmada, eşler arasındaki ilişkiyel doyumun cinsel doyumunu etkilediği yani ilişkiyel doyumdaki değişikliğin cinsel doyumunu, cinsel doyumdaki değişikliğin de ilişkiyel doyumunu değiştirdiği aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

Çelik (2012: 151), evli bireylerin cinsellikte özgüven seviyeleri ile cinsel özyeterlik hali, evlilikteki yaşam doyumunu ve cinsellikten utanma üzerine yaptığı ve 336 evli bireyin katıldığı çalışmasında; cinsel utangaçlığın ve cinsel özyeterliliğin, cinsel özgüveni ters yönlü bir şekilde etkilediği, evlilik yaşam doyumunu ile cinsel özgüven arasında pozitif bir ilişkinin olduğu ve cinsel utangaçlık, cinsel özyeterlik ve evlilik yaşam doyumunu değişkenlerinin cinsellikte özgüveni direk açıkladığı sonuçlarına ulaşmıştır. Yine araştırmada evlilik yaşam doyumunu artan kişilerin cinsel özgüven seviyelerinin de arttığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Gülsün, Ak ve Bozkurt (2009: 68-79) Psikiyatrik açıdan evlilik ve cinsellik adlı çalışmasında, evlilik yaşamında cinsel sorunların, duygusal olarak eşlerin birbirlerinden uzaklaşmasına ve evlikte genel çatışmalara yol açtığı ifade edilmektedir. Cinsel işlev bozukluğu yaşayan evli bireylerin, sağlıklı bir kontrol grubuna kıyasla evlilik yaşamlarından daha fazla olumsuz etkilendiği ve netice itibarı ile cinsel işlev bozukluğunun evlilik hayatını olumsuz şekilde etkilediği bulgusu elde edilmiştir.

Erdirinç (2018: 71-73), eşlerin evliliklerindeki uyumu, cinsel yaşam doyumlarını ve genel yaşam doyumlarını içeren ve bu değişkenler arası ilişkinin incelendiği 232 evli bireyin katılımcı olduğu çalışmasında evlilik uyumu, yaşam doyumunu ve cinsel doyum arasında anlamlı bir ilişki bulgusuna ulaşmıştır. Ayrıca evli bireylerin cinsel doyumunun, haneye giren gelir, eğitim durumu, çalışma durumu, çocuk sahibi olunup olunmadığı, evlilik biçimi ve evlilik süresi bakımından anlamlı olarak farklılaştığı sonuçlarına da ulaşmıştır.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde evlilikte cinsel yaşamın, evli bireylerin doyum elde edeceği şekilde yaşanıyor oluşunun, evlilikte çatışmaların şiddetini azaltma durumunu içinde barındırdığı, yaşanan evlilik problemleriyle başa çıkma kabiliyetini artırma

potansiyelinin olduğu dolayısı ile evli bireylerin evliliklerinden doyum elde etmesini sağladığını düşünebiliriz.

2.3.5. Evlilikte Kültür

Bradley (2004: 189) , kültürün bir insan yapımı olduğunu ancak 5 duyu organımız ile algılayabileceğimiz somut bir eşya gibi olmadığını, insanların bir araya gelerek toplumu o toplumundan da bir kültür ortaya çıkmasının son derece doğal olduğunu, aynı zamanda kültürün zihinsel donanımın veya biyolojik dürtülerin kaçınılmaz bir tezahürü olmadığını, kültürün, insanın doğaya yansımaları ve tercihi esasına göre hareket edenlerin oluşturduğu bir değer olduğunu ifade etmektedir. Yine Bradley (2004: 189) kültürün sadece müzelerden, sanat fuarlarından ve müzikallerinden çok daha fazlası olduğunu, kültürü oluşturan asıl unsurların, evlilik, din, eğitim sistemleri ve kamu ahlakı gibi sosyal kurumlar ve uygulamalarının olduğunu, çünkü bu unsurların toplum fertlerinin kalplerinde ve zihinlerinde büyük etkisi olduğunu vurgulamaktadır. Özetle kültür, öğrenilen, tarihi bir sürekliliğe sahip olan bir olgudur. Toplumsal düzeyde kültür, idealize edilmiş kurallar sistemini içerir ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılayarak doyum sağlar. Soyut bir kavram olan kültür, sürekli bir değişim içerisinde (İlhan,1998: 73-74).

Aile kurumunun oluşturulmasından önceki kritik aşama, evliliğdir, çünkü evlilik, ailenin temel birimi olarak kabul edilmektedir. Evlilik sadece bireyler arasındaki bir birleşme değil, aynı zamanda kültürel yapı, kültürel gelenek ve genel olarak günlük yaşamı derin etkisi altına alan bir olgudur. Evlilik ve aile, dar bir anlamda geleneklerin, geniş bir anlamda ise kültürün bir unsurudur, bu olguların devamlılığı ise kültürün nesilden nesle aktarımını sağlar. Evlilik ve aile olguları, kültür ve gelenekle sıkı bir bağ içinde olup, zamanla gelenekselleşerek günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Kültür, toplumun önemli bir parçası ve şekillendiricisidir. Gelenek, kültürü var eden ve toplumsal yapı içinde kültürü pekiştiren bir etkidir; bu nedenle evlilik ve aile olgularını önemli ölçüde biçimlendirir. Evlilik ve aile, gelenek ve kültür olgularıyla sıkı bir ilişki içinde olup, gündelik hayatı önemli ölçüde dönüştürür. Sosyokültürel yapının dönemsel koşullara bağlı olarak değişebilen bir yapısı olduğu düşünüldüğünde, evlilik, aile ve günlük yaşamda da aynı değişimlerin gerçekleşmesini sağlayabilir. Bu kapsamlı etkileşim içinde, aile, kültür ve gelenek olguları birbirini etkiler; bu durum, her bir olgunun diğerini şekillendirdiği ve gözle görülür bir şekilde etkileştiği bir döngüyü ortaya koyar. Ancak, gündelik hayatın sürekli evrim geçirdiği

ve farklı koşullardan etkilendiği göz önüne alındığında, bu olguların geleceği hakkında kesin bir yorum yapmak zordur (Burç, 2018: 135-141).

Bireylerin günlük yaşamlarını sosyal etkileşimlerle nasıl inşa ettiklerini anlamak, sosyoloji için büyük bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, evlilik sosyolojik açıdan incelenmesi gereken temel olgulardan biridir. Evlilik, sadece soyun devamı, temel cinsel ve ekonomik gereksinimlerin karşılanması gibi işlevlere sahip bir kurum olmanın ötesindedir. Aynı zamanda evlilik, toplum ve kültürün şekillendirdiği toplumsal cinsiyet kurallarının içselleştirildiği ve sosyo-kültürel değerlerin nesiller arasında aktarıldığı bir kurumdur (Yıldız ve Poyraz, 2020: 160). Evlilik, sadece iki bireyin bir araya gelmesinden ibaret olmayıp, aynı zamanda bireylerin aileleri arasında yeni bağlantılar kurulmasını içermektedir. Dolayısıyla, bireylerin ailelerinin evlilik üzerinde önemli bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu etki sadece bireylerin ebeveynleri ve kardeşleri ile sınırlı değil, aynı zamanda geniş aile ve yakın çevreleri arasında da geçerlidir. Farklı kültürel kökenlere sahip bireylerin aileleri arasında gruplar arası önyargılar ve mesafeler oluşabilmektedir. Çünkü farklı geleneklere ve kültürlere mensup olma durumu söz konusudur. Ancak, modernleşme ile ailelerin, özellikle eş seçiminde etkisinin azaldığı gözlemlenmektedir. Bu durum, ailelerin daha önceki dönemler gibi evlenme adaylarını baskı altına alma durumunu engellemesini ortaya koymaktadır (Kalender, 2021: 31). Bu ifadelerin paralelinde Şahan ve Akbaş da (2018: 239) her ne kadar aynı toplumdan gelseler de ilişki içindeki her birey farklı aile yapılarından bir hikayeye sahip olduğunu, bunun da kültürel farklılıkları beraberinde getirdiğini, bu duruma ek olarak, etnik köken, din, kuşak farklılıkları gibi unsurların da bu kültürel etkileşime eklenmesiyle, kültürün bireyler üzerindeki etkisi daha belirgin hale geldiğini. Bu etkileşimler sonucunda her ne kadar sosyal tutumlar değişse de kültürel farklılıkların zaman zaman ilişkilerde baskısını hissettirebileceğini belirtmektedirler. Bireyler, büyüdükleri toplumun değer yargılarını benimseyerek kendi değer sistemlerini oluşturmaktadırlar. Benzer olaylara karşı benzer toplumlar genellikle benzer tepkiler gösterirken, farklı kültürler arasında bu tepkiler farklılık gösterebilmektedir. Ancak, evlilikte ortak hareket etmek genellikle önemli olduğundan, farklı kültürlerden gelen insanlar bu durumda fikir ayrılıklarına düşmekte ve bu da evlilikte sorunlara yol açmaktadır. (Tarhan, 2005: 198-200).

Ülkemizde kültürün evlilik ne şekilde etkileyip etkilemediği daha çok nitel araştırma yöntemi ile yapıldığı görülmektedir. Kalender (2021: 68-72) İzmir’ de kültürler arası

evlilik ilişkileri ve kimlik problemi başlıklı araştırmasına kültürlerarası evlilik yapmış 60 kişi katılım sağlamıştır. Çalışma kapsamında, aile birelerinin ve yakın çevrenin tepkileri, aile içindeki dini ritüellerin icra edilmesi, geleneklerin sürdürülmesi, çocukların dini eğitim durumu, çocukların ileriki yaşamlarında farklı mezhepten bir kişi ile evlenme durumu ve aile üyeleri ile görüşme sıklığı gibi konularda çeşitli problemler belirlenmiştir. Ayrıca, aile içindeki kişilerin kültür noktasındaki farklılıklarının değerlendirilmesi, yeni bir kimlik oluşturma veya hakim olan kimliğin diğer aile bireyleri üzerindeki etkileri sosyolojik bakış açısı ile incelenmiştir. Gruplar arası etkileşimlerle birlikte karma evlilik yapan bireylerde, ön yargılarında azalma olduğu ve pozitif etkileşimlerin arttığı gözlemlenmiştir.

2.3.6. Evlilikte Eşlerin Uyum

Evlilik uyumu, evlilik ilişkisinin bireylerin evlilikte mutlu bir şekilde devam etmesini ifade eden temel kavramlardan biridir. Bu uyumda önemli bir odak noktası, bireylerin birbirlerini karşılıklı olarak mutlu edebilmeleridir. Evlilik uyumu, aynı zamanda evlilik içerisindeki mutluluk kavramını da içermektedir. Evlilik içerisindeki mutluluğun, yetişkin bir kişinin hususi hayatındaki önemli bir bileşeni olduğu göz önüne alındığında, evliliğin bireyin öznel mutluluğuna olumlu katkıda bulunması beklenmektedir. Evlilik uyumuyla ilgili yapılan tanımlamaların çoğunda, bireylerin mutluluk seviyelerine dikkat çekilmektedir. Evlilik, bir yetişkinin yaşamındaki önemli bir faktördür ve bu nedenle evlilik uyumu, bireyin genel mutluluğunun belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmektedir (Kublay ve Oktan, 2015: 26). Evlilik, sosyal hayatın bir bölümüdür ve sağlıklı bir evlilik birlikteliğinin oluşabilmesi adına uyumlu bir birliktelik zorunlu kılmaktadır.

Evli bireylerin birbirlerine karşı uyumu yakaladığı evlilikler, kaliteli evlilikler şeklinde nitelendirilmektedir. Bu uyumun tahrip görmesi söz konusu olduğunda, evli bireyler hem kişisel olarak sorunlar yaşamakta, hem de buldukları toplumu doğrudan olmasa da dolaylı şekilde etki altına almaktadırlar (Demir, 2016: 7). Tuzca da (2017: 21-22) toplumsal yaşamın önemli bir parçasını oluşturan evliliğin, eşler arasında uyumu gerektirdiğini belirterek uyum sağlamayan ve sürekli çatışan çiftlerin, mutsuz bir birlikteliğe ve karşılıklı anlayış eksikliğine yol açabileceğine, evlilikte uyumun, sadece duygusal anlamda değil, aynı zamanda sosyal, ruhsal, duygusal ve cinsel ilişkileri içeren bir kavram olduğunu ve eşlerin genel sağlıklarını da içinde barındırdığı ifade etmektedir. Evlilik uyumu, bir evliliğin temel ve isteğe bağlı özelliklerinin dengeli bir

şekilde bir araya gelmesini ifade eder. Evli bireylerin evlilik yaşantısındaki başarı ve işlevselliğini ifade eden evlilik uyumu, öte yandan evlilik doyumu ve evlilik mutluluğu gibi kavramları da içeren geniş bir perspektiften değerlendirilmektedir (Kalkan, 2002: 28-30). Evlilik uyumu, evli bireylerin sorunlarını yapıcı bir şekilde çözüme kavuşturabildiği, yaşantılarında ortak aynı görüşlerde buluşabildiği ve evliliklerinde mutluluk duygusunu baskın olarak hissedebilmeleri şeklinde genel olarak tanımlanmaktadır (Sabatelli, 1988: 217-222; Tutarel-Kışlak, 1999: 55-65; Erbek, vd., 2005: 39-47). Ancak evlilik uyumuna dair birçok tanım karşımıza çıkmaktadır. Evlilikte uyum, çeşitli kişilik özelliğine sahip kişilerin günlük yaşamın değişen durumlarına uyum sağlayabilmeleri, yaşadıkları problemleri birlikte çözmeleri, karşılıklı olarak iyi iletişim kurmaları, mutlu olmak ve müşterek amaçlara ulaşmak adına birbirlerini tamamlamaları biçiminde ifade edilmektedir (Spanier, 1976: 15). Üstelik uyumlu bir evlilik, çiftlerin etkili iletişim tekniklerini başarıyla uygulayabildiği, evlilik için temel kabul edilen konularda nadiren anlaşmazlık yaşadığı ve olası anlaşmazlıkların ortaya çıktığında ise her iki tarafın da memnuniyetle çözüme kavuşturduğu bir evlilik modelini ifade etmektedir (Sabatelli, 1988: 891). Evlilik uyumu, çiftlerin birlikte yaşadıkları memnuniyet ve mutluluğun bir sonucu olarak kabul edilir. (Aktaş, 2009:39). Başka bir ifadede ise yüksek düzeyde evlilik uyumu; evli çiftlerin ilişkilerinden azami düzeyde memnuniyet sağlaması, eşlerin birbirlerine yönelik olumlu tutumların baskın olması ve saldırganca veya olumsuz davranışların neredeyse hiç olmaması olarak tanımlanmaktadır (Robles, vd., 2014: 140).

Evlilik uyumu, sadece evlilik yaşamında değil, bir taraftan da evli bireylerin bireysel yaşamlarının farklı yönlerini de etkileyebilmektedir. Çalışmalara bakıldığında, psikolojik durumun, duygusal stresle ilgili belirtilerin ve eşe karşı hissedilen yakınlığın evlilik uyumu ile direkt ilişkili olduğunu göstermektedir. Evlilik uyumundaki yükseliş, kişinin psikolojik açıdan iyi oluş halini olumlu yönde etkileyebilmekte ve duygusal stresle ilgili belirtilerini azaltabilmektedir (Nilgün, 2012: 22). Evlilik uyumu evliliğin her tarafıyla bireysel olarak değerlendirilme halidir. Yani evlilikte istek ve arzuların, beklentilerin ve kişisel ihtiyaçların karşılanma düzeyidir (Demiray, 2006: 2-3).

Evlilikteki uyumun kalitesi ailenin hayat kalitesini var etmektedir (Özbey, 2012: 43-62). “Bireylerin kişilik nitelikleri, yetiştirilme ve büyütüldükleri ortamları, ailesel görgü kuralları ve evliliğe verdikleri anlam, aldıkları öğrenim, meslekleri, dini

inançları, ruhsal yapıları, eğilimleri gibi değişkenler evlilik uyumuna etki etmektedir. Buna bağlı olarak insanların sahip oldukları değerlerin, evlilik uyumlarında etkili olduğu düşünülmektedir” (Kublay ve Oktan, 2015: 25-35).

Çağlayan ve İpek'in (2019: 176) evlilik uyumu ve bağlanma stilleri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, 234 evli bireyin katılımıyla, çiftlerin güvenli bağlanma stillerine sahip olmaları evlilik uyumlarının, kayıtsız bağlanma stillerine sahip olan eşlerden belirgin şekilde daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmada ortaya çıkan verilere göre, güvenli bağlanma stilinde olan kadınların evlilik uyumları, kayıtsız bağlanma stiline sahip kadınlarınkine kıyasla önemli ölçüde daha yüksektir. Öte yandan güvenli bağlanma stiline sahip olan evli erkeklerin evlilik uyumları, hem kayıtsız hem de saplantılı bağlanma stiline sahip erkeklere göre belirgin bir şekilde daha yüksek puanlara sahiptir.

Evlilik uyumunu etkileyen birçok faktör bulunmaktadır, bunlardan bazıları sosyodemografik değişkenlerdir. Mesela evli çiftlerin yaşları, evlilikteki süre ve ailelerin ziyaretleri gibi faktörler, evlilik uyumu ile anlamlı ilişkiler içermektedir (Demiray, 2006: 47-54).

Evlilik uyumunu etki altına alan olumlu ve olumsuz faktörlerle alakalı birden fazla araştırma gerçekleştirilmiştir. Worthington ve arkadaşları (1989: 555-560) eşler arasında çatışma ve evlilik yaşamı hakkında bilgiyi ele alarak evliliği zenginleştirme programında 36 gönüllü evli birey ile çalışmışlardır. Yapılan çalışmada değerlendirme, bilgi, yapılandırılmamış tartışma grubu ve yapılandırılmış bilgi ve tartışma grubu olarak dört durum ortaya konulmuştur. Bilginin evli bireyler üzerinde etkili olduğunu açıklamışlar, davranış ve kendini değerlendirme ölçümleriyle uyum-yakınlık, iletişim ve çatışma çözümünün uyum üzerindeki etkisinde her birinin birbirinden bağımsız olarak evliliği etkilediğini belirtmişlerdir. Bunun yanında yapılan bazı çalışmalarda evlilik uyumu ile pozitif duygusal paylaşımlar arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir (Flora ve Sergio, 2000: 641-657).

Eşlerin evliliklerinde boş zamanı geçirmeleri ile evlilik uyumu arasındaki ilişkiye çeşitli araştırmalar da bakılmış olup yapılan çalışmalarda evlilik uyumu ile eşlerin boş zamanlarında birbirlerine vakit ayırma anlamında anlamlı ilişkilerin ortaya çıktığı bulgularına erişilmiştir. Buradan hareketle iyi bir evlilik yaşamı adına çiftlerin

beraberce boş zamanlarını geçirmelerinin önemli olduğu düşünülebilir (Crawford, vd., 2002; Orther ve Mancini, 1990, akt., Nomaguchi ve Bianchi, 2004: 413-430).

Kalkan (2002: 85-86) 28 evli çiftin katılım sağladığı bir deneysel çalışmada, çiftlere evlilik ilişkisini geliştirme programı uygulanmasının eşler arasındaki evlilik uyumunu artırdığını, cinsiyete göre bir farklılık belirlenmediğini yani hem kadın hem de erkeğin bu durumdan faydalandığını ifade etmektedir.

Evlilikteki ekonomik durumlar ile evlilik uyumu arasındaki ilişkiye dair yapılan bir çalışmada, zor ekonomik koşullar altında yaşayan evli bireylerin psikolojik sıkıntılarının daha çok belirgin olduğu tespit edilmiş ve bu durumun evlilik uyumunu olumsuz yönde etkilediği gözlemlenmiştir (Kinnunen ve Feldt, 2004: 519-532).

Wisconsin Üniversitesi'nde (2000) gerçekleştirilen bir çalışmada, 39 çift üzerinde evlilik uyumu ile kişiler arası düzeyde katılma yeteneği arasında bulunan ilişki incelenmiştir. Araştırma sonuçları, evlilik uyumu azaldıkça bireylerin ilişkide gizlilik, özerklik, seçim dengeleme yeteneği gibi farklılaşma düzeylerinin düşük olduğunu göstermiştir. Ayrıca, erkeklerin duygusal katılım eksikliğinin her iki eşin evlilik uyumsuzluğunu öngörmeye kuvvetli bir etkiye sahip olduğu, erkeğin duygusal çaba sarfetmediği durumlarda, kadının duygusal aktivitesinin arttığı ve evlilik ilişkisinde sıkıntının arttığı belirlenmiştir (Demiray, 2006: 7).

Korkut ve Şendil'in (2008: 15-34) araştırmasına göre, karşılıklı anlaşma ile evlilik sağlayanların, görücü usulü şeklinde evlenenlere göre daha fazla evlilik uyumu sergiledikleri göstermektedir. Anlaşarak evlenmenin, eşlerin birbirlerini daha iyi tanımalarına ve daha fazla paylaşım olanağı tanıması, çiftlerin daha fazla tatmin yaşamalarına ve birbirlerine uygun bir evlilik sürdürmelerine olanak sağlamaktadır.

2.3.7. Evlilikte Eşlerin Doyumu

Yaşam doyumu, bireyin yaşamına dair beğeni veya memnuniyetiyle ilgili değerlendirmesi sonucu ortaya çıkan bir kavramdır (Heller, Watson ve Hies, 2006: 1422). Evlilik doyumu ise kişinin mevcut evlilik ilişkisindeki eşiyile olan ilişkiye yönelik memnuniyet ya da hoşnutsuzluğunu ifade etmektedir (Roach, Frazier ve Bowden, 1981: 537). Yine bu ifadeler paralelinde eşlerin evliliklerine dair genel değerlendirmelerini kapsayan evlilik doyumu, çiftlerin evlilik yaşantısında doyum hissetmelerini ve pek çok vakitte birbirlerinde huzur bulmalarını ifade etmektedir (Ahmadi ve Hossein-Abadi, 2009: 212; Mahoney, vd., 2001: 568). Farklı bir tanıma

göre, evlilik doyumu bireyin eşinden ve evliliğin genelinden kaynaklanan objektif bir tatmin ve memnuniyet duygusunu ifade eder (Dowlatabadii vd., 2013: 608). Araştırmalara bakıldığında evlilik doyumuna dair birçok tanımlamalarda bulunulmuştur. Tezer (1996: 2) Evlilik doyumu, bireylerin isteklerinin ne kadar tatmin edildiğiyle ilgili bir kavram olarak düşünülebilir; bu aynı zamanda bireyin evlilik ilişkisindeki ihtiyaçlarını karşılama seviyesine dair bir algı olarak da tanımlanmaktadır. Rusbult ve arkadaşları (1998: 175), ilişki doyumunu kişinin partneri tarafından arkadaşlık, cinsellik, yakınlık gibi gereksinimlerinin tatmin edilmesi şeklinde ifade etmektedir. Kısaca özetlenecek olursa evlilik doyumu, bireyin evlilikle ilgili duygu ve düşüncelerini içermekte olup bireyin evlilik ilişkisinden duyduğu memnuniyeti ifade etmektedir (Batık ve Kalkan, 2017: 2631).

Bireylerin farklı kişilik, yaşantı ve kökene sahip olmaları; evlilik kurumunun işleyişi ve kişisel ilişkisel süreçler açısından çeşitlilik göstermesine neden olur.

Bu nedenle, evlilik doyumunu etkileyen faktörlere odaklanmak hem bireysel hem de ilişkisel refahın artırılması ve sağlıklı evliliklerin topluma sağlayacağı avantajlar açısından önemlidir (Çıtışlı-Turgut, 2018: 7). Evlilik doyumu, eşlerin ilişkideki beklentilerinin karşılanma düzeyiyle yakından ilişkilidir. Evlilik, evrensel bir kurum olmasına rağmen, her toplumun kendi içinde yaşadığı kültür tarafından derinlemesine etkilenir. Evliliğin nasıl kurulduğu, belirli standartları, ev içi rolleri ve evliliğin sona erme şartları, o toplumun kültürel değerlerine bağlı olarak büyük ölçüde değişiklik gösterir. Yapılan araştırmalar, kültürel değerlerin bireysel ve toplumsal anlamda iki kategoride incelendiğini göstermektedir. Elde edilen çalışmaların bulgularına göre kültürel farklılıklar, çiftler arasında önemli bir stres kaynağı oluşturmaktadır. Evli bireyler, sadece fiziksel olarak aynı çatı altında bir araya gelmekle kalmaz, aynı zamanda geçmişteki yaşantıları ve sahip oldukları değerlerle beraberliklerini şekillendirmektedirler. Bu durumun, evli bireylerin evlilikten elde ettikleri doyumu etkileyebildiği düşünülmektedir (Çatal ve Kalkan, 2019: 180). Bu çalışmada evlilik beklentileri ve evlilikte kültür başlıkları ele alınırken bu iki kavramın (evlilik beklentileri ve kültür) evlilik yaşamını evlilikten elde edilen doyum anlamında etki altına alındığına değinilmektedir.

Evlilikten elde edilen memnuniyet, bireylerin evliliklerindeki ihtiyaçlarının ne kadar karşılandığına bağlı olarak değişiklik gösterir. Bu nedenle, evlilikten beklentiler ve ihtiyaçların ne kadar tatmin edildiği, evlilik doyumunu belirleyen önemli bir ölçüt

olarak kabul edilir. Evlilik doyumu kavramı, çiftlerin ilişkilerini ve birbirlerini daha gerçekçi bir perspektifle değerlendirmelerine yol açar. Doyum arttıkça, bireylerin değerlendirmeleri daha olumlu ve idealize edilmiş bir nitelik kazanır (Tuzca, 2017: 23). Evlilikte doyum, kişilerin ilişki durumlarının genelinde hissettikleri öznel mutluluk halini ve memnuniyet duygularını kapsar. Evlilik içinde yaşanan sorunlar, eşlerin ve çocukların hem fiziksel hem de ruhsal sağlığını olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, eşlerin doyum algısı, evlilik için büyük öneme sahiptir. Yapılan araştırmalar, evlilik doyumunun düşük olduğu durumlarda evli kadınların yaşam kalitesinin azaldığını, kadınlarda depresyonla ilişkilendirildiğini ve her iki cinsiyette cinsel işlev bozukluğuna neden olabileceğini ortaya koymuştur (Güleç, 2012: 68-71). Bu çerçevede Yıldız ve Baytemir (2016: 72) evlilikte doyumu, bireylerin ilişkilerinin çeşitli taraflarında hissettikleri mutluluk ve memnuniyet duyguları şeklinde söyleyerek evlilik ilişkisinde olumsuz gelişmeler yaşandığında, bu durumun kişilerin mutsuz olmasına neden olabileceğine vurgu yapmaktadır.

Genel anlamda özetlenecek olursa, evlilik doyumu kavramı üzerine yapılan geçmiş yıllardaki çalışmalarda üzerinde durulan nokta, bireylerin evlilikle ilgili beklentilerine ne ölçüde yanıt aldığıdır. Dolayısıyla, evlilik doyumu terimi, bir bireyin mevcut evliliğinin kendi standartlarına ne kadar uygun olduğuna dair öznel değerlendirmesini ifade eder. Bu açıdan evlilik doyumu kavramının, çift uyumu kavramından farklı bir odak noktasına sahip olduğu gözlemlenmektedir. Ülkemizde son yıllarda yapılan evlilik doyumu değişkenini de içine alan bazı çalışmalara da bakılmaktadır.

Batık ve Kalkan (2017: 2641) 187 evli bireyin katılım sağladığı çalışmasında evlilikte algılanan sorun çözme becerisinin evlilik doyumu ile ilişkili olduğunu, evlilik doyumu, kazanç düzeyi ve evlilik süresinin evlilikte algılanan problem çözme becerisini etkilediğini tespit etmiştir.

Çatal ve Kalkan (2019: 184) 457 bireyin katılım sağlaması ile evlilik değerleri ve evlilik doyumu üzerine yapmış oldukları çalışmada evlilik değerinin arttıkça evlilik yaşamındaki doyumunda arttığı yani evlilik değerli hissetme ile evlilik yaşamı arasındaki pozitif yönlü ve anlamlı düzeyde bir korelasyon bulunduğu tespit edilmiştir.

Balcı-Arvas ve Hökelekli (2017: 155) dindar olma ile evlilik doyumu ve evlilikte problemlerin çözümü ilişkisine dair bir çalışma yapmıştır. Araştırmaya 562 evli birey katılım sağlamıştır. Yapılan araştırmanın evlilik doyumu ile ilgili bulgularına

bakıldığında, erkeklerin evlilik doyumları ve evlilikte problem çözebilme kabiliyetleri kadınlara kıyasla yüksek düzeyde olduğu, genç yetişkinlik dönemine ait katılımcıların evlilik doyumları genel olarak daha yüksek puanlara sahip olduğu, eğitim düzeyi ile evlilikteki doyum arasında ilişkiye rastlanılmadığı, Evlilik doyumu ile sorunları çözebilme yeteneği ve dindar olma arasındaki ilişkiye bakılmak adına başvuru analizlerin sonucunda bu faktörler arasında olumlu yönde anlamlı ilişkiler bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Öztahtacı (2017: 59) 340 evli kadın katılımcı ile yapmış olduğu çalışmada evli bireyin depresyon durumu ile evlilik yaşamı arasındaki ilişkinin ters yönlü ve anlamlı olduğu görülmüştür.

Çıtışlı-Turgut (2018: 48) 318 evli bireyin katılım sağladığı evlilikte çatışma ve evlilik doyumunda, affetmenin aracı rolü başlıklı araştırmasında; evlilikte çatışma durumundaki sık, evlilik doyumu ve affediciik arasında anlamlı ilişkiler tespit edildiği, evlilikte çatışmalarda sıklık ile evlilik doyumu arasında ters yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu, evlilik doyumu ile affedicilik arasında ise pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmektedir.

2.4. Sosyal Medya Kavramı

Araştırmanın bu başlığı ele alınırken tarihsel açıdan sosyal medya, sosyal medya araçları, sosyal medyanın toplumdaki yeri, evli bireylerin sosyal medya kullanımları ve evliliğe olan etkisi, sosyal medyanın eşler arası iletişimdeki yeri ve sosyal medya bağımlılığı alt başlıklarının açıklanmasına yer verilmektedir.

2.4.1. Tarihsel Açıdan Sosyal Medya

Medya kelimesi, Latince kökenli bir terim olup, "medium" kelimesinin çoğulundan türetilmiştir. Medium, Latince 'de ortam veya araç anlamına gelmektedir. Medya kavramı, çeşitli bilgilerin bireylere veya topluluklara iletilmesini sağlayan, temel olarak bilgilendirme ve eğitim gibi sorumlulukları üstlenen görsel ve işitsel araçların tümü şeklinde açıklanmaktadır (Soydan ve Alparslan, 2014: 57). İletişim faaliyetleri, toplumsal yaşamın ortaya çıkmasıyla başlamış ve ilk aşamalarda sözlü olarak gerçekleşmiştir. Ancak zaman içinde gelişen yapılar ve yazının icadıyla birlikte iletişim, yazılı bir form kazanmıştır. Yazının ortaya çıkmasıyla birlikte bilgi, haber ve benzeri unsurlar yazılı materyaller aracılığıyla yayılmaya başlamış, bu da günümüzdeki kitle iletişim veya medya faaliyetlerinin temelini oluşturmuştur.

Zamanla medya faaliyetleri, görsel materyallerin de kullanılmasıyla hem yazılı hem de görsel bir yapıya bürünmüştür. Teknolojinin değişimi ve gelişimiyle birlikte, sanayi toplumuna geçişle birlikte medya, teknolojiye dayalı bir yapıya evrilen toplumsal iletişim aracına dönüşmüştür. Son dönemlere gelindiğinde, bilgi toplumuna geçiş ve dijital ya da sanal platformlarda gerçekleşen iletişime yönelik bir eğilim gözlemlenmektedir. (Vardarlier ve Zafer 2019: 356). En az gelişmiş durumlar göz önünde bulundurulduğunda, ilk medya yapıları, Jeanneney (1998: 20) medyanın doğuşunu basit ve anlaşılır bir olayın tüm insanlara kolayca iletilmesi amacını taşıyan temel bir yapı olarak ifade etmektedir. Sosyal medya teriminin yoğun olarak kullanıldığı son 15 yıla bakıldığında, bu terimin temelleri 1970'li senelere kadar gitmektedir. Bilgisayar uzmanlarından Ward Christensen ve Randy Suess, 1978'de arkadaşlarıyla sürekli bağlantıda olma ve bilgi paylaşma amacıyla BBS adlı yazılımı geliştirerek ilk sosyal ağ örneğini oluşturdu. İnternet Relay Chat (IRC) adlı bağlantı ve sosyal paylaşım sitesinin 1988'de kurulmasıyla sosyal medya biraz daha gelişti. Kullanıcıların etkileşiminin daha aktif olduğu bir ortama, 1997'de kurulan Six Degrees sitesi ile ulaşıldı. LiveJournal adıyla 1999'da kurulan bir blog sitesi ile kullanıcılar birbirlerini takip edebilir, gruplar oluşturabilir ve diğer insanlarla iletişim kurabilir hale gelmiştir. Sosyal medya anlamında asıl atılımın 2003 yılında MySpace uygulaması ile başlamış olup devamında 2004 senesinde Facebook, 2005 senesinde YouTube ve 2006 senesinde kurulan Twitter uygulamalarıyla ortaya çıktığı söylenebilir. Bu sosyal medya araçlarının günümüz sosyal medya uygulamalarının temel taşları olduğu düşünülebilir (Akar, 2010: 108-110).

Sosyal medya, geleneksel medya uygulamalarından ayrılarak etkileşim imkânları sunan önemli bir yeni medya aracıdır. Medya, içerik üreticisi ile alıcı arasındaki iletişimi kolaylaştırarak, okuma, izleme, yanıtlama gibi nedenlerle giderek daha fazla tercih edilmekte ve geleneksel medyanın yerini almaktadır. Bu etkileşimin yanı sıra sosyal medya, günlük yaşamımızdaki etkisiyle sosyalleşmeyi desteklerken, kültürel, sosyal ve siyasal tercihlerimizi şekillendirmede de geleneksel medya gibi önemli bir rol oynamaktadır (Bulunmaz, 2014: 22). Sosyal medya, bireylerin düşüncelerini, fikirlerini ve kişisel bilgilerini paylaşmak amacıyla bir araya geldikleri bir platformlar bütününe verilen adlandırmadır. Sosyal medya kavramı, insanların birbirleriyle iletişim kurma, ilişki oluşturma, güven inşa etme ve bu ilişkiler içinde sundukları ürünlere ilgi gösterildiğinde orada olma konusunda teknolojiyi etkili bir şekilde nasıl

kullanabileceklerini içermektedir (Safko, 2012: 41). Bu bağlamda Sosyal medya kavramı, bireylerin birbirleriyle iletişim kurmalarını ve çeşitli bilgileri paylaşmalarını sağlayan çevrim içi araçlar ve web siteleri şeklinde de tanımlanabilir. Teknik olarak sosyal medya, Web 2.0 teknolojilerinin ortaya koyulduğu iletişim platformlarını ifade eden bir kavramdır. Safko ve Brake (2009: 6-7) genel anlamda sosyal medyanın bilgi ve düşünce paylaşımını destekleyen çevrimiçi topluluklar arasındaki etkileşimleri, uygulamaları ve davranışları ifade ettiğini, başka bir deyişle sosyal medyanın içeriğin kolayca oluşturulmasını ve paylaşılmasını sağlayan, resimler, videolar ve işitsel öğelerle zenginleştirilen web tabanlı uygulamalar olduğunu belirtmektedir. Bu taban, iletişim, etkileşim ve katılıma dayalı olarak insanlar arasında sosyalleşmeyi sağlamak amacıyla kullanılan araçları, iletişim temelli internet sitelerini ve internet üzerindeki yayınları içermektedir (Kahraman, 2013: 19). Sosyal medya kavramı bir taraftan dinamik ve değişen bir yapıya sahip olduğu için tanımlanması zor bir kavram olsa da literatürde birçok tanıma sahiptir. Ancak, tüm bu tanımların müşterek yanı, sosyal medyanın diğer iletişim araçlarından bağımsız şekilde karşılıklı ve eş zamanlı bilgi paylaşımı imkânı sunma durumudur (Erkek, 2016: 142).

Günümüzde internet kullanıcıları, içerik üretimi ve ağın şekillendirilmesinde etkin roller üstlenmektedir. Sosyal medya gibi platformlar, iletişimi çift yönlü ve etkileşimli hale getirerek bireylere geri bildirim imkânı sunmakta, böylece kullanıcılar pasif alıcı konumundan çıkıp aktif, içerik üretebilen bir konuma gelmektedir (Castells, 2013: 471-473). Sosyal medya platformlarının içeriğini bireyler belirler ve bu platformlar üzerinden sürekli etkileşimde bulunabilirler (Vardarlier ve Zafer 2019: 356).

Sosyal medyanın benzersiz bir yayılma hızı ve doğası vardır. Birçok teknolojinin toplumlar üzerindeki değeri, kullanıcı sayısındaki artış hızıyla güçlü bir şekilde bağlantılıdır. Bu durum, söz konusu teknolojinin yayılma karakteri iletişim ve etkileşim gücüyle de yakından ilişkilidir. İletişimdeki güç ve etkileşimdeki güç arttıkça, teknolojinin yayılma hızında da artış görülmektedir. Örnek verilecek olursa radyonun dünya genelinde 50 milyon kullanıcıya ulaşabilmesi 38 yıl sürerken, televizyonda bu süre 13 yıl olarak kaydedilmiştir. Ancak, sadece Twitter 50 milyon aktif kullanıcı sayısına ulaşmayı sadece 9 ayda başarmıştır (Kara, 2013: 49). Sosyal medya, hızlı bir yayılım trendine sahip olup, zaman ve mekân sınırlamalarını aşarak paylaşım ve tartışma imkânı sunmaktadır. Aynı zamanda sistemli olmayan bir eğitim alanı olarak değerlendirilen sosyal medya, günümüzde tesirli pazarlama kanallarından

biri olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya platformu, içinde sosyal medya ajansları, uzmanları, bloggerlar, strateji uzmanlarını ve teknoloji şirketlerini barındırarak farklı iş kollarını bir araya getirmektedir. Kitle iletişim aracı olarak sosyal medya, radyo ve televizyonu geride bırakarak birçok farklı yayın organını kapsayan bir platform haline gelmiştir. Sosyal medya, birçok bilimsel araştırmanın odak noktası olmuş olmasına rağmen, kendi başına bir bilim dalı olup olmadığı konusunda hala süregelen tartışmalara sebep olmaktadır. Sosyal medyanın kullanım alanlarının genişlemesi ve gelişimi, bireylerden toplumları etkileyen birçok katmanda değişikliğe uzanmaktadır. Özellikle Amerika'da başlayan siyasi katılımın sosyal medya üzerinden artması, birçok ülkede, Türkiye dahil olmak üzere, sosyal medyanın siyasi arenada önemli bir konuma sahip olduğunu göstermektedir. Hatta çeşitli bloglar, sosyal ağlar, bilgi paylaşım teknolojileri ve mobil teknoloji, savunma operasyonlarının stratejik olarak evrim geçirmesine neden olmaktadır. Bu nedenle, sosyal medyanın sadece bilimsel araştırmaların konusu olmaktan çıkıp ayrı bir bilim dalı haline gelme olasılığı güçlenmektedir (Kartal 2013: 161-162). Bu bakış açısı paralelinde sosyal medya ele alınacak olursa Sosyal medya, artık bireylerin sadece iletişim kurma aracı olmanın ötesinde, sosyal etkileşim, kişisel ifade ve çeşitli örgütlenmiş yapıların bir parçası olma platformlarına dönüşmüştür. Bu platformlar, kullanıcılara yalnızca tanışma değil, aynı zamanda örgütlenme, fikir alışverişinde bulunma, çeşitli inanışlar ve düşünceler çevresinde gruplaşma gibi imkanlar sunmaktadır. Sosyal medyanın etkileşimli yapısı, bireyleri toplumları ve devletleriyle olan ilişkilerinde daha aktif ve katılımcı bir konuma taşımaktadır. (Boyd ve Ellison, 2008: 213).

2.4.2. Sosyal Medya Araçları

Günden güne gelişim ve değişimi içinde barındıran sosyal medya ortamları ve araçlarının dinamik bir yapıda olduğunu düşünebiliriz. Araştırmanın bu başlığında sosyal medya ortamlarını tasnifleyerek her sosyal medya ortamına majör anlamda kullanılan sosyal medya platformları örnek gösterilmektedir. Söz konusu tasnif içerikleri aşağıdaki gibidir (Üstdağ, 2019: 8-9);

İş birliği Ağları: Mediawiki gibi örnek sitelerin bulunduğu bu ağlar, farklı iş alanlarıyla ilgilenen sosyal medya kullanıcılarının çeşitli çevrimiçi araçlar kullanarak benzer ilgi alanlarına sahip diğer kullanıcılarla işbirliği yaparak çeşitli ürünleri oluşturmalarına olanak tanımaktadır (Eni, 2017: 15)

Sosyal Ağlar: Instagram, Facebook, WhatsApp, Telegram, LinkedIn, TikTok vb. gibi birçok uygulamayı kapsayan bu ortamlar, sosyal medya medyanı kullanıcılarının birbirleri ile etkileşim içinde bulunmasını yani içerikler üretmesini, üretilen içeriklere tepkiler vermesini, tartışma zemini oluşmasını ya da ortak bir gayede buluşulup gruplar oluşturulmasını sağlayan platformlardır.

Durum Uygulamaları: Eski adlandırma ile "Twitter" mevcut adlandırması ile "X" durum uygulamalarının en popüleridir. Sosyal medya kullanıcılarının ne yaptıkları ve ne zaman nerede olduklarını belirttikleri uygulamalardır.

Video Paylaşım Platformları: Bu siteler sosyal medya kullanıcılarının ilgilendiği alanlarda videolara ulaşabildikleri ya da çeşitli alanlarda video oluşturup yükleyebilecekleri bir ortamdır. Bu platformlar arasında en popülerleri ise 2005 yılında kullanılmaya başlanmış olan YouTube'dur (Üstdağ, 2019: 8)

Bloglar: Sosyal medya kullanıcılarının her türde içeriği yazı yoluyla ifade edebildiği alanlar olarak tarif edilebilir. Wordpress ve Blogger.com en popüler sitelerdir.

Bu sınıflandırmaların dışında olan çevrimiçi oyunlar (Pubg, Fornite, CSGO vb.) ve podcast platformlarının da sosyal medyanın tanımında yer alan etkileşimi karşıladığı düşünülebilir. Ayrıca çevrimiçi oyunların günümüzde romantik ilişkilerin ortaya çıktığı bir yanının da olduğu ifade edilmektedir (Kılıç, 2020: 26).

Yukarıda her ne kadar sosyal medya ortamları sosyal medya araçlarının spesifik tarafları açısından sınıflandırmaya çalışılsa da tüm sosyal medya araçlarının ortak (yorum yapma, beğeni sunma, paylaşma vb..) birçok yanının olduğu görülmektedir. Ayrıca günümüzde birçok sosyal medya araçlarının çeşitli iş birlikleri ve reklam anlaşmaları ile aktif gelir getirici bir yanının olduğu ve bir sektöre dönüştüğü düşünülmektedir. Bu açıdan sosyal medyanın pazarlama alanında etkin şekilde yer aldığı bilinmektedir.

2.4.3. Sosyal Medyanın Toplumdaki Yeri

Toplumsal yaşamın başlaması ve insanların bu yaşama uyum sağlaması sürecinde, haber alma ihtiyacını karşılamak üzere ortaya çıkan medya yapıları, ilk başta toplumlar tarafından benimsenmiş ve zaman içinde toplumsal yaşam üzerinde etkisini artırmıştır. Bu etki genellikle iletilen haberler aracılığıyla toplumun yönlendirilmesi şeklinde gözlemlenmektedir. Ayrıca, medyanın kültürel, sosyal, idari ve benzeri alanlarda

topluma etki ettiği ve ona yön verdiği bilinmektedir (Vardarlıer ve Zafer, 2019: 358). İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle beraber yaşamımıza giren yeni medya ortamları, etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamanlılık gibi temel özellikleriyle bireyler arasındaki fiziki temas gerekliliğini tamamen ortadan çıkartmış ve bireysel iletişimi toplumsal düzeyde yüksek seviyede etkilemiştir. Özellikle geçmiş yıllara bakıldığında 2000'li senelerden sonra popülerlik kazanan sosyal medya, internet ve akıllı telefon teknolojilerinin ilerlemesiyle birlikte, bireylerin ve grupların anlık diyalog kurmasına, çift yönlü veri ve bilgi paylaşmasına imkan tanıyarak pek çok alanda etkili bir araç haline gelmiş ve hızla yaygınlaşmıştır. Sosyal medya, bireylere ve gruplara kendi medya içeriklerini oluşturup paylaşma fırsatı sunarak iletişim teknolojilerinde devrim niteliğinde bir adım olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, sosyal medya ortamlarında paylaşılan içerikler, kolaylıkla dolaşıma sokularak dünya çapında hızlı bir etki yaratma potansiyeli taşımaktadır. Geleneksel medya araçlarına göre sosyal medyanın, devlet ve tekellerin kontrolünde daha zor denetlenip kontrol altına alınabilme özelliği de öne çıkmaktadır. (Sayımer,2014: 97-98; Öztürk ve Talas, 2015: 102).

Günümüze bakılacak olursa ekonomik açıdan, siyasi açıdan ve sosyal açıdan bütün alanlarda dünyada yankı uyandıran globalleşme sürecinin hem medyada hem de kültür üzerine etkileri, bireysel ve toplumsal düzeyde yoğun bir şekilde fark edilmektedir. Günümüz teknolojileri, toplumsal iletişim araçları vasıtasıyla medya ve kültür üzerindeki etkilerini hızlandırmış ve yeni bir küresel medya endüstrisinin var olmasına öncülük etmiştir. Bu yeni küresel medya endüstrisinden çıkan araçlar, artık dünyanın bütün kesimlerini hedef kitle olarak benimsemektedir. Toplumsal iletişim araçlarının çeşitliliği, yeni teknolojilerle beraber artarak, bireylerin haberlere ve bilgilere daha kolay ulaşmalarını sağlamaktadır (İrge, 2012: 65). Teknolojik yeniliklerin dünya genelinde tüketim alışkanlıklarını şekillendirmesi, bilgi anlamında standartlarını birbirlerine yakınlaştırması ve küresel kitle iletişimi aracılığıyla dünyada bir kitle kültürü oluşturması gibi etkilerle karşı karşıyayız. şu anda, sosyal medya kullanımına dair günümüzde gözlemlenen eğilim, kendi toplumumuzda ve küreselleşen dünyada sürekli bir varlık sergilemektedir. İletişim ve etkileşim bağlamında planlı ve sistemli bir ilerleme kaydetmesi, aynı zamanda örgütsel bir yapıda sürdürülebilirliği, son yıllarda sosyal medya kullanımını daha da artırmakta ve önemli hale getirmektedir (Babacan, 2014: 137).

Son yıllarda hem yerel hem de küresel düzeyde ortaya çıkan toplumsal hareketler, sosyal medya araçlarıyla sıkça tartışma konusu olmaktadır. Sosyal medya, gelinen noktada dünyada örgütlenmiş toplumsal hareketlerin iletişim ve planlama süreçlerini kolaylaştıran bir araç olarak önem kazanmıştır. Ancak, sosyal medya araçlarının diğer iletişim araçlarından farklı olarak açık bir etkileşime izin vermesi, onu yönlendirmeye, kışkırtmaya ve amacından sapmaya müsait hale getirmektedir. Bu sebeple, herhangi bir toplumsal hareketin toplumca uygun görülen ve haklı bir davranışının, sosyal medya üzerinden kolayca maksadından saptırılabilmesi mümkündür. Bu durum, kitlesel hareketlerin kontrol mekanizmalarını zayıflatmakla kalmayıp, yerel ve global düzeyde hukuki sorunlarla baş başa bırakabilir. Ayrıca, sosyal medyanın bilgi kirliliği ve haber manipülasyonunda hızlı ve etkili bir rol oynaması, yeni toplumsal hareketlerin gerçek varoluş zeminini çarpıtabilir. Örneğin, başka bir olaya veya ortama ait olmayan bir haber veya düzenlenmiş bir fotoğraf, kaynağı belirsiz bir şekilde binlerce kişi tarafından paylaşılabilir (Babacan, 2014: 137; Saatçioğlu, 2017: 159). Sosyal medya toplumsal anlamda çeşitli örgütlenmeler de zemin hazırlayan bir yapıdadır. Sosyal paylaşım ağları, statü ve ırk farklarını dikkate almayan bir etkileşim ortamı sunarak kullanıcılara geniş bir platform sağlamaktadır. Kullanıcılar, kendilerine sunulan interaktivite düzeyine bağlı olarak etkileşime geçebilmektedir. Ancak sosyal medya, kimliklerin gizlenebileceği ve farklı kimliklerle paylaşım yapılabileceği bir alan olarak sanal dünyada gizliliği vurgular. Bu gizlilik imkânı da bireyler için özgür ve esnek bir ortam oluşturarak, kimliklerini açıklamadan içsel düşünce ve görüşlerini sosyal paylaşım ağlarında paylaşma özgürlüğü sağlar. Kimliğini ifşa etme zorunluluğu olmadan, bireyler düşüncelerini rahatça paylaşabilirken, bazen bu durum olumsuz yorumlar ve tutumlarla sonuçlanmakta hatta hakaret içerebilmektedir (Kırık,2012: 89). Sosyal medya araçları ve kullanım pratikleri, günümüzde öne çıkan önemli konulardan biridir ve bu durumun temelinde kullanıcıların normlar çerçevesi olmayan özgür ve sınırsız bir yapı olmasından kaynaklanmaktadır. Sosyal medyanın özgür ortamı, doğru olması ve haklılık hali, yapısal özelliklerinden kaynaklanan bir gerçeklik olarak kabul edilmiş ve bu anlayış, sosyal medya kullanıcılarının kullanım pratiklerini meşrulaştırmaktadır. Bu bakış açısı, kullanıcılar için tüm engelleri ortadan kaldıran bir durum olarak işlev görerek toplumsal baskıyı, ailesel otoriteyi ve toplumsal ilişki biçimlerini temelden sarsan bir potansiyele sahiptir. Diğer bir deyişle, bunlar tarihte aydınlanma döneminin geleneksel yaşama dair neredeyse her şeyi meşruiyet krizine

sokma çabasına benzer bir şekilde, sosyal medya araçları üzerinden yeni bir düşünce yapısı oluşturma çabasına işaret etmektedir. Bu çerçevede, ondokuzuncu yüzyılda toplumsal iletişim araçları bağlamında kişi ve kitleleri saran unsurların, günümüzde tamamen sosyal medya araçlarıyla arınacağı ve birey ve toplumsal yaşamın açık, saydam ve demokrasi açısından olgunluğa ulaşacağı algısı yayılmaktadır. (Babacan, 2016: 37). Yegen' e (2013: 120) göre sosyal medyanın kişisel yaşantıları dışa vurması ile bir bakımdan bireysel gerçeklikler toplumsal bir boyut kazanmaktadır ve bu toplumsal boyut genellikle denetimden uzak olabilmektedir. Bu durum, gün geçtikçe iletişim düzeninin hangi yöne evrildiği konusunda düşündürücü olup, bu yeni iletişim düzeninin sadece çoklu ve sözde özgür olmasından dolayı sivil toplumlar için demokratik ve kamusal bir nitelik taşıyıp taşımadığı konusunda tartışmaları beraberinde getirmektedir.

Sosyal medya, geleneksel iletişim araçlarını geride bırakarak günümüzde gündelik hayatı ve kültürel dinamikleri hızla değiştiren bir etki yaratmaktadır. Yeni popüler kültür formu olarak öne çıkan sosyal medya, dünya genelindeki boş zaman aktivitelerinin başında gelmektedir. İnsanların her yaş grubundan aktif olarak katıldığı sosyal medya ağları, popüler kültürün beslendiği ve yayıldığı dinamik platformlara dönüşmüştür. Kolay ulaşılabilirlik ve etkileşim imkanları sayesinde sosyal medya, günümüzde en önemli iletişim araçlarından biridir. Bu özellikler, sosyal medyanın diğer iletişim araçlarından ayırt edici bir özellik taşımasını sağlamaktadır. Günümüzde, dünya genelinde ve ülkemizde hemen hemen insanların yarısının internet kullanımına başvurması ile sosyal medya üzerinden yoğun ya da kuvvetli denilebilecek bir bilgi paylaşımı oluşturulmaktadır. Sosyal medyanın kişilerarası etkileşim yaratan yapısı sayesinde kişiler ve kitleler arasında mesafenin kısılması, müşterek ilgi alanları, yeni yaşam stilleri ve davranışlar ortaya çıkmakta; ayrıca sanal kültürel mekanlar var olmakta ve kültürel değişimlerin yaşandığı görülmektedir. Ancak, buradaki hızlı değişim beraberinde yeni sorumluluklar ve çeşitli zorluklar da getirmektedir (Karaduman, 2017: 121-124; Alav, 2014: 1-22).

Günümüzde sosyal medyanın dünya toplumlarındaki yaygın ve etkin kullanımından şüphesiz ülkemizde etkilenmektedir. Bu bağlamda We Are Social (2023: 44-64) 'in Türkiye Dijital 2023 raporu toplumumuzdaki sosyal medya kullanan kişi sayısı, sosyal medyanın kullanım sıklığı, sosyal medyanın kullanım hedefleri ve sosyal medyayla geçirilen zaman gibi başlıkları da içermektedir. Söz konusu rapor verileri 16-64 yaş

arası bireylerin katılımı sonucu oluşmaktadır. Rapora göre ülkemizde 62,55 milyon kişinin sosyal medya kullanıcı olduğu ve nüfusumuzun %73,1' lik kısmını kapsadığı, kadın kullanım oranlarının %40,4 olduğu erkek kullanıcı oranlarının ise %59,6 olduğu, günlük sadece sosyal medyaya ayrılan zamanın ortalama 2 saat 54 dakika olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın ülkemizdeki kullanım amaçlarına bakıldığında en başta haberleri takip etme, aile ve arkadaşlar iletişim kurma ve zamanı boşa harcama amaçlarının bulunduğu, daha sonrasında ise satın almak için ürünlere bakma, yapılacak faaliyetler ve satın alınabilecek ürünler adına ilham alma ve içerik bulma ve üretme gibi amaçların yer aldığı gözlemlenmektedir. En çok kullanılan sosyal medya platformlarına bakıldığında sırası ile Instagram, WhatsApp, Facebook, TwitterX, Telegram, Fb Messenger, Tiktok, Snapchat, Pinterest, LinkedIn, Imessage, Skype, Discord, Reddit, ve Tumblr olduğu görülmektedir. Sosyal medya uygulamalarını, kullanıcıların aylık ortalama ayrılan süresi bakımından inceleyen rapor, Instagram'ın ayda 21 saat 24 dakika, TikTok' un 20 saat 54 dakika ve YouTube' un 18 saat 30 dakika şeklinde ilk sıralarda geldiğini tespit etmektedir (We Are Social, 2023: 55).

2.4.4. Evli Bireylerin Sosyal Medya Kullanımları ve Evliliğe Olan Etkisi

Bulduğumuz şartlarda toplumun her kesiminde sosyal medya kullanımını oldukça yaygın hale gelmiştir. İnsanların büyük bir çoğunluğu, bilgisayarlarını açtıkları anda veya akıllı telefonlarını eline aldıkları anda öncelikle sosyal medya hesaplarına yönelmekte ve farkına varmadan bu platformlarda ihtiyaçlarından fazlaca vakit geçirmektedir (Güleç, 2018: 106).

Bireyler mevcut yaşantılarında kamusal veya özel ilişkilerini giderek daha çok dijital ortamda sürdürme eğilimindedir. Hususen romantik ilişkilere odaklandığımızda, evli bireylerin evliliklerini devam ettirirken sosyal medya kullanımında birbirlerinin şifrelerini öğrenme arzusu ve çabası, arkadaş listelerine göz gezdirme ve kontrol etme gibi yeni yeni davranış biçimleri ortaya koydukları gözlemlenmektedir. Bu duruma bakıldığında, sosyal medya kullanımının eşlerin iletişiminde ne kadar etkili olduğu vurgulanmaktadır. (Alikılıç, Ö., Alikılıç, İ. ve Özer, 2019: 59). Bu bağlamda Tokunaga (2011: 705-713) ve Fox ile Warber (2014: 3-8) tarafından yürütülen çalışmalar, evli veya bekar çiftlerin sosyal medyayı kullanarak birbirlerini izlediklerini, bu platform aracılığıyla iletişim kurduklarını ve ilişkilerini sürdürdüklerini belirtmektedir. Bu nedenle sosyal medyanın evliliğin tüm alanlarında evli bireylerin iletişim biçimini etki altına zaman zaman evliliğe yön veren bir konumda olduğu düşünülmektedir.

Sosyal medyanın aile içerisindeki iletişimleri en fazla etkisi altına aldığı alanlara odaklandığımızda, ilk olarak aile mensuplarının beraber geçirdikleri zamanın yerine sosyal medyada geçirilen zamanın gelmesi ön plana çıkmaktadır. İkinci olarak, dijital dünyanın sunduğu esnek yapısı ve belirsiz durumu, sanal flörtlerin ve sanal aldatmaların ortaya çıkmasına alan açarak çiftlerde güven duymama ile huzursuzluğu oluşturabilmektedir (Güleç, 2018: 106-17).

İnternet kullanımının yaygınlaşması, bireylerin sosyal ve yakın ilişkilerinde faydalı yönü olsa da bu durum zaman zaman olumsuz etkilere neden olmaktadır. Bu durum, özellikle eşler arasında çatışmaların artması ve ilişkilerin bozulması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar, bir kişinin internet üzerinde geçirdiği sürenin, ailesiyle geçirdiği süreyi azalttığını göstermektedir. Bu bağlamda, internet kullanımının artmasıyla birlikte, eşler arasındaki anlaşmazlıklar ve sorunlar da artmaktadır. Ayrıca, akıllı telefonların hayatı kolaylaştırıcı özellikleri, bireyleri her an her yerde telefonlarıyla meşgul olmaya yönlendirmektedir. Alışveriş yapma, mailleri yönetme, sosyal medya platformlarına erişim gibi imkanlar, insanların telefonlarıyla geçirdikleri zamanı artırmakta ve bu da eşler arasındaki ilişkileri olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle, teknolojinin sağladığı kolaylıkların aşırı kullanımı, insanların birbirleriyle olan bağlantılarını zayıflatabilmektedir (Dericci, 2018: 36).

Normal koşullarda evli bireylerin boşanma nedenlerine bakıldığında bireyselleşmenin artması, evlilik dışı ilişkinin özendirilmesi, aile içi şiddet, ekonomik problemler, geçimsizlik, genel huzursuzluk hali vb. şeklinde varlığını sürdürürken çağımızda sosyal medya kullanımlarının bu nedenlerin bazılarını kaynak ettiği ya da sosyal medyanın başlı başına bir nedene dönüştüğü düşünülmektedir (Kalaman ve Çelik, 2019: 429). Yapılan bazı araştırmalara göre, sosyal medya evli bireyler arasında iletişimin azalmasına, depresyonun artmasına, sosyal çevrenin daralmasına ve yalnızlık duygularının güçlenmesine sebep olabilmektedir (Castells, 2005: 477). Eğer sosyal medya kullanımı, ailece birlikte geçirilen zamanın hem süresini hem de kalitesini olumsuz yönde etkiliyorsa, bu durum eşler arasındaki iletişimde zayıflamalara neden olabilmektedir (Şad, vd., 2016: 166). Sosyal medya uygulamaları kullanım olarak bireysel bir yapıya sahiptir. Bu durum da evli bireylerin birbirlerine karşı sosyal medyada nasıl vakit geçirdiğine dair bilgi edinmenin önünde doğal bir set oluşturmaktadır. Sosyal medya uygulamaları hesaplarına, orada gerçekleştirilen faaliyetlere ya da özel mesajlara erişme anlamındaki bu set evli bireyler arasındaki

çatışma kaynağı olabilmektedir (Abbasigil, 2019: 15). Özetle evli bireylerin internette geçirdiği süre arttıkça eşler arası yaşanan çatışmaların artma potansiyelinin olduğu ifade edilmektedir (Nie ve Erbing, 2000; 276-283).

Kalaman ve Çelik' in (2019: 429-459) yaptıkları çalışmada elde edilen verilere göre, sosyal medyanın evlilik öncesi ya da sonrasına aile içi etkileşimlerde hiçbir rolünün olmadığını ortaya koymuştur. Ancak evli bireyler arasında aile içi ilişkilerde problemlerin ortaya çıkmasında ve/veya evliliklerin sonlanmasında sosyal medyanın zaman zaman önemli bir etken olabileceği görülmüştür. İlgili araştırma 60 evli çiftin katılım sağladığı nitel bir araştırmadır.

Mumay (2022: 53) 250 evli bireyin katılım sağladığı araştırmasında evli bireylerdeki sosyal medya bağımlılığı ile algılanan sosyal destek arasındaki ilişkide ters yönlü anlamlı bir ilişki, sosyal medya bağımlılığı ile evlilik uyumu arasında da yine aynı şekilde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulgularına ulaşmıştır.

2.4.5. Sosyal Medyanın Eşler Arası İletişimdeki Yeri

Geçmişte yüz yüze olan birçok pozitif ve negatif etkileşim, şimdi sosyal medya platformlarında çeşitli şekillerde tezahür etmektedir. Bu durum, özellikle karşı cinsle ilişkiler ve iletişim davranışları gibi birçok konuyu içermektedir. Bireyler arasındaki iletişimin sosyal medya aracılığıyla kolaylaşması, iletişim amacını ve etkilerini önemli ölçüde değiştirmektedir. Sosyal medyayı kullanmada teknoloji, etkileşimi artırıcı bir faktör olarak genel kabul görmektedir (Birsen, vd., 2013:46). Sosyal paylaşım ağları, teknik manada kullanım kolaylığı, maddi anlamda uygunluk ve akıllı telefonlardaki mobil sosyal medya uygulamaları aracılığıyla kişiler arasındaki temel ilişkilere alternatif olmaya başlamıştır. Günlük hayattaki iletişim, sosyal paylaşım sitelerinde zaman ve mekân sınırlamaları olmaksızın gerçekleşebilmektedir. Ancak, bireylerin sosyal medya platformlarında geçirdikleri süre arttıkça, gerçek yaşam ilişkilerini bu dijital ortama aktarma eğiliminde oldukları ve bu nedenle reel hayat dokularından uzaklaşma risklerinin de arttığı gözlemlenmektedir. Bireylerin sosyal medya iletişim tarzına bağımlılık geliştirmeleri, paylaşımlarını da etkilemektedir (Budak, 2018: 147).

İnsanların ilişkileri, iletişimleri, sosyalleşme süreçleri ve yaşam biçimleri üzerindeki derin etkiler, enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmelerin en önemli etkilerinden biri, sosyal etkileşim ve aile mensupları arasındaki iletişim üzerindedir (Hazar, 2020: 95). Sosyal medyada

paylaşılan içerikler ve harcanan zaman, eşler arasında potansiyel sorunlara yol açabilmektedir. Kullanımın artmasıyla birlikte, sanal ortamda geçirilen süre giderek uzamakta ve aynı zamanda paylaşılan içeriklerin sayısı da artmaktadır. Özel hayatımızı sosyal medyada paylaşmaya başlamamız, eşler arasında çeşitli sorunlara neden olabilmektedir. Aynı şekilde, sosyal medyada tanışan ve ilişkisini burada başlatan çiftler, bu sanal ortamın etkisiyle aralarında huzursuzluk veya iletişim zayıflığı yaşayabilmektedirler. Bu durum, tartışmalara, aile içi gerginliklere ve hatta boşanmalara neden olabilmektedir (Kabadayı ve Yavuzer, 2022: 41). Güleç (2018: 108) sosyal medyanın aile içi etkileşimi en fazla etkilediği iki alandan bahsetmektedir. Bunlardan birincisi, aile mensuplarının beraberce harcadıkları zamanın, sosyal medyada harcanan süreyle değişmesi. İkincisi ise sanal ortamların sunduğu yapısal anlamdaki esneklik durumu ve belirsizlik, sanal düzeyde karşılıklı flörtleşme denilebilecek temasları ve sanal aldatmaların yaşanmasına zemin hazırlayarak, çiftler arasındaki güven duymama ve huzursuzluğa neden olmasıdır. Sosyal medyanın aile üzerindeki temel etkilerinden biri, aile mensuplarının birbirleriyle geçirdikleri zamanı olumsuz yönde etkileyerek aile içi iletişimi azaltması yönündedir.

Bireyler arasındaki iletişim ve ilişkiler, sosyal medya kullanımının bir sonucu olarak çeşitli etkilere açık bir durumdadır. Özellikle çiftler arasında, sosyal medya kullanımının ilişkilerde bir stres faktörü olarak algılandığı bilinmektedir. Kullanımın düzeyi ve sıklığı, iletişim kalitesi ve ilişkinin geleceği üzerinde belirgin etkiler yaratabilir. İnternet ve sosyal medya platformlarında geçirilen zamanın, evli ya da romantik ilişkisi olan bireyler üzerinde farklı etkilere neden olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyada geçirilen zamanın artmasıyla birlikte evli bireyler arasındaki doğrudan iletişim süresi ve iletişim kalitesinde düşüş yaşandığı görülmektedir. Evli olmayan ancak romantik ilişkisi olan bireylerin ise benzer durumdan daha az etkilendikleri gözlemlenmiştir (Gökdemir, 2021: 32).

2.4.6. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bu başlıkta sosyal medya bağımlılığı kavramı, sosyal medya bağımlılığı ile alakalı olan çalışmalar ve sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkardığı problemlere yer verilmektedir.

2.4.6.1 Sosyal Medya Bağımlılığı Kavramı

Sosyal medya bağımlılığı kavramını ele alabilmek için ‘‘ Bağımlılık ‘‘ kavramının ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Bağımlılık kavramı tarihsel süreç içinde farklı adlandırmalara tabi olmuş, tiryakilikten iptilaya kadar çeşitli terminolojik evrimlere uğramıştır. Ancak, bu evrim sürecinde bağımlılık, öncelikle madde bağımlılığı şeklinde ortaya çıkmaktadır. Literatürde bağımlılık kavramı öncelikle madde bağımlılığı bağlamında tanımlanmaktadır. Bu bağlamda madde bağımlılığı, kişinin farklı yollara başvurarak madde elde etmesi sonrasında, hastalık iyileştirme maksadı olmaksızın, kaçınılmaz bir istek ve sürekli kullanım ihtiyacıyla karakterize edilen patolojik bir durumdur (Günel, 1976: 14). Bağımlılığın bir çok anlama gelen geniş bir kavram olması ile birlikte umumi olarak bir nesne, kişi veya varlığa karşı duyulan vazgeçilmez bir isteği ifade etmektedir. Aynı zamanda, başka bir irade veya madde tarafından kontrol altına alınma durumunu ve kişinin zihinsel hareketliliğiyle ilgili patolojik bir davranışı tanımlamaktadır (Dalan, 2020: 33). Belirli bir durumun tekrar tekrar takıntılı bir şekilde gerçekleştirilmesine ve buna karşı engellenemeyecek bir düzeyde arzu duyulup devam ettirilmesine dayanır, bu da kişinin psikolojik, bedensel sağlığına ve sosyal ilişkilerine zarar verebilir (Uzbay, 2009: 5-15). Karakuş ve arkadaşlarına (2021: 159) göre bağımlılık, kişinin zararlı olduğunu bilmesine rağmen bir nesne, birey veya varlık karşısında direnç gösteremeyerek karşı konulamaz bir istek duyması olarak tanımlanabilir. American Psikiyatri Birliği’ne (2013: 393) göre bağımlılık 9 farklı tür şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmalar şu şekildedir; ‘‘Alkol, kafein, kenevir (esrar), halüsinojenler (LSD, meskalin, fensiklidin vb.), uçucu maddeler (tiner, benzin vb.), opiyatlar (morfin, eroin vb.), dindinleştirici maddeler, uyutucu ve kaygı giderici maddeler (diazepam, klorazepat vb.), uyarıcı maddeler (amfetamin, ekstazi vb.), tütün, kumar oynama ve diğer bilinmeyen maddelerdir’’ (DSM-V, 2013: 393).

Bağımlılık, uzun yıllar boyunca fiziksel ve psikolojik bağımlılık olmak üzere iki ayrı grupta sınıflandırılmaktadır. Psikolojik bağımlılık, kişinin duygusal tatmin amacıyla kendi kendisine madde kullanması şeklinde tanımlanmaktadır (Koob ve Le Moal, 2008: 29-53). Psikolojik bağımlılık, genellikle bilişsel ve duygusal bağımlılık olarak iki ana kategoride ele alınmaktadır. Bilişsel bağımlılık, bireylerin yaşamları veya ilgi alanlarıyla ilgili gereken bilgilere sahip olma ihtiyacını vurgulayan bir bağımlılık türüdür ve genellikle bu bilgileri toplamak için bağımlılık geliştiren bireyleri tanımlar.

Bu tür bağımlılıkta, bireyler hayatlarını kolaylaştırmak adına gerekli bilgilere ulaşmak için sosyal medyaya başvururlar. Bu kişiler, istedikleri verileri sosyal medyadan almadan kendilerini rahat hissetmezler ve bu sebeple bağımlılık gösterirler. Bu tür bağımlılık davranışları, zaman zaman bireylerde psikolojik zorlukların ortaya çıkmasına neden olabilir. Duygusal bağımlılığın sosyalleşme ve sosyalleşmekten kaçış olmak üzere iki farklı açıdan ele alınabilir. Günlük hayatta sosyal etkileşimde zorluk yaşayan bireyler, bu eksikliği sosyal medya üzerinden telafi etmeye çalışabilirler. Ancak, bu durumu çift yönlü düşünmek önemlidir. Bir yandan, sosyal medyanın bireyleri toplumdaki izole ettiği ve yalnızlık hissi yarattığı eleştirilerine karşın, aslında sosyal medya sayesinde sosyal etkileşimde zorlanan bireylerin bu platform aracılığıyla sosyal ilişkiler kurabildiği ve bağlarını güçlendirebildiği düşünülebilir. Diğer yandan, bireyin bu ilişkilerinin gerçekliği tartışmalıdır. Bu ilişkilerin ve sosyalleşmenin gerçek anlamda yeterli olup olmadığı konusu sorgulanabilir. Bazı durumlarda, birey sosyal medya üzerinde farklı bir kimlik yaratarak gerçek ilişkilerden kaçabilir. Duygusal bağımlılık gösteren bireyler, sosyal medya aracılığıyla sosyalleşiyor gibi görünebilir ancak aslında sosyal etkileşimden kaçmıyor olabilirler. Bu durum, çoğu zaman bireylerin gerçek kimliklerini yansıtmamasıyla da ilişkilendirilebilir (Ünlü,2018: 168-170).

Sosyal medya bağımlılığının başlangıcında kullanıcılara sunulan avantajlar arasında sosyal paylaşım sitelerinin teknik olarak kullanımının basitliği, ekonomik olarak erişilebilir olması ve mobil sosyal medya uygulamalarının akıllı telefonlar üzerinde yaygınlaşması gibi faktörler bulunmaktadır. Bu nedenlerle, sosyal medya bireyler arasındaki temel ilişkilere alternatif bir platform haline gelmiştir. Günlük iletişim, sosyal paylaşım sitelerinde zaman ve mekân kısıtlamalarını aşarak gerçekleştirilebilmektedir. Ancak, bireylerin sosyal medya platformlarında geçirdikleri sürenin artması, gerçek hayattaki ilişkilerini dijital dünyaya aktarma eğilimine ve dolayısıyla gerçek hayatındaki rutinlerinden uzaklaşma oranlarının yükselmesine sebep olmaktadır. Bu durum, bireylerin sosyal medyanın iletişim tarzına bir şekilde bağımlı hale gelmelerine ve bu bağımlılığın paylaşımlarını etkilemesine yol açmaktadır (Budak, 2018: 147). Yapılan araştırmalara göre, sosyal medya bağımlılığı; davranışsal, duyuşsal, bilişsel ve iletişimsel alanlarda kendisini gösteren problemlerle birlikte gelişerek kişinin yaşamının çeşitli alanlarını etkileyen bir durumdur. Bu durum, meşguliyet, duygu durum bozuklukları, iletişim sorunları, çatışma, davranış

değişiklikleri, yalnızlık duygusu, antisosyal davranışlar gibi psikolojik ve iletişimsel sıkıntılara sebep olabilmektedir (Ünlü, 2018: 169).

Yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internet, kişilerin yaşamlarını kolaylaştırması, zamandan tasarruf sağlaması, bilgi edinmeyi hızlandırması gibi avantajlar sunarak insan hayatının önemli bir unsuru haline gelmiştir. Bireyler, internet aracılığıyla günlük birçok işlerini fiziksel güç ve maliyet açısından daha az harcayarak kısa sürede gerçekleştirebilmektedirler. Bu durum, kişisel ve çalışma hayatını önemli ölçüde kolaylaştırdığı düşünülmektedir. İnternet teknolojisinin pozitif nitelikleri gün geçtikçe gelişmekte ve değişmektedir, bu nedenle birçok insan için vazgeçilmez hale gelmiştir. Ancak, tüm bu pozitif özelliklerine rağmen, günümüzde internet kullanımının yeni bir bağımlılık olgusu olarak ortaya çıkması da dikkat çekmektedir (Çiftçi, 2018: 418).

Sosyal medya bağımlılığının literatürdeki temeline bakılacak olursa medya bağımlılığı kuramsal yaklaşım karşımıza çıkmaktadır. "Medya Bağımlılığı Kuramı" ilk olarak 1976'da Melvin DeFleur ve Sandra Ball-Rokeach tarafından "Theories of Mass Communication" adlı eserleriyle alanyazına eklenmiştir. Bu kuram, kitle iletişim sürecine sosyolojik bir bakış açısı getirerek iletişim araçlarının sosyal düzen ve alıcılarla ilişkilerine odaklanır. Medya bağımlılığı, bireylerin birbirleriyle ve çevreleriyle olan ilişki biçimlerini inceleme altına alan teoridir. Toplumu, bir "ekolojik" bakış açısı içinde değerlendiren bu kuram, toplumsal yapıyı bir tür "organik" sistem olarak kabul eder. Bu teori, toplumun mikro düzeydeki ilişkilerini (bireyler, kişiler arası gruplar) ve makro düzeydeki ilişkilerini (örgütler, siyasi, ekonomik, kültürel sistemler) inceleyerek iletişimde uyum sağlama amacı güder. Bu bağlamda, toplumun içsel dinamiklerini anlamak ve açıklamak için ilişkilerin bağımlılığına odaklanır. Bu kuram, toplumsal etkileşimlerin karmaşıklığını ele alarak toplumu bir bütün olarak anlamaya çalışır (Ball-Rokeach, 1998: 14-15).

Andreassen ve ekibinin (2014: 906-921) çalışmasına göre, sosyal medya bağımlılığı, bireyin sosyal medya platformlarıyla aşırı düzeyde zaman geçirme, sürekli olarak bu mecralara bağlı kalmak için şiddetli bir çaba harcama-istek duyma ve bu bağımlılık nedeniyle diğer sosyal aktivitelerden, öğrencilik/iş hayatından, kişilerarası iletişimden ve ruhsal durumunun olumsuz etkilenmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu, sosyal medya kullanımının sadece zaman alıcı bir aktivite olmanın ötesinde, kişisel ve sosyal hayat üzerinde olumsuz bir etki bırakabilen bir bağımlılık formu olduğunu göstermektedir. Bu tanım, sosyal medya bağımlılığının niteliğini belirlerken, bireylerin günlük

yaşamlarını nasıl etkilediği konusunda önemli bir perspektif sunmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının, bireylerin diğer önemli yaşam alanlarına etkilerini anlamak, bu fenomenin derinliğini ve etkisini daha iyi değerlendirmemize yardımcı olabilir.

2.4.6.2. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığının sosyal medya odaklı bir türevidir (Tutgun-Ünal, 2015: 94). Literatür araştırıldığında sosyal medya bağımlılığına dair birçok araştırma yapıldığı görülmektedir. Bu başlık altında son yıllarda yapılmış olan sosyal medya bağımlılığın merkezde olduğu bazı araştırmalara göz atılmaktadır.

Wei ve Wang (2011: 219-223), Çin'de kolejde öğrenimlerini sürdüren öğrencilerin sosyal medya kullanma alışkanlıklarını inceleyen bir araştırmada, cinsiyet açısından önemli farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Bulgulara bakıldığında, katılımcılardan erkek öğrencilerin katılımcı olan kadın öğrencilere kıyasla sosyal medyayı daha aktif bir şekilde sosyalleşebilme amacıyla kullandıkları görülmektedir. Wei ve Wang, sosyal medyanın geleneksel oyunlara göre daha öncelik teşkil ettiğine dikkat çekmiştir. Çalışma, öğrencilerin sosyal medya kullanım şekilleri ve tarzlarının tespit edilmesi ile potansiyel olarak sosyal medya bağımlılığının önüne geçilebileceği konusunda önemli bir vurgu yapmaktadır.

Balcı ve Gölcü (2013: 255-278) tarafından gerçekleştirilen çalışma, 903 üniversite öğrencisi üzerinde yürütülmüş ve Facebook bağımlılığına odaklanmıştır. Araştırmada öğrencilerin Facebook kullanım özellikleri de belirlenmiştir. Erişim cihazlarıyla ilgili soruların da yer aldığı bu çalışmada, öğrencilerin %54,4'ünün sadece bilgisayar, %16,3'ünün akıllı telefon ve %29,2'sinin hem bilgisayar hem de akıllı telefon kullanarak Facebook'a giriş yaptığı ortaya konmuştur.

Tutgun- Ünal'ın (2015: 203) çalışmasında, sosyal medya uygulamalarındaki geçirilen zaman ile anksiyete seviyelerindeki ilişkiyi incelediğinde olumlu ve anlamlı bir ilişki bulgusuna ulaşılmıştır. Çalışmada, sosyal medya platformlarının kullanıcılar tarafından daha uzun süre kullanıldıkça, stres ve kaygı düzeylerinde artış yaşandığı gözlemlenmiştir.

Al-Menayes (2015: 86-94) tarafından yapılan bir araştırmada, sosyal medya kullanımı ile bağımlılık arasındaki ilişkiler incelenmiş ve sosyal medyada geçirilen sürenin artmasıyla akademik başarının düşüşü arasında bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur.

Hawi ve Samaha (2016: 576-586) tarafından lisans düzeyindeki öğrenciler kapsamında gerçekleştirilen çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı ve yaşamsal doyuma dair ilişki biçimi incelenmek istenmiştir. Araştırmada, sosyal medya bağımlılığı arttıkça kişilerin benlik saygısının azaldığı, ancak yaşamsal doyumlarının yükseldiği gözlemlenmiştir.

Minaz ve Bozkurt (2017: 268-286) Lisans öğrencilerinin telefon bağımlılık seviyelerini inceleyen bir çalışmada, öğrencilerin akıllı telefonları kullanma hedefleri arasında en fazla tercih edilen, sosyal medya ile bağlantı kurma olduğu görülmüş olup günde ortalama 4 saatten daha fazla sosyal medyada geçirdikleri görülmektedir.

Kuss ve Griffiths (2017: 351-350) ortaya konulan bir çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile kişilerin sosyal etkileşim seviyeleri arasındaki ilişki incelenmiş ve bireylerin sosyal medya uygulamalarını daha uzun süre kullanmalarıyla birlikte, gerçek hayattaki ilişkileri öncelik halinden çıkardıkları ve bu nedenle sosyal etkileşim düzeylerinin azaldığı gözlemlenmiştir.

Çelikkaleli, Ata ve Avcı (2018: 123-141) yaptığı araştırmada Türkiye'nin çeşitli bölgelerinden 1886 ergenin ergenlik dönemindeki internet kullanımları incelendiğinde, 304'ünün (%16,1) interneti sağlıksız şekilde kullandığı, 1256'sının (%66,6) sınırdaki olduğu yani interneti problemlü düzeyde kullanıma yakın olduğu ve 326'sının (%17,3) ise düşük seviyede problemlü internet kullanımı eyleminde buldukları sonucu elde edilmiştir.

Macit'in (2019: 81) gerçekleştirdiği araştırmada, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum gibi faktörlere bağılı olarak farklılaşmadığını, ancak yaş ve sahip olunan çocuk sayısı gibi faktörlere bağılı olarak değişebildiği ortaya konulmuştur. Bunun yanında bireylerin düşmanlık ve kaygı seviyeleri ile sosyal medya bağımlılık seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu neticesine varılmıştır. Bu bağlamda, yüksek sosyal medya kullanımı hostile ve anksiyete düzeylerini artırabilir.

Yukay-Yüksel ve diğerleri (2020: 66-85) tarafından yürütölen araştırma, internet kullanım süresindeki artışın sosyal medya bağımlılığına etki ettiğini gösteriyor. Aynı zamanda, araştırma, erkek sosyal medya kullanıcılarının kadın kullanıcılara kıyasla sosyal medya bağımlılığının daha fazla olduğunu ve bekarların evlilere oranla sosyal medya bağımlılığı seviyelerinin daha yüksek olduğunu ortaya koyuyor.

2.4.6.3. Sosyal Medya Bağımlılığının Ortaya Çıkardığı Problemler

Dünya genelinde ve ülkemizde sosyal medya kullanımının artış gösterdiği bir dönemde, birçok kişi bu gelişmeye olumlu bir bakış açısına sahip olmasına rağmen, beraberinde bir takım negatif sonuçlar ve risklerin de bulunduğu açıktır. Bireysel olarak mahremiyetin durumunun ihlali, kişilerin bilgilerinin sosyal medya uygulamalarınca depolanması, siber saldırılar, siber zorbalık ve taciz gibi risklerin yanı sıra, son dönemde sıkça tartışılan sosyal medya bağımlılığı da bu riskler arasında önemli bir yer tutmaktadır (Çömlekçi ve Varol, 2019: 175). Sosyal medya kullanımının günlük hayatı etkileyen pek çok olumsuz sonuçları bulunmaktadır. Bu sonuçlar arasında az ve kalitesiz uyku, sürekli zihinsel meşguliyet, kullanımı sınırlamaya yönelik başarısız çabalar, her defasında daha fazla zaman harcamaya devam etme eğilimi, çevrimdışıyken bile sosyal medyada bulunma arzusu, aile iletişimde olumsuz etkiler ve okul başarısında düşüş gösterme gibi faktörler sıralanabilir (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2016: 156). Bunlarla birlikte ruh sağlığı alanındaki yetkin kişiler, sosyal medya kullanımının bağımlılık seviyesine ulaştığı durumlarda kaygıya, yani kaygı bozukluğuna neden olabileceği konusunda uyarılarda bulunmuşlardır. Normal ölçülerde kullanılmayanlarda ise gerçek sosyal ilişkilerde iletişim sorunları ve depresyon belirtilerini içine alan bir yapının oluşabileceği söylenmektedir. Özellikle ergen gençlerde henüz gelişmekte olan iletişim becerilerine uzun süreli sosyal medya kullanımının olumsuz etkisi olduğu ifade edilmektedir. Bu sağlıksız kullanım, sağlıklı mesajların diğer alanlara veya arkadaşlara ne kadar etkili bir şekilde iletebildiği konusunda da şüpheleri beraberinde getirmektedir (Yayman, 2019: 15-16). Bireylerin kişilik özellikleri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkileri inceleyen Buffardi ve Campbell, (2008: 1303-1314.) ve Mehdizadeh (2010: 357-364) araştırmalarına göre narsist kişilik özelliklerine sahip bireylerin sosyal medyayı diğer bireylere göre daha çok kullandığı tespit edilmiştir. Sosyal medya, kullanıcılara açık bir platform sunar ve bireyler burada kendilerini istedikleri gibi tanıtmaya ve sunma özgürlüğüne sahiptirler.

2.5. Mutluluk

Tarih boyunca insanlar, mutluluğu elde etme arzusuyla sürekli bir arayış içinde olmaktadır. Bireylerin bireysel düzeyde ve toplumların ise genel olarak mutluluğu bulma çabaları, insanlık tarihinin önemli bir tarafını oluşturmaktadır. Bu nedenle, geçmişten günümüze, mutluluğun doğası ve elde edilme yöntemleri üzerine sorular sorulmuş ve çeşitli araştırmalar yapılmıştır ve yapılmaktadır. Hayatlarının her anında

mutlu olma arzusuyla yaşayan insanlar, mutluluğu hayatlarının amacı ve anlamı olarak görmektedir. Bu sebeple bireyler, sürekli olarak mutluluğu sağlayacak araçları arayarak ve bu konuda çeşitli çabalar sarf etmektedirler (Acaboğa, 2007: 3).

Arapça kökenli "saide" kelimesinden türeyen "saadet," mutlu hissetme, güçlü ve uğur getirme hali, hayra vesile olma, mesut ya da bahtiyar olma ve keyiflilik hali anlamlarına gelir. İngilizce'de "happiness" kavramı, mutluluk kelimesinin karşılığıdır. Türkçe'de ise mutluluk kelimesi, tüm isteklerin yerine getirilmesini ifade ederken, mesut olma kavramı genellikle mutlulukla eşanlamlı olarak kullanılmaktadır (TDK, 1983: 2579). İnsanlar için hem bu dünyada hem de öteki dünyada ulaşılmak istenen en değerli hedef, mutluluktur (Uslu, 2018: 469). 'Mutluluk veya öznel iyi olma durumu, bir kişinin yaşamındaki pozitif düşünce ve duygularının miktarını ifade eder. Başka bir deyişle, bireyin yaşamından elde ettiği doyum ve pozitif duyguların toplamını temsil eder (Kangal, 2013: 214).

Mutluluğun psikolojik literatürdeki anlamı, genellikle kişisel refahın bir göstergesi olan "öznel iyi oluş" kavramıyla ilişkilendirilir. Öznel iyi oluş, üç temel nitelik içerir. Birincisi, bireyin kendi deneyimlerine ve içsel algısına dayalı olmasıdır. İkincisi, bu kavramın içerisinde olumlu etkilerin yanı sıra negatif etkilerin de yer almamasıdır. Üçüncüsü ise öznel iyi oluş ölçümlerinin, bireyin genel yaşam değerlendirmesini kapsayacak şekilde geniş bir yelpazede değerlendirme yapmasıdır (Diener, 1984: 543-544). Bu konuda önemli çalışmalar yapan Veenhoven, mutluluğu, bireyin hayat kalitesi ile ilgili olumlu bir değerlendirme içinde olması ve hayattan haz alması olarak tanımlar (Veenhoven, 1991: 5-34).

İslam filozoflarından Farabi mutluluğu her insanın arzuladığı bir hedef şeklinde tanımlamıştır. Bu durum, insanın kendisi için tercih edilen ve istenilen şeyin ne olduğu konusunda zaman sınırlamasına bağlı olmaksızın geçerlidir (Farabi, 1987: 39).

İbn-i Sina, mutlu olma halini tasavvuf, iyi eylemde bulunma ve iyiliğe dair bilgili olma ile bağdaştırmış, ahlakın insanın nefsini arındırarak temizlediğini ve bireyin mutluluğa ulaşmasına yardımcı olduğunu ifade etmiştir (Ülken, 1967: 88-109).

Freud'un "Uygarlığın Huzursuzluğu" adlı eserinde, genelde dar bir perspektifle tanımlanan mutluluğun, temelde birikmiş içsel ihtiyaçlarımızın anlık tatmini olduğunu ve doğasında sadece kısa süreli bir deneyim olabileceğini vurgulamıştır. Ancak uygarlığın, insanın temel beklentileri olan güvenlik, adalet ve estetikle ilgili taleplerini

karşılayamaması ve bireyin uygarlığın getirdiği avantajlardan faydalanabilmek için vazgeçtiği içgüdülerini doyuramaması nedeniyle, insanların sürekli mutluluğu arzulayan ve ona ulaşmaya çalışan bir çaba içinde olmalarının onları huzursuz ettiğini ifade eder. Bu bağlamda, insanların tam anlamıyla mutlu olamayacaklarına dair bir düşünce ekler (Freud, 1999: 50-55).

Günümüzde mutluluk, beklentilerin karşılanması, memnuniyet, hoşnutluk hissi, bedensel ve zihinsel sağlığın olumlu olması gibi somut göstergelerle ölçülen ve yorumlanan bir pozitif durum olarak tanımlanmaktadır. Mutluluğun belirleyicileri genellikle maddi ve manevi değerler arasındaki dengeye, bireyin kendi içsel dünyasıyla, sosyal çevresiyle ve toplumun yapısıyla kurduğu ilişkilere dayanmaktadır. Daha genel bir perspektifle ifade etmek gerekirse, mutluluk, bireyin psikolojik, sosyolojik, ekonomik ve siyasi çerçeveye bağlı olarak ortaya çıkar. Mutluluk, çevresel faktörlere ve bireyin içsel durumuna bağlıdır (Aluş ve Selçukkaya, 2015: 156). Birey, dış şartların olumlu ve uygun olduğu durumlarda ilgisini dış dünyaya yönlendirerek, dış dünyayla etkileşim içinde olarak mutluluğunu artırabilir (Gülcan, 2014: 17). Aynı zamanda mutluluk, çok yönlü bir anlam taşır ve bireyin yaşamının neredeyse tüm alanlarıyla ilişkilidir. Maddi durum, fiziksel sağlık, sosyal ilişkiler, üretkenlik, yaşam beklentisi ve bir dizi diğer faktör, mutluluğun karmaşıklığını oluşturan bileşenler arasında sayılabilmektedir (Lyubomirsky ve ark., 2005: 803-855).

Bazı faktörler, bireyleri mutsuzluğa ve aşırı doyumsuzluğa sürükleyebilir. Bunlar arasında:

- Kendine saygı eksikliği ve özgüven sorunları.
- Elde edilen başarılarla yetinememe.
- Kendini birçok konuda yetersiz hissetme.
- Bireyleri yeterli olarak kıymetli görmeme ve kendisini yüksek seviyede önemseme.
- Aile içi ve toplumsal ilişkilerde başarısızlık.
- Karamsarlık, çekingenlik, kararsızlık veya tutarsız davranma.
- Takdir görmeme, nefret etme, kinli olma, öfkeli, suçluluk ve utanç gibi duyguları yoğun yaşama.

Bireyin kendisini memnun edememesi, mutsuz olma durumuna sebep olabilir. Bu durumdan kurtulmak ve mutluluğa ulaşmak için sorunlardan kaçmak yerine onları

çözümüne kavuşturmak, insanlarla iletişimi güçlendirmek ve mevcut durumlarla yetinmek önemlidir (Kırık ve Sönmez, 2017:17).

Koyuncu (2019:23-27) yapmış olduğu araştırmasında mutluluğu etkileyen faktörleri cinsiyet, yaş, eğitim, ekonomik gelir, eğitim, kültür, sosyal ilişkiler, psikolojik ihtiyaçlar, kişilik, medeni durum, sağlık ve inanç açısından değerlendirmektedir.

2.5.1. İlişkilerde Mutluluk

İlişkilerde mutluluk kavramı, bu çalışmada evli bireyler arasındaki mutluluk olarak ele alınmaktadır. Yapılan çalışmalara bakıldığında evli bireyler arasındaki mutluluğu etkileyen önemli faktörler, evlilik memnuniyeti yani evliliğin eşlerin evlilik beklentilerine uygun şekilde ilerlemesi, evlilik doyumu ve evlilik uyumudur. Bu çalışmada evlilik bu üç faktör ayrı ayrı ele alınmış olup mutluluk ile ilişkileri ortaya konulmuştur. Bu başlık altında başta kişilerarası ilişkilerin önde gelen kuramsal çerçevesi ele alınıp buradan hareket ile evlilik çerçevesinde bir bakış açısı ortaya konulmaktadır.

Kişilerarası ilişkilerle ilgili teorik çalışmalar, ilk olarak Freud ve psikanalitik kuramcılarla ortaya çıkmıştır. Psikanalistler, insan ilişkilerini genel ilişkiler temelinde tanımlamış ve bu ilişkilerin psikopatolojinin oluşumundaki mühim bir boyut olduğunu vurgulamışlardır (Quinodoz, 2012: 219-238). Nesne ilişkileri kuramı, nesnenin yakınlık yoluyla düzeltilmesi ve korunması çabasını ifade etmektedir. Bu bağlamda, nesne, sadece dürtü doyumu için bir araç olmanın ötesinde, kişisel bir ilişki kurulan bir "diğeri" haline gelmektedir (Greenberg ve Mitchell, 2000, akt., Ünal, 2015: 7). Enfield (2010: 387-399) kişilerarası ilişkilere yönelik sistemli bir yaklaşımı Sullivan'ın kişilerarası teorisinde görüldüğünü ifade ederek Sullivan'ın kişilik kuramında, kişiliğin insanlar arası ilişkilerin bir sonucu olarak ortaya çıktığını ve kişilerarası ilişkiler ile iletişimi, psikolojik sağlık ile ilgili müdahalelerde iyileştirici ve gelişim sağlayıcı bir metod olarak gördüğünü aktarmaktadır. Bu iki kişiler arası ilişkilere yönelik teorik çerçevenin dışında kapsayıcılığı ve güncelliği tarafıyla Bowlby'nin bağlanma kuramı ayrı bir yer teşkil etmektedir. Bağlanma kuramı, insanların kendileri için gerekli ve kişisel gördükleri insanlara duydukları kuvvetli duygusal bağları tanımlar ve duygusal ilişkileri yakın olarak kurma ihtiyacının gerekliliğine vurgu yapar. Bu teoriye göre, kişinin ilk çocukluk döneminde öncelikli bakım vereni ile kurduğu ilişkiler, bireyin kendisine ve kendisi için önemli diğer kişilere yönelik

şemalarını oluşturur. Yani, erken dönemde oluşan bağlanma stilleri, bireyin ileriki dönemde kurduğu yakın ilişkilerdeki beklentilerini, ihtiyaçlarını, duygu, düşünce ve davranışlarını etkiler. Bu nedenle, ilk çocuklukta deneyimlenen negatif ilişkilerin, ileride kişilerarasında olumsuz ilişkiler yaşama olasılığını artırabileceği öne sürülür (Bowly, 2013: 233-290). Mutluluğun tanımı, bireylerin pozitif duyguları daha fazla yaşamaları ve negatiflik taşıyan duyguları daha az yaşamaları, hayatlarından anlamlı düzeyde doyum alması şeklinde yapıldığında, bağlanma stillerinin mutlulukla yakından ilişkili olduğu ortaya çıkar (Yılmaz, 2019: 1191).

Noei Iran ve Mahmoud Alilou'nun (2015: 58-59) bağlanma stilleri merkezinde yapmış oldukları bir çalışmada evli çiftlerde bağlanma stillerine göre yaşam kalitesi ve mutluluğu incelemektedirler. Araştırmanın sonucuna göre, bireylerin bağlanma stilleri, yaşam kalitesini ve mutluluğunu öngörmeye önemli bir faktör olduğu bu nedenle, yaşam kalitesini ve mutluluğu artırmaya yönelik programlar geliştirilirken, katılımcıların bağlanma stilleri dikkate alınması gerektiği vurgulanmaktadır.

Bireylerin içinde buldukları toplumsal çevreler, kişinin mutluluk veya mutsuzluk düzeyini etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. İş ortamı ve diğer sosyal çevrelerdeki iletişim kalitesi, bireyin mutluluk seviyesini etkilediği düşünülmektedir. Sosyal açıdan aktif ve geniş bir arkadaş çevresine sahip bireyler, günlerini daha etkin ve eğlenceli bir şekilde geçirebilirler; bu da onların kendilerini motive etmelerine katkıda bulunarak sosyallikten uzak bireylere kıyasla daha mutlu olmalarını sağlamaktadır. İyi iletişim kurabilen bireyler, aynı zamanda aşırı özgüvene sahip olduklarından dolayı kendilerini daha az mutsuz hissedebilmektedirler (Kırık ve Sönmez, 2017:18). İnsan, toplumsal bir varlık olarak doğduğu andan itibaren ilişki ağları içinde varlığını sürdürmekte ve yaşamının her aşamasında çeşitli ilişkiler kurmaktadır. Kişilerarası ilişkiler, bir kişinin öteki bireylere ya da topluluklara karşı sunmuş oldukları davranışların bütünüdür ifade etmektedir. Bu ilişkiler, bireyin toplumsal yaşamda kendini izole edemeyeceği temel bir gerçeği yansıtarak, kişinin hayatını sürdürebilmesi için kritik bir gereksinimdir. İlişki gereksinimi, psikolojik ve sosyal gereksinimler bakımından önemlidir. Günlük hayatımızın odağında olan ilişki kalitesi, bireyler arasındaki anlayış düzeyi, paylaşılan deneyimlerin derinliği, çatışma çözümünde kullanılan yapıcı yaklaşımlar, sosyal destek seviyeleri ve ilişkideki mutluluk gibi faktörlere odaklanmaktadır. Kişilerarası ilişkileri açıklayan tüm teorilerin paylaştığı ortak bir özellik, ilişki ve ilişki niteliğinin yaşam doyumu,

mutluluk, öznel iyi oluş hali gibi psikolojik kavramlarla ve tabii olarak psikopatoloji ile sıkı bir ilişki içinde olduğudur (Yılmaz, 2019: 1191-1192).

Evlilik sistemine ait çiftlerin karşılaştığı ilişki sorunları, sadece evlilik doyumunu etkilemekle kalmayıp aynı zamanda çiftleri mutsuz bir sürece sürükleyebilir ve/veya evliliğin sona ermesine neden olabilir. Evlilik ilişkisinin olumsuz yönde etkilenmesi ve problemlerle karşılaşılması, çiftlerin genel mutluluk düzeylerini azaltabilir ve evlilik memnuniyetlerini düşürebilir. Bu sebeple, evlilikte ortaya çıkan mutluluğu değerlendirmek açısından evlilik doyumunu ve ilişki kalitesi büyük önem taşımaktadır (Yıldız ve Baytemir, 2016: 78). Evlilik ilişkisi içerisinde olan bireylerin, evliliklerindeki beklentilerini değerlendirmeleri ve yaşadıkları sorunları çözmeye çalışmaları, genel olarak daha mutlu bir evlilik hedefine yönelik bir çaba olarak algılanabilir. Erkeklerin beklentileri genellikle mutlu, huzurlu ve saygı temelli bir evlilik olarak görülürken Kadınların evlilik ilişkilerinden bekledikleri, genellikle sevgiye dayalı, mutlu ve saygı temelli bir evlilik olarak belirlendiği gözlemlenmiştir (Kızıldağ ve Şahin, 2018: 667-693). Hagedorn ve diğerlerine (2006: 611-620) göre evli çiftler, evlilikleri sayesinde bekar bireylere göre genellikle daha mutlu oldukları düşünülmektedir. Ancak, evlilik tatmininin beklenen seviyede olmaması veya eşlerin evlilik içerisinde kendilerini yetersiz olarak algılamaları durumunda, evliliğin negatif etkilere sahip olabileceği vurgulanmaktadır. Fakat Journal of Personality and Social Psychology (2003) dergisinde yayımlanan bir araştırmada, 1984-1995 yılları arasında 24 bin birey üzerinde gerçekleştirilen çalışma, evliliğin çiftlerin mutluluğunu artırmadığını, evlilik sonrasında kısa bir iyilik dönemi yaşandığını ve evliliklerin devam etme olasılığının, çiftlerin evlenmeden önceki yaşamlarından memnun olmaları ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. (Demiray, 2006: 47-54). Bir eşin evlilik sevinci az olduğunda, eşine olan ilgi ve sevgisini ifade etmede gereken nitelikte olmayabilir. Yüksek evlilik memnuniyetine sahip bireyler ise parterlerine karşı ilgi gösterme ve destek sağlama konusunda daha istekli olduklarından, eşlerinin mutluluk düzeyini olumlu yönde etkileyebilirler. Bu nedenle, bir eşin evlilik memnuniyeti, diğer eşin duygusal refahı ile sıkı bir ilişki içinde olabilir (Carr, vd., 2014: 930-948).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın modeline, araştırmanın evreni ve örnekleme, araştırmanın amacına uygun olarak belirlenen ve kullanımına başvurulun ölçeklere ve araştırmanın süreçlerine yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Mevcut çalışmada evli bireylerin sosyal medya bağımlılığının evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluğa etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Söz konusu çalışmada “İlişkisel Tarama Modeline” başvurulmuştur.

Değişkenler arası ilişki biçimini ortaya koymak ve olası sonuçlar hakkında tahminde bulunmak amacıyla İlişkisel tarama modelinden faydalanılır. Bu yöntem, birden fazla değişken arasındaki ilişki düzeyini ölçmek için istatistiksel testleri içerir.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evreni, 2023 yılı itibarıyla İstanbul ili Anadolu yakasında yaşayan evli bireylerden oluşmaktadır. İstanbul, Türkiye'nin en büyük şehirlerinden biri olması ve farklı sosyal, ekonomik ve kültürel yapıları barındırması sebebiyle evrenin belirlenmesinde önemli bir coğrafi alanı temsil etmektedir. Evlilik sürecinde olan bireyler, çalışmanın odaklandığı ana grup olarak seçilmiştir. Örneklem seçiminde ise kartopu örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Bu yöntem, belirli bir başlangıç noktasından hareketle, katılımcı sayısını artırarak örnekleme genişletmeyi sağlar. Bu çalışmada, birkaç başlangıç katılımcısıyla başlanmış, onların çevrelerindeki diğer evli bireylere ulaşılarak örneklem genişletilmiştir. Yıldırım ve Şimşek'in (2016) kartopu örnekleme yöntemini açıkladığı gibi, zaman içinde örneklemin genişletilmesi istenen örneklem büyüklüğüne ulaşılmasına olanak sağlar. Toplamda, bu çalışmaya 175 kadın ve 88 erkek olarak toplamda 263 evli birey katılımcı olmuştur. Bu bireyler, çalışmanın örneklemini oluştururken çeşitli demografik özellikleri ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla çeşitlilik göstermektedir. Bu örneklemin belirlenmesi, çalışmanın sonuçlarının daha spesifik bir grup üzerinden genelleştirilmesine imkân tanıyabilir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada evli kişilerin demografik bilgilerini elde edebilmek amacıyla 15 maddeden oluşan “Demografik Bilgi Formu” oluşturularak katılımcıların bu soruları

yanıtlaması istenmektedir. Evli bireylerin Sosyal Medya Bağımlılık durumları ile ilgili 41 maddeden oluşan ‘‘ Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği’’, evlilik yaşam düzeylerinin tespiti için 10 maddeden oluşan ‘‘ Evlilik Yaşamı Ölçeği’’ ve evlilik ilişkilerinde ki mutluluklarını belirleyebilmek maksadıyla 6 maddeden oluşan ‘‘ İlişkilerde Mutluluk Ölçeği ‘‘ kullanılmaktadır.

3.3.1. Demografik Bilgi Formu

15 sorudan oluşan demografik bilgi formu, çalışmaya katılanları cinsiyet, yaş durumu, eğitim durumu, çalışma durumu, mesleği, eşi ile nasıl tanıştığı, ne kadar süredir evli olduğu, eşi ile arasındaki yaş farkı, çocuk sayısı, aylık kazancı, ne kadar süredir sosyal medya kullandığı, sosyal medyayı ne sıklıkla ve hangi amaç veya amaçlarla kullandığı, sıkça kullandığı sosyal medya uygulamaları ve sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanıp kullanmadığını tespit edebilme amacı ile araştırma amacına uygun olarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), lisans düzeyinde öğrenim gören kişilerin sosyal medya bağımlılığını değerlendirmek maksadıyla geliştirilmiş olup Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) söz konusu çalışmayı ortaya koymuştur. Bu ölçek üzerinde bütün geçerlilik ve güvenilirliğe dair çalışmalar titizlikle gerçekleştirilmiştir. SMBÖ, 41 maddeden oluşur ve meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma olmak üzere dört ana faktöre dayanır. Katılımcılardan "Her zaman", "Sık sık", "Bazen", "Nadiren" ve "Hiçbir zaman" gibi beş farklı dereceleyle değerlendirilmektedir. Bu ölçek, 5'li Likert şeklinde bir ölçüm aracıdır. Dört faktörlü yapısıyla, ölçek toplam varyansın %59'unu açıklamaktadır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı, Cronbach alpha değeri .967 olarak belirlenmiştir. Ölçekten alınabilecek maksimum puan 205 iken minimum puan 41'dir. Ayrıca, alt ölçekler, kendi içlerinde ayrıntılı bir değerlendirmeye tabi tutulabilir.

Bu duruma göre söz konusu ölçekte yer alan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 ve 12 numaralı maddeler ‘‘Meşguliyet’’ (Occupation) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın bireyi zihinsel anlamda meşgul etme düzeyini hesaplamaktadır. Ölçekte bulunan 13, 14, 15, 16 ve 17 numaralı maddeler ‘‘Duygu Durum Düzenleme’’ (Mood Modification) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın duygu anlamında kişiyi hangi düzeyde etkileyebileceğini ölçmektedir. Ölçekte bulunan 18, 19, 20, 21 ve 22 numaralı maddeler ‘‘Tekrarlama’’ (Relapse) boyutu ile ilgili olup kişinin sosyal medya kullanımını kontrol etmek isteyip kontrol edememesini, aynı şiddette kullanmaya

devam etmesini ölçmektedir. Ölçekte bulunan 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler “Çatışma” (Conflict) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın bireyin hayatında problemlere yol açıp yol açmadığını ölçmektedir. Bu araştırmada Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğinin güvenilirlik durumuna bakıldığında Cronbach’s Alpha=0,966 şeklinde yüksek seviyede olduğu görülmektedir.

3.3.3. Evlilik Yaşamı Ölçeği

Bu çalışmada, evli bireylerin evlilik yaşamlarındaki genel doyumlarını ölçebilmek amacıyla Tezer (1996) tarafından oluşturulan Evlilik Yaşam Ölçeği kullanılmıştır. Evlilik Yaşamı Ölçeği, evli bireylerin evlilik ilişkilerinden elde ettikleri genel doyum düzeyini değerlendirmek için tasarlanmıştır. Katılımcılara evlilik yaşamlarından elde ettikleri doyumla ilgili genel sorular sorulmuş ve tek tek soruların karşısına denk gelen ölçeğin yer aldığı kısmı işaretlemeleri beklenmiştir. Evlilik yaşamı ölçeğini 10 madde oluşturmaktadır. Ölçeğe katılım sağlayan kişiler, maddelerin kendilerini ne derecede tanımlayabildiğini 1'den 5'e kadar olan bir derecelendirme ile yani likert şekilde değerlendirmektedir (1-Kesinlikle katılmıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum). Ölçeğin derecelendirmesinde, tercihlere doyumsuzluk-doyum yönünde 1 ile 5 arasında ağırlık verildiği görülmüştür. Ölçekteki sıralama, doyum-doyumsuzluk yönünde 5 ile 1 arasında ağırlık verilmiş ve olumlu cevaplara eğilim göstermeye dönük yönelimler önlenmeye gayret gösterilmiştir. Ölçekten elde edilebilecek puanlara bakıldığında 10 ile 50 arasında değişebildiği görülmektedir. Güvenirliğine dair yapılan araştırmalarda test tekrar test sonucu 0.85 ve iç tutarlılık katsayısı 0.91 olarak elde edilmiş, bu da ölçeğin güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu araştırmada, Evlilik Yaşamı Ölçeği'nin güvenilirlik durumuna Cronbach’s Alpha=0.943 şeklinde yüksek seviyede olduğu görülmektedir.

3.3.4. İlişkilerde Mutluluk Ölçeği

Bu araştırmada, evli kişilerin evlilik ilişkilerindeki mutluluk düzeylerini belirleyebilmek için İlişkilerde Mutluluk Ölçeği kullanılmıştır. İlişkilerde Mutluluk Ölçeği (Relationship Happiness Questionnaire), 6 maddesi bulunan ve 7'li şekilde derecelendirilmeyi içeren bir ölçektir. Ölçeğin soruları sevgi, mutluluk, genel doyum, ilişkinin devamı, sorunların ciddiyeti ve ilişkiye bağlılık düzeyi ile alakalı algılamaları ölçmeyi hedeflemektedir. Ölçekten minimum olarak 6 puan, maksimum olarak 42 puan alınabilmektedir. Ölçeğin orijinal halinde iç tutarlılık katsayısı 0.87 olmakla birlikte, iki ve yedi hafta arasında değişen iki uygulama sonucu ulaşılan test-tekrar test

güvenirlik katsayısı 0.90'dır. Ölçüt geçerliği açısından yapılan çalışmada 'Triangular Love Scales' kullanılmış ve geçerlik katsayısı 0.82 olarak sonuçlanmaktadır. Triangular Love Scales ise üçgen sevgi teorisi temelinde oluşmaktadır. Ölçeğin Türkiye'de standardizasyonu yapılarak asıl bulgulara yaklaşan sonuçlara ulaşılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı 0.80 olarak bulunmaktadır. Ölçeğin iki yarım test güvenirlik değeri 0.80 ve test-tekrar test güvenirlik katsayısı 0.86 olarak kayda geçmektedir. Ölçeğin geçerlik katsayısı ise 0.69 olarak hesaplanmaktadır. Bu araştırmada İlişkilerde Mutluluk ölçeğinin güvenirliği Cronbach's Alpha=0,889 şeklinde yüksek seviyede bulunduğu görülmektedir.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUMLAR

4.1. Verilerin İstatistiksel Analizi

Yapılan çalışmada SPSS 25.0 istatistik programından yararlanılmıştır ve çalışmadan elde edilen veriler, bilgisayar ortamında değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Araştırmaya katılan katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini belirleyebilmek amacıyla frekans ve yüzde analizleri, ölçeklerin incelenme aşamasında ise ortalama ve standart sapma istatistiklerinden yararlanılmıştır. Ayrıca, araştırmadaki değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla Kurtosis (Basıklık) ve Skewness (Çarpıklık) değerlerine bakılmıştır.

Tablo 4.1: Normal Dağılım

	Basıklık	Çarpıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	0.258	1.199
Meşguliyet	0.154	0.579
Duygu Durum Düzenleme	0.106	0.715
Tekrarlama	0.438	0.998
Çatışma	0.745	1.274
Evlilik Yaşamı Toplam	0.442	-0.950
İlişkilerde Mutluluk Toplam	0.368	-1.419

Tablo 4.1’de değişkenlerin basıklık ve çarpıklık sonuçları verilmiştir.

İlgili literatürde, değişkenlerin basıklık ve çarpıklığa dair neticelerin genellikle +1.5 ile -1.5 arasında (Tabachnick ve Fidell, 2013) veya +2.0 ile -2.0 arasında (George ve Mallery, 2010) olması normal dağılım şeklinde değerlendirilmektedir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, tablo 4.1’de söz konusu değişkenlerimizin normal şekilde dağılım sergilediği tespit edilmiştir. Ayrıca verilerin analiz metodu anlamında parametrik yöntemler kullanılmıştır.

Araştırmaya katılım gösteren evli bireylerin ölçek düzeylerini belirleyen boyutlar arasındaki ilişkilere bakılmak üzere pearson korelasyon ve lineer regresyon analizlerine başvurulmuştur. Korelasyon katsayıları (r) 0,00-0,25 çok zayıf; 0,26-0,49 zayıf; 0,50-0,69 orta; 0,70-0,89 yüksek; 0,90-1,00 çok yüksek olarak değerlendirilmiştir (Kalaycı, 2006, s.116). Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine bakımından ölçek düzeylerindeki farklılaşmaların analizinde bağımsız gruplar t-testi,

tek yönlü varyans analizi (Anova) ve post hoc (Tukey, LSD) analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır.

Etki büyüklüğünü hesaplayabilmek adına Cohen(d) ve Eta kare(η^2) katsayılarına başvurulmuştur. Etki büyüklüğü gruplar arası farklılığın önemli ölçüde büyük bir farklılık olup olmadığını ortaya koymaktadır. Cohen değeri 0.2:küçük; 0.5:orta; 0.8:büyük olarak, eta kare değeri 0.01: küçük; 0.06: orta; 0.14: büyük olarak değerlendirilmeye tabi tutulmaktadır (Büyüköztürk vd. 2018).

4.2. Tanımlayıcı Özellikler

Bu araştırmaya katılanların tanımlayıcı özelliklerine bakımından elde edilen veriler aşağıdadır.

Tablo 4.2: Katılanların Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Erkek	88	33.5
Kadın	175	66.5
Yaş		
35 ve Altı	118	44.9
36-45	85	32.3
46-55	37	14.1
56 ve Üzeri	23	8.7
Eğitim Durumu		
Lise Mezun ve Altı	34	12.9
Ön Lisans Mezun	23	8.7
Lisans Mezun	151	57.4
Lisansüstü	55	20.9
Çalışma Durumu		
Çalışıyorum	200	76.0
Çalışmıyorum	48	18.3
Emekliyim	15	5.7
Eşle Tanışma Şekli		
Görücü Usulü	81	30.8
Arkadaş Ortamında	86	32.7
İnternet Aracılığı İle	14	5.3
Aile ve Akraba Ortamında	25	9.5
Okul Ortamında	57	21.7
Evlilik Süresi		
1 Yıldan Az	14	5.3
1-5 Yıl	61	23.2
6-10 Yıl	59	22.4
11-15 Yıl	42	16.0
16-20 Yıl	30	11.4
21-30 Yıl	32	12.2
30 Yıl ve Üzeri	25	9.5

Eşle Yaş Farkı		
Yaş Farkı Yok	64	24.3
1-5 Yıl	160	60.8
6 Yıl ve Üzeri	39	14.8
Çocuk Sayısı		
Çocuk Sahibi Değilim	51	19.4
1	60	22.8
2	99	37.6
3 ve Üzeri	53	20.2
Aylık Kazanç		
20000 TL ve Altı	36	13.7
20001-30000 TL	111	42.2
30001-40000 TL	64	24.3
40001 TL ve Üzeri	52	19.8
Sosyal Medya Kullanma Süresi		
1-3 Yıl	16	6.1
4-6 Yıl	48	18.3
7-11 Yıl	93	35.4
11 Yıl ve Üzeri	106	40.3
Günlük Sosyal Medya Kullanma Süresi		
1 Saatten Az	25	9.5
1-3 Saat	176	66.9
4-6 Saat	62	23.6
Sosyal Medya Kullanım Amaçları*		
Bilgi Edinme	230	87.5
İletişim	188	71.5
İş-egitim	126	47.9
Video-dizi-film	135	51.3
Porno İçerikleri	3	1.1
Oyun	30	11.4
Sıkça Kullanılan Sosyal Medya Platformları*		
Facebook	63	24.0
Youtube	156	59.3
Twitter/x	92	35.0
Instagram	217	82.5
Whatsapp	229	87.1
Tiktok	13	4.9
Threads	4	1.5
Snapchat	2	0.8
Twitch	5	1.9
Linkenln	14	5.3
Sosyal Medya Hesaplarında Kendi İsmi Kullanma		
Evet	236	89.7
Hayır	10	3.8
Bazılarında	17	6.5
*Birden fazla seçilen madde		

Tablo 4.2'de araştırmaya katılımcı olanların tanımlayıcı özelliklerinin dağılımı verilmiştir.

Katılanlar cinsiyete göre 88'i (%33,5) erkek, 175'i (%66,5) kadın olarak dağılmaktadır.

Katılanlar yaşa göre 118'i (%44,9) 35 ve altı, 85'i (%32,3) 36-45, 37'si (%14,1) 46-55, 23'ü (%8,7) 56 ve üzeri şeklinde dağıldığı görülmektedir.

Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında 34'ü (%12,9) lise mezunu, 23'ü (%8,7) ön lisans mezunu, 151'i (%57,4) lisans mezunu, 55'i (%20,9) lisansüstü olarak dağılım göstermektedir.

Katılımcıların çalışma durumuna bakıldığında 200'ü (%76,0) çalışıyorum, 48'i (%18,3) çalışmıyorum, 15'i (%5,7) emekliyim olarak dağılmaktadır.

Katılanlar eşle tanışma şekline göre 81'i (%30,8) görücü usulü, 86'sı (%32,7) arkadaş ortamında, 14'ü (%5,3) internet aracılığı ile, 25'i (%9,5) aile ve akraba ortamında, 57'si (%21,7) okul ortamında şeklinde dağılım göstermektedir.

Katılanlar evlilik süresine göre 14'ü (%5,3) 1 yıldan az, 61'i (%23,2) 1-5 yıl, 59'u (%22,4) 6-10 yıl, 42'si (%16,0) 11-15 yıl, 30'u (%11,4) 16-20 yıl, 32'si (%12,2) 21-30 yıl, 25'i (%9,5) 30 yıl ve üzeri olarak dağılmaktadır.

Araştırmaya katılanların eşle yaş farkına bakıldığında 64'ü (%24,3) yaş farkı yok, 160'ı (%60,8) 1-5 yıl, 39'u (%14,8) 6 yıl ve üzeri şeklinde dağıldığı görülmektedir.

Katılanlar çocuk sayısına göre 51'i (%19,4) çocuk sahibi değilim, 60'ı (%22,8) 1, 99'u (%37,6) 2, 53'ü (%20,2) 3 ve üzeri şeklinde dağıldığı görülmektedir.

Katılım gösterenlerim aylık kazanç göre 36'sı (%13,7) 20000 TL ve altı, 111'i (%42,2) 20001-30000 TL, 64'ü (%24,3) 30001-40000 TL, 52'si (%19,8) 40001 TL ve üzeri olarak dağılmaktadır.

Katılanlar sosyal medya kullanma süresine bakıldığında 16'sı (%6,1) 1-3 yıl, 48'i (%18,3) 4-6 yıl, 93'ü (%35,4) 7-11 yıl, 106'sı (%40,3) 11 yıl ve üzeri olarak dağıldığı görülmektedir.

Katılanlar günlük sosyal medya kullanma süresi açısından 25'i (%9,5) 1 saatten az, 176'sı (%66,9) 1-3 saat, 62'si (%23,6) 4-6 saat olarak dağılım göstermektedir.

Katılanlar sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma durumuna göre 236'sı (%89,7) evet, 10'u (%3,8) hayır, 17'si (%6,5) bazılarında olarak dağılmaktadır.

4.3. Sosyal Medya Bağımlılığı, Evlilik Yaşamı ve İlişkilerde Mutluluk Puan Ortalamaları

Katılanların sosyal medya bağımlılığına dair; aritmetik ortalama puanları, standart sapma puanları ve minimum-maksimum puanları aşağıdaki tablo 4.3'te sunulmuştur.

Tablo 4.3: Sosyal Medya Bağımlılığı Puan Ortalamaları

	N	Ort	Ss	Min.	Maks.	Alpha
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	263	78.897	25.130	41.000	178.000	0.966
Meşguliyet	263	29.753	8.828	12.000	60.000	0.948
Duygu Durum Düzenleme	263	11.076	4.700	5.000	25.000	0.952
Tekrarlama	263	9.392	4.205	5.000	25.000	0.961
Çatışma	263	28.677	11.310	19.000	89.000	0.939

Tablo 4.3.'te sunulduğu üzere katılanların "sosyal medya bağımlılığı toplam" ortalaması $78,897 \pm 25,130$ (Min=41; Maks=178), "meşguliyet" ortalaması $29,753 \pm 8,828$ (Min=12; Maks=60), "duygu durum düzenleme" ortalaması $11,076 \pm 4,700$ (Min=5; Maks=25), "tekrarlama" ortalaması $9,392 \pm 4,205$ (Min=5; Maks=25), "çatışma" ortalaması $28,677 \pm 11,310$ (Min=19; Maks=89) olarak saptanmıştır.

Katılanların evlilik yaşamı açısından; aritmetik ortalama puanları, standart sapma puanları ve minimum-maksimum puanları aşağıdaki tablo 4.4'te sunulmuştur.

Tablo 4.4: Evlilik Yaşamı Puan Ortalaması

	N	Ort	Ss	Min.	Maks.	Alpha
Evlilik Yaşamı Toplam	263	37,240	9.246	10,000	50,000	0.943

Tablo 4.4'te sunulduğu üzere katılanların "evlilik yaşamı toplam" ortalaması $37,240 \pm 9,246$ (Min=10; Maks=50) olarak saptanmıştır.

Katılanların ilişkilerde mutluluğu açısından; aritmetik ortalama puanları, standart sapma puanları ve minimum-maksimum puanları aşağıda bulunan tablo 4.5'te belirtilmiştir.

Tablo 4.5: İlişkilerde Mutluluk Puan Ortalaması

	N	Ort	Ss	Min.	Maks.	Alpha
İlişkilerde Mutluluk Toplam	263	33,008	7,764	6,000	42,000	0.889

Katılanların "ilişkilerde mutluluk toplam" ortalaması tablo 4.5'te belirtildiği üzere $33,008 \pm 7,764$ (Min=6; Maks=42) olarak saptanmıştır.

4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı, Evlilik Yaşamı ve İlişkilerde Mutluluk Arasındaki İlişkiler

Katılanların sosyal medya bağımlılığı ile evlilik yaşamı ve ilişkilerde mutluluk seviyelerini ortaya koyan boyutlar arasındaki ilişkiler korelasyon yoluyla analiz edilmiş olup analizden elde edilen veriler aşağıda bulunan tablo 4.6’da belirtilmiştir.

Tablo 4.6: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Evlilik Yaşamı ve İlişkilerde Mutluluk Puanları Arasında Korelasyon Analizi

		Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Meşguliyet	Duygu Durum Düzenleme	Tekrarlama	Çatışma
Evlilik Yaşamı Toplam	r	-0.268**	-0.211**	-0.304**	-0.109	-0.263**
	p	0.000	0.001	0.000	0.076	0.000
İlişkilerde Mutluluk Toplam	r	-0.249**	-0.228**	-0.246**	-0.097	-0.237**
	p	0.000	0.000	0.000	0.116	0.000

Sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma, evlilik yaşamı toplam, ilişkilerde mutluluk toplam, puanları arasında korelasyon analizlerine bakıldığında; evlilik yaşamı toplam ile sosyal medya bağımlılığı toplam arasında $r=-0.268$ negatif zayıf ($p<0.05$), evlilik yaşamı toplam ile meşguliyet arasında $r=-0.211$ negatif çok zayıf ($p<0.05$), evlilik yaşamı toplam ile duygu durum düzenleme arasında $r=-0.304$ negatif zayıf ($p<0.05$), evlilik yaşamı toplam ile çatışma arasında $r=-0.263$ negatif zayıf ($p<0.05$), ilişkilerde mutluluk toplam ile sosyal medya bağımlılığı toplam arasında $r=-0.249$ negatif çok zayıf ($p=0,000<0.05$), ilişkilerde mutluluk toplam ile meşguliyet arasında $r=-0.228$ negatif çok zayıf ($p<0.05$), ilişkilerde mutluluk toplam ile duygu durum düzenleme arasında $r=-0.246$ negatif çok zayıf ($p<0.05$), ilişkilerde mutluluk toplam ile çatışma arasında $r=-0.237$ negatif çok zayıf ($p<0.05$) düzeyde korelasyon sonucuna ulaşılmıştır. Bunların dışındaki değişkenlerin tablo 4.6’da görüldüğü üzere korelasyon ilişkilerinin istatistiki açıdan anlam oluşturmadığı bulgularına tablo 4.6’da varılmıştır. ($p>0.05$).

Araştırmaya katılanların sosyal medya bağımlılığı ile evlilik yaşamı arasındaki sebep sonuç ilişkisini belirleyebilmek amacı ile regresyon analizine başvurulmuştur. Söz konusu analiz neticeleri aşağıda yer alan tablo 4.7’de sunulmuştur.

Tablo 4.7: Sosyal Medya Bağımlılığının Evlilik Yaşamı Toplam Üzerine Etkisi

Bağımsız Değişken	Standart Edilmemiş Katsayılar		Standart Edilmiş Katsayılar	t	p	%95 Güven Aralığı	
	B	SE	β			Alt	Üst
Sabit	45.006	1.817		24.774	0.000	41.429	48.583
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	-0.098	0.022	-0.268	-4.486	0.000	-0.142	-0.055

*Bağımlı Değişken=Evlilik Yaşamı Toplam, $R=0.268$; $R^2=0.068$; $F=20,124$; $p=0,000$; Durbin Watson Değeri=1.932

Sosyal medya bağımlılığının evlilik yaşamını yordayıp yordamadığını belirleyebilmek amacı ile regresyon analizine başvurulmuş olup anlamlı sonuçlara tablo 4.7’de ulaşılmıştır ($F=20,124$; $p<0.05$). Evlilik yaşamı düzeyindeki toplam değişim %6.8 oranında sosyal medya bağımlılığı tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,068$). Sosyal medya bağımlılığı evlilik yaşamı düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-0,268$).

Araştırmaya katılanların sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilerde mutluluk arasındaki sebep sonuç ilişkisini belirleyebilmek amacı ile regresyon analizine başvurulmuştur. Söz konusu analiz neticeleri aşağıda yer alan tablo 4.8’de sunulmuştur.

Tablo 4.8: Sosyal Medya Bağımlılığının İlişkilerde Mutluluk Toplam Üzerine Etkisi

Bağımsız Değişken	Standart Edilmemiş Katsayılar		Standart Edilmiş Katsayılar	t	p	%95 Güven Aralığı	
	B	SE	β			Alt	Üst
Sabit	39.080	1.533		25.488	0.000	36.061	42.099
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	-0.077	0.019	-0.249	-4.156	0.000	-0.113	-0.040

*Bağımlı Değişken=İlişkilerde Mutluluk Toplam, $R=0.249$; $R^2=0.058$; $F=17.269$; $p=0,000$; Durbin Watson Değeri=1.913

Sosyal medya bağımlılığının ilişkilerde mutluluğu yordayıp yordamadığını belirleyebilmek amacı ile yapılan regresyon analizi tablo 4.8’de anlamlı olarak tespit edilmiştir ($F=17,269$; $p<0.05$). İlişkilerde mutluluğun toplam değişimi %5.8 oranında sosyal medya bağımlılığı tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,058$). Sosyal medya bağımlılığı ilişkilerde mutluluk düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-0,249$).

Sosyal medya bağımlılığı alt boyutları olan meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışmanın evlilik yaşamını yordayıp yordamadığını tespit etmek adına

regresyon analizi gerçekleştirilmiş olup tablo 4.9’da regresyon analizi neticeleri sunulmuştur.

Tablo 4.9: Sosyal Medya Bağımlılığı Alt Boyutlarının Evlilik Yaşamı Toplam Üzerine Etkisi

Bağımsız Değişken	Standart Edilmemiş Katsayılar		Standart Edilmiş Katsayılar	t	p	%95 Güven Aralığı	
	B	SE	β			Alt	Üst
Sabit	44.659	1.911		23.372	0.000	40.896	48.422
Meşguliyet	-0.012	0.095	-0.011	-0,25	0.900	-0.200	0.176
Duygu Durum Düzenleme	-0.516	0.154	-0.262	-3.352	0.001	-0.819	-0.213
Tekrarlama	0.382	0.181	0.174	0.175	0.862	0.026	0.738
Çatışma	-0.172	0.075	-0.211	-2.301	0.022	-0.320	-0.025

*Bağımlı Değişken=Evlilik Yaşamı Toplam, $R=0.344$; $R^2=0.105$; $F=8.668$; $p=0.000$; Durbin Watson Değeri=1.896

Meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlar ve çatışmanın evlilik yaşamını yordayıp yordamadığını tespit etmek adına gerçekleştirilen regresyon analizinde anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır ($F=8.668$; $p<0.05$). Evlilik yaşamındaki toplam değişim %10.5 oranında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlar, çatışma tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,105$). Meşguliyet alt boyutunun evlilik yaşamı düzeyini etkilemediği görülmektedir ($p=0.900>0.05$). Duygu durum düzenleme evlilik yaşamı düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-0,262$). Tekrarlar evlilik yaşamı düzeyini etkilemediği görülmektedir ($p=0.862>0.05$). Çatışma evlilik yaşamı düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-0.211$).

Sosyal medya bağımlılığı alt boyutları olan meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlar ve çatışmanın ilişkilerde mutluluğu yordayıp yordamadığını tespit etmek adına regresyon analizi gerçekleştirilmiş olup tablo 4.10’da regresyon analizi neticeleri sunulmuştur.

Tablo 4.10: Sosyal Medya Bağımlılığı Alt Boyutlarının İlişkilerde Mutluluk Toplam Üzerine Etkisi

Bağımsız Değişken	Standart Edilmemiş Katsayılar		Standart Edilmiş Katsayılar	t	p	%95 Güven Aralığı	
	B	SE	β			Alt	Üst
Sabit	39.415	1.630		24.185	0.000	36.206	42.624
Meşguliyet	-0.105	0.081	-0.119	-1.290	0.198	-0.265	0.055
Duygu Durum Düzenleme	-0.273	0.131	-0.165	-2.076	0.039	-0.531	-0.014
Tekrarlama	0.323	0.154	0.175	0.295	0.768	0.020	0.627
Çatışma	-0.115	0.064	-0.168	-1.804	0.072	-0.241	0.011

*Bağımlı Değişken=İlişkilerde Mutluluk Toplam, $R=0.301$; $R^2=0.077$; $F=6.426$; $p=0,000$; Durbin Watson Değeri=1.914

Meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlar ve çatışmanın ilişkilerde mutluluğu yordayıp yordamadığını tespit edebilmek amacıyla regresyon yapılmış olup sonuçların anlamlı olduğu görülmektedir ($F=6,426$; $p<0.05$). İlişkilerde mutluluk düzeyindeki toplam değişim %7.7 oranında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlar, çatışma tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,077$). Meşguliyet alt boyutu ilişkilerde mutluluk düzeyini etkilemediği görülmektedir ($p=0.198>0.05$). Duygu durum düzenleme ilişkilerde mutluluk düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-0,165$). Tekrarlar ilişkilerde mutluluk düzeyini etkilememektedir ($p=0.768>0.05$). Son olarak çatışma alt boyutunun ilişkilerde mutluluk düzeyini etkilemediği sonucu elde edilmektedir ($p=0.072>0.05$).

4.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Tanımlayıcı Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının tanımlayıcı özellikler bakımından farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının cinsiyet açısından farklılaşma durumu bağımsız gruplar t-testi analiz yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.11’de sunulmuştur.

Tablo 4.11: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	t	sd	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Erkek	88	83.102	28.353	1.934	261	0.054
	Kadın	175	76.783	23.140			
Meşguliyet	Erkek	88	30.614	9.138	1.122	261	0.263
	Kadın	175	29.320	8.662			
Duygu Durum Düzenleme	Erkek	88	11.205	4.873	0.314	261	0.754
	Kadın	175	11.011	4.623			
Tekrarlama	Erkek	88	9.193	3.747	-0.542	261	0.568
	Kadın	175	9.491	4.424			
Çatışma	Erkek	88	32.091	14.021	3.547	261	0.002
	Kadın	175	26.960	9.245			

Katılanların kadın ve erkeğe göre çatışma puanlarının anlamlı düzeyde farklılaştığı tablo 4.11’de görülmektedir ($t_{(261)}=3.547$; $p=0.002<0.05$; $d=0,464$; $\eta^2=0,046$). Buna göre erkeklerin çatışma puanları ($\bar{x}=32,091$), kadınların çatışma puanlarından ($\bar{x}=26,960$) elde edilen sonuçlara göre yüksek olduğu görülmüştür.

Katılanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlar alt boyutlarının puanları cinsiyetler arası anlamlı şekilde farklılaşmanın olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının yaş açısından farklılaşma durumu tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.12’de sunulmuştur.

Tablo 4.12: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	35 ve Altı	118	85.992	26.562	6.903	0.000	1>2 1>3 1>4
	36-45	85	75.635	23.574			
	46-55	37	68.189	21.485			
	56 ve Üzeri	23	71.783	18.283			
Meşguliyet	35 ve Altı	118	32,068	8.696	5.486	0.001	1>2 1>3 1>4
	36-45	85	28.353	8.275			
	46-55	37	26.676	9.603			
	56 ve Üzeri	23	28.000	7.622			
Duygu Durum Düzenleme	35 ve Altı	118	12.254	4.727	7.398	0.000	1>3

	36-45	85	10.988	4.636			2>3
	46-55	37	9.081	4.265			1>4
	56 ve Üzeri	23	8.565	3.409			2>4
Tekrarlama	35 ve Altı	118	10.483	4.566	5.947	0.001	1>2 1>3
	36-45	85	8.694	3.879			
	46-55	37	7.622	2.947			
	56 ve Üzeri	23	9.217	3.801			
Çatışma	35 ve Altı	118	31.186	13.182	4.213	0.006	1>2 1>3 1>4
	36-45	85	27.600	9.953			
	46-55	37	24.811	7.859			
	56 ve Üzeri	23	26.000	7.006			

Katılımcıların buldukları yaş açısından sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının anlamlı şekilde farklılaştığı tablo 4.12’de görülmektedir ($F_{(3, 259)}=6,903$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,074$). Bu farklılığın sebebi; yaşı 35 ve altı olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=85,992$), yaşı 36-45 olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=75,635$) daha yüksekte olduğudur. Yaşı 35 ve altı olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=85,992$), yaş 46-55 olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=68,189$) yüksek olmasıdır. Yaşı 35 ve altı olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=85,992$), yaş 56 ve üzeri olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=71,783$) yüksekte olduğu şeklindedir.

Katılımcıların yaşa göre meşguliyet puanlarının anlamlı düzeyde farklılaştığı tablo 4.12’de görülmüştür ($F_{(3, 259)}=5,486$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,060$). Farklılaşmanın sebebi; yaşı 35 ve altı olanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=32,068$), yaşı 36-45 olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=28,353$) yüksekte olduğudur. Yaşı 35 ve altı olanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=32,068$), yaş 46-55 olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=26,676$) yüksek olduğudur. Yaşı 35 ve altı olanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=32,068$), yaş 56 ve üzeri olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=28,000$) yine yüksekte olduğudur.

Araştırmada katılımcı olanların yaşa göre duygu durum düzenleme puanları anlamlı düzeyde farklılaştığı tablo 4.12’de görülmektedir ($F_{(3, 259)}=7,398$; $p<0.05$; $\eta^2=0,079$). Farklılığın sebebi; yaşı 35 ve altı olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,254$), yaş 46-55 olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,081$)

yüksek düzeyde olduğudur. Yaşı 36-45 olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=10,988$), yaş 46-55 olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,081$) yüksek puana sahip olmasıdır. Yaşı 35 ve altı olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,254$), yaş 56 ve üzeri olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=8,565$) yüksekte olduğudur. Yaşı 36-45 olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=10,988$), yaş 56 ve üzeri olanların duygu durum düzenleme sonuçlarından ($\bar{x}=8,565$) yüksekte olduğudur.

Araştırmada katılımcı olanların yaşa göre tekrarlama puanlarının anlamlı şekilde farklılaşma sağladığı tablo 4.12’de görülmektedir ($F_{(3, 259)}=5,947$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,064$). Farklılaşmanın sebebi; yaşı 35 ve altı olanların tekrarlama alt boyutuna dair sonuçlarının ($\bar{x}=10,483$), yaşı 36-45 olanların tekrarlama sonuçlarından ($\bar{x}=8,694$) yüksek olması şeklindedir. Yaşı 35 ve altı olanların tekrarlama puanlarının ($\bar{x}=10,483$), yaş 46-55 olanların tekrarlama puanlarından ($\bar{x}=7,622$) yüksekte bir puana sahip olduğudur.

Araştırmada katılımcı olanların yaşa göre çatışma puanlarının anlamlı düzeyde farklılaşma sağladığı tablo 4.12’de tespit edilmiştir ($F_{(3, 259)}=4,213$; $p=0,006<0.05$; $\eta^2=0,047$). Farklılaşma sebebi; yaşı 35 ve altı kişilerin çatışma puanlarının ($\bar{x}=31,186$), yaşı 36-45 olan kişilerin çatışma puanlarından ($\bar{x}=27,600$) yüksekte olduğudur. Yaşı 35 ve altı olan kişilerin çatışma puanlarının ($\bar{x}=31,186$), yaş 46-55 olan kişilerin çatışma puanlarından ($\bar{x}=24,811$) yüksek düzeyde olmasından kaynaklıdır. Yaşı 35 ve altı olanların çatışma puanlarının ($\bar{x}=31,186$), yaş 56 ve üzeri olanların çatışma puanlarından ($\bar{x}=26,000$) yüksek puana sahip olduğudur.

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının eğitim durumu açısından farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.13’te sunulmuştur.

Tablo 4.13: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Lise Mezunu	34	72.647	22.973	2.062	0.106	
	Ön Lisans Mezunu	23	70.565	19.100			
	Lisans Mezunu	151	80.358	24.427			
	Lisansüstü	55	82.236	29.392			

Meşguliyet	Lise Mezunu	34	27.941	8.165	1.511	0.212	
	Ön Lisans Mezunu	23	27.087	7.937			
	Lisans Mezunu	151	30.278	8.757			
	Lisansüstü	55	30.546	9.601			
Duygu Durum Düzenleme	Lise Mezunu	34	9.353	4.126	3.353	0.020	3>1 4>1 3>2 4>2
	Ön Lisans Mezunu	23	9.391	3.602			
	Lisans Mezunu	151	11.464	4.682			
	Lisansüstü	55	11.782	5.156			
Tekrarlama	Lise Mezunu	34	8.765	3.766	0.428	0.733	
	Ön Lisans Mezunu	23	9.130	4.713			
	Lisans Mezunu	151	9.437	4.105			
	Lisansüstü	55	9.764	4.566			
Çatışma	Lise Mezunu	34	26.588	10.299	1.636	0.181	
	Ön Lisans Mezunu	23	24.957	5.973			
	Lisans Mezunu	151	29.179	10.944			
	Lisansüstü	55	30.146	14.038			

Katılanların eğitim durumuna göre duygu durum düzenleme puanlarının anlamlı olarak farklılaştığı tablo 4.13'te görülmektedir ($F_{(3, 259)}=3,353$; $p=0,020<0,05$; $\eta^2=0,037$). Farklılığın sebebi; lisans mezunu olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,464$), lise mezunu olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,353$) yüksekte olduğudur. Lisansüstü mezunu olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,782$), lise mezunu olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,353$) yüksekte olduğudur. Lisans mezunu olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,464$), ön lisans mezunu olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,391$) yüksekte olduğudur. Lisansüstü mezunlarının duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,782$), ön lisans mezunu olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,391$) yüksekte olduğudur.

Katılanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, tekrarlama, çatışma puanlarının eğitim durumuna açısından anlamlı olarak farklılaşmadığı bulgusuna ulaşıldığı tablo 4.13'te görülmüştür. ($p>0,05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının eşle tanışma şekli açısından farklılaşmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.14'te sunulmuştur.

Tablo 4.14: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Eşle Tanışma Şekline Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Görücü Usulü	81	79.420	27.880	1.910	0.109	
	Arkadaş Ortamında	86	75.023	22.243			
	İnternet Aracılığı İle	14	85.857	21.191			
	Aile ve Akraba Ortamında	25	73.240	19.925			
	Okul Ortamında	57	84.772	27.089			
Meşguliyet	Görücü Usulü	81	29.667	9.496	1.691	0.152	
	Arkadaş Ortamında	86	28.442	8.461			
	İnternet Aracılığı İle	14	33.000	8.162			
	Aile ve Akraba Ortamında	25	28.560	7.964			
	Okul Ortamında	57	31.579	8.668			
Duygu Durum Düzenleme	Görücü Usulü	81	10.580	4.679	2.604	0.036	5>1 5>2 5>4
	Arkadaş Ortamında	86	10.779	4.664			
	İnternet Aracılığı İle	14	12.571	2.652			
	Aile ve Akraba Ortamında	25	9.640	4.152			
	Okul Ortamında	57	12.491	5.099			
Tekrarlama	Görücü Usulü	81	9.716	4.495	1.740	0.142	
	Arkadaş Ortamında	86	8.733	3.638			
	İnternet Aracılığı İle	14	9.000	3.162			
	Aile ve Akraba Ortamında	25	8.560	3.820			
	Okul Ortamında	57	10.386	4.799			
Çatışma	Görücü Usulü	81	29.457	12.377	1.257	0.288	
	Arkadaş Ortamında	86	27.070	10.089			
	İnternet Aracılığı İle	14	31.286	11.405			
	Aile ve Akraba Ortamında	25	26.480	7.269			
	Okul Ortamında	57	30.316	12.683			

Katılanların eşle tanışma şekline göre duygu durum düzenleme puanları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma bulunduğu tablo 4.14'te görülmektedir ($F_{(4, 258)}=2,604$; $p=0,036<0.05$; $\eta^2=0,039$). Söz konusu farkın sebebi ise okul ortamında tanışanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,491$), görücü usulü tanışanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=10,580$) yüksekte olduğudur. Okul ortamında tanışanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,491$), arkadaş ortamında tanışanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=10,779$) yüksekte olduğudur. Okul ortamında tanışanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,491$), aile ve

akraba ortamında tanışanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,640$) yüksekte olduğudur.

Katılanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, tekrarlama, çatışma puanları eşle tanışma şekline göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulgusuna ulaşıldığı tablo 4.14'te görülmektedir. ($p>0.05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının evlilik süresi açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.15'te sunulmuştur.

Tablo 4.15: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Evlilik Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1 Yıldan Az	14	83.571	33.360	5.776	0.000	2,3>4 1,2,3>5 2,3>6 1,2,3>7
	1-5 Yıl	61	88.721	30.122			
	6-10 Yıl	59	85.746	19.414			
	11-15 Yıl	42	76.048	21.848			
	16-20 Yıl	30	67.833	22.764			
	21-30 Yıl	32	69.063	20.514			
	30 Yıl ve Üzeri	25	66.800	17.455			
Meşguliyet	1 Yıldan Az	14	29.286	9.425	5.201	0.000	2>4,5 3>5 2,3>6 2,3>7
	1-5 Yıl	61	33.623	9.974			
	6-10 Yıl	59	31.661	6.356			
	11-15 Yıl	42	28.714	7.816			
	16-20 Yıl	30	25.967	9.272			
	21-30 Yıl	32	26.906	9.156			
	30 Yıl ve Üzeri	25	26.000	6.880			
Duygu Durum Düzenleme	1 Yıldan Az	14	11.857	3.739	7.031	0.000	1,2,3,4>5 2,3,4>6 1,2,3,4>7
	1-5 Yıl	61	12.492	4.671			
	6-10 Yıl	59	12.559	4.861			
	11-15 Yıl	42	11.691	4.760			
	16-20 Yıl	30	8.867	3.598			
	21-30 Yıl	32	9.188	4.276			
	30 Yıl ve Üzeri	25	7.720	3.129			
Tekrarlama	1 Yıldan Az	14	10.357	4.684	3.693	0.002	3>4 2,3>5 2,3>6 3>7
	1-5 Yıl	61	10.016	4.671			
	6-10 Yıl	59	11.017	4.321			
	11-15 Yıl	42	8.548	3.717			
	16-20 Yıl	30	7.900	3.633			
	21-30 Yıl	32	8.250	3.152			
	30 Yıl ve Üzeri	25	8.160	3.705			

Çatışma	1 Yılden Az	14	32.071	18.939	3.643	0.002	2>4,5 3>5 1,2,3>6 2,3>7
	1-5 Yıl	61	32.590	14.586			
	6-10 Yıl	59	30.509	9.424			
	11-15 Yıl	42	27.095	8.990			
	16-20 Yıl	30	25.100	8.739			
	21-30 Yıl	32	24.719	7.363			
	30 Yıl ve Üzeri	25	24.920	6.745			

Bu araştırmaya katılım sağlayanların evlilik süresine göre sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının anlamlı şekilde farklılaşma gösterdiği sonucuna tablo 4.15'te ulaşılmıştır ($F_{(6, 256)}=5,776$; $p<0.05$; $\eta^2=0,119$). Bu farklılığını sebebi; evlilik süresi 1-5 yıl olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=88,721$), evlilik süresi 11-15 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=76,048$) yüksekte olması şeklindedir. Evlilik süresi 6-10 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=85,746$), evlilik süresi 11-15 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=76,048$) yüksekte olması şeklindedir. Evlilik süresi 1 yıldan az olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=83,571$), evlilik süresi 16-20 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=67,833$) yüksekte olması şeklindedir. Evlilik süresi 1-5 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=88,721$), evlilik süresi 16-20 yıl olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=67,833$) yüksekte olması şeklindedir. Evlilik süresi 6-10 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=85,746$), evlilik süresi 16-20 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=67,833$) yüksekte olması şeklindedir. Evlilik süresi 1-5 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=88,721$), evlilik süresi 21-30 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=69,063$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=85,746$), evlilik süresi 21-30 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=69,063$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1 yıldan az olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=83,571$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=66,800$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1-5 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=88,721$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=66,800$) yüksek puana sahip olmasıdır. Evlilik süresi 6-10 yıl olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=85,746$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olan kişilerin sosyal medya

bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=66,800$) yüksekte bir puana sahip olması şeklindedir.

Bu araştırmaya katılım sağlayanların evlilik süresi açısından meşguliyet puanları anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği sonucuna tablo 4.15'te ulaşılmıştır ($F_{(6, 256)}=5,201$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,109$). İlgili farklılaşmanın sebebi ise evlilik süresi 1-5 yıl olan bireylerin meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=33,623$), evlilik süresi 11-15 yıl olan kişilerin meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=28,714$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1-5 yıl olan bireylerin meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=33,623$), evlilik süresi 16-20 yıl olan kişilerin meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=25,967$) yüksekte olduğu şeklindedir. Evlilik süresi 6-10 yıl olan kişilerin meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=31,661$), evlilik süresi 16-20 yıl olan bireylerin meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=25,967$) daha yüksekte bir puana sahip olmasıdır. Evlilik süresi 1-5 yıl olan kişilerin meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=33,623$), evlilik süresi 21-30 yıl olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=26,906$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=31,661$), evlilik süresi 21-30 yıl olan kişilerin meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=26,906$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1-5 yıl olan kişilerin meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=33,623$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olan kişilerin meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=26,000$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=31,661$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olan kişilerin meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=26,000$) yüksekte olduğudur.

Bu araştırmaya katılım sağlayanların evlilik süresine göre duygu durum düzenleme puanları anlamlı olarak farklılaştığı tablo 4.15'te görülmektedir ($F_{(6, 256)}=7,031$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,141$). Farklılaşmanın sebebi; evlilik süresi 1 yıldan az olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,857$), evlilik süresi 16-20 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=8,867$) daha yüksekte bir puana sahip olduğudur. Evlilik süresi 1-5 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,492$), evlilik süresi 16-20 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=8,867$) daha yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,559$), evlilik süresi 16-20 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=8,867$) yüksekte olduğu şeklindedir. Evlilik süresi 11-15 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,691$), evlilik süresi 16-20 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=8,867$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1-5 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,492$), evlilik

süresi 21-30 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,188$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,559$), evlilik süresi 21-30 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,188$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 11-15 yıl olan kişilerin duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,691$), evlilik süresi 21-30 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,188$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1 yıldan az olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,857$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olan kişilerin duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=7,720$) yüksektir. Evlilik süresi 1-5 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,492$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=7,720$) yüksek olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,559$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=7,720$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 11-15 yıl olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,691$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=7,720$) daha yüksekte bir puana sahip olması şeklindedir.

Bu araştırmaya katılım sağlayanların evlilik süresine göre tekrarlamaya puanları anlamlı düzeyde farklıdır ($F_{(6, 256)}=3,693$; $p=0,002<0,05$; $\eta^2=0,080$). Bu farklılığın sebebi ise evlilik süresi 6-10 yıl olanların tekrarlamaya puanlarının ($\bar{x}=11,017$), evlilik süresi 11-15 yıl olanların tekrarlamaya puanlarından ($\bar{x}=8,548$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1-5 yıl olanların tekrarlamaya puanlarının ($\bar{x}=10,016$), evlilik süresi 16-20 yıl olanların tekrarlamaya puanlarından ($\bar{x}=7,900$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olan kişilerin tekrarlamaya puanlarının ($\bar{x}=11,017$), evlilik süresi 16-20 yıl olan kişilerin tekrarlamaya puanlarından ($\bar{x}=7,900$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1-5 yıl olanların tekrarlamaya puanlarının ($\bar{x}=10,016$), evlilik süresi 21-30 yıl olanların tekrarlamaya puanlarından ($\bar{x}=8,250$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların tekrarlamaya puanlarının ($\bar{x}=11,017$), evlilik süresi 21-30 yıl olanların tekrarlamaya puanlarından ($\bar{x}=8,250$) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların tekrarlamaya puanlarının ($\bar{x}=11,017$), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olanların tekrarlamaya puanlarından ($\bar{x}=8,160$) yüksekte olduğu şeklindedir.

Bu araştırmaya katılım sağlayanların evlilik süresine göre çatışma puanları açısından anlamlı farklılaştığı sonucuna tablo 4.15'te ulaşılmıştır ($F_{(6, 256)}=3,643$; $p=0,002<0,05$; $\eta^2=0,079$). Farklılığın sebebi; evlilik süresi 1-5 yıl olanların çatışma puanlarının

(\bar{x} =32,590), evlilik süresi 11-15 yıl olanların çatışma puanlarından (\bar{x} =27,095) yüksekte olması şeklindedir. Evlilik süresi 1-5 yıl olanların çatışma puanlarının (\bar{x} =32,590), evlilik süresi 16-20 yıl olanların çatışma puanlarından (\bar{x} =25,100) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların çatışma puanlarının (\bar{x} =30,509), evlilik süresi 16-20 yıl olanların çatışma puanlarından (\bar{x} =25,100) daha yüksekte olması şeklindedir. Evlilik süresi 1 yıldan az olanların çatışma puanlarının (\bar{x} =32,071), evlilik süresi 21-30 yıl olanların çatışma puanlarından (\bar{x} =24,719) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 1-5 yıl olanların çatışma puanlarının (\bar{x} =32,590), evlilik süresi 21-30 yıl olanların çatışma puanlarından (\bar{x} =24,719) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların çatışma puanlarının (\bar{x} =30,509), evlilik süresi 21-30 yıl olanların çatışma puanlarından (\bar{x} =24,719) yüksekte olduğu şeklindedir. Evlilik süresi 1-5 yıl olanların çatışma puanlarının (\bar{x} =32,590), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olanların çatışma puanlarından (\bar{x} =24,920) yüksekte olduğudur. Evlilik süresi 6-10 yıl olanların çatışma puanlarının (\bar{x} =30,509), evlilik süresi 30 yıl ve üzeri olan kişilerin çatışma puanlarından (\bar{x} =24,920) daha yüksekte bir puana sahip olduğudur.

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının eşle yaş farkı açısından farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.16'da sunulmuştur.

Tablo 4.16: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Eşle Yaş Farkına Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Yaş Farkı Yok	64	83.047	27.447	1.343	0.263	
	1-5 Yıl	160	78.100	24.070			
	6 Yıl ve Üzeri	39	75.359	25.227			
Meşguliyet	Yaş Farkı Yok	64	31.703	9.170	2.134	0.120	
	1-5 Yıl	160	29.225	8.382			
	6 Yıl ve Üzeri	39	28.718	9.760			
Duygu Durum Düzenleme	Yaş Farkı Yok	64	12.078	5.072	3.034	0.050	1>3
	1-5 Yıl	160	10.994	4.578			
	6 Yıl ve Üzeri	39	9.769	4.295			
Tekrarlama	Yaş Farkı Yok	64	9.688	4.382	0.548	0.579	
	1-5 Yıl	160	9.175	3.984			
	6 Yıl ve Üzeri	39	9.795	4.813			
Çatışma	Yaş Farkı Yok	64	29.578	13.176	0.592	0.554	
	1-5 Yıl	160	28.706	10.995			
	6 Yıl ve Üzeri	39	27.077	9.181			

Bu araştırmaya katılım sağlayanların eşle yaş farkına göre duygu durum düzenleme puanları anlamlı şekilde farklılaştığı sonucuna tablo 4.16’da ulaşılmıştır ($F_{(2, 260)}=3,034$; $p=0,050<0,05$; $\eta^2=0,023$). Bu farklılaşmanın nedenine bakılacak olursa eşle yaş farkı olmayanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,078$), eşle yaş farkı 6 yıl ve üzeri olan kişilerin duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,769$) yüksekte olmasından kaynaklıdır.

Bu araştırmaya katılım sağlayanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, tekrarlama, çatışma puanları eşle yaş farkına göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna tablo 4.16’da ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının ocuk sayısı açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.17’de sunulmuştur.

Tablo 4.17: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının ocuk Sayısına Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	ocuk Sahibi Değilim	51	90.157	29.845	5.780	0.001	1>2
	1	60	80.017	25.904			1>3
	2	99	76.677	21.339			1>4
	3 ve zeri	53	70.943	22.497			2>4
Meşguliyet	ocuk Sahibi Değilim	51	33.647	9.891	5.685	0.001	1>2
	1	60	29.917	8.869			1>3
	2	99	29.222	7.718			1>4
	3 ve zeri	53	26.811	8.533			
Duygu Durum Düzenleme	ocuk Sahibi Değilim	51	12.529	4.456	4.671	0.003	1>3
	1	60	11.617	4.868			1>4
	2	99	10.960	4.649			2>4
	3 ve zeri	53	9.283	4.343			3>4
Tekrarlama	ocuk Sahibi Değilim	51	10.745	4.878	2.568	0.055	
	1	60	9.483	4.378			
	2	99	9.010	3.767			
	3 ve üzeri	53	8.698	3.891			
Çatışma	ocuk Sahibi Değilim	51	33.235	14.809	4.172	0.007	1>2
	1	60	29.000	12.540			1>3
	2	99	27.485	8.821			1>4
	3 ve zeri	53	26.151	8.883			

Bu araştırmaya katılım sağlayanların ocuk sayısına göre sosyal medya bağımlılığı toplam puanları açısından anlamlı şekilde farklılaştığı bulgusuna tablo 4.17’de

ulaşmıştır ($F_{(3, 259)}=5,780$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,063$). Bu farklılaşmanın sebebi; herhangi bir çocuğa sahip olmayanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=90,157$), 1 çocuğa sahip olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=80,017$) yüksekte bir puana sahip olduğudur. Çocuk sahibi olmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=90,157$), 2 çocuğa sahip olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=76,677$) yüksekte olduğu şeklindedir. Çocuk sahibi olmayanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=90,157$), 3 ve üzerinde çocuğa sahip olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=70,943$) yüksekte olduğu şeklindedir. Çocuk sayısı 1 olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=80,017$), çocuk sayısı 3 ve üzeri olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=70,943$) yüksekte olması kaynaklıdır.

Bu araştırmaya katılım sağlayanların çocuk sayısına göre meşguliyet puanları tablo 4.17'de anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ($F_{(3, 259)}=5,685$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,062$). Farklılaşmanın sebebi; çocuk sahibi olmayanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=33,647$), çocuk sayısı 1 olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=29,917$) yüksekte olduğudur. Çocuk sahibi olmayanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=33,647$), çocuk sayısı 2 olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=29,222$) yüksekte olduğudur. Çocuk sahibi olmayanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=33,647$), 3 ve üzerinde çocuk sahibi olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=26,811$) yüksekte bir puana sahip olduğudur.

Bu araştırmaya katılım sağlayanların çocuk sayısına açısından duygu durum düzenleme puanları anlamlı düzeyde farklılaştığı sonucuna tablo 4.17'de varılmıştır ($F_{(3, 259)}=4,671$; $p=0,003<0.05$; $\eta^2=0,051$). Farklılaşmanın sebebi; çocuk sahibi olmayanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,529$), 2 çocuğa sahip olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=10,960$) yüksekte olduğudur. Çocuk sahibi olmayanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=12,529$), çocuk sayısı 3 ve üzeri olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,283$) yüksekte olduğudur. Çocuk sayısı 1 olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,617$), çocuk sayısı 3 ve üzeri olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,283$) yüksekte olduğudur. Çocuk sayısı 2 olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=10,960$), çocuk sayısı 3 ve üzeri olan kişilerin duygu durum düzenleme sonuçlarından ($\bar{x}=9,283$) daha yüksekte bir puana sahip olduğudur.

Katılanların çocuk sayısına bakımından çatışma puanları anlamlı olarak farklılık sergilediği tablo 4.17’de görülmektedir ($F_{(3, 259)}=4,172$; $p=0,007<0,05$; $\eta^2=0,046$). Bu farklılığın sebebi ise çocuk sahibi olmayanların çatışma puanlarının ($\bar{x}=33,235$), çocuk sayısı 1 olanların çatışma puanlarından ($\bar{x}=29,000$) yüksekte olduğudur. Çocuk sahibi olmayanların çatışma puanlarının ($\bar{x}=33,235$), çocuk sayısı 2 olanların çatışma puanlarından ($\bar{x}=27,485$) yüksekte olduğudur. Çocuk sahibi olmayanların çatışma puanlarının ($\bar{x}=33,235$), 3 ve üzeri çocuğa sahip olanların çatışma puanlarından ($\bar{x}=26,151$) daha yüksekte bir puana sahip olduğudur.

Bu araştırmaya katılım sağlayanların tekrarlama puanları çocuk sayısı bakımından anlamlı farklılık göstermediği bulgusuna tablo 4.17’de ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının sosyal medya kullanma süresi açısından farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.18’da sunulmuştur.

Tablo 4.18: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1-3 Yıl	16	72.875	20.665	2.544	0.057	
	4-6 Yıl	48	73.917	23.224			
	7-11 Yıl	93	84.290	29.773			
	11 Yıl ve Üzeri	106	77.330	21.249			
Meşguliyet	1-3 Yıl	16	26.250	7.733	2.497	0.060	
	4-6 Yıl	48	28.833	8.694			
	7-11 Yıl	93	31.538	9.736			
	11 Yıl ve Üzeri	106	29.132	7,971			
Duygu Durum Düzenleme	1-3 Yıl	16	10.750	3.733	1.243	0.295	
	4-6 Yıl	48	9.938	4.174			
	7-11 Yıl	93	11.344	5.299			
	11 Yıl ve Üzeri	106	11.406	4.465			
Tekrarlama	1-3 Yıl	16	9.625	3.538	2.403	0.068	
	4-6 Yıl	48	9.125	4.266			
	7-11 Yıl	93	10.269	4.741			
	11 Yıl ve Üzeri	106	8.708	3.646			
Çatışma	1-3 Yıl	16	26.250	8.274	2.749	0.043	3>2
	4-6 Yıl	48	26.021	9.731			
	7-11 Yıl	93	31.140	14.070			
	11 Yıl ve Üzeri	106	28.085	9.150			

Katılanların sosyal medya kullanma süresi açısından çatışma puanları tablo 4.18’de anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ($F_{(3, 259)}=2,749$; $p=0,043<0.05$; $\eta^2=0,031$). Söz konusu farklılığın sebebi; sosyal medya kullanma süresi 7-11 yıl olanların çatışma puanlarının ($\bar{x}=31,140$), sosyal medya kullanma süresi 4-6 yıl olanların çatışma puanlarından ($\bar{x}=26,021$) yüksekte olduğu şeklindedir.

Katılanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama puanları sosyal medya kullanma süresi bakımından anlamlı farklılık göstermediği bulgusuna tablo 4.18’de ulaşılmıştır ($p>0.05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının kişilerin sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma açısından farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.19’da sunulmuştur.

Tablo 4.19: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Sosyal Medya Hesaplarında Kendi İsmi Kullanma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Evet	236	79.136	25.839	0.131	0.877
	Hayır	10	75.300	16.242		
	Bazılarında	17	77.706	19.390		
Meşguliyet	Evet	236	29.898	9.028	0.314	0.731
	Hayır	10	28.300	5.144		
	Bazılarında	17	28.588	7.819		
Duygu Durum Düzenleme	Evet	236	11.136	4.793	0.207	0.813
	Hayır	10	10.300	3.831		
	Bazılarında	17	10.706	3.917		
Tekrarlama	Evet	236	9.390	4.317	0.281	0.755
	Hayır	10	10.200	3.084		
	Bazılarında	17	8.941	3.132		
Çatışma	Evet	236	28.712	11.629	0.227	0.797
	Hayır	10	26.500	8.127		
	Bazılarında	17	29.471	8.217		

Katılanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarına ait puanları sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma durumuna bakımından anlamlı farklılık göstermediği sonucuna tablo 4.19’da varılmıştır ($p>0.05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının çalışma durumu açısından farklılaşmış olup farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.20’de sunulmuştur.

Tablo 4.20: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Çalışıyorum	200	79.795	26.419	1.210	0.300
	Çalışmıyorum	48	78.104	20.064		
	Emekliyim	15	69.467	20.894		
Meşguliyet	Çalışıyorum	200	29.930	9.038	0.410	0.664
	Çalışmıyorum	48	29.625	7.849		
	Emekliyim	15	27.800	9.260		
Duygu Durum Düzenleme	Çalışıyorum	200	11.255	4.961	1.919	0.149
	Çalışmıyorum	48	11.042	3.661		
	Emekliyim	15	8.800	3.529		
Tekrarlama	Çalışıyorum	200	9.290	4.191	0.854	0.427
	Çalışmıyorum	48	10.042	4.257		
	Emekliyim	15	8.667	4.271		
Çatışma	Çalışıyorum	200	29.320	12.093	1.818	0.164
	Çalışmıyorum	48	27.396	8.217		
	Emekliyim	15	24.200	7.447		

Katılanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarına ait puanların çalışma durumuna açısından anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.20’de varılmıştır ($p>0.05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının aylık kazanç açısından farklılaşmış olup ilgili bulgular aşağıda bulunan tablo 4.21’de sunulmuştur.

Tablo 4.21: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Aylık Kazanca Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	20000 TL ve Altı	36	72.083	21.098	1.243	0.294	
	20001-30000 TL	111	79.198	24.352			
	30001-40000 TL	64	82.125	26.948			
	40001 TL ve Üzeri	52	79.000	26.768			
Meşguliyet	20000 TL ve Altı	36	28.417	8.574	0.854	0.466	
	20001-30000 TL	111	29.207	8.514			
	30001-40000 TL	64	30.766	8.372			
	40001 TL ve Üzeri	52	30.596	10.150			

Duygu Durum Düzenleme	20000 TL ve Altı	36	9.083	3.612	3.932	0.009	2>1 3>1
	20001-30000 TL	111	11.658	4.625			
	30001-40000 TL	64	11.844	5.198			
	40001 TL ve Üzeri	52	10.269	4.477			
Tekrarlama	20000 TL ve Altı	36	8.833	4.520	0.508	0.677	
	20001-30000 TL	111	9.478	4.149			
	30001-40000 TL	64	9.797	4.175			
	40001 TL ve Üzeri	52	9.096	4.197			
Çatışma	20000 TL ve Altı	36	25.750	8.368	1.012	0.388	
	20001-30000 TL	111	28.856	10.908			
	30001-40000 TL	64	29.719	13.135			
	40001 TL ve Üzeri	52	29.039	11.479			

Katılımcıların aylık kazanç bağlamında duygu durum düzenleme puanları anlamlı olarak tablo 4.21’de farklılaşma sergilemektedir ($F_{(3, 259)}=3,932$; $p=0,009<0,05$; $\eta^2=0,044$). Bu farklılığın sebebi; aylık kazanç 20001-30000 TL olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,658$), aylık kazanç 20000 TL ve altı olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=9,083$) yüksekte olduğu şeklindedir. Aylık kazanç 30001-40000 TL olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=11,844$), aylık kazanç 20000 TL ve altı olanların duygu durum düzenleme puanlarına göre ($\bar{x}=9,083$) yüksekte olduğudur.

Katılanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, tekrarlama, çatışma alt boyutlarının puanları tablo 4.21’de aylık kazanca göre anlamlı şekilde farklılaşmamaktadır ($p>0,05$).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının günlük sosyal medya kullanma süresi açısından farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ilgili neticeler aşağıda bulunan tablo 4.22’de sunulmuştur.

Tablo 4.22: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Günlük Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1 Saatten Az	25	61.000	17.120	30.397	0.000	2>1 3>1 3>2
	1-3 Saat	176	75.006	19.470			
	4-6 Saat	62	97.161	31.551			
Meşguliyet	1 Saatten Az	25	21.680	6.688	45.615	0.000	2>1 3>1 3>2
	1-3 Saat	176	28.324	6.969			
	4-6 Saat	62	37.065	9.531			
	1 Saatten Az	25	8.360	3.763	11.005	0.000	2>1

Duygu Durum Düzenleme	1-3 Saat	176	10.756	4.306			3>1
	4-6 Saat	62	13.081	5.357			3>2
Tekrarlama	1 Saatten Az	25	7.440	2.844	8.806	0.000	3>1
	1-3 Saat	176	9.068	3.820			3>2
	4-6 Saat	62	11.097	5.108			
Çatışma	1 Saatten Az	25	23.520	6.640	20.158	0.000	3>1
	1-3 Saat	176	26.858	8.456			3>2
	4-6 Saat	62	35.919	15.912			

Araştırmaya katılım sağlayanların gün içerisinde sosyal medya kullanma süresine bakıldığında sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının anlamlı şekilde farklılaşmanın sağlandığı tablo 4.22’de görülmektedir ($F_{(2, 260)}=30,397$; $p<0.05$; $\eta^2=0,190$). İlgili farklılaşmanın sebebi; günlük sosyal medya kullanma süresi 1-3 saat olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=75,006$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1 saatten az olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=61,000$) yüksekte olduğudur. Günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=97,161$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1 saatten az olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=61,000$) yüksekte bir puana sahip olması şeklindedir. Günlük sosyal medya kullanım süresi 4-6 saat olanların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının ($\bar{x}=97,161$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1-3 saat olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ($\bar{x}=75,006$) yine daha yüksekte olduğudur.

Katılanların günlük sosyal medya kullanma süresi açısından meşguliyet puanlarının anlamlı şekilde farklılaştığı sonucuna tablo 4.22’de ulaşılmıştır ($F_{(2, 260)}=45,615$; $p<0.05$; $\eta^2=0,260$). Farklılaşmanın sebebi; günlük sosyal medya kullanma süresi 1-3 saat olanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=28,324$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1 saatten az olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=21,680$) yüksekte olduğudur. Günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=37,065$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1 saatten az olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=21,680$) yüksekte olduğudur. Günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların meşguliyet puanlarının ($\bar{x}=37,065$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1-3 saat olanların meşguliyet puanlarından ($\bar{x}=28,324$) yüksekte olduğudur.

Katılanların gün içerisinde sosyal medya kullanma süresine bakıldığında duygu durum düzenleme puanları anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tablo 4.22’de görülmektedir ($F_{(2, 260)}=11,005$; $p<0.05$; $\eta^2=0,078$). Bu farklılığın sebebi; günlük sosyal medya

kullanma süresi 1-3 saat olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=10,756$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1 saatten az olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=8,360$) yüksekte olduğu şeklindedir. Günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=13,081$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1 saatten az olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=8,360$) yüksekte olduğudur. Günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların duygu durum düzenleme puanlarının ($\bar{x}=13,081$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1-3 saat olanların duygu durum düzenleme puanlarından ($\bar{x}=10,756$) daha yüksekte olduğudur.

Katılanların günlük sosyal medya kullanma süresin açısından tekrarlamaya puanları anlamlı şekilde farklılık gösterdiği tablo 4.22’de tespit edilmiştir ($F_{(2, 260)}=8,806$; $p<0.05$; $\eta^2=0,063$). Farklılaşmanın sebebi; günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların tekrarlamaya puanlarının ($\bar{x}=11,097$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1 saatten az olanların tekrarlamaya puanlarından ($\bar{x}=7,440$) yüksekte olduğudur. Günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların tekrarlamaya puanlarının ($\bar{x}=11,097$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1-3 saat olanların tekrarlamaya puanlarından ($\bar{x}=9,068$) yüksekte olduğudur.

Katılanların günlük sosyal medya kullanma süresine göre çatışma puanları anlamlı şekilde farklılaşma sergilediği tablo 4.22’de tespit edilmiştir ($F_{(2, 260)}=20,158$; $p<0.05$; $\eta^2=0,134$). Farklılaşmanın sebebi; günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların çatışma puanlarının ($\bar{x}=35,919$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1 saatten az olanların çatışma puanlarından ($\bar{x}=23,520$) yüksekte olduğudur. Günlük sosyal medya kullanma süresi 4-6 saat olanların çatışma puanlarının ($\bar{x}=35,919$), günlük sosyal medya kullanma süresi 1-3 saat olanların çatışma puanlarından ($\bar{x}=26,858$) yüksekte olduğudur.

4.5. Evlilik Yaşamı Puanlarının Tanımlayıcı Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Evlilik yaşamı puanlarının tanımlayıcı özelliklere bakımından farklılaşp farklılaşmadığını incelemek için yapılan analiz neticesinde ulaşılan veriler aşağıda aktarılmıştır.

Evlilik yaşamı puanlarının cinsiyet açısından farklılaşp farklılaşmadığı bağımsız gruplar t-testi analiz yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.23’te sunulmuştur.

Tablo 4.23: Evlilik Yaşamı Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	t	sd	p
Evlilik Yaşamı Toplam	Erkek	88	37.477	9.969	0.295	261	0.768
	Kadın	175	37.120	8.887			

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.23'te ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Evlilik yaşamı puanlarının yaş açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.24'te sunulmuştur.

Tablo 4.24: Evlilik Yaşamı Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	35 ve Altı	118	38.534	8.812	1.501	0.215
	36-45	85	36.306	8.952		
	46-55	37	36.487	11.034		
	56 ve Üzeri	23	35.261	9.077		

Araştırmaya katılım sağlayanların evlilik yaşamı toplam puanları yaşa göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.24'te ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Evlilik yaşamı puanlarının eğitim durumu açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.25'te sunulmuştur.

Tablo 4.25: Evlilik Yaşamı Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	Lise Mezunu	34	36.618	9.538	0.119	0.949
	Ön Lisans Mezunu	23	37.391	8.548		
	Lisans Mezunu	151	37.159	9.589		
	Lisansüstü	55	37.782	8.567		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.25'te ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Evlilik yaşamı puanlarının eşle tanışma şekli açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.26'da sunulmuştur.

Tablo 4.26: Evlilik Yaşamı Puanlarının Eşle Tanışma Şekline Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	Görücü Usulü	81	37.086	8.734	0.756	0.555
	Arkadaş Ortamında	86	37.895	10.419		
	İnternet Aracılığı İle	14	38.000	7.369		
	Aile ve Akraba Ortamında	25	34.360	10.360		
	Okul Ortamında	57	37.544	7.933		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları eşle tanışma şekli bakımından anlamlı düzeyde farklılık göstermediği bulgusuna tablo 4.26’da ulaşılmıştır ($p>0.05$).

Evlilik yaşamı puanlarının evlilik süresi açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.27’de sunulmuştur.

Tablo 4.27: Evlilik Yaşamı Puanlarının Evlilik Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	1 Yıldan Az	14	42.214	9.673	1.066	0.383
	1-5 Yıl	61	36.721	10.161		
	6-10 Yıl	59	37.864	7.526		
	11-15 Yıl	42	36.976	8.967		
	16-20 Yıl	30	37.433	9.518		
	21-30 Yıl	32	35.031	10.814		
	30 Yıl ve Üzeri	25	37.280	8.178		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları evlilik süresine göre anlamlı düzeyde farklılaşmanın olmadığı tablo 4.27’de belirtilmiştir ($p>0.05$).

Evlilik yaşamı puanlarının eşle yaş farkı açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.28’te sunulmuştur.

Tablo 4.28: Evlilik Yaşamı Puanlarının Eşle Yaş Farkına Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	Yaş Farkı Yok	64	35.922	11.153	1.007	0.367
	1-5 Yıl	160	37.488	8.555		
	6 Yıl ve Üzeri	39	38.385	8.509		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları eşle yaş farkına göre anlamlı biçimde farklılaşmadığı neticesi tablo 4.28'te belirtilmiştir ($p>0.05$).

Evlilik yaşamı puanlarının çocuk sayısı açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.29'da sunulmuştur.

Tablo 4.29: Evlilik Yaşamı Puanlarının Çocuk Sayısına Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	Çocuk Sahibi Değilim	51	38.706	9.870	0.711	0.546
	1	60	37.433	8.913		
	2	99	36.394	8.863		
	3 ve Üzeri	53	37.189	9.765		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanlarının çocuk sayısı bakımından anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı neticesine tablo 4.29'da varılmıştır ($p>0.05$).

Evlilik yaşamı puanlarının sosyal medya kullanma süresi açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.30'da sunulmuştur.

Tablo 4.30: Evlilik Yaşamı Puanlarının Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	1-3 Yıl	16	36.750	6.894	0.966	0.409
	4-6 Yıl	48	38.688	7.839		
	7-11 Yıl	93	36.086	9.123		
	11 Yıl ve Üzeri	106	37.670	10.184		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları sosyal medya kullanma süresi bağlamında anlamlı bir farklılık bulunmadığı sonucuna tablo 4.30'da ulaşılmıştır ($p>0.05$).

Evlilik yaşamı puanlarının kişilerin sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.31'de sunulmuştur.

Tablo 4.31: Evlilik Yaşamı Puanlarının Sosyal Medya Hesaplarında Kendi İsmi Kullanma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	Evet	236	37.292	9.398	0.038	0.963
	Hayır	10	36.700	6.447		
	Bazılarında	17	36.824	8.869		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma durumuna göre tablo 4.31’de anlamlı şekilde farklılaşmamaktadır ($p>0.05$).

Evlilik yaşamı puanlarının çalışma durumu açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.32’de sunulmuştur.

Tablo 4.32: Evlilik Yaşamı Puanlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	Çalışıyorum	200	37.365	9.511	0.839	0.433
	Çalışmıyorum	48	37.646	7.470		
	Emekliyim	15	34.267	10.780		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları çalışma durumu açısından anlamlı düzeyde farklılaşmanın olmadığı tablo 4.32’de tespit edilmiştir ($p>0.05$).

Evlilik yaşamı puanlarının aylık kazanç açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.33’te sunulmuştur.

Tablo 4.33: Evlilik Yaşamı Puanlarının Aylık Kazanca Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	20000 TL ve Altı	36	37.278	8.561	0.429	0.733
	20001-30000 TL	111	37.613	8.367		
	30001-40000 TL	64	36.125	10.899		
	40001 TL ve Üzeri	52	37.789	9.432		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları aylık kazanca göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.33’te ulaşılmıştır ($p>0.05$).

Evlilik yaşamı puanlarının günlük sosyal medya kullanma süresi açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.34’te sunulmuştur.

Tablo 4.34: Evlilik Yaşamı Puanlarının Günlük Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Evlilik Yaşamı Toplam	1 Saatten Az	25	37.480	9.592	1.027	0.360
	1-3 Saat	176	37.722	8.305		
	4-6 Saat	62	35.774	11.410		

Katılanların evlilik yaşamı toplam puanları günlük sosyal medya kullanma süresi bakımından anlamlı farklılığa sahip olmadığı tablo 4.34'te görülmektedir ($p>0.05$).

4.6. İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Tanımlayıcı Özelliklere Göre Karşılaştırılması

İlişkilerde mutluluk puanlarının tanımlayıcı özelliklere bakımından farklılaşp farklılaşmadığını incelemek için yapılan analiz neticesinde ulaşılan bulgular aşağıda paylaşılmıştır.

İlişkilerde mutluluk puanlarının cinsiyet açısından farklılaşp farklılaşmadığı bağımsız gruplar t-testi analiz yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.35'te sunulmuştur.

Tablo 4.35: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	t	sd	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	Erkek	88	33.125	8.617	0.174	261	0.862
	Kadın	175	32.949	7.323			

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları cinsiyet bakımından anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.35'te ulaşılmıştır ($p>0,05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının yaş açısından farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.36'da sunulmuştur.

Tablo 4.36: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	35 ve Altı	118	34.297	6.663	2.514	0.059
	36-45	85	32.624	6.756		
	46-55	37	31.081	11.119		
	56 ve Üzeri	23	30.913	9.209		

Bu araştırmaya katılım sağlayanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları yaş bakımından anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.36'da ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının eğitim durumu açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.37'de sunulmuştur.

Tablo 4.37: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	Lise Mezunu	34	32.147	7.917	0.246	0.864
	n Lisans Mezunu	23	33.913	7.410		
	Lisans Mezunu	151	33.020	7.830		
	Lisansüstü	55	33.127	7.787		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları eğitim durumu kapsamında anlamlı düzeyde farklılığa uğramadığı sonucuna tablo 4.37'de ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının eşle tanışma şekli açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.38'de sunulmuştur.

Tablo 4.38: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Eşle Tanışma şekline Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	Görücü Usulü	81	33.309	7.816	0.641	0.634
	Arkadaş Ortamında	86	33.116	7.980		
	İnternet Aracılığı İle	14	32.643	8.509		
	Aile ve Akraba Ortamında	25	30.720	7.982		
	Okul Ortamında	57	33.509	7.154		

Katılım sağlayanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları eşle tanışma şekli bakımından anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.38'de ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının evlilik süresi açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.39'da sunulmuştur.

Tablo 4.39: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Evlilik Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	1 Yıldan Az	14	35.286	8.213	1.192	0.311
	1-5 Yıl	61	33.197	6.608		
	6-10 Yıl	59	33.932	6.475		
	11-15 Yıl	42	32.881	7.376		
	16-20 Yıl	30	33.233	7.718		
	21-30 Yıl	32	29.938	11.205		
	30 Yıl ve Üzeri	25	32.960	8.127		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları evlilik süresine bağlamında anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulgusuna tablo 4.39’da ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının eşle yaş farkı açısından farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.40’da sunulmuştur.

Tablo 4.40: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Eşle Yaş Farkına Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	Yaş Farkı Yok	64	31.656	9.637	2.062	0.129
	1-5 Yıl	160	33.106	7.189		
	6 Yıl ve Üzeri	39	34.821	6.236		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları eşle yaş farkı kapsamında anlamlı farklılık sergilemediği sonucuna tablo 4.40’da ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının çocuk sayısı açısından farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.41’de sunulmuştur.

Tablo 4.41: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Çocuk Sayısına Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	Çocuk Sahibi Değilim	51	33.784	7.289	0.892	0.446
	1	60	33.983	6.560		
	2	99	32.172	7.891		
	3 ve Üzeri	53	32.717	9.128		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları çocuk sayısı açısından anlamlı şekilde farklılaşmadığı bulgusuna tablo 4.41’de ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının sosyal medya kullanma süresi açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.42’de sunulmuştur.

Tablo 4.42: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	1-3 Yıl	16	32.813	7.687	1.134	0.336
	4-6 Yıl	48	34.792	5.950		
	7-11 Yıl	93	32.280	7.485		
	11 Yıl ve Üzeri	106	32.868	8.664		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları sosyal medya kullanma süresi kapsamında anlamlı bir farklılaşmaya uğramadığı tablo 4.42’de görülmüştür ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının kişinin sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanması açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.43’te sunulmuştur.

Tablo 4.43: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Sosyal Medya Hesaplarında Kendi İsmi Kullanma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	Evet	236	33.119	7.676	0.310	0.734
	Hayır	10	32.800	5.996		
	Bazılarında	17	31.588	9.950		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.43’te ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının çalışma durumu açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.44’te sunulmuştur.

Tablo 4.44: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	Çalışıyorum	200	33.050	7.883	1.700	0.185
	Çalışmıyorum	48	33.875	6.122		
	Emekliyim	15	29.667	10.210		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları çalışma durumu bakımından anlamlı şekilde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.44'te ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının aylık kazanç açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.45'te sunulmuştur.

Tablo 4.45: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Aylık Kazanca Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	20000 TL ve Altı	36	33.028	6.653	0.939	0.422
	20001-30000 TL	111	33.514	7.225		
	30001-40000 TL	64	31.625	8.708		
	40001 TL ve Üzeri	52	33.615	8.348		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları aylık kazanç bakımından anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna tablo 4.45'te ulaşılmıştır ($p>0.05$).

İlişkilerde mutluluk puanlarının günlük sosyal medya kullanma süresi açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılarak hesaplanmış olup ulaşılan bulgular aşağıda yer alan tablo 4.46'da sunulmuştur.

Tablo 4.46: İlişkilerde Mutluluk Puanlarının Günlük Sosyal Medya Kullanma Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
İlişkilerde Mutluluk Toplam	1 Saatten Az	25	32.080	9.950	1.790	0.169
	1-3 Saat	176	33.636	6.812		
	4-6 Saat	62	31.597	9.127		

Katılanların ilişkilerde mutluluk toplam puanları günlük sosyal medya kullanma süresi açısından anlamlı şekilde farklılaşmadığı bulgusuna tablo 4.46'da ulaşılmıştır ($p>0.05$).

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu kısımda mevcut çalışmamızın bulguları göz önünde bulundurularak araştırmadan elde edilen sonuçlar, benzer araştırma sonuçları üzerinden tartışılmıştır. Ayrıca bu kısımda önerilere de yer verilmektedir

5.1 Sonuç ve Tartışma

Gerçekleştirilen araştırmanın bu başlığı altında yapılan çalışma dahilinde ulaşılan sonuçlar, benzer araştırmaların bulguları üzerinden tartışılmaktadır. Bu araştırmada sosyal medya bağımlılığı, evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluk olarak isimlendirilen üç temel değişken incelenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı; sosyal medyanın aşırı kullanımının getirmiş olduğu devamlı çevrimiçi kalma arzusu, sosyal medya araçlarını aşırı şekilde kullanma, yüz yüze olan durumlarda dahi sosyal ağlara odaklanmadan vazgeçmeme ve yüz yüze iletişim kurmaya özen göstermeme ve uzaklaşma, günlük hayatta sosyal ilişkilerin hasar alması, internete erişim olmadığı zamanlarda huzursuzluk ve yoksunluk durumu ve sosyal medyada hesaplarında takip edilenlerle kendi yaşamını kıyaslama dürtüsünün ortaya çıkması şeklinde ifade edilebilir. Evlilik yaşamı; evli bireylerin, evlilik hayatlarının ne şekilde olduğunu ve nasıl sürdürüldüğünü ifade eden yani eşlerin demografik özellikleri bağlamında evlilik beklentileri, evlilik uyumu ve evlilik doyumu kavramlarını ele alan bir olgu olduğunu düşünebiliriz. İlişkilerde mutluluk ise sevgi, genel yaşamsal memnuniyet, ilişkinin sürdürülebilir olması, problemlerin şiddeti ve ilişkiye olan bağlılık seviyesiyle alakalı algılamaları içerdiği söylenebilir. Bu araştırma kapsamında evli bireylerde sosyal medya bağımlılığının, evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluğa etkisi incelenmektedir. Literatüre bakıldığında bu üç değişkeni aynı anda inceleyen bir araştırma ile karşılaşmamıştır. Bu nedenle tartışmada değişkenlerden birinin ya da ikisinin bulunduğu araştırmalar üzerinden bir değerlendirme yapılmaktadır.

5.1.1. Evli Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Evlilik Yaşamı ve İlişkisel Mutluluk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Bu araştırmada sosyal medya bağımlılığı toplam ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutları olarak ifade edilen meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma ile evlilik yaşamı toplam ve ilişkilerde mutluluk toplam puanları arasında

korelasyon analizleri ortaya konmuştur. Korelasyon sonuçlarına göre; evlilik yaşamı ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanları arasında negatif zayıf, evlilik yaşamı toplam puanı ile meşguliyet arasında negatif çok zayıf, evlilik yaşamı toplam puanı ile duygu durum düzenleme arasında negatif zayıf, evlilik yaşamı toplam puanı ile çatışma arasında negatif zayıf, ilişkilerde mutluluk toplam puanı ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanına bakıldığında bu ikisi arasında da negatif çok zayıf, ilişkilerde mutluluk toplam puanı ile meşguliyet arasında yine negatif çok zayıf, ilişkilerde mutluluk toplam puanı ile duygu durum düzenleme arasında benzer şekilde negatif çok zayıf ve ilişkilerde mutluluk toplam puanı ile çatışma arasında negatif yönlü zayıf korelasyon sonucuna varılmıştır.

Evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluk değişkenleri arasındaki ilişkiye bakıldığında ise bu iki değişkenin korelasyon ilişkileri istatistik açısından anlamlı bulunamamıştır. Ancak Kavak (2018: 74) evlilik doyum seviyesi ile çatışma yönetimi biçimi arasındaki ilişki incelenmiş ve evlilikten düşük doyum alan bireylerin, çatışmaya daha düşmanca ve sert bir tavırla başladıkları, bununla birlikte evlilik doyumunu yüksek olan kişilerin ise çatışma durumunda daha onaylayıcı ve yumuşak bir tavırla yaklaştıkları tespitine varmıştır. Evlilik yaşamı genel doyumunu azaldıkça eşler arası çatışmalardaki şiddetin arttığı bu durumda ilişkilerde mutluluğu etkileyebileceği düşünülmektedir.

Yapılan araştırma sonucunda evli bireylerin sosyal medya bağımlılığı ile hem evlilik yaşamı hem de ilişkisel mutluluk açısından anlamlı negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmektedir. Evli bireylerde sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça evlilik yaşamının ve ilişkisel mutluluğun azalabileceği ya da sosyal medya bağımlılık düzeyi azaldıkça evlilik yaşamı ve ilişkisel mutluluğu artırabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Dinçsoy (2021: 59) 197 romantik ilişkiye sahip katılımcılarla yaptığı bir araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile evlilik ilişkisindeki genel doyum arasında negatif düzeyde anlamlı bir ilişkinin bulunduğu görülmüştür. Güleç (2018) sosyal medyaya ayrılan zaman arttıkça aile bireyleri ya da eşler arasındaki ilişkinin azaldığını ifade etmektedir. Zahra, Zoghi ve Ebrahimi' nin Hindistan'da (2015: 709-717), evli üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ve Facebook kullanımının evlilik doyumunu ile duygusal boşanma üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, evlilik doyumunu ile internet bağımlılığı ve Facebook kullanımı arasında ters yönlü bir ilişki ortaya çıkmış bu araştırma ile paralel bir sonuç edilmiştir. Block (2008: 306-307) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, sosyal medya bağımlılığının evlilik uyumu ile

sosyal medyada aşırı zaman harcanması gibi durumların birbirini olumsuz yönde etkilediği bulunmuştur. Bu çalışmaya yakın şekilde, Davis (2001: 185-195) sosyal medyanın aşırı kullanımı eşlerin evlilik sorumluluklarını ve aktivitelerini olumsuz etkileyerek, bu durum eşlerin evlilik uyumlarına zarar vermektedir. Literatürde yer alan bahsi geçen çalışmalara bakıldığında sosyal medya kullanım düzeyinin artması evlilik yaşamından elde edilen doyumunu azalttığı vurgulanmıştır. Longstreet ve Brooks (2017: 73-77) 251 katılımcının bulunduğu bir araştırmasında sosyal medya kullanımıyla yaşam doyumunu arasındaki ilişkinin negatif yönlü olduğu saptanmış ve yaşam doyumunun artmasıyla birlikte sosyal medya bağımlılığının azaldığı sonucu ortaya çıkmıştır. Yeni evlilerde bağımlı ve takıntılı sosyal medya kullanımının ilişkisel sonuçlarını inceleyen bir boylamsal çalışmada elde edilen bulgular, sosyal medya kullanım sıklığına odaklanmak yerine, takıntılı ve aşırı sosyal medya kullanımı incelenmiş, inceleme bulguları ilişki standartlarını olumsuz yönde etkilediğini göstermiştir (Finkenauer, Kerkhof ve Muusses, 2008: 77-84). Bu sonuçlar, sosyal medyanın bir ilişkide abartılı bir biçimde kullanılmasının, ilişki standartları üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamaktadır. Bu durum, çiftlerin birbirleriyle olan ilişkilerinde sağlıklı sınırlar belirleme ve sosyal medya kullanımını dengeleme konusunda dikkatli olmalarının önemini ortaya koymaktadır. Hawi ve Samaha (2016: 576-586) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, sosyal medya bağımlılığı, kişideki benlik saygısı ve yaşamsal memnuniyet arasındaki ilişkiler incelenmiştir. İlgili çalışmanın sonuçlarına göre, sosyal paylaşım sitelerinin kullanımının doğrudan yaşam doyumunu üzerinde etkili olmadığı belirlenmiş, ancak yaşamdan alınan memnuniyetle pozitif bir ilişki gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, sosyal medyanın bireylerin yaşam memnuniyetini olumlu yönde etkileyebileceğini göstermektedir. Ancak, araştırmacılar bu pozitif etkinin sınırlarını vurgulamış ve sosyal medya bağımlılığının uzun vadede olumsuz etkilerinin göz ardı edilmemesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu durum, aşırı sosyal medya kullanımının, bireylerin genel yaşam memnuniyeti üzerinde olumsuz etkilere yol açabileceği anlamına gelmektedir.

5.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Evli Bireylerde Evlilik Yaşamı ve İlişkisel Mutluluğa Etkisini İncelenmesi

Bu araştırmada, tanımlayıcı özellikler bakımından ölçme seviyelerindeki farklılıkları belirlemek için bağımsız gruplar t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve post hoc analiz yöntemlerinden (Tukey, LSD) yararlanılarak inceleme gerçekleştirilmiştir.

Sosyal medya bağımlılığının evlilik yaşamını yordayıp yordamadığını belirleyebilmek amacıyla yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmaktadır. Bu durum bakımından sosyal medya bağımlılığının, evlilik yaşamı düzeyini azalttığı görülmektedir. Aynı şekilde sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilerde mutluluk arasındaki sebep sonuç ilişkisini belirlemek üzere regresyon analizine başvurulmuştur. Söz konusu analizin anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı ilişkilerde mutluluk düzeyini azalttığı ifade edilebilir. Evlilikten tatmin olan ve ilişkide kendisini mutlu hisseden bireylerin, sosyal medyaya daha az bağımlı oldukları görülmüş; aynı zamanda, düşük sosyal medya kullanımı olan evli bireylerin evlilikten daha fazla memnuniyet sağladığı bulunmuştur. Bu durumun arkasında, sosyal medya bağımlılığının sonuçlarından biri olan çevrimiçi zamanın ağırlıklı olması, sanal iletişimin artmasıyla birlikte gerçek hayattaki eşle paylaşımların azalması ve görevlerin yerine getirilmesinde zorluklar gibi etmenlerin evlilik memnuniyetini olumsuz etkileyebileceği düşünülebilir.

Rompaey ve diğerleri (2002: 189-206) yapmış oldukları bir araştırmada aile üyelerinin internet kullanımı arttıkça bu durumun aile içi çatışmaları beraberinde getirdiği vurgulanmıştır. Buradan hareketle evlilikler sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkması evlilik yaşamını ve evlilikteki bireyin mutlu hissetme durumunu etkileyebileceği düşünülmektedir. Güleç (2018: 105-120) yaptığı araştırmada evlilikte sosyal medya bağımlılığının eşler arası boşanma gerekçelerin bir tanesi olabileceğini, boşanma yüzdesini yükseltici bir etkisinin olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Eşlerin sosyal medyadan kaynaklı birbirlerine zaman ayıramama durumu, sosyal medya kullanımlarındaki eylemleri gibi nedenlerin boşanma kararını etkileyen unsurlar olduğu düşünülebilir. Kalaman ve Çelik (2019: 449) yapmış olduğu nitel bir araştırmada sosyal medya kullanımdaki aşırılığın eşlerin boşanmasına neden olan etkenlerden biri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Castells, (2005: 477) yapmış olduğu araştırmada sosyal medya, evli bireyler arasında iletişimin azalmasına, depresyonun artmasına, sosyal çevrenin daralmasına ve yalnızlık duygularının güçlenmesine sebep olabildiği sonucuna ulaşmıştır. Aylıkçı (2018: 90-96) problemlili internet kullanımının evlilik doyumuna olan etkisine bakmış problemlili internet kullanımının evlilik doyumunu etkilediği yani azalttığı sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen sonuçlar bu araştırmanın sonucunu destekler niteliktedir.

Sosyal medya bağımlılığının alt boyutları olarak ifade edilen meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışmanın evlilik yaşamını yordayıp yordamadığını tespit edebilmek maksadıyla yapılan regresyon analizi anlamlı olarak görülmüştür. Bu kapsamda meşguliyet alt boyutu ile tekrarlama alt boyutunun evlilik yaşam düzeyini etkilemediği, duygu durum düzenleme alt boyutu ve çatışma alt boyutlarının evlilik yaşam düzeyini azalttığı sonuçlarına ulaşılmaktadır. Bu bilgilerden hareketle Sosyal medya bağımlılığının kişinin duygu dünyasını etkilemesi ve sosyal medya bağımlılığından kaynaklı kişinin çatışmalar yaşamının evlilik yaşam doyumunu azaltabileceği anlaşılmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığının alt boyutları olarak ifade edilen meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışmanın ilişkilerde mutluluğu yordayıp yordamadığını belirleyebilmek maksadıyla ortaya konulan regresyon analizi anlamlı olarak tespit edilmektedir. Bu bağlamda meşguliyet alt boyutu, tekrarlama alt boyutu ve çatışma alt boyutunun ilişkilerde mutluluk düzeyini etkilemediği ancak duygu durumu düzenleme alt boyutunun ilişkilerde mutluluk düzeyini azalttığı görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığının duygu durumuna olan yansımalarının ilişkisel mutluluğu azalttığı sonucuna ulaşılmaktadır.

5.1.3. Evli Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi

Sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını bakıldığında sadece çatışma alt boyutunun kadın ve erkek durumu açısından anlamlı düzeyde farklılaştığı, erkeklerin çatışma puanlarının kadınlardan yüksek bulunduğu bulgusuna ulaşılmaktadır. Yani Sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet alt boyutu, duygu durum düzenleme alt boyutu ve tekrarlama alt boyutu puanları ise anlamlı farklılık göstermemektedir. Buradan hareketle sosyal medya bağımlılığının bireyin hayatında çatışmaya sebep olması erkeklerde daha çok gözükmemektedir. Enginyurt (2019) çalışmasında, erkek katılımcıların sosyal medya bağımlılığının kadınlara kıyasla daha yaygın olduğunu tespit etmiştir. Aynı şekilde, Leung ve Lee'nin (2012: 403-418) Hong Kong'ta gerçekleştirdiği bir araştırmada da internet bağımlılığının erkekler arasında daha yaygın olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, Konuk'un (2019) çalışmasında kadınlardaki sosyal medya bağımlılık seviyesinin erkeklere oranla yüksekte olduğu belirtilmiştir. Bu farklılıklar, cinsiyetin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkilerinin karmaşık ve bağlamdan bağımsız olmadığını göstermektedir.

Sosyal medya bağımlılığının yaşa göre farklılaşma durumu ele alınmıştır. Ulaşılan sonuçlara bakıldığında; Araştırma katılımcılarının yaşa göre sosyal medya bağımlılığı toplam puanları, meşguliyet puanları, duygu durum düzenleme puanları, tekrarlama puanları ve çatışma puanları bakımından anlamlı farklılık göstermektedir. 35 yaş ve altında olanların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin üst yaş gruplarından yüksek olduğu görülmektedir. Bu netice, daha önce gerçekleştirilmiş diğer araştırmalarla da desteklenmektedir. Ülkemizde çeşitli bölgelerde yapılan üç ayrı çalışma, yaş değişkeni ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında ters yönlü bir ilişkinin bulunduğunu ortaya koymuştur. İlgili araştırmaların sonuçlarına odaklanıldığında, daha genç yaş grubundaki katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri, yaşça daha büyük katılımcılara kıyasla daha yüksek bulunmuş olduğu görülmüştür (Duman, 2019; Enginyurt, 2019; Beyler, 2019). Bu veriler, genç bireylerin sosyal medya bağımlılığı konusunda daha duyarlı olabileceğini ve yaşın sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerinde etkili bir faktör olabileceğini göstermektedir. Araştırmaların bazılarında genç erişkinlerde, orta erişkinlerde ve orta yaş gruplarında internet bağımlılığının daha fazla geliştiğini ortaya konulmuştur. (Griffiths, 1996: 32-36).

Sosyal medya bağımlılığının eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığına bakıldığında; Katılımcıların duygu durum düzenleme alt boyutuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmekte olup sosyal medya bağımlılığı toplam puanı, meşguliyet, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarının eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda araştırmada lisans ve lisansüstü eğitim durumuna sahip evli bireylerin sosyal medya bağımlılığının mevcut duygu durumlarına etkisi bakımından diğer alt eğitim düzeylerine göre daha yüksek olduğu sonucu çıkarılmaktadır. Keçeli (2020: 60-86) yapmış olduğu araştırmasında sosyal medya bağımlılığının eğitim durumuna göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Sosyal medya bağımlılığının eşle tanışma şekline göre duygu düzenleme alt boyutu ile anlamlı farklılık gösterdiği yani okul ortamında tanışanların görücü usulü tanışanlardan yüksek puana sahip olduğu, okul ortamında tanışanların arkadaş ortamında tanışanlardan yüksek puanda olduğu ve okul ortamında tanışanların aile ve akraba ortamlarına tanışanlara göre puanlarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulgular, sosyal medya bağımlılığının duygu düzenleme üzerindeki etkilerinin, eşle tanışma şekli bağlamında çeşitlilik gösterebileceğini anlamına gelebilir. Diğer alt

boyutlarda eşle tanışma şekli olarak anlamlı farklılık görülmemektedir. Dalan (2020: 118) sosyal medya bağımlılığı ile evlilik biçimlerini etkilemediği sonucuna ulaşmıştır.

Sosyal medya bağımlılığının evlilik süresine göre farklılık gösterip göstermediğine bakıldığında tüm alt boyut toplam puanlarının anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır. Evlilik süresinde geçirilen yıl sayısı az olan bireylerin uzun yıllardır evli olan bireylere göre tüm alt boyutlarda puanı yüksek çıkmaktadır. Bu durum düşük yıl sayısına sahip evliliklerdeki kişilerin daha çok sosyal medya ile vakit geçirdiği, uzun süreli evliliklere sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığından daha uzak bir profil çizdiği şeklinde düşünülebilir. Aylıkçı (2018: 90-96) yapmış olduğu araştırmada evlilik sürelerinin az katılımcılarda problemlerle internet kullanımının daha fazla olduğu görülmüştür.

Sosyal medya bağımlılığının eşle yaş farkına göre farklı olup olmadığına bakıldığında eşle yaş farkının sadece duygu durum düzenleme alt boyutu ile anlamlı farklılık gösterdiği görülmekte olup diğer alt boyutlar ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarına bakıldığında anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır. Burada eşle yaş farkı olmayan evli bireylerin eşi ile 6 yıl ve üzeri yaş farkı olanlara göre daha çok sosyal medya bağımlılıklarının duygu durumlarını etkilediği şeklinde ifade edilebilir.

Sosyal medya bağımlılığı ile çocuk sayısı arasında sosyal medya bağımlılığı toplam puanları, meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyutları açısından anlamlı farklılık gösterdiği ancak tekrarlar alt boyutu ile çocuk sayısı arasında anlamlı fark çıkmadığı sonucu elde edilmektedir. Sosyal medya bağımlılığında tekrar tekrar sosyal medyaya girme dürtüsü yaşamamanın çocuk sayısı anlamında bir farklılık ortaya çıkmasa da az sayıda ya da hiç çocuğu olmayan evli bireylerin sosyal medya bağımlılığın yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Aylıkçı (2018: 90-96) yapmış olduğu araştırmada bu araştırmayı destekler nitelikte olup hiç çocuk sahibi olmayan ya da az sayıda çocuğu olanların daha fazla problemlerle internet kullanımında olduğunu saptamıştır.

Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım süresi açısından çatışma alt boyutu ile anlamlı farklılığın görüldüğü ancak sosyal medya toplam ve diğer alt boyutlar anlamında bir farklılığa rastlanmadığı anlaşılmaktadır. 11 yıl arası sosyal medya kullanıcı evli bireylerin 4-6 yıldır sosyal medya kullanıcı olan evli bireylerden

daha çok sosyal medya bağımlılığı nedeniyle çevresi ile çatışma yaşadığı anlaşılmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma durumu ve çalışma durumu bakıldığında anlamlı bir farklılığa ulaşılmamaktadır. Aynı zamanda çalışma durumu açısından katılanların sosyal medya bağımlılığı toplam, meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutuna ait puanlar çalışma durumuna göre anlamlı şekilde farklılık göstermemektedir. Sosyal medya bağımlılığının çalışma durumunda bir değişikliğe yol açmadığı düşünülebilir. Dalan (2020: 118) yapmış olduğu araştırmasında bu bulguya paralel şekilde sonuç elde etmiştir.

Sosyal medya bağımlılığı aylık kazanç durumuna göre duygu durum alt boyutu açısından anlamlı farklılık göstermekte olup sosyal medya toplamı ve diğer alt boyutlarda anlamlı farklılığa ulaşamamaktadır. 20.001-30.000 TL ile 30.001-40.000 TL gelir düzeyine sahip evli bireylerin 20.000 TL ve altı gelir durumu olan evli bireylerden sosyal medya bağımlılığı nedeniyle duygu durumlarının daha çok etkilendiğini düşünebiliriz. Leung ve Lee'nin (2012: 403-418) Hong Kong'ta yaptığı araştırmada da düşük gelire sahip ailelerdeki ergen katılımcılarda internet bağımlılığının daha sık gözlemlendiği belirlenmiştir.

Sosyal medya bağımlılığının katılımcıların gün içerisindeki sosyal medya kullanım süreleri açısından sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyutlarında anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmektedir. Bu durumda evli bireylerde gün içindeki sosyal medya kullanım süreleri uzadıkça sosyal medya bağımlılığının daha çok ortaya çıktığı görülmektedir. Kalaman ve Çelik (2019: 424-453) gerçekleştirdiği araştırmada, sosyal medyanın aşırı kullanımının süresel olarak, eşler arasındaki etkileşimi ve iletişimi olumsuz yönde etkilediği bulunmuştur. Bu sonuçlar, sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte çiftler arasında kurulan bağlantının azaldığını ve iletişimin olumsuz bir şekilde etkilendiğini göstermektedir. Sosyal medyanın sürekli kullanımının, eşler arasındaki kaliteli etkileşimi engelleyebileceği ve bu durumun ilişkiyi olumsuz yönde etkileyebileceği öne çıkmaktadır. Bu nedenle, çiftlerin sosyal medya kullanımını dengeli bir şekilde yönetmeleri ve zamanlarını birbirleriyle geçirmeye özen göstermeleri ilişkileri için önemli olabilir.

5.1.4. Bireylerin Evlilik Yaşantıları İle Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlarda; evlilik yaşamının yani eşlerin evlilik yaşamından elde ettikleri genel doyumun cinsiyete, yaşa, eğitim durumuna, eşle tanışma şekline, evlilik süresine, eşle yaş farkına, çocuk sayısına, sosyal medya kullanma süresine, sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma durumuna, çalışma durumuna, aylık gelir durumuna ve gün içerisinde sosyal medya kullanım süresi bakımından anlamlı şekilde farklılık göstermemektedir. Evli bireyler bahsi geçen demografik farklılıklara sahip olsa da evlilik doyum düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir.

Demiray (2006:47-54) bazı sosyodemografik değişkenlerin evlilik uyumunu etkilediğini söylemektedir. Yapılan çalışmada çiftlerin yaşları, evlilikte geçirilen süre ve aileleri ziyaret şeklindeki değişkenler ile evlilik uyumu arasında anlamlı ilişkiler gözlemlenmektedir. Yalçın (2014:250-261) kadınların sosyodemografik özelliklerinin evlilik uyumunu etkileyip etkilemediğini incelediği araştırmada kadınların yaşları ile evlilik uyumları arasında anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Yaş artıkça evlilik uyumu puanlarının arttığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Şendil ve Korkut (2012: 15-34) eşlerin evlilik uyumunu demografik özellikler açısından incelediği bir araştırmasında, düşük öğrenim düzeyine sahip bireylerin evliliklerinde iletişim, sevgi ifade etme, fikir alışverişi ve beraberce vakit geçirme anlamında daha fazla uyumsuzluk yaşadıklarını ifade etmektedir. Çalışmanın devamında eğitim düzeyleri bakımından ilkökul eğitime sahip bireylerin, ortaokul ve üstü eğitim düzeyine sahip olanlara göre daha fazla evlilik çatışması yaşadığı ve daha az evlilik ilişkisine dair tatmin ve duygusal doyum yaşadığı belirtilmektedir. Bu sonuçlar, eğitim düzeyi düşük bireylerin ilişkilerinde, ilişkinin kalite durumunu ortaya koyan konularda çatışma yaşadıklarını göstermektedir. Yine aynı araştırmada düşük ekonomik seviyedeki bireylerin, orta ve yüksek ekonomik seviyedeki kişilere göre daha düşük evlilik uyumu gösterdikleri, orta ekonomik seviyedeki bireylerin ise yüksek ekonomik seviyedekilere göre de daha düşük evlilik uyumu gösterdikleri saptanmaktadır. Öte yandan karşılıklı anlaşma ile evlenen bireylerin, görücü usulü ile evlilik yapanlara kıyasla daha yüksek düzeyde tatmin ve uyum gösterdikleri ifade edilerek evlilik süresi uzun olan eşlerin, kısa süreli evlilikleri olanlara oranla daha fazla evlilik çatışması yaşadığı ve evlilik uyumlarının daha düşük olduğu ortaya

konulmaktadır. Ayrıca araştırmada çocuk sayısının artışının, bireylerin evlilik kalitesini dūřürdüęü de tespit edilmektedir. Evlilik genel doyumunu etkileyen faktörlerden biri de evlilik beklentilerinin gerçekleşme düzeyidir (atal ve Kalkan, 2019: 180; Demir ve Durmuř, 2015: 639; Özsoysal, Bař ve Aysan, 2016: 121). Bu açıdan değerlendirildiğinde Evlilik beklentisine dair yapılan çalışmalarda evli bireylerin iletişim biçimleri, karşılıklı cinsel tatmini içeren cinsel yaşamı, problem zamanlarında destek olma Őekilleri, ekonomik düzey ve karşılıklı sevgiyi yaşama ve yansıtmasının etkili olduğu görülmektedir (Bradbury, Fincham ve Beach, 2000: 964-980; Sokolski ve Hendrick, 1999:39-49; Waller ve McLanahan, 2005: 53-62; Dilmaç ve Sakarya, 2020: 8). Demir-Erbil ve Hazer (2018: 99-11) 400 evli bireyin katılım sağladığı, çalışan bireylerin evlilik uyumlarını inceleyen araştırmasında evlilikteki uyum düzeyi, yař durumu, eğitim durumu, çalışma durumu, aylık kazanç durumu, evlilikte geçirilen süre, evlenme Őekli ve çocuk sayıları arasında anlamlı ilişkinin olduğu ancak cinsiyet ve görev arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmadığı görülmektedir.

Yapılan bazı araştırmalarda evlilik doyumunun cinsiyet durumları açısından farklılık göstermediği sonuçlarına ulaşıldığı ve cinsiyet durumu açısından bu çalışmada alınan sonuca paralellik gösterdiği görülmektedir (Kabasal ve Soylu, 2016; Kubat, 2012; Tařköprü, 2013). Tuzca' da (2017) yař arttıķça evlilik doyumunun arttığı gözlenirken Tařköprü (2016) genç yaşta olan evli bireylerin evlilik doyumlarının daha yüksek olduğu neticesine varmıştır. Yıldız (2013) ve Sancaktar (2016) ise farklı yaşlarda olan evli bireylerin evlilik doyumlarını benzer bulmuştur. Eęitim değişkeni açısından bakıldığında Yıldız (2013) eğitim seviyesinin artması ile evlilik doyumunun arttığını söylerken aę ve Yıldırım (2016) eğitim seviyesi arttıķça evlilik doyumunun dūřtüęünü ortaya koymuştur.

5.1.5. Bireylerin İlişisel Mutluluk ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi

Yine elde edilen sonuçlarda ilişkilerde mutluluk toplam puanları ile cinsiyete, yaşa, eğitim durumuna, eşle tanışma Şekline, evlilik süresine, eşle yaş farkına, çocuk sayısına, sosyal medya kullanma süresine, sosyal medya hesaplarında kendi ismini kullanma durumuna, çalışma durumuna, aylık gelir durumuna ve gün içerisinde sosyal medya kullanma süresi açısından anlamlı farklılık elde edilmemektedir. Evli bireyler

bahsi geçen demografik farklılıklara sahip olsa da ilişkilerde mutluluk düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir.

Göksel ve Çirkin (2016: 55-71) yaptıkları bir araştırmada kadın bireylerin evlilikte erkek bireylere oranla daha mutlu olduğunu ortaya koymuştur. Diğer tanımlayıcı özellikler açısından bu araştırma sonuçları ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Ayrıca literatüre bakıldığında gelir düzeyi arttıkça ilişkilerde mutluluk düzeyin arttığı gözlemlenmektedir (Koyuncu, 2019; Kubat, 2012; Sancaktar, 2016; Taşköprü, 2013). Fakat bu çalışmada kazanç düzeyi farklılıkları olan evli bireyler birbirine yakın mutluluk düzeylerine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Koyuncu' ya (2019: 57-64) göre tanışma yoluyla evlenenlerin diğer evlenme biçimleriyle evlilik yapanlardan evlilikte daha mutlu olduğu ifade edilmiştir. Bu araştırmada ise evlenme biçimlerinin evlilikteki mutluluk düzeyinde değişikliğe neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani farklı evlenme biçimi ile evlenen bireylerin evlilik mutluluk düzeyleri benzerdir. Kaya (2017) yapmış olduğu araştırmada lisans ve üzerinde eğitim düzeyinde olan evli kişilerin, lisans ve altında eğitim seviyesine sahip olan evli kişilere oranla ilişkisel mutluluğunun daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Bu bulgulara yakın sonuçları Üncü' de (2007) elde etmiştir. Ancak bazı araştırmalarda da bu araştırmada ulaşılan sonuç gibi eğitim durumu ile ilişkisel mutluluk arasında farklılık görülmemiştir (Kubat, 2012; Sancaktar, 2016; Taşköprü, 2013).

5.2. Öneriler

Konu ile ilgili daha yoğun ve kapsamlı gruplarla ya da evli bireylerin kendi içerisinde farklı sınıflandırmalarla başkaca araştırmalar yapılabilir.

Bu araştırmada evli bireylere ulaşıldı fakat çift katılımının az olduğu tespit edilmiş olup bundan sonraki çalışmaların daha anlamlı sonuçlara ulaşabilmesi adına çift katılımları önemsenererek çalışmalar yapılabilir.

Sosyal medya bağımlılığı sadece evli bireyler yaşamına ve mutluluğa etkisi bakımından incelenmiş olup farklı araştırmalarda aynı değişkenler romantik ilişki içinde olan bireylerle de yapılabilir.

Sosyal medyanın günümüzde bireyler arasında yoğun kullanımı nedeniyle sosyal medya bağımlılığı farklı değişkenler üzerinden ele alınıp üzerine yeni araştırmalar yapılabilir. Bu durum dinamik bir yapıya sahip olan sosyal medya ile ilgili araştırmaların niteliğini ve kapsamını geliştirebilir.

Ülkemizde sosyal medya kullanımı ve evlilik yaşamı değişkenlerini içeren çalışmaların kısıtlı sayıda olduğu bu nedenle toplumundaki sosyal medya kullanımının evlilikleri etkileyebileceği düşünülerek bu değişkenleri içeren kapsamlı araştırmalar yapılmasının yerinde olacağı kanaati oluşmuştur.

Elde edilen sonuçlar çerçevesinde evlilik öncesi eğitim programlarında özellikle bilinçli sosyal medya kullanımına dair farkındalık geliştirici eğitimlere yer verilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığının evliliğin dinamiği açısından tehdit oluşturabileceği düşünüldüğünde evli bireylerin katılımını içeren aile eğitim programlarında sosyal medyanın bilinçli kullanılmasına dair yaklaşım sergilenebilir.

Uygulanan aile danışmanlıklarında olumlu müdahaleler anlamında sosyal medya kullanımların şiddetine ve evliliğe yansımalarına bakılmasının süreci pozitif yönde etkileyebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbasigil, A. R. (2019). *Evli bireylerde sosyal medya kullanım süresi, kişilerarası iletişim becerileri ve evlilik doyum ilişkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Toros Üniversitesi, Mersin.
- Acaboğa, A. (2007). *Din-Mutluluk İlişkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Ahmadi, K. ve Hossein-Abadi, F. H. (2009). Religiosity, Marital Satisfaction And Child Rearing. *Pastoral Psychology*, 57(5-6), 211-221.
- Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Medya Siteleri – Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107-122.
- Akın, A. ve Çelik, E. (Ed.) (2015). *Psikolojide Güncel Kavramlar III: Aile-Evlilik İçinde*. Ankara: Nobel Yayınları, 24-26.
- Aktaş, S. (2009). *Eşlerden birini kaygı düzeyi ile evlilik uyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Alav, O. (2014) Sosyal medyanın birey ve toplumsal yapıya etkileri. *Elektronik Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(1), 1-22.
- Alikılıç, Ö., Alikılıç, İ. ve Özer, A. (2019). Dijital romantizm: Y kuşağının romantik ilişkilerinde sosyal medyanın rolü üzerine bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu*, (1), 57-80.
- Al-Menayes, J. J. (2015). Social Media Use, Engagement and Addiction as Predictors of Academic Performance. *International Journal of Psychological Studies*, 7(4), 86-94.
- Aluş, Y. ve Selçukkaya, S. (2015). Türk ailesinde mutluluk algısı ve değerleri. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi (SKAD)*, 1(2), 151-175.
- Amerikan Psikiyatri Birliği, (2013) *Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabı*. (E. Köroğlu, Çev.). Ankara: Hekimler Yayın Birliği.

- Andreassen, C. S., Torsheim, T., ve Pallesen, S. (2014). Predictors of use of social network sites at work-a specific type of cyberloafing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 906-921.
- Arvas, F. B. ve Hökelekli, H. (2017). Dindarlık ile evlilik doyumu ve evlilikte sorun çözme ilişkisi üzerine bir inceleme. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 15(34), 129-160.
- Aylıkçı, Ç. (2018). *Evli bireylerin problemleri internet kullanımı ile evlilik doyumu arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal medya sonrası yeni toplumsal hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-160.
- Babacan, M. E. (2016). Toplumsal derinlik, sosyal medya ve gençlik. *İnsan ve Toplum*, 6(1), 23-46
- Bağlı, M. ve Sever, A. (2005). Tabulaştırılan/Tabulaşan kurumun (ailenin) kurbanlıklar edinme pratiği: levirat ve sororat. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 9-23.
- Bahr, J. S., Chappell, B. C. ve Leigh, K. G. (1983). Age at marriage, role enactment, role consensus and marital satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 45(4), 795-803.
- Balcı, Ş. ve Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: "Selçuk University Example". *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (34), 255-278.
- Ball-Rokeach, S. J. (1998). A Theory Of Media Power And A Theory Of Media Use: Different Stories, Questions, And Ways Of Thinking. *Mass Communication and Society*, 1(1-2), 5-40.
- Barich, R. R., ve Bielby, D. D. (1996). Rethinking marriage: Change and stability in expectations, 1967-1994. *Journal of Family Issues*, 17(2), 139-169.
- Batık, M. V. ve Kalkan, M. (2017). Evlilikte algılanan sorun çözme becerileri ve evlilik doyumu. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2630-2646.

- Battal, A. (2008). *Boşanma sebepleri bilimsel araştırma projesi uygulama sonuçları* (1.Baskı). Ankara: Adag Yayınları.
- Beşpınar, F.U. (2014) Türkiye'de Evlilik, Türkiye Aile Yapısı Araştırması: Tespitler, Öneriler. *Türkiye'de evlilik*, Ankara: Araştırma ve Sosyal Politika Serisi 07, 112-174.
- Beyler, B. (2019). *Akdeniz Bölgesinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma İlişkisinin İncelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Birsen, H, vd. (2013). *Dijital İletişim ve Yeni Medya* (1. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Block JJ. (2008). Issues for DSM-V: internet addiction. *American Journal of Psychiatry*, 3, 306-307.
- Boniwell, I., Ayers, A. C., ve David, S. (2013). Oxford Handbook of Happiness. *Oxford University Press*, 3(2). 213-228.
- Boran, F. (2003). *Aşk ve evlilik* (1.Baskı). İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Bowlby, J. (2013). *Bağlanma*. (T. V. Soylu, Çev.). Ankara: Pinhan Yayıncılık.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2008), Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(13), 210-230.
- Bradbury, T.N. ve Fincham, F.D. (2000). Research on the nature and determinants of marital satisfaction: A decade in review. *Journal of Marriage and the Family*, 62(4), 964-980.
- Bradbury, T.N. ve Karney, B.R. (2004). Understanding and altering the longitudinal course of marriage. *Journal of Marriage and Family*, 66(4), 862-879.
- Bradley, G. V. (2004). Law and the Culture of Marriage. *Notre Dame JL Ethics & Pub. Pol'y*, 18(1), 189-217.
- Budak, H. (2018). Sosyal medya iletişimde mahremiyetin serüveni. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 146-170.
- Buffardi, L. E. ve Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and social psychology bulletin*, 34(10), 1303-1314.

- Burç, P. E. (2018). Evlilik ve aile olguları üzerinden gündelik hayata sosyo-kültürel bir bakış. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(13), 135-141.
- Burunmaz, B. (2014) Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(1) 22-29.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. Ve Köklü, N. (2018). Sosyal bilimler için istatistik, Ankara: Pegem Akademi.
- Byers, E.S. (2005). Relationship satisfaction and sexual satisfaction: A longitudinal study of individual in longterm relationships. *The Journal of Sex Research*, 42(2), 113-118.
- Canel, A. (2012). *Evlilik ve Aile Hayatı* (1. Baskı). Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı.
- Carr, D., vd. (2014). Happy marriage, happy life? Marital quality and subjective well-being in later life. *Journal of Marriage and Family*, 76(5), 930-948.
- Castells, M. (2005). *Ağ toplumunun yükselişi/enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. (Orijinal çalışma basım tarihi 1996)
- Christakis, N. A. ve Fowler, J.H. (2012). *Sosyal Ağların Şaşırtıcı Gücü Ve Yaşantımızı Biçimlendiren Etkisi*. (D. Yüksek, Çev.). İstanbul: Varlık Yayınları. (Orijinal çalışma basım tarihi 2009)
- Çağ, P. ve Yıldırım, İ. (2016). Evlilik doyumunu yordayan ilişkisel ve kişisel değişkenler. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39).
- Çağlayan, Y. İ. ve İpek, M. (2019). Çiftlerde bağlanma stilleri, evlilik ile evlilik uyumu ilişkisinin incelenmesi. *Aydın Sağlık Dergisi*, 5(2), 161-180.
- Çakıcı, B. (2016). *Görücü usulü evlenen çiftler ile flört ederek evlenen çiftler arasındaki evlilik sonrası evlilik dinamiklerinin karşılaştırılması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.

- Çalık, D. ve Çınar, Ö. (2009, Aralık). Geçmişten Günümüze Bilgi Yaklaşımları Bilgi Toplumu ve İnternet. *XIV. Türkiye’de İnternet Konferans ve Bildirileri*. Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Çatal, M. T. ve Kalkan, M. (2019). Evli bireylerin evlilik değerleri evlilik doyumu ve evlilik tipleri. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 3(6), 179-186.
- Çelik, A. (2006). *Evlilik doyum ölçeği geliştirme çalışması* (Yayınlanmamış doktora tezi). Çukurova Üniversitesi. Adana.
- Çelik, E. (2012). *Evli bireylerin cinsel özgüven düzeyleri ile cinsel öz-yeterlik, evlilik yaşam doyumu ve cinsel utangaçlıkların incelenmesi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Çelikkaleli, Ö., Ata, R. ve Avcı, R. (2018). Orta ergenlik döneminde problemleri internet kullanımının demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Journal of Computer and Education Research*, 6(12), 123-141.
- Çıtışlı-Turgut, M. K. (2018). *Evlilik çatışması ve evlilik doyumu arasındaki ilişkide affetmenin aracı rolü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
- Çolak, A. M. (2017). *Kadınların cinsel doyumununun ilişki mutlulukları üzerine etkisi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Dalan, U. (2020). *Evli bireylerde sosyal medya bağımlılığının evlilik uyumu ve evlilik doyumu üzerindeki etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Nişantaşı Üniversitesi. İstanbul.
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in human behavior*, 17(2), 187-195.

- Demir Erbil, D. ve Hazer, O. (2018). Çalışan Bireylerin Evlilik Uyumlarının İncelenmesi, *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 5, 99-116.
- Demir, D. (2016). *Evlilik uyumu ile bağlanma stilleri ve kişilerarası problem çözme davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Demir, Y. ve Durmuş, E. (2015). Uzun evlilikler: Bir yastıkta kırk yıl. *Journal of International Social Research*, 8(36), 636-645.
- Demiray, Ö. (2006). *Evlilikte Uyumun Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dicle Üniversitesi, Diyarbakır.
- Derici, H. T. (2018). *Evli çiftlerde facebook ve akıllı telefon bağımlılığı ile çatışma çözüm stilleri ve evlilik uyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Devecioğlu, P. (2020). *Nişanlı Bireylerde İlişki Doyumunu Yordamada Bağlanma Boyutlarının Evlilik Tutumlarının ve Beklentilerinin Rolü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Dhammananda, K. S. (1998). *A Happy Married Life* (1.Baskı). Kuala Lumpur: Buddhist Missionary Society.
- Diener, Ed. (1984). Subjective Well-Being. *Psychological Bulletin*, 95(3) 542-575.
- Dılmaç, B. ve Sakarya, E. (2020). Evli bireylerin evlilik uyum, yaşam memnuniyeti ve yaşam bağlılıkları arasındaki yordayıcı ilişkilerin incelenmesi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Ereğli Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-11.
- Dinçsoy, B. (2021). *Sosyal medya bağımlılığının, romantik ilişkilerdeki güven duygusu ve ilişki doyumu açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Kent Üniversitesi, İstanbul.
- Doğan, T. (2013). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1) 56-64.
- Douglass, F. M. (1995). The marital problems questionnaire: A short screening instrument for marital therapy. *Family Relations*, 44(3), 238-245.

- Dowlatabadi, F.H., Saadat, S. ve Jahangiri, S. (2013). The Relationship Between Religious Attitudes And Marital Satisfaction Among Married Personnel Of Departments Of Education in Rasht City, Iran. *International Journal of Advanced Studies in Humanitie sand Social Science*, 1(6), 608-615.
- Duman, Ö. D. (2019). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Erzurum İli Üzerine Bir İnceleme*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Enginyurt, H. (2019). *Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Pozitif/Negatif Duygu Durum Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Eni, Ş. (2017). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Sıklığının Yalnızlık Algılarına Etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi) Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Erbek, E., vd. (2005). Evlilik uyumu, *Düşünen Adam Dergisi*, 18(1) 39-47.
- Ercan, E. U. ve Uçar, S. (2021). Gender roles, personality traits and expectations of women and men towards marriage. *Educational Policy Analysis and Strategic Research*, 16(1), 7-20.
- Erdinç, İ. (2018). *Evli çiftlerde, evlilik uyumu, cinsel yaşam doyumu ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Erkek, S. (2016). Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 141-150.
- Ertürk, E. ve Bedük, A. (2015). Sosyal mübadele teorisi bağlamında güç mesafesi ve örgütsel adalet algılamalarının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 3(1), 1-19.
- Farabî, (1987). *Fusulü'l-Medeni* (H. Özcan, Çev.). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Fişek, G.O. ve Seherler, K.R. (1996). Toplumsal değişim ve eşler: Cinsiyet senaryolarının sınırlarını genişletme amaçlı bir terapi yaklaşımı. *Türk Psikoloji Dergisi*, 11(36), 1-11.

- Flora, J. ve Segrin, C. (2000). Affect and Behavioral Involvement in Spousal Complaints and Compliments. *Journal Of Family Psychology, 14*(4), 641–657.
- Fowers, B.J. (1993), Psychology as public philosophy: An illustration of the moral dimension of psychology with marital research. *Journal of Theoretical and Philosophical Psychology, 13*(2), 124-136.
- Fox, J. ve Warber, K. M. (2014). Social networking sites in romantic relationships: Attachment, uncertainty, and partner surveillance on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 17*(1), 3-8.
- Freud, S. (1999). *Uygarlığın huzursuzluğu*. (H. Barışcan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları. (Orijinal çalışma basım tarihi 1930)
- George, D., & Mallery, M. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson
- Glenn, N. D. (1991). The recent trend in marital success in the United States. *Journal of Marriage and The Family, 53*(2), 261-270.
- Gökdemir, A. (2021). *Sosyal medya kullanımının çift ilişkilerine etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Göker, G., Doğan, A. ve Demir, M. (2010). Ağ toplumunda sosyalleşme ve paylaşım: Facebook üzerine ampirik bir araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy, 5*(2), 184-206.
- Griffiths, M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themns and Issues. *Journal of Addiction Research and Therapy, 4*(5): 118-119.
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J. ve Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. K. P. Rosenberg, L. Curtiss Feder (Eds.), *Behavioral Addictions: Criteria, Evidence, And Treatment*, Elsevier Academic Press, 119 – 141.
- Griffiths, M.D. (1996). Internet addiction: An issue for psychopathology?. *Clinical Psychology Forum, 97*, 32-36.

- Gülcan, A. (2014). *Genç Yetişkinlerde İyimserliğin Mutluluk ve Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Fatih Üniversitesi, İstanbul.
- Güleç, G. (2012). *Aile Yapısı ve İlişkileri* (1. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset tesisleri.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 1(2), 105-120.
- Günel, Y. (1976). *Uyuşturucu Madde Suçları* (1. Baskı). Ankara: Kazancı Yayınları.
- Günen, H. ve Poyraz, T. (2017). Mardin’de gerçekleştirilen tercihli ve geleneksel evliliklerin nedenleri ve evliliğe karar verme süreci. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD)*, 23(26), 187-222.
- Gürbüz, A. (2019). Türk romanında görücü usulü evlilikler (1971-1980). *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 67-86.
- Hagedoorn, M., vd. (2006). Does marriage protect older people from distress? The role of equity and recency of bereavement. *Psychology and Aging*, 21(3), 611-620.
- Hawi, N. S. ve Samaha, M. (2016). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.
- Hayward, M. ve Zhang, Z. (2006). Gender, the marital life course, and cardiovascular disease in late midlife. *Journal of Marriage and Family*, 68(3), 639-657.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32(1), 151-175.
- Hazer, O. (2020). Yeni Medya ve iletişim teknolojileri: Ailede sosyal etkileşim. *Gençlik ve Dijital Çağ* (1. Baskı) içinde (s. 92-102). Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Heller, D., Watson, D. ve Ilies, R. (2006). The dynamic process of life satisfaction. *Journal of Personality*, 74(5), 1421-1450.
- İlhan, N. (1998). Kültür Varlıklarının Korunması. T. Fişekçi, (Ed.). *Türkiye’de Kültür Politikaları* (2. Baskı) içinde (s. 73-81). İstanbul: Ofset Filmcilik Matbaacılık Sanayi ve Ticaret A.Ş

- İrge, N. F. (2012). Enformasyon toplumu ve toplumsal değişim sürecinde sosyal medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (17), 63-86.
- Johnson, K. D. (2015). *Marital Expectation Fulfillment and its Relationship to Height of Marital Expectations, Optimism, and Relationship Self-Efficacy Among Married Individuals* (Unpublished PhD Thesis). Andrews University, Michigan.
- Kabadayı, H. ve Yavuzer, H. (2022). *Sosyal medyanın eşler arası ilişkiye etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Kabasakal, Z. ve Soylu, Y. (2016). Evli bireylerin evlilik doyumunun cinsiyet ve eş desteğine göre incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 208-214.
- Kahraman, M. (2013). *Sosyal Medya 101 2.0, Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş* (2. Baskı). İstanbul: Media Cat Kitapları, Kapital Medya Yayınları.
- Kalaman, S. ve Çelik, F. (2019). Türkiye'deki evli bireylerin sosyal medya kullanımlarının evlilikleri üzerine etkisi: Nitel bir araştırma. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 424-453.
- Kalaycı, Şeref (2006) SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti, s.116.
- Kalender, S. (2021). *İzmir’de kültürler arası evlilikler ve kimlik sorunu* (Yayınlanmamış doktora tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Kalkan, M. (2002). *Evlilik ilişkisini geliştirme programının evlilerin evlilik uyum düzeyine etkisi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Kangal, A. (2013). Mutluluk üzerine kavramsal bir değerlendirme ve Türk hane halkı için bazı sonuçlar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(44), 214-233.
- Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi* (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

- Karaduman, N. (2017). Popüler kültürün oluşmasında ve aktarılmasında sosyal medyanın rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(43), 113-133.
- Kartal, M. (2013). Türkiye’de sosyal medya raporu. *İletişim ve Diplomasi*, (1), 159-165.
- Kavak, A. (2018). Evli bireylerde evlilik doyumu, aile işlevselliği ve çatışma çözüm stilleri, Uzmanlık Tezi, *Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. Ankara.*
- Kaya, N. (2017). *Kırsal ve kentsel alanda yaşayan evli kadınların evlilik uyumu evlilik doyumu ve ilişkilerde mutluluk düzeylerinin karşılaştırılması ve incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).T.C İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Keçeli, A. (2020). *Bireylerin iyi oluş düzeylerinin ve sosyal medya bağımlılığının evlilik doyumu açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kılıç, A. (2020). *Genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları, sosyal medya kullanım amaçları ve romantik ilişki doyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Biruni Üniversitesi, İstanbul.
- Kırık, A. M. (2012). Arap Baharı bağlamı’nda sosyal medya-birey etkileşimi ve toplumsal dönüşüm. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi*, 1(3), 87-98.
- Kırık, A. M. ve Sönmez, M. (2017). İletişim ve mutluluk ilişkisinin incelenmesi. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 2(1), 15-26.
- Kızıldağ, S. ve Şahin, İ. (2018). Çiftler evliliklerini nasıl algılıyorlar. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 47(2), 667-693.
- Kıbaroğlu, S., ve Ersoy, A. F. (2019). Evlilikte Eşler Arası Yabancılaşma: Nitel Bir Araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(5) 407-417.
- Kinnunen, U. ve Feldt, T. (2004). Economic stress and marital adjustment among couples: Analyses at the dyadic level. *European Journal of Social Psychology*, 34(5), 519–532.
- Koçak, A. (1999). Davranışların nedenlerini algılama: Yükleme. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 1(1), 108-120.

- Konuk, B. N. (2019). *İstanbul'da Sosyal Medya Bağımlılığı Olan Bireylerin Pozitif ve Negatif Duygu Durumlarının İncelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Koob, G. F. ve Le Moal, M. (2008). Addiction and the brain antireward system. *Annual Review of Psychology*, 59(1), 29–53.
- Koptagel-İlal G. (1998). Psikiyatri Temel Kitabı E. Köroğlu, ve C, Güleç, (Der.) *Aile Tedavisi ve Evlilik Tedavisi*, Ankara: Hekimler Yayın Birliği, 892-894.
- Koyuncu, A. B. (2019). *Evli bireylerde öznel mutluluk ve ilişkisel mutluluğun evlilik doyumuna etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Köroğlu, O. ve Tutgun, A. (2013, Mayıs). Öğretmen adaylarının sosyal ağları benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki. *Yeni Medya Kongresi*, Kocaeli.
- Kubat, D. E. (2012). *Evli bireylerde aldatma eğilimi ve evlilik doyumu ilişkisinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Kublay, D. (2013). *Evlilik uyumu: değer tercihleri ve öznel mutluluk açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Kublay, D. ve Oktan, V. (2015). Evlilik Uyumu: Değer Tercihleri ve Öznel Mutluluk Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(44), 25-35.
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311-350.
- Leung, L., ve Lee, P. S. N. (2012). Impact of internet literacy, internet addiction symptoms, and internet activities on academic performance. *Social Science Computer Review*, 30(4), 403–418
- Longstreet, P. ve Brooks, S. (2017). Life Satisfaction: A key to managing internet and social Media Addiction. *Technology in Society*. 20(1),73-77.

- Lyubomirsky, S., King, L. A. ve Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect. *Psychological Bulletin*, 131(6), 803-855.
- Macionis, J. J. (2012). *Sosyoloji* (V. Akan, Çev.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Macit, H. (2019). *Marmara Bölgesi'nde sosyal medya bağımlılığı bulunan bireylerin psikolojik semptomlarının incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Mahoney, A., vd. (2001). Religion In The home In The 1980s And 1990s: A Meta-Analytic Review and Conceptual Analysis of Links Between Religion, Marriage, Andparenting. *Journal of FamilyPsychology*, 15(4), 559-596.
- Medling, J. M. ve Mccarrey, M. (1981). Marital adjustment over segments of the family life cycle: The issue of spouses' value similarity. *Journal of Marriage and The Family*, 43(2), 195-203.
- Meezon, W., & Rauch, J. (2005). Gay marriage, same-sex parenting, and America's children. *Future of Children*, 15(2), 97-115.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 13(4), 357-364.
- Minaz, A. ve Bozkurt, Ö. Ç. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeylerinin Ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(21), 268-286.
- Mumay, G. (2022). *Evli bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek ile evlilik uyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Muusses, L. D., Kerkhof, P., ve Finkenauer, C. (2015). Internet pornography and relationship quality: A longitudinal study of within and between partner effects of adjustment, sexual satisfaction and sexually explicit internet material among newly-weds. *Computers in Human Behavior*, 45, 77-84.
- Nie, N. H. ve Erbring, L. (2002). Internet and Society: A Preliminary Report. *Stanford Institute for the Quantitative Study Of Society, Stanford University*, 1(1), 276-283.

- Noei Iran, L. ve Mahmoud Alilou, M. (2015). Predicting quality of life and happiness based on attachment style. *iRAnian Journal of Rehabilitation Research in Nursing*, 1(4), 9-60.
- Noller, P. (2002). *Understanding marriage: Developments in the study of couple interaction*. (Ed.) New York: Cambridge University Press.
- Nomaguchi, K. M. ve Bianchi, S. M. (2004). Exercise Time:Gender Differences İn The Effects Of Marriage, Parenthood, And Employment. *Journal Of Marriage And Family*, 66(2), 413-430.
- Öz, T. (2019). *Çiftlerde depresyon, mutluluk ve psikolojik iyi oluş ile evlilik doyumu arası ilişkilerde evlilik süresinin aracı rolünün incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, İstanbul.
- Özabacı, N. ve Erkan, Z. (2014). *Aile Danışmanlığı Kuram ve Uygulamalara Genel Bir Bakış*. (6. Baskı) Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Özbey, S. (2012). Ebeveynlerin Evlilik Uyumu ve Algıladıkları Sosyal Destek İle Altı Yaş Çocuklarının Problem Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 20 (1), 43-62.
- Özgüven, G. E. (1997). *Cinsellik ve Cinsel Yaşam* (1.Baskı). Ankara: Pdrem Yayınları.
- Özgüven, İ. E. (2014). *Evlilik ve Aile Terapisi* (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayın.
- Özgüven, İ.E. (2001). *Kişiler Arası İletişim. Ailede İletişim ve Yaşam* (1.Baskı). Ankara: PDREM Yayınları.
- Özkan, P. (2013, Mayıs). Sosyal ağ kullanıcılarının e-sosyalleşme sürecindeki kimlik yapılandırma süreçleri. *II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design, Famagusta, North Cyprus*.
- Özsoysal, S., Baş, A. U. ve Aysan, F. (2016). Evlilik beklentisi ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(1), 119-128.
- Öztahtacı, D. (2017). *Evli kadınlarda evlilik doyumu, yetişkin bağlanma stilleri ve depresyon düzeyinin ilişkisinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep.

- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Özüğurlu, K. (1996). *Evlilik Raporu* (4. Baskı). İstanbul: Altın Kitaplar Basımevi.
- Roach, A. J., Frazier, L. P. ve Bowden, S. R. (1981). The marital satisfaction scale: Development of a measure for intervention research. *Journal of Marriage and the Family*, 43(3), 537-546.
- Robles, T. F., vd. (2014) Marital quality and health: A meta-analytic review, *Psychol Bull*, 140(1), 140-187.
- Rompaey, V. V., Roe, K. & Struys, K. (2002). Children's influence on internet access at home: Adoption and use in the family context. *Information, Communication & Society*, 5(2), 189-206.
- Rusbult, C. E. (1980). Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model. *J Exp Soc Psychol*, 16(2) 172-186.
- Saatçioğlu, E. (2017). Sivil Toplum Örgütlerinin Sosyal Medya Kullanımları: Greenpeace Türkiye Facebook Sayfası Örneği. *Selçuk İletişim*, 10(1), 158-187.
- Sabatelli, R. M. (1988). Measurement Issues in Marital Research: A Review and Critique of Contemporary Survey Instruments. *Journal of Marriage and the Family*, 50(4), 891.
- Sabatelli, R.M. (1988). Exploring relationship satisfaction: a social exchange perspective on the interdependence between theory, research and practice, *Family Relations*, 37(2), 217-222.
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success* (3. Edition). New Jersey: Wiley.
- Safko, L. ve Brake, D. (2009). *The Social Media Bible* (1. Edition). New Jersey: Wiley.
- Sancaktar, N. (2016). *Yeni evlenen ve uzun süredir evli olan çiftlerin evlilikte problem çözme becerisi düzeylerinin öznel iyi oluş ve evlilik doyumu düzeyleri ile ilişkisinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Saxton, L. (1982). *Marriage: The Nature of Marriage, the Individual, Marriage, and the Family* (5. Baskı). California: Wadsworth Publishing Company.

- Sayımer, İ. (2014). Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 97-112.
- Selen, B. (2020). *Genç yetişkin bireylerin kişilik ve mizaç özellikleri ile evlilik beklentisi arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Sezen, L. (2005). Türkiye'de evlenme biçimleri. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 185-195.
- Shadish, W. R., Ragsdale, K., Glaser, R. R. ve Montgomery, L. M. (1995). The efficacy and effectiveness of marital and family therapy: A perspective from meta analysis. *Journal of Marital and Family Therapy*, 21(4), 345-360.
- Smith, R. L. (1994). Directions in marriage and family graduate level training. *Counselor Education and Supervision*, 34(3), 180-183.
- Sokolski, D.M. ve Hendrick, S.S. (1999). Marital satisfaction. *American Journal of Family Therapy*, 26(1), 39-49.
- South, S.J. ve Lloyd, K.M. (1995). Spousal alternatives and marital dissolution. *American Sociological Review*, 60(1), 21-35.
- Soydan, E. ve Alpaslan, N. (2014). Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 53-64.
- Spanier, G. B. (1976). Measuring dyadic adjustment: new scale for assessing the quality of marriage and similar dyads. *Journal of Marriage and The Family*, 38(1), 15-28.
- Stack, S. ve Eshleman, J.R. (1998). Marital status and happiness: A 17-nation study. *Journal of Marriage and Family*, 60(2), 527-536.
- Şad, N. S., vd. (2016). Parental involvement: A phenomenological research on electronic parental involvement. *International Journal of Pedagogies and Learning*, 11(2), 163-186.
- Şafak, Ö. C. ve Arkar, H. (2014). Evli Çiftlerde Evlilik Uyumu ve Cinsel Doyum Arasındaki İlişkiler. *Literatür Sempozyum*, 1(3), 16-24.

- Şahan, B. ve Akbaş, T. (2018). Kültürel olarak farklı ailelerle psikolojik danışma ve Türk aile yapısında kültürün rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (46), 217-239.
- Şahinkaya, R. (1991). Türk Aileleri Hangi Yönlerden Birbirlerinden Farklılık Gösterirler. Dikeçligil B. ve Çiğdem A (Der.), *Aile Yazıları 1 Temel Kavramlar: Yapı ve Tarihi Süreç*, Ankara: Bilim Serisi, 47-52.
- Şendil, G. ve Korkut, Y. (2008). Evli çiftlerdeki çift uyumu ve evlilik çatışmasının demografik özellikler açısından incelenmesi. *Psikoloji Çalışmaları*, 9(28), 15-34.
- Şenel-Günayer, H. (2004). Eş Seçimi Kararı. Yavuzer H. (Der.), *Evlilik okulu*, İstanbul: Remzi Yayınevi, 53-67.
- Şener, A. ve Terzioğlu, G. (2008). Bazı sosyo-ekonomik ve demografik değişkenler ile iletişimin eşler arası uyuma etkisinin araştırılması. *Aile ve Toplum Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi*, 13(4), 7-20.
- Tabachnick and Fidell, 2013 B.G. Tabachnick, L.S. Fidell Using Multivariate Statistics (sixth ed.) Pearson, Boston (2013)
- Tacıoğlu-Poyraz, T. (2011). Türkiye'de Gerçekleştirilen Geleneksel Evlilik Çeşitlerinin Nedenleri ve Evlilik Üzerinde Törenin Etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 116-120.
- Tarhan, N. (2005). *Kadın Psikolojisi* (1. Baskı). İstanbul: Nesil Basım Yayın
- Taşköprü, M. (2013). *Evlilik doyumu ile problem çözme becerileri, stres ile başa çıkma ve evlilik süresi arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Bilim Üniversitesi, İstanbul.
- TDK Yeni Tarama Sözlüğü (1983). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Terzi-İlhan, S. ve Işık, Ş. (2019). Evliliğin ilk yıllarında evlilik yaşamı deneyimi ve evliliğe ilişkin algılar: sorunlar, zorluklar ve ihtiyaçlar. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 1430-1448.
- Tezer, E. (1996). Evlilik İlişkisinden Sağlanan Doyum; Evlilik Yaşam Ölçeği. *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(7) 1-7.

- Tokunaga, R. S. (2011). Social networking site or social surveillance site? Understanding the use of interpersonal electronic surveillance in romantic relationships. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 705-713.
- Tosun, N. (2010). *İletişim Temelli Marka Yönetimi* (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık, 50.
- Tunç, S. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyeti, Evlilik Beklentileri ve Evlilik Tutumları Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Tutarel-Kışlak, Ş. (1999). Evlilikte Uyum Ölçeğinin güvenirlik ve geçerlik çalışması. *3P, Psikiyatri, Psikoloji, Psikofarmakoloji Dergisi*, 7 (1), 55-65.
- Tutarel-Kışlak, Ş. (2002). İlişkilerde Mutluluk Ölçeği (İMÖ): Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması. *Kriz Dergisi*, 10(1), 37-43.
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Route Educationel and Social Science Journal*. 3(2). 156-182.
- Tuzcu, A. (2017). *Evli bireylerde kişilik özelliklerinin evlilik uyumu ve evlilik doyumu üzerine etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Tülek, N. (2011). *Evli bireylerin öznel iyi olma düzeylerinin yordanması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, İzmir.
- Türk Medeni Kanunu (2001). *T.C. Resmî Gazete*, 4721, 22.11.2001.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022). Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. (10.12.2023 tarihinde)
- Uslu, M. (2021). Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması. *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi*, 6(2) 370-396. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) adresinden alınmıştır.)
- Uslu, N. B. (2018). Farabî Ve Aristoteles’te Mutluluk Ahlâkı. *Kırkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 469-480

- Uzday, İ. T. (2009). Madde Bağımlılığının Tarihçesi, Tanımı, Genel Bilgiler ve Bağımlılık Yapan Maddeler. *Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi*, 21(22) 5-15.
- Ülken, H. Z. (1967). *İslam Felsefesi Kaynakları ve Tesirleri, Eski Yunandan Çağdaş Düşünceye Doğru* (1. Baskı). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ülken, H. Z. (1991). Aile Dikeçligil B. ve Çiğdem A (Der.), *Aile Yazıları 1 Temel Kavramlar: Yapı ve Tarihi Süreç*, Ankara: Bilim Serisi, 37-42.
- Ünal, B. (2015). Depresif Kişiliklerle Psikoterapide Olumlu Duyguların Nesne İlişkisel İncelenmesi. *AYNA Klinik Psikoloji Dergisi*, 2(3), 14-28.
- Üncü, S. (2007). *Duygusal zeka ve evlilik doyumu ilişkisi*.(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161-172.
- Üstdağ, G. (2019). *Sosyal medya kullanımının cinsel işlevler ve boşanmaya etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Vardarlıer, P. ve Zafer, C. (2019). Medya ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.
- Veenhoven, R. (1991). Is happiness relative. *Social indicators research* 24(1) 1-34.
- Vural, B. K. ve Temel, A. B. (2010). Cinsel doyumun yordanmasında bazı faktörlerin incelenmesi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13(1), 24-34.
- Waller, M. R. ve Mc Lanahan, S. S. (2005). "His" and "her" marriage expectations: Determinants and consequences. *Journal of Marriage and Family*, 67 (1), 53-67.
- We Are Social. (2023). Türkiye Dijital 2023. (10.12.2023 tarihinde <https://wearesocial.com/us/> adresinden alınmıştır.)
- Wei, T. ve Wang, C. (2011). The characteristics of social networks of China's college students. *Modern Management*, (1), 219-223.
- Weiner, I. B. ve Craighead, W. E. (2010). Sullivan's Interpersonal Theory. In The Corsini. *Encyclopedia of Psychology* (eds R. E Enfield,), London: Wiley

- Whitson, S., & El-Sheikh, M. (2003). Marital conflict and health: Processes and protective factors. *Aggression and Violent Behavior*, 8(3), 283-312.
- Worthington, E. L., Buston, B. G. ve Hammonds, T. M. (1989). A Component Analysis of Marriage Enrichment: Information and Treatment Modality. *Journal of Counseling & Development*, 67(10), 555-560.
- Yalçın, H. (2014). Evlilik Uyumu İle Sosyodemografik Özellikler Arasındaki İlişki. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi* 3 (1), 250-261.
- Yayman, E. (2019). *Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve aile işlevleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Yegen, C. (2013). Demokratik ve yeni bir kamusal alan olarak sosyal medya. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 119-135.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, İ. (1993). Evli bireylerin uyum düzeni. *3P Psikiyatri, Psikoloji, Psikofarmakoloji Dergisi*, 1(3), 249-257.
- Yıldız, A. (2013). *Anne baba tutumları ile evlilik doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Fatih Üniversitesi, İstanbul.
- Yıldız, D. ve Poyraz, T. (2020). Sosyo-Demografik ve Sosyo-Kültürel Bağlamda Erken Evlilikler: Çocuk Gelinler ve Çocuk Damatlar. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi (HÜTAD)*, 1(32), 159-186.
- Yıldız, E. (2020). *Üniversite öğrencilerinin bağlanma stillerinin evlilik beklentisi ile ilişkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Yıldız, M. A. ve Baytemir, K. (2016). Evli Bireylerde Evlilik Doyumu ile Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkide Benlik Saygısının Aracılığı. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1), 67-80.
- Yıldız, M. A., ve Baytemir, K. (2016). Evli bireylerde evlilik doyumu ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide benlik saygısının aracılığı. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1), 72.

- Yılmaz, A. (2001). Eşler arasındaki uyum: kuramsal yaklaşımlar ve görgül çalışmalar. *Aile ve Toplum Dergisi*, 1(4) 1-10.
- Yılmaz, H. (2018). İlişki Niteliği ve Bağışlamanın Mutluluk Üzerinde Etkisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 1191-1204.
- Yılmaz, H. (2019). İlişki niteliği ve bağışlamanın mutluluk üzerindeki etkisi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 1189-1204.
- Yüksel, M., Çini, A. ve Yasak, B. (2020). Genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve yaşam doyumunun incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (40), 66-85.
- Zahra M., Zoghi M., (2015). Ebrahimi M. The Relationship Between the Internet Addiction and The Use of Facebook With Marital Satisfaction and Emotional Divorce Among Married University Students. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 5(3), 709-717.

EKLER

EK-I Demografik Bilgi Formu

1. Cinsiyetiniz:

Kadın Erkek

2. Yaşınız:

18-25 26-35 36-45 46-55 56 ve üzeri

3. Eğitim Durumunuz:

İlkokul Mezunu Ortaokul Mezunu Lise Mezunu

Ön Lisans Mezunu Lisans Mezunu Yüksek Lisans Mezunu

Doktora Mezunu

4. Çalışma Durumunuz:

Çalışıyorum Çalışmıyorum Emekliyim

5. Mesleğiniz:

.....

6. Eşinizle Nasıl Tanıştınız?

Görücü Usulü Arkadaş ortamında Okul ortamında

Aile ve akraba ortamında İnternet aracılığı ile Diğer

7. Ne kadar süredir evlisiniz?

1 yıldan az 1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16-20 yıl

21-30 yıl 30 yıl ve üzeri

8. Eşinizle aranızdaki yaş farkınız:

Yaş farkı yok 1-5 6-10 11-15 15 ve üzeri

9. Çocuk Sayınız:

Çocuk sahibi değilim 1 2 3 4 5 ve üzeri

10. Aylık kazancınız:

10.000 TL ve altı 10.001-20.000 TL 20.001-30.000

30.001-40.000 TL 40.001 TL ve üzeri

11. Ne kadar süredir sosyal medya kullanıyorsunuz?

1 yıldan az 1-3 yıl 4-6 yıl 7-10 yıl 11 yıl ve üzeri

12. Sosyal medyayı gün içerisinde ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

1 saatten az 1-3 saat 4-6 saat 7 saat ve üzeri

13. Sosyal medyayı ne amaçla/amaçlarla kullanıyorsunuz?

- Bilgi edinme İletişim İş-Eğitim Video-Dizi- Film
 Porno içerikleri Oyun Diğer

14. Sıkça kullandığınız sosyal medya platformu/platformları hangileridir?

- Facebook Youtube Twitter Instagram WhatsApp
 TikTok Threads Snapchat Twitch LinkedIn
 Diğerleri

15. Sosyal medya hesaplarınızda kendi isminizi mi kullanıyorsunuz?

- Evet Hayır Bazılarında



EK-II Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Madde No						
		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
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 düşündüğümden 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.					
28	Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmaları 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 bakıma 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-III Evlilik Yaşamı Ölçeği

Aşağıda evlilik yaşamına ilişkin 10 cümle bulunmaktadır. Bu cümlelerden her birinin altında da "kesinlikle katılmıyorum", "katılmıyorum", "kararsızım", "katılıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" seçenekleri yer almaktadır. Her cümleyi dikkatle okuyunuz ve sizin evlilik yaşamınıza uyan seçeneği çarpı (X) koyarak işaretleyiniz.”

1. Evlilikten beklediklerimin çoğu gerçekleşti.

() Kesinlikle katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () Kesinlikle katılıyorum

2. Evliliğimizdeki engellerin aşılamaz olduğunu düşünüyorum.

() Kesinlikle katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () Kesinlikle katılıyorum

3. Evliliğimizi çok anlamlı buluyorum.

() Kesinlikle katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () Kesinlikle katılıyorum

4. Evliliğimizde giderek eksilen heyecan beni rahatsız ediyor.

() Kesinlikle katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () Kesinlikle katılıyorum

5. Evliliğimiz zaman zaman bana bir yük gibi geliyor.

() Kesinlikle katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () Kesinlikle katılıyorum

6. Huzurlu bir ev yaşamım var.

() Kesinlikle katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () Kesinlikle katılıyorum

7. Evliliğimiz her geçen gün daha iyiye doğru gitti.

() Kesinlikle katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () Kesinlikle katılıyorum

8. Bizim ilişkimiz ideal bir karı-koca ilişkisidir.

() Kesinlikle katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () Kesinlikle katılıyorum

9. Eşim benim için aynı zamanda iyi bir arkadaştır.

Kesinlikle katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum Kesinlikle katılıyorum

10. Baş başa kaldığımız zaman benim canım hiç sıkılmaz.

Kesinlikle katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum Kesinlikle katılıyorum



EK-IV İlişkilerde Mutluluk Ölçeği

Aşağıda eşinizle olan ilişkinizle ilgili altı soru yer almaktadır. Lütfen her bir soruyu okuduktan sonra 7-dereceli ölçek üzerinde cevap veriniz.

1. Hiç
2. Çok Az
3. Az
4. Kısmen
5. Biraz
6. Oldukça
7. Çok

1.Eşinizi ne kadar seviyorsunuz?

Hiç sevmiyorum 1.....2.....3.....4.....5.....6.....7 Çok seviyorum

2. İlişkinizde ne kadar mutlusunuz?

Hiç mutlu değilim 1.....2.....3.....4.....5.....6.....7 Çok mutluyum

3. Genelde, ne sıklıkta eşinizle aranızdaki ilişkinin iyi gittiğini düşünürsünüz?

Hiç düşünmem 1.....2.....3.....4.....5.....6.....7 Çok düşünürüm

4. İlişkinizdeki sorunlar ne kadar ciddidir?

Çok ciddi 1.....2.....3.....4.....5.....6.....7 Hiç ciddi değil

5. Tüm yönleriyle düşündüğünüzde, ilişkinizden ne kadar doyum alıyorsunuz?

Hiç doyum almıyorum 1.....2.....3.....4.....5.....6.....7 Çok doyum alıyorum

6. Genelde, ilişkinize ne kadar bağlısınız?

Hiç bağlı değilim 1.....2.....3.....4.....5.....6.....7 Çok bağlıyım

EK-V Ölçek Kullanım İzinleri

Umarım sizin için her şey yolundadır. Tez danışmanlığımıdaki öğrencimi de bilgiye koyarak kıymetli paylaşımınız için tekrar teşekkür ederim, emeğinize sağlık, iyi çalışmalar dilerim.

Sağlıcakla kalınız.

Saygılarımla.



Gönderen: Aylın Tutgun Ünal
<aylin.tutgununal@uskudar.edu.tr>
Gönderildi: 2 Ağustos 2023 Çarşamba 13:23
Kime: Fatma Turan <fatma.turan@uskudar.edu.tr>
Konu: Sosyal medya bağımlılığı ölçeği

Merhaba Fatma Hocam,

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğini ekte gönderiyorum, detaylarının olduğu ayrı bir dosya ve ölçeğin geliştirilmesi ile ilgili olan makale de ekte yer alıyor. Öğrencimize de mail attığında dilerseñiz yeniden yollayabilirim. Ölçeği referans verirken tez yerine makaleye gönderme yapabilirsiniz.

İyi çalışmalar dilerim.



Akif Tekin 18 Eki

Alicılar: esin v



Merhabalar Değerli Hocam;

Klinik Psikoloji alanında Tezli yüksek lisans yapmaktayım. " Evli Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının Evlilik Yaşamı ve İlişiksel Mutluluğa Etkisinin İncelenmesi " başlıklı Tez çalışmamda uygun gördüğünüz takdirde Evlilik Yaşamı Ölçeğinizi kullanmak istiyorum.

Saygılar Hocam.



Esin Tezer 18 Eki

Akif Tekin, Yüksek lisans tezi araştırmanızda Evlilik Yaşamı Ölçeği'ni kullanmanızı uygun



Akif Tekin 20 Eki

Alicilar: Şennur ▾



Teşekkür ederim kıymetli hocam

20 Eki 2023 Cum 11:27 tarihinde Şennur Kışlak
<sennurkislak@hotmail.com> şunu yazdı:

[Alıntılanan metni gizle](#)

Merhaba,
İMÖ ekte yer alıyor. Ölçeğin
makalesine research gate'den
ulaşabilirsiniz.
Kolay gelsin.
ŞK

Prof.Dr.Şennur Tutarel Kışlak
Ankara Üniversitesi
DTCF Psikoloji Bölümü Başkanı
Klinik Psikoloji Anabilim Dalı
Sıhhiye-Ankara
0312 310 32 80/1401

Ek-VI- Etik Kurul Onay Formu



www.uskudar.edu.tr

Altunizade Mahallesi Üniversite Sokak No:14 34662 Üsküdar/İSTANBUL
T: 0216 400 22 22 F: 0216 474 12 56 bilgi@uskudar.edu.tr

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
GİRİŞİMSEL OLMAYAN ARAŞTIRMALAR
ETİK KURULU BAŞKANLIĞI

SAYI: 61351342/ AĞUSTOS 2023-35

31/08/2023

Sayın; Dr. Öğr. Üyesi Fatma TURAN
(Abdulakif TEKİN)

Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulunun 28/08/2023 tarihinde yapılan 08 No.lu toplantısında “Evli Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının Evlilik yaşamı ve İlişkisel Mutluluğa Etkisinin İncelenmesi” adlı araştırma projenizin etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Cumhuriyet TAŞ
Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik
Kurulu Başkanı

ÖZ GEÇMİŞ

Abdulakif TEKİN

A. EĞİTİM

Yüksek Lisans: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Psikoloji Ana Bilim Dalı,
Klinik Psikoloji Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı Bölümü, 2024,
İstanbul.

Lisans: Kars Kafkas Üniversitesi Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Bölümü,
2016, İstanbul.

B. MESLEKİ DENEYİM

2023- Yakacak Hatice Abbas Halim Çocuk Evleri Sitesi

2020-2023 Ataşehir Sosyal Hizmet Merkezi

2017-2019 Sakarya Özel Neva Okullar

2016-2017 Gaziosmanpaşa Kültür Temel Lisesi

C. SERTİFİKALAR

2017 MMPI Çok Yönlü Kişilik Eğitimi

2017 Çocuk ve Psikolojik Testler Eğitimi

2017 WISC-R Zeka Testi Eğitimi

2018 Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Eğitimi

2018 Mindfulness Uygulamaları Eğitimi

2019 Stratejik Çift ve Aile Terapisi Eğitimi

2021 Aile Danışmanlığı Eğitimi

2023 Çözüm Odaklı Terapi Eğitimi

2023 Beden Psikoterapisi Eğitimi