

T.C.  
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
KLİNİK PSİKOLOJİ



SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE EVLİLİK DOYUMU VE  
PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN  
İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZNUR ÜNSAL

İSTANBUL, 2024

T.C.  
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
KLİNİK PSİKOLOJİ



SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE EVLİLİK DOYUMU VE  
PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN  
İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZNUR ÜNSAL

DANIŞMAN: DR. ÖĞR. ÜYESİ RAMAZAN ÇAĞLAR ERCEN

İSTANBUL, 2024

## KABUL VE ONAY

**ÖZNUR ÜNSAL** tarafından hazırlanan “**SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE EVLİLİK DOYUMU VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**” adlı tez çalışmasının savunma tarihi 29.11.2024 tarihinde yapılmış olup aşağıda verilen jüri tarafından oy birliği ile İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Klinik Psikoloji programı Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan Çağlar

ERCEN

İstanbul Arel Üniversitesi

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Nilgün ONNAR

İstanbul Arel Üniversitesi

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Melike CEYLAN

İstanbul Topkapı Üniversitesi

İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun  
..... tarih ve ..... sayılı kararıyla onaylanmıştır.

.....  
PROF. DR. ALİ AKDEMİR

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE EVLİLİK DOYUMU VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

29.11.2024

**ÖZNUR ÜNSAL**

## ÖZET

### SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE EVLİLİK DOYUMU VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZNR ÜNSAL

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ

(DANIŞMAN: DR. ÖĞR. ÜYESİ RAMAZAN ÇAĞLAR ERCEN)

İSTANBUL, 2024

Bu çalışmanın amacı, evli bireylerin evlilik doyumuyla psikolojik iyi oluş seviyelerinin bir takım demografik değişkenler ile sosyal medya kullanım süreleri ve amaçlarına göre değişip değişmediğini incelemek, evli kişilerin evlilik doyumu, psikolojik iyi oluş düzeyleri ve sosyal medya kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını araştırmaktır. Bu amaç ile çalışmaya dahil edilen 18 yaş ve üzeri 474 evli kadın ve erkek katılımcılara sırasıyla kişisel bilgi formu, psikolojik iyi oluş ölçeği, sosyal medya kullanım amaçları ölçeği ve evlilik yaşantısı ölçeği çevrimiçi ortamda sunulmuştur. Verileri normal dağılımına uymayan katılımcılar çıkarıldıktan sonra analizlere 460 katılımcı ile devam edilmiştir. Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular psikolojik iyi oluş ile evlilik yaşantısı arasında pozitif bir korelasyon, psikolojik iyi oluş ile sosyal medyanın boş zamanları değerlendirmek amacıyla kullanılması arasında negatif, sosyal medyanın bilgi paylaşımı ve kişisel sunum için kullanılması arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanım amaçları ile evlilik yaşantısı arasındaki tüm ilişkiler ise anlamsız olup sosyal medyayı bilgi paylaşımı ve kişisel sunum amacıyla kullanmanın psikolojik iyi oluşu yordadığı görülmüştür. Evlilik yaşamının ise sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanma tarafından olumlu olarak yordadığı sonucu elde edilmiştir. Bununla birlikte, psikolojik iyi oluşun eş eğitim düzeyi, hane gelir düzeyi, evlenme nedeni ve sosyal medyada geçirilen süreden etkilendiği bulunurken; evlilik yaşantısının cinsiyet, evlilik süresi, eş eğitim düzeyi, eş çalışma durumu, evlenme nedeni ve evlilikte çocuk olup olmaması gibi değişkenlerden etkilendiği sonuçları elde edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Evlilik, evlilik doyumu, psikolojik iyi oluş, sosyal medya

## **ABSTRACT**

### **INVESTIGATING THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA USE ON MARITAL SATISFACTION ON PSYCHOLOGICAL WELL-BEING**

**MASTER'S THESIS**

**ÖZNÜR ÜNSAL**

**GRADUATE SCHOOL, ISTANBUL AREL UNIVERSITY**

**CLINICAL PSYCHOLOGY**

**(SUPERVISOR: ASSIST. PROF. DR. RAMAZAN ÇAĞLAR ERCEN )**

**İSTANBUL, 2024**

The aim of this study is to examine whether marital satisfaction and psychological well-being levels of married individuals differ according to certain demographic variables, the duration and purposes of social media use. The study also investigates the relationship between marital satisfaction, psychological well-being levels, and the purposes of social media use among married individuals. For this purpose, 474 married female and male participants aged from 18 and above were provided with a personal information form, a social media usage purposes scale, a psychological well-being scale, and a marital life scale in an online platform. Prior research suggests a positive link between psychological well-being and marital life, a negative link between psychological well-being and leisure-based social media use, and a positive link between psychological well-being and social media use for self-presentation and information sharing. This study found no significant associations between social media usage purposes and marital life. Social media use for self-presentation and information sharing predicted psychological well-being, while using social media for music listening predicted marital life. Psychological well-being was influenced by spouse's education, household income, reason for marriage, and social media time; marital life was influenced by gender, spouse's education and employment, marriage duration, reason for marriage, and having children.

**Key Words:** Marriage, marital satisfaction, psychological well-being, social media

# İÇİNDEKİLER

Sayfa

<b>ÖZET</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>iii</b>
<b>TABLO LİSTESİ</b> .....	<b>v</b>
<b>KISALTMA VE SEMBOL LİSTESİ</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>vii</b>
<b>1 GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1 Araştırmanın Amacı .....	4
1.2 Hipotezler .....	5
1.3 Sayıtlar .....	6
1.4 Sınırlılıklar .....	6
1.5 Tanımlar .....	6
<b>2 KAVRAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>8</b>
2.1 Aile .....	8
2.2 Evlilik .....	9
2.3 Evlilik Doyumu .....	10
2.4 Evlilik ve Aile ile İlgili Yaklaşımlar .....	12
2.4.1 Davranışçı Yaklaşım .....	12
2.4.2 Bilişsel Davranışçı Yaklaşım .....	13
2.4.3 Yaşantısal Aile Yaklaşımı .....	13
2.4.4 Yapısal Aile Yaklaşımı .....	14
2.4.5 Sistemik Aile Yaklaşımı .....	14
2.4.6 Psikodinamik Aile Yaklaşımı .....	15
2.4.7 Bowenyan Aile Yaklaşımı .....	15
2.5 Psikolojik İyi Oluş .....	15
2.6 Sosyal Medya .....	17
<b>3 YÖNTEM</b> .....	<b>23</b>
3.1 Araştırmanın Modeli .....	23
3.2 Araştırmanın Evren ve Örneklemi .....	23
3.3 Veri Toplama Araçları .....	23
3.3.1 Kişisel Bilgi Formu .....	23
3.3.2 Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği .....	24
3.3.3 Psikolojik İyi Oluş Ölçeği .....	24
3.3.4 Evlilik Yaşamı Ölçeği .....	25
3.4 Verilerin Toplanması .....	25
3.5 Verilerin İstatistiksel Analizi .....	26
<b>4 BULGULAR</b> .....	<b>27</b>
4.1 Betimsel İstatistikler .....	27
4.2 Katılımcıların Betimsel Özelliklerine Göre Psikolojik İyi Oluşları ve Evlilik Yaşamları .....	31
4.3 Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Psikolojik İyi Oluş ve Evlilik Yaşamı Ölçeği Arasındaki İlişki .....	35
4.4 Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Psikolojik İyi Oluş ve Evlilik Yaşamı Üzerindeki Etkisi .....	37
<b>5 TARTIŞMA</b> .....	<b>40</b>

5.1	Cinsiyet ve Evlilik Doyumu.....	40
5.2	Yaş ve Evlilik Doyumu.....	41
5.3	Eğitim Düzeyi ve Evlilik Doyumu.....	41
5.4	İş ve Evlilik Doyumu.....	43
5.5	Evlenme Biçimi ve Evlilik Doyumu.....	44
5.6	Evlilik Süresi ve Evlilik Doyumu.....	45
5.7	Sosyal Medya Kullanımı ve Evlilik Doyumu.....	46
5.8	Psikolojik İyi Oluş.....	47
5.9	Psikolojik İyi Oluş ve Sosyal Medya Kullanımı.....	47
<b>6</b>	<b>SONUÇ.....</b>	<b>49</b>
<b>7</b>	<b>ÖNERİLER.....</b>	<b>51</b>
<b>8</b>	<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>52</b>
<b>9</b>	<b>EKLER.....</b>	<b>59</b>
	EK A Kişisel Bilgi Formu.....	59
	EK B Psikolojik İyi Oluş Ölçeği.....	63
	EK C Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği.....	64
	EK D Evlilik Yaşamı Ölçeği.....	66
	EK E Etik Kurul Onay Formu.....	68
<b>10</b>	<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>69</b>

## TABLO LİSTESİ

### Sayfa

Tablo 4.1 PİOÖ ve EYÖ Toplam Puanlarına İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri .....	27
Tablo 4.2 PİOÖ ve EYÖ Toplam Puanlarına İlişkin Çarpıklık-Basıklık Değerleri ..	27
Tablo 4.3 Katılımcıların Demografik Değişkenlerinin Betimleyici İstatistikleri .....	27
Tablo 4.4 Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Sayısına Göre Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarına Ait Betimleyici İstatistikler .....	31
Tablo 4.5 Katılımcıların betimsel özelliklerine göre psikolojik iyi oluş ve evlilik yaşamı ölçekleri puan ortalaması, standart sapma ve bağımsız örneklem t testi ve ANOVA sonuçları.....	32
Tablo 4.6 Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçek Maddeleri, Psikolojik İyi Oluş Ölçeği ve Evlilik Yaşamı Ölçeği Arasındaki İlişki.....	35
Tablo 4.7 Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisi .....	37
Tablo 4.8 Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Evlilik Yaşamı Üzerindeki Etkisi .	38

## KISALTMA VE SEMBOL LİSTESİ

<b>DÇT</b>	: Davranışçı Çift Terapisi
<b>BDÇT</b>	: Bilişsel Davranışçı Çift Terapisi
<b>RET</b>	: Akılcı Duygusal Terapisi
<b>EYO</b>	: Evlilik Yaşamı Ölçeği
<b>TÜİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu
<b>PİÖÖ</b>	: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği



## ÖNSÖZ

Tez yazım sürecim boyunca desteklerini esirgemeyen danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Ramazan Çağlar Ercen'e katkıları için teşekkür ederim.

Bu zorlu tez sürecinde beni destekleyen, meslektaşım İrem Yılmaz'a, Bilişsel Nöropsikolog Zeynep Nergiz Bozkurt'a, yolumu aydınlatan dostum Tuğba Doğanay'a teşekkürlerimi sunuyorum.

Dünyaya gelmeme vesile olan ve geldiğim yerde huzurlu bir gelişim ortamı sağlayan canım annem Çiçek Ünsal'a, kıymetli babam Çakır Ünsal'a, mesleki becerilerimin gelişiminde büyük rol oynayan abim Taşkın Ünsal'a, sevgi ve desteğiyle beni saran ablam Filiz Kılıç'a, yaşamımda elini her zaman omzumda hissettiğim ablam Özlem Ünsal'a teşekkürü borç bilirim.

29.11.2024

**ÖZNUR ÜNSAL**

# 1 GİRİŞ

Aile, en az iki kişinin bir araya gelerek oluşturduğu ve toplumun temel yapısını oluşturan bir gruptur (Öztürk & Akar, 2014). Bu süreçte, aile içinde yetişen bireyler, hayatlarının büyük bir kısmını doğdukları aileyle birlikte geçirirler ve genellikle toplumsal bir görev olarak kendi ailelerini kurarlar. Aile, yalnızca fiziksel ve psikolojik alanı paylaşan bireylerin ötesinde bir kavramdır. Toplumsal ve kültürel bir mirası temsil eder, çeşitliliği barındırır ve hızla değişen toplumlarda önemli bir rol oynar. Aileler, kendilerine özgü kurallar, roller ve iletişim biçimleri geliştirirler. Aynı zamanda, çeşitli görevleri başarıyla yerine getirmek için müzakere ve problem çözme yöntemleri geliştirirler. Bu nedenle, aileleri doğal, sürekli bir sosyal sistem olarak düşünebiliriz (Goldenberg & Goldenberg, 2008).

Evlilik, bireylerin yaşamlarını birlikte sürdürerek, karşılıklı olarak psikolojik, sosyal, ekonomik ve biyolojik ihtiyaçlarını karşılamayı amaçladıkları bir birlikteliktir (Keçeli, A. 2020). Güçlü evlilik ilişkisi güçlü aile için de önemlidir. Son araştırmalar, aile kurumunu desteklemek ve güçlendirmek amacıyla yapılan çalışmaların çoğunda evlilik ilişkilerine büyük önem verildiğini göstermektedir. Bu bağlamda, evliliğin insan yaşamında temel bir ilişki olduğu ve aile kurumunun sağlamlığı için kritik bir faktör olduğu vurgulanabilir (Kavak, 2018).

John Gottman evliliğin, iki insanın sadece birlikte yaşadığı bir kurum değil, aynı zamanda derin bir duygusal bağın, karşılıklı saygının ve ortak yaşam hedeflerinin paylaşıldığı bir süreç olduğunu belirtmiştir (Gottman & Silver, 1999). Güçlü evliliklerde, eşler arasındaki ilişki sadece günlük yaşantının sorunsuz bir şekilde yürütülmesi ile sınırlı kalmaz. Bu tür ilişkilerde, eşler birbirlerinin umutlarını ve arzularını desteklerken, aynı zamanda ilişkilerinde derin bir anlam ve amaç duygusu geliştirirler. Bu çiftler, sadece "geçinmek" ile kalmazlar, aynı zamanda hayatlarında daha büyük bir hedef doğrultusunda birlikte çalışırlar ve bu hedef, onların bağlarını daha da güçlendirir. Böylece, evlilikleri sadece karşılıklı uyum içinde var olmayı değil, aynı zamanda ortak bir vizyon ve misyon paylaşmayı da içerir (Gottman & Silver, 1999). Kesitsel verilere göre, birçok evlilik başlangıçta, özellikle "balayı" yıllarında, yüksek bir memnuniyet düzeyi gösterir. Ancak, evlilik ilerledikçe, özellikle orta

yıllarda bu memnuniyet azalır. Çocukların evden ayrılmasından sonra ise, çiftlerin evlilik doyumu genellikle yeniden yükselir. Bu süreci bir grafikte göstermek, evrensel olarak bilinen “U şekli” eğrisini ortaya çıkarır. Bu eğri, evlilik boyunca yaşanan memnuniyet dalgalanmalarını temsil eder ve bu kalıp, boşanma oranlarındaki değişimlerle de örtüşür (English, 2002).

Boşanma oranları tüm dünyada artmaktadır. Türkiye de boşanma oranları artan ülkeler arasında yerini almaktadır. Bu gerçek, sağlıklı evliliklerin doğasını, evlilik doyumunu etkileyen faktörlerin araştırılmasına ve anlaşılmasına duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır (Akçabozan Kayabol ve ark., 2023).

Evlilik memnuniyeti zamanla azalabilir; örneğin, adaletsiz ev işi dağılımlarının artması, iletişim becerilerinde zorluklar ve çatışmaların etkili bir şekilde yönetilememesi gibi durumlar evlilik doyumunun azalmasına etki edebilir (Çağ, 2016).

Evlilik doyumu, hassas bir kavram olup evlilik istikrarını güçlü bir şekilde etkilemesi nedeniyle popüler bir araştırma alanıdır (Çağ, 2016). Evlilik doyumu, ilişkide güven duymaya, eşler arasında sağlıklı bağ geliştirmeye ve ilişkinin istikrarına katkı sağlamada etkilidir. Eşlerin birbirlerini koşulsuz kabul etme, onaylama, değer verme, cinsel yaşamı yönetme, sevgi ve şefkat gösterme, duygusal tatminleri karşılama, birbirlerine kendilerini ifade etme ve saygı gösterme, destekleme, duygulara değer verme, güven ve emniyet hissi içinde olma, sosyal ilgi gösterme gibi etkileşimlerle yakından ilişkilidir (Çağ, 2016). Evlilikte mutluluk, çiftlerin hayatları boyunca gelişen bir süreçtir. Bu süreç, eşlerin zevklerine uyum sağlamayı, birbirlerinin kişilik özelliklerini tanımayı, davranış kuralları oluşturmayı ve yapıcı iletişim şekilleri geliştirmeyi içerir (Afshar & Masoumi, 2022).

Sosyal medya, kullanıcıların düşüncelerini, fotoğraflarını, videolarını diğer sosyal medya kullanıcıları ile paylaşabildiği bir sanal ortamdır. Bu sanal ortamlarda kişiler diğerleri ile etkileşim ve iletişim içine girerler (Söner & Yılmaz, 2019). Farklı amaçlarla kullanılan farklı sosyal medya platformları olduğu gibi, bir platformun birden çok amaç doğrultusunda kullanıldığı da görülmektedir (Sönmez & Yılmaz, 2019). İçinde bulunduğumuz dönemde internet ve sosyal medya, politik, toplumsal, ekonomik ve kültürel alanları etkilediği gibi kişilerin günlük yaşamları üzerinde de

büyük değişiklikler meydana getirmektedir (Çömlekçi & Başol, 2019). Sosyal medyanın toplum üzerindeki tesirinin artmasıyla birlikte, kişilerin birbirleriyle olan etkileşim ve iletişim biçimleri de önemli ölçüde dönüşmüştür. İnsanlar sadece mevcut çevreleriyle değil, aynı zamanda tanımadıkları insanlarla da bağlantılar kurmaya başlamış, bu da bireylerin iletişim kurma biçimlerini değiştirmiştir. Sosyal medya platformlarının sunduğu hizmet ve kolaylıklar sonucunda kişilerin sosyal ağlara ayırdığı süre de artmaya başlamıştır (Kılıç, 2020). Bu değişim, birçok yeni fırsatın yanı sıra çeşitli sorunları da beraberinde getirmiştir (Sönmez & Yılmaz, 2019).

İnsan, psiko-sosyal bir varlık olarak, evlilikten aldığı doyumunu etkileyen önemli bir diğer faktörün sosyal medya platformları olduğuna dikkat çekilmektedir. Günlük hayatta büyük bir etki alanı oluşturan bu sosyal medya platformları, evlilik ilişkilerini de etkileyebilmektedir (Keçeli, 2020).

Çeşitli yararlar sağlayan internet kullanımının aynı zamanda birçok tehlike ve problemi de barındırdığını söylemek mümkündür. İnternet başında saatlerini harcayan kişilerin, evlerini, işlerini ve ailelerini ihmal etmeleri sonucu meydana gelen problemler ve çatışmalar, eşlerinin sanal ortamda başka kişilerle etkileşim içinde olmasına dönük endişe yaşayan çiftlerin arasındaki huzursuzluk, bu problemlere verilebilecek örneklerdendir (Karaca, 2007). Yetişkinlerin gelişimsel hedeflerinde önemli bir yer tutan derin ve yakın ilişkiler kurmak, bu ilişkileri geliştirmek ve sürdürmek, bireylerin iyilik hali üzerinde kritik bir etkiye sahiptir. Bu nedenle, yakın ilişkiler, bireylerin ruh sağlığı üzerinde hem müspet hem de menfi etkiler yaratabilir. Sağlıklı ve güçlü ilişkiler, kişilerin iyilik halini desteklerken, zayıf veya yetersiz ilişkiler, bu iyilik halinin bozulmasına neden olabilir (Çağ & Yıldırım, 2018).

Yakın geçmişte yaşanan pandemi dönemi, kişilerin zamanının çoğunu sosyal medya platformlarında geçirmelerine yol açmıştır. Pandemi sürecinde kişilerin evde izole kalmaları, sosyal mesafede yaşanan kısıtlamalar, virüs hakkında bilgi edinme amacı, yalnızlık duygusu, bağ içinde olma isteği bu eğilimin sebepleri arasında gösterilebilir. Bu sebepler sosyal medya kullanım oranlarını katlanmasına yol açmıştır (Uslu, 2021). Eşlerin sosyal medya kullanımlarının artması aralarındaki paylaşımın azalmasına neden olabilmektedir. Bu paylaşımın azalması çiftler arasında problemlere ve strese yol açmaktadır (Aktaş & Çopur, 2018).

Sosyal medya platformlarında geçirilen zaman, aile üyelerinin birlikte geçirdikleri zamanın azalmasına yol açmaktadır. Sosyal medya ile değişen iletişim stilleri ve bu platformlarda geçirilen zamanın evlilik ilişkisine etki ettiği düşünülmektedir (Nergis, 2022).

Psikolojik iyi oluş, kişiler için farklı anlamlar ifade eden subjektif bir kavramdır (Wells, 2010). Psikolojik iyi oluş ise, kişinin benlik saygısı, ilişkiler, anlam, amaç ve iyimserlik gibi alanlardaki kendi algılayışıdır (Diener ve arkadaşları, 2010). Kişinin yaşam koşullarının bilişsel bir değerlendirmesidir (Ryan & Deci, 2008). Bireyin anlamlı hedefler peşinde koşmasında, kişisel büyüme ve gelişiminde ve diğer insanlarla derin ve anlamlı ilişkiler kurmasında kritik bir rol oynar. Bu durum, kişinin varoluşsal alanlarında sağlıklı bir denge ve tatmin bulmasını sağlar (Keçeli, 2020). Psikolojik iyi oluş ile evlilik arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalarda kişilerin psikolojik iyi oluşunun, evlilik içerisindeki ilişkisiyle bağlantılı olduğu ve aynı zamanda evliliklerinde memnun olmayan kişilerin psikolojik iyi oluş puanının daha düşük olduğu bulunmuştur (Öz, 2019). Yapılan bir diğer çalışmada, bireylerin eşleriyle kurduğu sağlıklı ilişkinin psikolojik iyi oluş ile ilişkili olduğu bulunmuştur (Wells, 2010). Bu araştırmaların neticeleri, psikolojik iyi oluşun, toplumsal, çevresel ve bireysel alanlarda etkili bir unsur olduğu sonucunu ortaya koymaktadır (Sönmez & Yılmaz, 2019).

Evlilikte kişilerin sosyal medya kullanımının, kişilerin evlilik doyumuna ve psikolojik iyi oluşlarına etkisinin olduğu düşünülmektedir. Evli kişilerin psikolojik iyi oluş durumlarının evlilik doyumuyla da ilişkisinin yüksek olduğu düşünülmektedir. Evli kişilerin, evlilik doyumunu etkileyen faktörler incelendiğinde sosyal medya kullanım sürelerinin artması, psikolojik iyi oluş ve evlilik doyumunu puanlarını olumsuz yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki sorulara yanıtlanmak istenmiştir.

### **1.1 Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın hedefi; sosyal medya kullanımının evlilik doyumunu ve psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini incelemektir.

## 1.2 Hipotezler

Bu çalışmadaki amaçlar doğrultusunda şu alt problemlere cevap aranmaktadır:

1. Evli kişilerin evlilik doyumu düzeyleri; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, yaşadığı şehir, eşinin eğitim düzeyi, çalışma durumu, algılanan ekonomik gelir, eşinin çalışma durumu, evlilik süresi, evlenme şekli, evlilik sebebi, ilk evliliği olup olmaması, çocuğu olup olmaması, kullandığı sosyal medya platformlarının sayısı, ne sıklıkla sosyal medya kullandığı, günde ortalama kaç saat sosyal medya platformlarına zaman ayırdığı ve ne kadar süredir sosyal medya kullandığı değişkenlerine göre farklılık göstermektedir.

2. Evli kişilerin psikolojik iyi oluş düzeyleri; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, yaşadığı şehir, eşinin eğitim düzeyi, çalışma durumu, algılanan ekonomik gelir, eşinin çalışma durumu, evlilik süresi, evlenme şekli, evlilik sebebi, ilk evliliği olup olmaması, çocuğu olup olmaması, kullandığı sosyal medya platformlarının sayısı, ne sıklıkla sosyal medya kullandığı, günde ortalama kaç saat sosyal medya platformlarına zaman ayırdığı ve ne kadar süredir sosyal medya kullandığı değişkenlerine göre farklılık göstermektedir.

3. Evli kişilerin sosyal medya kullanım amaçları (iletişim, boş zamanları değerlendirmek, bilgi paylaşımı ve kişisel sunum, keyifli zaman geçirmek, rahatlamak, müzik dinlemek, mesajlaşmak, insanları daha yakından tanımak, bilgiye ulaşma, gündeme dair gelişmeleri takip etmek, kişi ve organizasyonlara ulaşmak, fikir alışverişi gerçekleştirmek) ve evlilik doyumu düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

4. Evli kişilerin sosyal medya kullanım amaçları (iletişim, boş zamanları değerlendirmek, bilgi paylaşımı ve kişisel sunum, keyifli zaman geçirmek, rahatlamak, müzik dinlemek, mesajlaşmak, insanları daha yakından tanımak, bilgiye ulaşma, gündeme dair gelişmeleri takip etmek, kişi ve organizasyonlara ulaşmak, fikir alışverişi gerçekleştirmek) ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

5. Evli kişilerin evlilik doyumu düzeyleri ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

### 1.3 Sayıtlar

Araştırmaya dahil olan katılımcıların, anket formlarında yöneltilen sorulara doğru ve içtenlikle cevaplar verdiği varsayılmaktadır.

Araştırmada faydalanılan lme araçlarının, kültürel açıdan örnekleme uygunluk gösterdiği ve uygulamaların, yapılan araştırmanın amaçlarına hizmet edecek nitelikte verileri sağlayacağı kabul edilmektedir.

### 1.4 Sınırlılıklar

Sağlanan veriler, araştırmacı tarafından hazırlanmış olan demografik bilgi formu ile anketin formunda yer alan ölçeklerin içerdiği sorular ile sağlanan verilerle sınırlıdır.

Araştırma problemi için evli çocuklu kişilerden sağlanan bilgiler dikkate alınacak ve diğer aile fertlerinin katılımları veya değerlendirmeleri çalışma kapsamında yer almayacaktır.

Araştırma evli ve sosyal medya kullanan kişilere online platformda iletilmiştir. Anket gözlem altında yapılmamıştır. Verilerin doğruluğu kişilerin dürüstlüğü ile sınırlıdır.

Araştırma kapsamında toplanan veriler istatistiksel olarak analiz edilerek uygulamaya dönük neticelerin tartışılması ve bunlara ilişkin önerilerle sınırlı kalacaktır.

Araştırma bulguları yapıldığı dönemle ve kullanılan istatistiksel metotlarla sınırlıdır.

### 1.5 Tanımlar

**Evlilik:** Evlilik, kültürel bir yapı olarak tanımlanır ve erken Hristiyanlık ile Roma İmparatorluğu'nun entegrasyonu sonucu gelişen bir olgudur. Bu tanım, evliliğin yalnızca dini bir öğreti olarak değil, aynı zamanda kültürel bir fenomen olarak da ele alınması gerektiğini savunur (Eck, 2020).

Siyasi söylemde evlilik tanımlarına dair sınır anlaşmazlıkları, Batı ülkelerindeki farklı kültürel modellerle ilişkili olarak tartışılmaktadır. Bu bağlamda evlilik, farklı kültürel normlar ve modeller arasında anlam bulan ve sürekli yeniden tanımlanan bir olgu olarak ele alınır (Jäkel, 2013).

**Evlilik Doyumu:** Evlilik doyumu, kişinin çift ilişkisine bağlı olarak deneyimlediği mutluluk, memnuniyet ve tatmin duygularının düzeyidir (Nicholas, 2005).

Evlilik doyumu Kumari (2014), tarafından çiftler evliliklerinde mutlu olmaları ve evlilik yaşantılarında yaşadıkları sorunların az olması şeklinde tanımlarken Tutarel ve Çabukça (2002), eşlerin ortak fikir oluşturabilen, problemleri yapıcı bir biçimde elen alan, birbirleri ile sağlıklı iletişim kurabilen çiftlerin evlik deneyimini karşılayacak şekilde tanımlamışlardır.

Benzer bir başka tanıma göre evlilik doyumu partnerler arasındaki iletişimin niteliğini, duygusal bağın gücünü, anlaşmazlıkları yönetilme şeklini, iletişim kalitesini, çiftler arasındaki anlayış seviyesini ve çiftler arasındaki karşılıklı dengeyi ve genel olarak evlilik içerisindeki genel uyumu eden bir kavramdır. (Khalatbari ve diğerleri 2013)

**Psikolojik İyi Oluş:** Psikolojik iyi oluş (psychological well-being), kişinin hayatında amaçlı bir katılım, kendini tanıma kişisel yeteneklerin farkına varma ve zorluklarla başa çıkma yeteneği ile karakterize edilir (Ryff, 2013).

**Sosyal Medya:** Sosyal medya, insanların birbirleriyle etkileşimde bulunabildikleri ve çeşitli içerikler paylaşabildikleri dijital platformlar olarak tanımlanabilir. Sosyal medya, Instagram, Twitter YouTube, Facebook gibi çok sayıda platformu kapsayan geniş bir kavramdır ve genellikle işlevsel olarak işbirlikçi projeler, sosyal ağ siteleri, içerik toplulukları, bloglar, sanal oyun dünyaları ve sanal sosyal dünyalar olarak sınıflandırılır (Kaplan & Haenlein, 2009).

## 2 KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1 Aile

Aile, bireylerin psikolojik, sosyal, cinsel, ekonomik gereksinimlerinin giderildiği bir yapıdır. Aile üyeleri evlilik, kan bağı ve diğer yasal prosedürlere uygun olarak bir araya gelirler, aralarında akrabalık ilişkisi bulunmaktadır ve sıklıkla aynı evi paylaşırlar (Nazlı, 2014). Gladding St. (2012) aileyi tarihsel, duygusal ve ekonomik bağları olan bireysel ve sosyal işlevleri olan, duygusal olarak aynı yuvayı paylaşan kişilerin oluşturduğu grup olarak tanımlamıştır. İçinde bulunduğu kültürün mikro yansıması olan aile sistemi üyeleri arasındaki bağ kuvvetlidir ve birçok etmeni bulunur. Bu ilişki aile üyelerinin algılarına, ortak yaşam deneyimlerine ve ortak amaç duygusuna dayanır. Aile sistemi içinde bulunduğu zaman ve kültürden etkilenir. Ayrıca aşağıda aileyi etkileyen ve şekillendiren diğer öğelere yer verilmiştir. (Goldenberg & Goldenberg, 2008).

1. Irk
2. Etnisite
3. Dahil olunan sosyal sınıf
4. Aile yaşam döngüsü evresi
5. Bu ülkede kaç kuşaktır buldukları
6. Cinsel yönelim
7. Dini inanç
8. Üyelerinin fiziksel ve mental sağlığı

### SAĞLIKLI AİLE

Gladding (2002) sağlıklı bir ailenin genel yapısını aşağıdaki niteliklerin varlığıyla açıklamıştır.

1. Aile fertlerinin kriz zamanlarında pozitif olabilme kabiliyetine sahip olmaları.
2. Ailedeki fertlerin aileye ve birbirlerine bağlılık hissetmesi.
3. Aile fertlerinin birbirlerini desteklemesi ve cesaretlendirmeleri.
4. Aile içinde etkili iletişim becerilerinin var olması.

5. Aile fertlerinin birbirlerine karşı minnettarlık hissetmesi.
6. Aile fertlerinin diğer aile fertlerinin rol beklentileriyle uyumlu davranışlar sergileyebilmesi.
7. Aile üyelerinin bir arada zaman geçirme konusunda istek duymaları. (Akt. Canel, 2007).

1999 senesinde Rosen ile Grandon evlilikteki doyumda tesiri olan üç temel etkenden bahsetmiştir:

1. Eşlerin birbirlerine yeteri düzeyde bağlılık hissetmeleri.
2. Çiftin sahip oldukları inançlar anne ve babaya dair tatmin edici bir ilişki içerisinde olmaları.
3. Çiftin birbirine karşı yeterince sevgi beslemesi. (Akt. Kaplan, 2021).

Fitzpatrick'in 1988 yılında yaptığı çalışmada evlilikte doyum üzerinde etkili olan faktörleri ve mutlu çiftlere has nitelikleri şu şekilde sıralamaktadır (Akt. Kaplan, 2021)

1. Çift çatışmaktan kaçınır.
2. Çift kullanılan sözsüz mesajlarda tutarlılık gösterirler.
3. Çift karşılıklı olarak uzlaşmaya açıktır.
4. İlişki içerisinde memnuniyet oranı memnuniyetsizlikten yüksektir.
5. Çift birbirine karşı daha az eleştirel bir tutuma sahiptir.
6. Fikir ayrılıkları yaşandığında daha açık şekilde konuşulur.
7. Çift partnerini onayladığını daha fazla belirtir ve daha fazla fikir birliği vardır.
8. Partnerlerine karşı daha destekleyici bir tavır içinde olurlar.
9. İlişki içerisinde daha fazla sözsüz mesaj kullanılır.

## 2.2 Evlilik

Bireylerin kurduğu yakın ilişki türlerinden biri olan evlilik, sosyal bir varlık olan insanın yaşamında büyük bir öneme sahiptir (Ak & Balcı Çelik, 2024). Bu yakın

ilişki türünde kişiler ilişkilene, bağ kurma, sevme-sevilme ve ait olma gereksinimlerini karşılar. İki kişi kurduğu en derin ilişki türü olarak tanımlanabilir (Akçabozan Kayabol ve ark., 2023). Erikson'a (1968) göre bu yakın ilişki yalnızca karşı cinsle, cinsel birleşme anlamına gelmez, yaşamı paylaşma ve hayatın farklı alanlarında iş birliği yapma anlamı da taşır. İnsanoğlu, fetus olarak biyolojik eşle başlayan hayat yolculuğunu, sosyal, ruhsal, cinsel eş ile tamamlama isteği içindedir (Akt. İkizoğlu, 2019).

Evlilik; sosyal, hukuki, kültürel, toplumsal birçok boyutu içinde barındıran, bunları etkileyen ve bunlardan etkilenen bir yapıdır (Cankurtaran, Topkaya, Şahin, 2023). Evlilik, cinsel yaşamın sağlıklı bir biçimde düzenlenmesinde, çocuk yoluyla yeni nesiller oluşturulmasında, iş bölümünde, ekonomi ve tüketim gibi hayatın temel alanlarında etkilidir (Batık Vural, 2019). Evlilikteki bağ, arkadaşlık veya aile gibi öteki sosyal ilişkilere kıyasla iyi oluşla daha büyük bir ilişkiye sahip olması sebebiyle diğer yakın ilişkilere kıyasla daha fazla önem kazanmaktadır (Pateraki ve Roussi, 2013; Akt. Çağ, 2016). Konu üzerine yapılan çalışmalarda, mutlu çiftlerin mutsuz veya boşanmış çiftlere göre daha sağlıklı ve daha uzun bir hayat sürdüklerini (Gottman ve Silver 1999, 2013) evliliğin gerek fizyolojik gerekse psikolojik sağlıkla ilişkisinin olduğunu (Prigerson ve ark. 1999) görülmektedir (Akt. Ünal ve Akgün, 2022).

### **2.3 Evlilik Doyumu**

Evlilik doyumu, kişinin kendi evlilik ilişkisinde var olan ihtiyaçlarını giderme derecesine yönelik algısıdır (Tezer, 1996).

Kişilerin evlilik birlikteliği içerisindeki gereksinimlerinin, beklenti ve isteklerinin hangi düzeyde karşılandığına dair algılarını belirtir (Cankurtaran, Topkaya, Şahin, 2023).

Konuya ilişkin çalışmalar incelendiğinde görüldüğü üzere ilişki/evlilik dinamiklerinin; evlilik doyumu (satisfaction), evlilik mutluluğu (happiness), evlilik değerlendirmesi (evaluation), evlilik kalitesi (quality), evlilik uyumu (adjustment) kavramlarıyla irdelenmektedir (Berg ve Upchurch, 2007; Bradbury, Fincham, ve Beach, 2000; Reynolds vd., 2014) (Akt. Özge Sarıyer Yılmaz, 2023). Alan yazında evlilik doyumunu açıklamak için kullanılan tek bir tanım olmamakla birlikte, evlilik

ile ilgili ilişkilerin hangi kavramlarla açıklanacağına dair hala bir karmaşa mevcuttur (Akçabozan Kayabol ve ark., 2023). Bu kadar farklı kavramın varlığının nedenine ilişki olarak Fincham ve Rogge (2010) iki temel bakış açısı önermiştir. İlişkisel/kişilerarası bakış açısı tipik olarak iletişim, çatışma, birliktelik gibi etkileşim tarzlarına bakarak ‘kalite’ ve ‘uyum’ gibi kavramların kullanılmasını desteklerken; içsel/kişisel bakış açısı, eşlerin şahsi değerlendirmelerine ve öznel yargılarına odaklanarak ‘mutluluk’ ve ‘doyum’ gibi kavramları kullanma eğilimindedir. (Akt. Özge Sarıyer Yılmaz, 2023). Evlilik doyumu, evlilikteki duygusal ve pratik yönleri kapsayan çok boyutlu bir kavram olmakla beraber ele alınan kavramlar arasında en sık kullanılanıdır (Akçabozan Kayabol ve ark., 2023).

Bu memnuniyet ve mutluluk düzeyi, evlilik birlikteliğinde olumsuz niteliklerin azlığı ve olumlu niteliklerin fazlalığı anlamına gelmektedir (Cankurtaran, Topkaya, Şahin, 2023). Evlilik doyumu, evlilik birlikteliğinin devamlılığını ve duraklamalarını ekilebilecek değişkenlerden bir tanesidir (Cankurtaran, Topkaya, Şahin, 2023).

Yaşam mutluluğunu elde etmede, kişilerin romantik ilişkilerinden aldığı doyum etkili rol oynamaktadır. Bundan dolayı ilişkilerde anlamlı ve yakın bağlar kurabilmek önemlidir (Çağ, 2016).

Evlilik doyumu, eşlerin evlilik ilişkisinin çeşitli yönleri hakkında memnuniyet ve hoşnutluk derecesi olarak tanımlanabilir. Bu yönler, çevresel (karar verme süreçlerinde eşitlik, kazançlar, kariyer başarıları, sorun paylaşımı vb.) ve kişisel (birbirlerine sevgi gösterme yolları, cinsel memnuniyet, eşler arasındaki iletişim kalitesi, eşlerin kendilerini ne kadar açıkça ifade ettikleri) olarak çeşitli alanları içerir (Vural Batık, 2019).

Evlilik doyumuyla ilgili yapılan çalışmada, evlilik doyumunun; psikolojik ve fiziksel sağlık ile olumlu yönde ilişkisi olduğunu; evlilik doyumunun yaşam kalitesini yordadığı ortaya konmuştur. Evlilik doyumu yüksek olan kadınların yaşam kalitesinin görece daha fazla olduğu, fiziksel ve psikolojik sağlık problemleri yaşama ihtimallerinin daha düşük olduğu, duygusal destek aldıklarını, sosyal açıdan daha aktif olduklarını ve içinde bulunduğu çevresel koşullardan daha tatmin ve memnun oldukları bulunmuştur (Shafique ve ark. 2023).

## 2.4 Evlilik ve Aile ile İlgili Yaklaşımlar

### 2.4.1 Davranışçı Yaklaşım

Davranışçı çift terapisinin temeli başta klasik ve edimsel koşullanma kuramı üzerine yapılanmıştır (Gladding, 2012). Bununla birlikte önde gelen kuramcılar Pavlov, Watson, Thorndike ve Bandura'nın öğrenme teorileri DÇT için temel oluşturmaktadır (İkizoğlu, 2019). Davranışçı danışmanlar objektif olarak ölçülebilen, gözle görülür davranışların değişimi için çalışırlar. Davranışçı yaklaşım içgörüyeye gerek duymaz, düşünce ve tutumların değişimi için çalışmaz. Semptomlar güncel bir problem olarak değerlendirilir ve o yönde çalışmalar yapılır (Nazlı, 2014). DÇT “yetişkin yakınlığında karşılıklı davranış (exchange) ve müzakere (negotiation) yaklaşımın merkeze alan bir modeldir ve problem çözme, karşılıklı olarak birbirlerini memnun etme ve iletişim becerilerinin öğretilmesine odaklanır” (Johnson, 2003, s. 366). Süreç içinde kişilerin, birbirlerini memnun etme, problem çözme ve iletişim becerilerinin geliştirilmesi ve öğrenilmesine odaklanılır. Karşılıklı davranış ve müzakere yaklaşımını temel alır (Gladding, 2012).

Bu kuramın varsayımları şunlardır.

- 1) Tüm davranışlar öğrenilir, bireylerin davranışını önceki pekiştirmeler şekillendirir.
- 2) İşlevsel olmayan davranışın sebebini inceler ve geçmişi değil şimdiki davranışı değiştirmeye odaklanır.
- 3) Davranış değişimi için ailedeki diğer bireylerin sürece dahil edilmesine gerek görmez (Demirbilek, 2015).

DÇT diğer kuramlarla karşılaştırıldığında doğrusal (linear) olmasıyla dikkat çekmektedir. Sistemik değil doğrusal olması, görece daha çok neden-sonuç ilişkisi kurması ve nedenleri temel alarak bu nedenlerden dolayı ortaya çıkan problemlerin ve davranışların daha olumlu yönde değişmesi ile ilişkilerin olumlu yönde gelişmesine katkı sağlamayı hedefler (Gladding, ST, 2012).

### 2.4.2 Bilişsel Davranışçı Yaklaşım

Bilişsel Davranışçı Çift Terapisinde (BDÇT) davranış ve duyguların yanı sıra kişilerin düşüncelerine de odaklanılır. Var olan ilişkinin yapısı ve bireylerin bu ilişkide nasıl rol oynadığı, kişilerin olaylara bakış açısı, beklentileri, standart davranış biçimleri önemli noktalardandır. Sağlıklı ilişkilerde, eşler ilişkileri için emek harcamaları ve bir şeyler ortaya koymaları gerektiğinin farkındadırlar. Sağlıksız ilişkilerde ise bu farkındalık düşüktür, eşler birbirleri için bir şey yapmalarına gerek olduğuna inanmazlar (Nazlı, 2014). Danışmanlar, kişilerin düşünce kalıplarını, inançlarını ve tutumlarını değiştirmeyi hedeflerler. Çünkü onlara göre davranış değişimi sağlanması için düşünce kalıpları ve inançların değiştirilmesi gereklidir. (Nazlı, 2014) Bilişsel Davranışçı Çift Terapisinin temellerini atan önemli kuramcılarında bir tanesi Albert Ellis'tir. Albert Ellis tarafından geliştirilen Akılcı Duygusal Terapisi (RET) günümüzde Akılcı Duygusal ve Davranışçı Terapi (REBT) olarak anılmaktadır. Bu yaklaşımla Ellis, kişilerin, kendilerine, eşlerine ve evliliklerine yönelik taşıdıkları irrasyonel düşüncelerle çalışmayı amaçlar. Bunu yaparken geliştirdiği ABC modelini uygular. A olay, B, olaya ilişkin algı ve düşünce, C ise duygu anlamına gelmektedir. Kişiler irrasyonel düşünceleriyle ilgili bilinçlendirilir. Amaç, kişilerin düşüncelerini daha rasyonel düzleme getirmektir (Gladding, 2012). Bilişsel Davranışçı kuram güçlü bir ampirik desteğe sahip, kısa süreli bir çözüm sunar (Gladding, 2012).

### 2.4.3 Yaşantısal Aile Yaklaşımı

Yaşantısal aile danışması, aile bireylerinin doğal büyüme dürtülerinin ortaya çıkmasına ve potansiyellerini tamamlamalarına yardım eder (Nazlı, 2014). Yaşantısal aile danışmanlığı, insancıl/varoluşçu danışmayı temel almıştır. Bu model aileyi oluşturan bireylerin duygularının farkında olmadıklarını ya da onları bastırdıkları varsayar. Duyguları hissetmeme ya da hissettiğini ifade edip paylaşmama ailede iletişimsizlik ve mesafeli bir ortam oluşturur. Bu durumlarda aile üyeleri birbirinden kaçınabilir, paylaşımları azalabilir. Bu ortamlar da işlevsiz olan tutum ve davranışların kısır döngü halinde devam etmesine sebep olur (Nazlı, 2014). Yaşantısal yaklaşıma göre, sağlıklı aile yaşantısı, üyelerin birbirleriyle yaşamı ve hayat deneyimlerini paylaştıkları canlı bir ortamdır. Bu ailelerde duygulara alan açılır, teşvik edilir ve desteklenir. Sağlıksız ailelerde ise kişiler duygularını nasıl yansıtacağını bilemezler,

kişilerin birbirleriyle etkileşimi kısıtlıdır (Gladding, 2012). Bu yaklaşımı benimseyen danışmanlar kişilerin şimdi ve buradaki yaşantısıyla çalışır. Ailenin ve bireylerin memnuniyeti farkındalık ve duyguların ifadesi ile mümkün olmaktadır. Kişiler duygu ifadesi için teşvik edilir ve desteklenir (Gladding, 2012). Yaşantısal ekol aile terapisinin bir dalı olarak, 1960'lı yıllardaki insancı-varoluşçu psikoloji ekolünden ortaya çıkmıştır (Gladding, 2012).

#### **2.4.4 Yapısal Aile Yaklaşımı**

Salvador Minuchin tarafından geliştirilen Yapısal Aile Terapisi aile terapisinden başvuru alan öne çıkan yöntemlerden biridir. Minuchin, (1974) aileyi anlayabilmenin yolunu aile içi etkileşim örüntülerinin belirlenmesi ve bununla çalışılması gerektiğini ortaya koymuştur. Yapısal yaklaşım, aileyi sistem olarak ele almaktadır (Akt. Tura, 2020). Ortaya konduğu zamandan bu yana kullanım sıklığı artan, kabul gören bir yaklaşım olmuştur (Gladding, 2012). Bu kavrayışa göre, ailedeki sorunların ortadan kalkabilmesi için önceliğin ailenin organizasyonunda ya da yapısındaki örüntülerin farklılaşması gerekmektedir (Gladding, 2012). Charles Fishman, Braulio Montalvo, Harry Aponte ve Bernice Rosman gibi tanınmış kuramcılar yer almaktadır (Gladding, 2012). Aileyi bir sistem olarak ele aldığımızda, sistemlerin temel işleyişinin sonucu olarak, sistemdeki bir üyenin davranışı öteki tüm üyelerin davranışlarıyla bağlantılıdır (Minuchin, 1974; Schwartz ve Nichols, 2004). Yapısal Aile Terapisi, aile sisteminin bileşenlerinin ne şekilde etkileşimde bulunduğunu, aile içinde işlevsiz iletişim kalıplarının nasıl oluştuğunu ve aile içinde denge nasıl sağlandığını anlamaya odaklanır (Bitter, 2014; Gehart, 2016). Bu modeldeki önemli diğer bazı kavramlar arasında ittifak, alt sistemler, güç dinamikleri, aile yapısı ve sınırlar yer almaktadır (Akt. Tura, 2020).

#### **2.4.5 Sistemik Aile Yaklaşımı**

Sistemik aile terapisindeki başlıca kuramcılar Mara Selvini Palazzoli, Luigi Boscolo, Peggy Papp gibi isimlerdir. Sistem yaklaşımı, aileyi alt sistemlerden oluşan bir sistem olarak ele alır. Bu alt sistemlere anne, baba, çocuklar örnek verilebilir. Bir sistem olarak aile kendisini oluşturan yapıların toplamından fazlası olarak değerlendirilmiş, aile bireylerinin aralarındaki iletişim ve etkileşime odaklanmış, aile terapisi alanına bütünleştirici bir perspektif getirmiştir. Davranış biçimlerinin anlamak

için aile sistemini bir bütün olarak ele almakta ve aile terapisi alanında kısa süreli ve spesifik bir alternatif sunmaktadır. (Canel, 2007).

#### **2.4.6 Psikodinamik Aile Yaklaşımı**

Nathan Ackerman'ın geliştirdiği Psikodinamik aile terapisinin diğer önemli kuramcılarını Sigmund Freud, Robin Skynner, Donald Williamson, Norman Paul, Theodore Lidz, Ivan Boszormenyinagy ve James Framo isimleri sayılabilir. Bu model sistem yaklaşımı ve psikanaliz perspektiflerinin eklektik bir birleşimidir. Ailedeki bilinçaltı süreçleri ele alır ve içgörü kazandırmaya odaklanmaktadır. Kişilerin savunma mekanizmalarının davranış üzerindeki etkilerini ortadan kaldırmaya odaklanır. Aktarım analizi, rüya analizleri, güce odaklanma, yüzleşme ve aile geçmişinin analizi kullanılan teknikler arasındadır. Uzun süreli bir terapi süreci gerektirmektedir (Canel, 2007).

#### **2.4.7 Bowenyan Aile Yaklaşımı**

Bowenyan aile terapisi ilk olarak Murray Bowen'in tarafından geliştirilmiştir. Diğer önemli kuramcılarını; Ed Friedman ve Michael Kerr'dir. Psikodinamik yaklaşımla kullanılan teori ve teknikler aynıdır. Bilinçaltı süreçler ele alınır. Çift ve ailelerle çalışılırken bilişsel stratejiler izlenir. Kişileri geçmiş yaşantılarına odaklanılır, savunma mekanizmaları ile çalışılır. Kişiyeye önceki nesillerden aktarılan problemler davranışları yeniden yapılandırma olanağı sunar. Benin ayrılaşması, aile yansımaları, genogramlar, kişi kişiye iletişim, kullanılan teknikler arasındadır. Uzun süreli bir terapi yaklaşımıdır (Canel, 2007).

### **2.5 Psikolojik İyi Oluş**

Psikolojik iyi oluş günümüzde ifade edilen şekliyle Ryff (1989) tarafından ortaya atılmıştır (Akt. Gülyüksel Akdağ ve Cihangir Çankaya 2015). Ryff, öznel iyi oluşun tam anlamıyla psikolojik iyi oluşu ifade etmediğini savunmuş, öznel iyi oluş mutlulukla ilişkili hazzı bir perspektif oluştururken, pozitif iyi oluş pozitif işlevsellik perspektifi taşımaktadır.

Ryff (1989) çok boyutlu psikolojik iyi oluş teorisi psikolojik iyi oluşun 6 özelliğini ortaya koymaktadır (Akt. Gülyüksel Akdağ ve Cihangir Çankaya, 2015).

**Kendini Kabul:** Kişinin geçmiş yaşantısını ve öznel benliğini olumlu değerlendirmesi

**Bireysel Gelişim:** Kişinin bir birey olarak gelişmeyi ve büyümeyi sürdürmesi

**Hayat Amacı:** Kişinin yaşamının anlamlı olduğuna yönelik değerlendirmesi ve bir yaşam amacı olduğuna inanması

**Diğerler kişilerle olumlu ilişkiler:** Kişinin diğer kişilerle anlamlı ve olumlu ilişkiler kurması ve sürdürmesi

**Çevresel Hakimiyet:** Kişinin hayatını ve çevresini etkili bir tarzda yönetme kabiliyetidir.

**Özerklik:** Kişinin özgür iradeye sahip olması

Ryff, Singer vd. ile yapılan araştırmalar, yüksek psikolojik iyi oluşun, daha düşük kardiyovasküler risk ve daha yüksek bir bağışıklık sistemi ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Reci ve Dyan 2006).

Psikolojik iyi oluş, eudaimonik ve hedonik iyi oluş olarak iki türde değerlendirilmektedir. Eudaimonik yaklaşım kişinin kendi varlığını kabul etmesi, özerklik, iletişim, yaşam amacı ve çevresel imkanları kullanarak gelişimini sağlaması olarak ifade edilebilir. Hedonik yaklaşımsa öznel iyi oluş hali olarak da ifade edilmektedir (Ryan ve Deci, 2001, akt. Söner ve Yılmaz, 2018). Öznel iyi oluş, yüksek seviyede olumlu duygular, düşük seviyede olumsuz duygular ve daha yüksek yaşam doyumu anlamına gelmektedir. Bu üç kavramın bir araya gelmesi ile yüksek öznel iyi oluş ortaya çıkar (Reci ve Dyan, 2006).

Araştırmalar yüksek psikolojik iyi oluş düzeyine sahip kişilerin, fizyolojik ve psikolojik sağlık durumlarının daha iyi olduğunu ve daha yüksek hayat kalitesine sahip olduklarını göstermektedir (Keyes, Dhingra ve Simoes, 2010, s.2368; akt. Söner ve Yılmaz, 2018). Yüksek psikolojik iyi oluş düzeyine sahip kişiler çevrelerindeki kişilerle daha iyi ilişkiler kurduklarından iş yaşamında da daha üretken olurlar ve yaşam süreleri görece diğer kişilerden daha uzundur (Diener, King ve Lyubomirsky, 2005, s.825; akt. Söner ve Yılmaz, 2018).

## 2.6 Sosyal Medya

Literatür incelendiğinde sosyal medyayı tanımlayan birçok açıklama ile karşılaşmıştır. Bazı araştırmacılar sosyal medyayı, kullanıcılar arasındaki etkileşimi sağlayan, benzer ilgilere sahip kullanıcıların paylaşımını arttıran, kullanıcılara kişisel profil ve etkileşimde bulunmak istediği kişilerle bir liste oluşturma olanağı sunan internet tabanlı ortamlar şeklinde açıklamışlardır (Vural ve Bat, 2010: 3350) (Akt. Güleç, 2018).

Günümüzde sosyal medya platformları yalnızca iletişim için kullanılmamakta, kullanıcılarına oyun, bilgi edinme, arama yapma, gibi birçok aktivite için olanak sağlamaktadır. Bu yolla bireylerin çoğu ihtiyacını karşılayacak bir ortam oluşturmuştur. Bu sayede kullanıcılar ihtiyaç duydukları hemen her şeyi sosyal medya araçları sayesinde gidermektedirler (Güleç, 2018)

İnsan sosyal bir varlıktır. Bunun sonucu olarak sosyal ilişkiler geliştirmek, etkileşimde olmak, anlamlı ilişkiler kurmak ve bağ kurmak amacıyla çabalar (Deci & Ryan, 2020).

İnternet kullanımı günden geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Türkiye için istatistikler incelendiğinde 2022 yılında, internet kullanım oranı %85,0 oranındayken 2023 yılında %87,1 seviyesine yükselmiştir. 2023 yılındaki internet kullanımı cinsiyete göre incelendiğinde; kadınlarda %83,3 erkeklerde %90,9 olduğu görülmüştür (TÜİK, 2023).

Sosyal medya platformlarından Facebook, Instagram, Twitter ve benzeri uygulamalar günlük yaşamın bir parçası haline gelerek, neredeyse hayatın merkezinde yer almaktadır (Tiryaki ve Karakuş, 2018). Sosyal medya platformları çevrimiçi iletişime neredeyse sınırsız olanak sağlamaktadır. Bu iletişim ve etkileşim sadece yazıyla olmamakta, fotoğraflar, videolar ve canlı yayın araçları ile de sağlanmaktadır (Tiryaki ve Karakuş, 2018). Yüz yıllar boyu her dönem içinde; toplumların şekillenmesine, nesillerin oluşmasına ve insan yaşamına etki eden çeşitli gelişmeleri barındırır. İnternet ve özellikle sosyal medya toplumu ve toplumu oluşturan yapı taşı olan aileyi önemli ölçüde etkilemiştir (Kalaman & Çelik, 2019).

Sosyal ilişkilerde zaman zaman problemler yaşamak kaçınılmazdır. Yaşanan sorunlar yalnızlık hissi doğurabilir ve kişiler bu yalnızlıkla baş edebilmek ve yeniden ilişkilenebilmek adına sanal ortamlarda iletişim kurmayı tercih edebilirler (Balcı ve Gölcü, 2013; Clayton vd., 2013; Erdoğan, 2009; Lemieux vd., 2013; Serdar vd., 2018) (Akt. Karabacak Çelik, 2024)

Toplumun tüm alanlarında sosyal medya kullanımı ciddi oranda yaygınlaşmıştır. Günümüzde aileyi oluşturan kişilerin yüz yüze iletişim yerine daha çok sosyal medya platformlarında iletişim ortamı sağladıkları görülmektedir. Bu durum sosyal medya bağımlılığı için de bir risk faktörü oluşturur (Güleç, 2018, s.106).

Sosyal medyanın aile içi etkileşimi etkilediği birçok boyut vardır. En çok etkileyen boyutlar incelendiğinde aile üyelerinin birlikte geçirdikleri zamanın azalması bir diğeri ise sosyal medyanın getirdiği bilinmezliğin etkisiyle sana aldatmalar yaşanmasına zemin hazırlaması bu sebeple de eşler arasında huzursuzluğa yol açması olduğu söylenebilir (Güleç, 2018, s.106).

Kietzmann, vd. (2011) sosyal medyanın 7 temel ögesi olduğundan söz etmişlerdir.

**Kimlik:** Sosyal medya kullanıcısının, sosyal medya platformunda yarattıkları kimliklerdir. Kişiler kendi adlarını ya da takma isimlerini kullanabilirler. Yaş, cinsiyet, meslek gibi kişinin demografik bilgileri de sosyal medya platformlarına yansır. Kullanıcının platformda takip ettiği konular, fikirler, beğendiği ve beğenmediği paylaşımlar da kişinin sosyal medyadaki kimliğinin bir parçasıdır.

**Sohbet:** Kullanıcının diğer kullanıcılarla kurduğu iletişim şeklini ifade eder. Kullanıcılar, kendileri ile benzer fikirlere ve ilgilere sahip diğer kullanıcılarla tanışabilir, arkadaşlık ilişkisi ya da romantik ilişki kurabilir, farklı fikirleri keşfedebilir, gündemi takip edebilir. Bu hedefler doğrultusunda paylaşım yapabilirler.

**Paylaşım:** Sosyal medya platformlarında kullanıcılar kendilerine ait bir içerik paylaşabilir ya da bir içeriği başka bir kullanıcıya iletebilir. Bu yolla diğer kullanıcılarla etkileşime girer. Uygulamalara göre paylaşım içeriği farklılık gösterebilir. Youtube, video paylaşımlarını desteklerken, Instagram fotoğraf paylaşımı için daha uygun bir platformdur.

**Konum:** Kullanıcının bulunduğu lokasyona ait bilgiyi sosyal medya platformunda paylaşmasıdır. Bu şekilde kullanıcılar diğer kullanıcıların yerine dair bilgi sahibi olurlar. Kullanıcıların ulaşılabilirlik, erişilebilirlik seviyesine yönelik bilgi verir.

**İlişkiler:** Kullanıcıların diğer kullanıcılarla arasında olan ilişkiyi ifade eder. Bu ilişki gerçek hayatta tanışarak ya da sosyal medya paylaşımlarıyla etkileşimde kalarak kurulmaktadır. Kurulacak ilişkide sosyal medya platformları belirleyicidir. LinkedIn uygulamasında kariyer ve iş yaşamına yönelik ilişkiler kurulabiliyor iken, Instagram’da arkadaşlık ya da romantik ilişki kurmak daha olasıdır.

**İtibar:** Sosyal medya platformundaki kullanıcıya olan güven olarak tanımlanabilir. İtibar algısı kullanıcının takipçi sayısına ve erişimine göre değerlendirilebilir.

**Gruplar:** Kullanıcıların oluşturdukları grup ya da alt grupları ifade eder. Kullanıcıların arkadaş listelerini belli bir kritere göre oluşturdukları gruplar ve tüm kullanıcıların katılımına açık gruplar olarak 2 grup türünü barındırır.

Whiting ve Williams (2013) kişilerin sosyal medya kullanma nedenleri ve memnuniyetlerini araştırdıkları çalışmada kullanıcıların yanıtlarını aşağıda belirtilen başlıklar altında toplamışlardır.

**Sosyal Etkileşim:** Katılımcıların %88’i sosyal medyayı sosyal iletişim için kullandıklarını bildirmiştir. Sosyal medya yoluyla sanal ortamda yüz yüze ortamlara oranla insanlarla daha fazla etkileşime girdiklerini, bu yolla sosyalleştiklerini belirtmişlerdir. Bu kişiler sosyal medyayı, aile, arkadaş, uzun süredir görüşmedikleri kişilerle iletişimde olmak ve yeni kişilerle tanışmak için kullandıklarını ifade etmişlerdir.

**Bilgi Arama:** Katılımcıların %80’i sosyal medyayı bilgi aramak için kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların genellikle aradıkları ulaşmak istedikleri bilgiler şu şekildedir;

- İndirimler, kampanyalar ve ürünler hakkında bilgilenmek
- Etkinlikler ve organizasyonlarla ilgili bilgilenmek
- İşletmelerle ilgili bilgilenmek

-Kişisel gelişim ve çeşitli alanlarda yeni bilgiler edinmek

**Zaman Geçirmek:** Katılımcıların %76'sı sosyal medyayı zaman geçirmek için kullandıklarını bildirmişlerdir. Kişiler boş zamanları olduğunda, yapacak alternatif bir şeyleri olmadığında ve yaptıkları şeylerden sıkıldıklarında sosyal medyaya yöneldiklerini ifade etmişlerdir.

**Eğlence:** Katılımcıların %64'ü sosyal medyayı eğlenmek için kullandıklarını bildirmişlerdir. Kişiler sosyal medya platformlarında eğlence kaynağı olarak, müzik dinlemeyi, komik videolar izlemeyi ve arkadaşlarıyla sanal ortamda oyun oynamayı ifade etmişlerdir.

**Rahatlama:** Katılımcıların %60'ı sosyal medyayı rahatlamak için kullandıklarını bildirmişlerdir. Kişiler gerçeklikten kaçmak, düşüncelerinden uzaklaşmak bu yolla stresini azaltıp rahatlamak için bu platformlarda zaman harcamaktadırlar.

**Görüşlerin ifadesi:** Katılımcıların %56'sı sosyal medyayı görüşlerini ifade etmek için kullandıklarını belirtmişlerdir. Diğer kullanıcıların gönderi ve fotoğraflarını beğenmek, onlara yorum yapmak, düşünce ve eleştirilerini dile getirerek rahatladıklarını ifade etmişlerdir.

**İletişimsel Fayda:** Katılımcıların %56'sı sosyal medyayı iletişimsel fayda sağladığı için kullandıklarını belirtmişlerdir. Kullanıcılar sosyal medyada gördükleri paylaşımları arkadaşlarıyla paylaşmaktan keyif aldıklarını, bu paylaşımların onlara sosyal ortamda konuşabilecek ortak konular yarattığını ifade etmişlerdir.

**Kolaylık Faydası:** Katılımcıların %52'si bu sebeple sosyal medya kullandığını bildirmiştir. Her zaman ve her yerde kolayca ulaşılabilir olması, herhangi bir kısıtlama olmaması, aynı anda birden fazla kişiyle iletişim kurma imkanının olması sosyal medyayı tercih edilir kılmıştır.

**Bilgi Paylaşımı:** Katılımcıların %40'ı sosyal medyayı bilgi paylaşımı amacıyla kullanmaktadır. Bilgi paylaşımı, bilgi aramadan farklı olarak, kişilerin kendileri ilgili bilgileri diğer kullanıcılarla paylaşmasıdır. Bu amaçla kişiler kendi fotoğraflarını, düşüncelerini, konularını, işletmelerini diğer kişilerle paylaşma olanağı bulurlar.

**Gözetim/Başkaları Hakkında Bilgi Edinme:** Kullanıcıların %32'si sosyal medyayı bu amaçla kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medya sayesinde kullanıcılar diğer kullanıcıların hakkında bilgi alabilir, neler yaptıklarını öğrenebilir ve onları takip edebilir.

## **POPÜLER SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI**

İnsanların büyük bir çoğunluğu vakitlerini sosyal medya platformlarında geçirmektedirler. Her sosyal medya platformunun kullanıcılarına sunduğu özellikler ve içerikler farklıdır. Bu sebeple tüm uygulamaların hitap ettiği ve eriştiği kitle farklılaşmaktadır (Özdiñ, 2014)

**Facebook:** Kullanıcılarına kişisel bilgilerini, fotoğraflarını, ilgi alanlarını paylaşma, diğer kullanıcılarla mesajlaşma, bilgi alışverişinde bulunma özelliği sunan bir sosyal medya platformu olan Facebook, Harvard Üniversitesi'nde öğrenci olan Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuştur. İlk başlarda yalnızca Harvard Üniversitesi öğrencileri erişebiliyorken, sonradan Boston civarındaki diğer okullar için de erişilebilir olmuştur. Bir sene içinde Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bütün okullarda ulaşılabilir olmuştur. 2006 yılından bu yana e-posta adresiyle yaş sınırlamasına uyan herkesin giriş yapabileceği bir platform haline gelmiştir (Yağmurlu, 2011)

**Instagram:** Instagram Kevin Systrom ile Mike Kriger tarafından, fotoğraf ve video paylaşma yoluyla kullanıcılarının etkileşime geçebilecekleri bir platform olarak kuruldu. Instagram sayesinde kullanıcılar diğer kullanıcıların paylaştıkları fotoğraf ve videoları görebilir onları beğenebilir ve yorum yapabilmektedirler. Aynı zamanda direkt mesaj yoluyla birbirleriyle iletişim de kurabilmektedirler (Mumay, 2022). Instagram'ı Facebook'tan farklılaştıran başlıca özellik paylaşılan içeriğin bir fotoğraf ya da video olmasıdır (Hwang, 2019)

**Twitter:** Twitter, 2006'da Biz Stone, Jack Dorsey, Evan Williams ve Noah Glass tarafından kuruldu. Twitter, 140 karakter ile kullanıcılarının fikir ve düşüncelerini, yazı, görsel ve video aracılığıyla diğer kullanıcılarla paylaşmaya olanak sağlar. Diğer kullanıcılar bu içeriklere yorum yapabilir ya da kendi profillerinde paylaşabilirler. Kullanıcılarının herhangi bir konu hakkında hızlıca bilgi almalarını ve

düşüncelerini paylaşmalarını sağlar (Özdiç, 2014). Günümüzde 140 karakter sınırı kaldırılarak kullanıcıya daha geniş içerikler paylaşma olanağı sağlamaktadır.

**Youtube:** Youtube 2005 senesinde Steve Chen, Jawed Karim ve Chad Hurley tarafından kuruldu. Kullanıcılarına kendi çektikleri, hazırladıkları videoları paylaşma olanağı sağlamaktadır. Kullanıcılar bu videoları dünyanın çeşitli yerlerindeki kullanıcılarla paylaşma olanağı bulurlar. Diğer Youtube kullanıcılarıyla iletişime geçebilir, paylaşılan içeriklere yorum yoluyla düşüncelerini belirtebilirler (Bostancı, 2019).



### 3 YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmada kullanılan veri toplama araçları, araştırmanın modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme, verilerin toplanması ve verilerin analiz edilmesine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

#### 3.1 Araştırmanın Modeli

Çalışma kesitsel bir araştırmadır ve veri toplama yöntemi olarak anket-test tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu kazara uygun örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan 18 yaş üstü, evli, kadın ve erkek bireylerdir.

#### 3.2 Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'deki 18 yaş ve üzerindeki en az bir sosyal medya kullanan evli bireyler oluşturmaktadır. Bu araştırmada örneklem basit seçkisiz örnekleme yöntemiyle oluşturulmuştur. Araştırmanın örnekleme evreni temsil edecek şekilde 236 evli kadın ve 224 evli erkek olmak üzere toplam 460 kişiden oluşmaktadır. Araştırmadaki katılımcılar evreni temsil edecek şekilde farklı yaş, farklı eğitim düzeylerinde çeşitlenmektedir.

#### 3.3 Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada verilerin toplanması için demografik bilgileri ve kişilerin sosyal medya kullanım sürelerini ve şekillerini içeren kişisel bilgi formu, bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarını ölçmek amacıyla 'Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği', evlilik doyumunu ölçmek amacıyla 'Evlilik Yaşamı Ölçeği', psikolojik iyi oluş düzeylerini ölçmek için 'Psikolojik İyi Oluş Ölçeği' kullanılmıştır. Bu ölçekler çevrimiçi ortamda uygulanmış olup katılımcılara uygun örneklem yöntemi ile Google Forms üzerinden ulaştırılmıştır.

##### 3.3.1 Kişisel Bilgi Formu

Araştırmaya katılan kişiler hakkında bilgi edinmek adına araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Demografik bilgilerin yanı sıra, araştırmacı tarafından geliştirilen araştırmanın amacına yönelik sorular bulunmaktadır. Yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, yaşadığı şehir, eşinin eğitim düzeyi, algılanan ekonomik gelir,

çalışma durumu, eşinin çalışma durumu, evlilik süresi, evlenme şekli, evlilik sebebi, ilk evliliği olup olmaması, çocuğu olup olmaması, kullandığı sosyal medya platformları, ne sıklıkla sosyal medya kullandığı, günde ortalama kaç saat sosyal medya platformlarına zaman ayırdığı ve ne kadar süredir sosyal medya kullandığı değişkenlerini içermektedir. Evli olup olmama ve sosyal medya kullanıp kullanmama durumu, ölçeklerde sosyal medya kullanım amaçlarına ve evlilik doyumuna ilişkin soruların bulunmasından dolayı, evli ve sosyal medya kullanan kişilerin cevapları dikkate alınarak norm oluşturulmuştur.

### **3.3.2 Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği**

Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği, bu ölçekteki maddeler 5’li Likert tipinde değerlendirmeyle ölçülmüştür (5= Her zaman; 4= Sıklıkla; 3= Bazen; 2= Nadiren; 1= Hiçbir zaman). Sosyal medya kullanım amaçları ise gündemi takip etmek, eğlence, mesajlaşmak, iletişim, boş zaman değerlendirmek, müzik dinlemek, insanları daha iyi tanımak, kişilere ulaşmak, bilgiye erişmek, fikir alışverişinde bulunmak, bilgi paylaşımı ve kişisel sunum; olarak 11 başlık altında toplanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi işlemi LISREL 8.71 programı ile gerçekleştirilmiştir. Analizde elde edilen sonuçlar, ölçeğin standardize edilmiş yüklerinin 0.57 ile 0.60 değerleri arasında olduğu ve bütün değerlerin anlamlı olduğu ( $t > 1.96$ ) görülmüştür. Gerçekleştirilen analiz sonrasında, sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin içsel tutarlığının (Cronbach’s Alpha) 0.819 olduğu tespit edilmiştir (Çömlekçi ve Başol, 2019).

### **3.3.3 Psikolojik İyi Oluş Ölçeği**

Psikolojik İyi Oluş Ölçeğindeki maddeler kesinlikle katılıyorum (7) ile kesinlikle katılmıyorum (1) şeklinde 7–1 arasında değer alacak şekilde yanıtlanmaktadır. Ölçeğin tüm maddeleri olumlu şekilde ifade edilmektedir. Puanlar 8 ile 56 arasında değişmektedir. Bütün maddelere kesinlikle katılmıyorum yanıt verilmesi halinde 8 puan elde edilirken bütün maddelere kesinlikle katılıyorum yanıt verilmesi halinde 56 puan elde edilir. Elde edilen puanın yüksekliği kişinin çok miktarda psikolojik güce ve kaynağa sahip olduğunu ifade eder. Ölçekte elde edilen sonuçlar iyi oluşun boyutlarına ilişki farklı ölçümler sağlamamasına karşın, önemli olduğu düşünülen farklı alanlardaki olumlu işlevlere ilişkin genel bir bakış edinmeyi mümkün kılar (Diener ve arkadaşları, 2010).

### 3.3.4 Evlilik Yaşamı Ölçeği

Evlilik Yaşamı Ölçeği (EYO), Esin Tezer tarafından 1996 yılında geliştirilmiştir. Ölçeğin temel amacı, evli bireylerin evlilik yaşamlarındaki memnuniyet düzeylerini değerlendirmektir. Evlilik memnuniyeti, bireylerin evliliklerinden duydukları genel tatmini ve evlilik ilişkilerinin kalitesini yansıtan önemli bir göstergedir. EYO, evlilik memnuniyetini ölçerken bireylerin evliliklerine yönelik duygularını, düşüncelerini ve algılarını kapsar. Evlilik Yaşamı Ölçeği, toplamda 10 maddeden oluşan kısa ve kullanımı kolay bir ölçektir. Bu maddeler, evlilik ilişkilerinin çeşitli yönlerini değerlendirmeyi amaçlar. Katılımcılar, her madde için kendilerine en uygun olan yanıtı seçerek, kendi evlilik memnuniyetlerini derecelendirirler. Ölçek, genellikle 5'li Likert tipi bir değerlendirme sistemi kullanır; bu sistemde 1, "hiç katılmıyorum" anlamına gelirken, 5 "tamamen katılıyorum" anlamına gelir. EYO'nun iç tutarlılığı, Cronbach's Alpha katsayısı ile değerlendirilmiş ve 0.91 olarak bulunmuştur. Araştırmalarda test-tekrar test korelasyon katsayısı 0.84 olarak bulunmuş ve ölçeğin zaman içinde tutarlı sonuçlar verdiği gösterilmiştir. Faktör analizi kullanılarak yapılan değerlendirmeler, EYO'nun tek boyutlu bir yapı gösterdiğini ve evlilik memnuniyetini başarılı bir şekilde ölçtüğünü ortaya koymuştur. Özellikle, EYO ile Marital Adjustment Test arasındaki yüksek korelasyon ( $r = 0.76$ ), ölçeğin geçerliliğini desteklemektedir.

### 3.4 Verilerin Toplanması

Veri toplama sürecinde, araştırmanın amacına yönelik olarak düzenlenen bir anket formundan yararlanılmıştır. Bu anket formu, dört ana kısımdan oluşmaktadır: Evlilik Yaşamı Ölçeği, Kişisel Bilgi Formu, Psikolojik İyi Oluş Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği. İlk bölüm olan Kişisel Bilgi Formu, katılımcıların demografik bilgilerini toplamak için özel olarak tasarlanmıştır. Bu form, araştırmanın odaklandığı konularda gerekli görülen bilgileri toplamak amacıyla, ilgili alan uzmanlarının görüşleri ve literatürdeki bilgiler göz önüne alınarak hazırlanmıştır. Ölçeklerin anket formuna eklenmesi sürecinde, her bir ölçme aracı için gerekli izinler alınmış ve yetkili kişilerden onay sağlanmıştır. Veri toplama süreci, 2024 yılının Mart ve Mayıs ayları arasında planlandığı gibi yürütülmüştür. Bu süre zarfında, anket formu evli bireylere uygulanmıştır. Uygulamanın başlangıcında, katılımcılara araştırmanın kapsamı ve önemi yazılı olarak açıklanmış ve anketin başında doğru bilgiye ulaşmanın

önemine vurgu yapılarak, içten ve dürüst yanıt vermelerinin gerekliliği sözlü olarak da belirtilmiştir. Tüm bu bilgilendirme aşamalarının ardından, anket formu çevrimiçi bir platform aracılığıyla katılımcılara iletilmiştir. Çevrimiçi anket yöntemi, katılımcıların anketlere kolay erişimini sağlamış ve yanıtlarını anonim olarak iletmelerine olanak tanımıştır. Bu yaklaşım, veri toplama sürecinin güvenilirliğini ve doğruluğunu artırarak, araştırmanın sağlam temeller üzerinde yürütülmesine katkıda bulunmuştur.

### **3.5 Verilerin İstatiksel Analizi**

Araştırma neticesinde toplanan veriler bilgisayar üzerinde IBM SPSS 20.0 programına aktararak incelenmiştir. İlk olarak, kayıp veri kontrolü yapılmış ve olmadığı görülmüştür. İkinci olarak, verilerin araştırmanın amacına uygun analizine başlamadan örneklemin normal dağılıp dağılmadığını incelemek için basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır ve bu değerlerin -2 ile +2 arasında olması beklenmiştir.

Katılımcıların betimleyici özelliklerinin incelenmesi için frekans analizi yapılmıştır. Ardından, katılımcılara ait demografik değişkenlerin psikolojik iyi oluş ve evlilik yaşamı üzerindeki etkisini incelemek için bağımsız değişkenin düzey sayısına bağlı olarak bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizleri (ANOVA) uygulanmıştır. Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğine ait maddelerin, psikolojik iyi oluş ve evlilik yaşamı ölçekleri ile olan ilişkisi korelasyon analizi ile incelenmiştir. Ayrıca, psikolojik iyi oluş ve evlilik yaşamı ölçekleri arasındaki korelasyona da bakılmıştır. Son olarak, sosyal medya kullanım amaçları ölçeği maddelerinin psikolojik iyi oluşu ve evlilik yaşamını yordayıp yordamadığı çoklu lineer regresyon analizi ile incelenmiştir.

## 4 BULGULAR

Bu bölümde ilk olarak normallik testi sonuçları sunulmuştur. Ardından sırasıyla, betimsel istatistikler, bağımsız örneklem t testi ve ANOVA analizi sonuçları, korelasyon ve regresyon analizleri bulgularına yer verilmiştir.

Basıklık ve çarpıklık değerine bakılarak elde edilen bulgular Tablo 4.1’de yer almaktadır.

**Tablo 4.1 PİÖÖ ve EYÖ Toplam Puanlarına İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri**

Değişkenler	N	Min.	Max.	Ort.	SS	Basıklık	Çarpıklık
PİÖÖ	474	8	56	43.77	9.27	-1.75	3.67
EYÖ	474	10	50	38.67	8.25	-0.78	0.34

Evlilik yaşamı ölçeği sonuçları normal dağılıma uygun olsa da psikolojik iyi oluş ölçeği için çarpıklık değerinin aykırı olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda, evlilik yaşamı ölçeğine ait z-skoru hesaplanmış ve -3 ile +3 değeri dışında kalan 14 katılımcının verileri, veri setinden atılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerleri tekrar kontrol edildiğinde, normal dağılım gözlemlenmiştir (bknz. Tablo 4.2). Böylelikle, başlangıçta 474 katılımcıdan oluşan veri setinde analizlere 460 katılımcı ile devam edilmiştir.

**Tablo 4.2 PİÖÖ ve EYÖ Toplam Puanlarına İlişkin Çarpıklık-Basıklık Değerleri**

Değişkenler	N	Min.	Max.	Ort.	SS	Basıklık	Çarpıklık
PİÖÖ	460	16	56	44.78	7.34	-1.19	1.92
EYÖ	460	10	50	38.62	8.24	-0.77	0.33

### 4.1 Betimsel İstatistikler

Katılımcıların ait bireysel ve sosyal medya kullanımına dair özelliklerine ilişkin betimleyici bulgular Tablo 4.3’te gösterilmiştir.

**Tablo 4.3 Katılımcıların Demografik Değişkenlerinin Betimleyici İstatistikleri**

Değişkenler	Sayı(n)	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>		
<b>Kadın</b>	236	51,3
<b>Erkek</b>	224	48,7
<b>Yaş</b>		
<b>18-25</b>	13	2,8

<b>26-34</b>	212	46,1
<b>35-44</b>	152	33,0
<b>45-54</b>	54	11,7
<b>55 ve üzeri</b>	29	6,3
<b>Şehir</b>		
<b>İstanbul</b>	160	34,8
<b>Ankara</b>	118	25,7
<b>Diğer</b>	182	39,6
<b>Eğitim Düzeyi</b>		
<b>İlkokul</b>	16	3,5
<b>Lise</b>	93	20,2
<b>Lisans</b>	283	61,5
<b>Lisansüstü ve üzeri</b>	68	14,8
<b>Eş Eğitim Düzeyi</b>		
<b>İlkokul</b>	31	6,7
<b>Lise</b>	106	23
<b>Lisans</b>	268	58,3
<b>Lisansüstü ve üzeri</b>	55	12
<b>Çalışma Durumu</b>		
<b>Evet</b>	371	80,7
<b>Hayır</b>	89	19,3
<b>Eş Çalışma Durumu</b>		
<b>Evet</b>	358	77,8
<b>Hayır</b>	102	22,2
<b>Hane Gelir Düzeyi</b>		
<b>Düşük</b>	7	1,5
<b>Orta Düşük</b>	30	6,5
<b>Orta</b>	271	58,9
<b>Orta Yüksek</b>	133	28,9
<b>Yüksek</b>	19	4,1
<b>Evlilik Süresi</b>		
<b>0-2 yıl</b>	94	20,4
<b>3-7 yıl</b>	128	27,8
<b>8-15 yıl</b>	126	27,4
<b>16-25 yıl</b>	72	15,7
<b>26 yıl ve üzeri</b>	40	8,7
<b>Evlenme Şekli</b>		
<b>Görücü usulü</b>	33	7,2
<b>Kendi tanışarak</b>	275	59,8
<b>Sanal ortamda</b>	22	4,8
<b>tanışarak</b>		
<b>Aile vasıtasıyla</b>	45	9,8
<b>tanışarak</b>		
<b>Arkadaş vasıtasıyla</b>	78	17
<b>tanışarak</b>		
<b>Diğer</b>	7	1,5
<b>Evlenme Nedeni</b>		
<b>Severek-isteyerek</b>	440	95,7
<b>Aile zoru</b>	2	0,4
<b>Zorunlu nedenler</b>	3	0,7

<b>Toplumsal baskı</b>	7	1,5
<b>Diğer</b>	8	1,7
<b>İlk evlilik durumu</b>		
<b>Evet</b>	444	96,5
<b>Hayır</b>	16	3,5
<b>Çocuk varlığı</b>		
<b>Evet</b>	333	72,4
<b>Hayır</b>	127	27,6
<b>Kullanılan Sosyal Medya Sayısı</b>		
<b>1</b>	77	16,7
<b>2</b>	132	28,7
<b>3</b>	139	30,2
<b>4</b>	89	19,3
<b>5</b>	19	4,1
<b>6</b>	4	0,9
<b>Sosyal Medya Kullanım Sıklığı</b>		
<b>Hiç</b>	1	0,2
<b>Haftanın 1-2 günü</b>	24	5,2
<b>Haftanın 3-4 günü</b>	44	9,6
<b>Haftanın 5-6 günü</b>	41	8,9
<b>Her gün</b>	350	76,1
<b>Sosyal Medyada Geçirilen Süre (1 günde)</b>		
<b>0-1 saat</b>	110	23,9
<b>2-3 saat</b>	259	56,3
<b>4-6 saat</b>	78	17
<b>7 saat ve üzeri</b>	13	2,8
<b>Sosyal Medya Kullanım Süresi</b>		
<b>1 yıldan kısa</b>	2	0,4
<b>1-3 yıldır</b>	26	5,7
<b>4-6 yıldır</b>	97	21,1
<b>7 yıl ve üzeri</b>	335	72,8

Araştırmaya dahil olan 460 katılımcının hepsi evlidir ve 236'sı (%51,3) kadın, 224'ü (48,7) erkektir. Katılımcıların %46,1'i (212 kişi) 26-34 yaş aralığındayken, %33'ü (152 kişi) 35-44 yaşları arasında, %11,7'si (54 kişi) 45-54 yaş aralığında, %6,3'ü (29 kişi) 55 yaş ve üzeri olup yalnızca %2,8'i (13 kişi) 18-25 yaş aralığındadır. Bu katılımcıları büyük çoğunluğu 160 kişi (%34,8) ile İstanbul'da yaşamakta, geri kalan 118 katılımcı (%25,7) Ankara'da ve 182 katılımcı (%39,6) diğer şehirlerde ikamet etmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyi ile katılımcıların eşlerinin eğitim düzeyinin dağılımı benzerlik göstermektedir. Katılımcıların %61,5 (283 kişi) lisans eğitimini tamamlarken, eşlerin %58,3'ü (268 kişi) lisans eğitimini tamamladığını belirtmiştir.

Benzer şekilde, katılımcıların %20,2'si (93 kişi) ve eşlerin %23'ü (106 kişi) lise; katılımcıların %14,8'i (68 kişi) ve eşlerin %12'si (55 kişi) lisansüstü ve üzeri; katılımcıların 3,5'i (16 kişi) ve eşlerin 6,7'si (31 kişi) ilköğretim düzeyinde eğitime sahiptir. Katılımcıların ve eşlerin çalışma durumuna bakıldığında, katılımcıların %80,7'si (371 kişi), eşlerin %77,8'i (358 kişi) çalışırken; katılımcıların %19'u (89 kişi) ve eşlerin %22,2'si (102 kişi) çalışmamaktadır. Katılımcıların %58,9 (271 kişi) ile çoğunluğu hane içi gelirin orta düzeyde olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, evlilik sürelerine bakıldığında katılımcıların en çok %27,8 (128 kişi) oranla 3-7 yıl arası ve %27,4 (126 kişi) oranla 8-15 yıldır evli oldukları görülmüştür. Evliliklerin %59,8'i (275 kişi) kendi tanışarak, %17'si (78 kişi) arkadaş vasıtasıyla, %9,8'i (45 kişi) aile vasıtasıyla, %7,2'si (33 kişi) görücü usulü, %4,8'i (22 kişi) sanal ortamda tanışarak gerçekleşirken, %1,5'i (7 kişi) diğer yöntemler aracılığı ile evlenmiştir. Katılımcıların neredeyse tamamı severek ve isteyerek evlendiklerini belirtmiştir %95,7 (440 kişi) ve yine katılımcıların %96,5 (444 kişi) ile büyük bir çoğunluğunun ilk evliliği olduğu görülmüştür. Ayrıca, katılımcıların %73,4'ü (333 kişi) çocuk sahibiyken %27,6'sının (127 kişi) çocuğu yoktur.

Katılımcıların sosyal medya kullanımları incelendiğinde ise 30,2'si 3 adet, 28,7'si 2 adet, %19,3'ü 4 adet, %16,7'si 1 adet, %4,1'i 5 adet ve %0,9'u 6 adet sosyal medya platformu kullandığını belirtmiştir. Sosyal medya kullanım sıklığına bakıldığında; 350 katılımcı (%76,1) her gün, 44 katılımcı (%9,6) haftanın 3-4 günü, 41 katılımcı (%8,9) haftanın 5-6 günü, 24 katılımcı (%5,2) haftanın 1-2 günü kullandığını belirtirken, sadece 1 katılımcı (%0,2) hiç kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların 259'unun (%55,3) bir gün içerisinde sosyal medyada geçirdiği süre 2-3 saat, 110'unun (%23,9) 0-1 saat, 78'inin (%17) 4-6 saat ve 13'ünün (%2,8) 7 saat ve üzeridir. Katılımcılar %72,8 (335 kişi) sıklıkla 7 yıl ve daha fazlasında sosyal medya araçlarını kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların kullandığı sosyal medya sayısına göre hangi sosyal medya platformunu kullandığı ayrıca analiz edilmiş olup, detaylı bilgiler Tablo 4.4'te sunulmuştur.

**Tablo 4.4 Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Sayısına Göre Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarına Ait Betimleyici İstatistikler**

<b>Kullanılan Sosyal Medya Sayısı</b>	<b>Değişkenler</b>	<b>Sayı(n)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
<b>1</b>	Tiktok	1	1,3
	Diğer	3	2,6
	Twitter	4	5,2
	Youtube	6	7,8
	Facebook	7	9,1
	Instagram	57	74,0
<b>2</b>	Facebook & Tiktok	1	0,8
	Instagram & Tiktok	1	0,8
	Twitter & Facebook	2	1,5
	Instagram & Diğer	4	3,0
	Twitter & Youtube	4	3,0
	Facebook & Youtube	7	5,3
	Instagram & Twitter	25	18,9
	Instagram & Facebook	29	22,0
	Instagram & Youtube	59	44,7
<b>3</b>	Instagram & Youtube & Diğer	1	0,7
	Facebook & Tiktok & Youtube	1	0,7
	Instagram & Tiktok & Youtube	2	1,4
	Twitter & Facebook & Youtube	2	1,4
	Instagram & Facebook & Tiktok	5	3,6
	Instagram & Twitter & Facebook	22	15,8
	Instagram & Facebook & Youtube	43	30,9
	Instagram & Twitter & Youtube	63	45,3
<b>4</b>	Instagram & Facebook & Youtube & Diğer	1	1,1
	Instagram & Twitter & Facebook & Tiktok	1	1,1
	Instagram & Twitter & Youtube & Diğer	4	4,5
	Instagram & Facebook & Tiktok & Youtube	5	5,6
	Instagram & Twitter & Tiktok & Youtube	6	6,7
	Instagram & Twitter & Facebook & Youtube	72	80,9
<b>5</b>	Instagram & Twitter & Facebook & Tiktok & Youtube	9	47,4
	Instagram & Twitter & Facebook & Youtube & Diğer	10	52,6
<b>6</b>	Instagram&Twitter&Facebook&Youtube&Tiktok& Diğer	4	100,0

#### **4.2 Katılımcıların Betimsel Özelliklerine Göre Psikolojik İyi Oluşları ve Evlilik Yaşamları**

Katılımcıların demografik bilgileri ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin özelliklerinin psikolojik iyi oluş ve evlilik yaşamı ölçekleri üzerindeki etkisi bağımsız

örneklem t-testi ve ANOVA ile incelenmiş, analiz sonuçları Tablo 4.5'te gösterilmiştir.

**Tablo 4.5 Katılımcıların betimsel özelliklerine göre psikolojik iyi oluş ve evlilik yaşamı ölçekleri puan ortalaması, standart sapma ve bağımsız örneklem t testi ve ANOVA sonuçları**

Değişkenler	PİÖÖ			EYÖ		
	Ort.	SS	test&p	Ort.	SS	test&p
<b>Cinsiyet</b>						
<b>Kadın</b>	44,77	7,17	t= -.03	37,83	8,43	t= -2.12
<b>Erkek</b>	44,79	7,53	p= .97	39,45	7,97	p= .04
<b>Yaş</b>						
<b>18-25</b>	42,69	8,71	F= .48	38,92	6,29	F= 1.05
<b>26-34</b>	45,6	6,59	p= .75	39,24	7,97	p= .38
<b>35-44</b>	45,26	7,92		38,18	8,69	
<b>45-54</b>	44,45	8,18		36,91	8,30	
<b>55 ve üzeri</b>	44,78	7,34		39,38	8,38	
<b>Şehir</b>						
<b>İstanbul</b>	45,42	7,15	F= .99	38,33	8,38	F= 2.88
<b>Ankara</b>	44,61	7,74	p= .37	37,39	9,21	p= .06
<b>Diğer</b>	44,32	7,24		39,66	7,32	
<b>Eğitim Düzeyi</b>						
<b>İlköğretim</b>	43,94	7,90	F= .95	42,44	6,43	F= 2.00
<b>Lise</b>	44,40	8,40	p= .42	37,33	8,60	p= .11
<b>Lisans</b>	44,63	6,98		38,70	8,15	
<b>Lisansüstü ve üzeri</b>	46,12	7,14		39,12	8,30	
<b>Eş Eğitim Düzeyi</b>						
<b>İlköğretim</b>	45,98	6,22	F= .44	38,48	8,41	F= 3.18
<b>Lise</b>	44,32	7,66	p= .02	38,43	8,77	p= .02
<b>Lisans</b>	44,26	7,49		38,07	8,23	
<b>Lisansüstü ve üzeri</b>	47,78	5,92		41,78	6,50	
<b>Çalışma Durumu</b>						
<b>Evet</b>	44,73	7,62	t= -.29	38,78	8,31	t= .87
<b>Hayır</b>	44,98	6,06	p= .78	37,93	7,97	p= .39
<b>Eş Çalışma Durumu</b>						
<b>Evet</b>	44,51	7,45	t= -1.48	38,14	8,51	t= -2.34
<b>Hayır</b>	45,72	6,90	p= .14	40,29	7,00	p= .02
<b>Hane Gelir Düzeyi</b>						
<b>Düşük</b>	37,86	9,75	F=	35,14	7,80	F= .49
<b>Orta Düşük</b>	38,67	10,19	11.72	38,00	9,20	p= .75
<b>Orta</b>	44,59	7,22	p = .00	38,92	8,00	
<b>Orta Yüksek</b>	46,08	5,71		38,32	8,49	
<b>Yüksek</b>	50,47	5,06		38,53	8,87	
<b>Evlilik Süresi</b>						
<b>0-2 yıl</b>	45,56	7,32	F= .97	41,69	7,21	F= 5.05
<b>3-7 yıl</b>	44,65	6,95	p= .96	38,56	7,60	p= .00
<b>8-15 yıl</b>	44,07	7,44		36,87	8,84	
<b>16-25 yıl</b>	45,68	7,58		37,79	8,57	
<b>26 yıl ve üzeri</b>	43,95	7,88		38,55	8,32	
<b>Evlenme Şekli</b>						
<b>Görücü usulü</b>	44,49	8,57	F= .40	40,03	8,82	F= 1.03
<b>Kendi tanışarak</b>	44,89	7,43	p= .85	38,90	7,82	p= .40
<b>Sanal ortamda tanışarak</b>	45,14	6,24		36,05	9,35	

<b>Aile vasıtasıyla tanışarak</b>	43,47	7,05		37,02	9,36	
<b>Arkadaş vasıtasıyla tanışarak</b>	45,03	7,21		38,68	8,64	
<b>Diğer</b>	46,29	4,82		38,29	5,19	
<b>Evlenme Nedeni</b>						
<b>Severek-isteyerek</b>	45,02	7,23	F= 3.58	38,78	8,10	F= 3.57
<b>Aile zoru</b>	34,00	2,83	p= .01	40,50	6,36	p= .01
<b>Zorunlu nedenler</b>	39,00	9,54		31,33	10,02	
<b>Toplumsal baskı</b>	37,71	7,87		28,43	12,12	
<b>Diğer</b>	42,38	8,00		41,00	6,95	
<b>İlk evlilik durumu</b>						
<b>Evet</b>	44,72	7,23	t= -.89	38,58	8,21	t= -.47
<b>Hayır</b>	46,38	10,18	p= .38	39,56	9,32	p= .65
<b>Çocuk varlığı</b>						
<b>Evet</b>	44,64	7,30	t= -.67	37,89	8,42	t= -3.08
<b>Hayır</b>	45,15	7,47	p= .50	40,51	7,47	p= .00
<b>Kullanılan Sosyal Medya Sayısı</b>						
<b>1</b>	44,40	7,63	F= 1.01	38,57	7,64	F= .44
<b>2</b>	44,78	7,73	p= .41	38,20	9,01	p= .82
<b>3</b>	44,43	6,80		38,28	8,57	
<b>4</b>	44,81	7,65		39,72	7,22	
<b>5</b>	48,21	4,43		39,00	7,75	
<b>6</b>	47,00	10,42		38,50	7,19	
<b>Sosyal Medya Kullanım Sıklığı</b>						
<b>Hiç</b>	56,00	00,00	F= 2.15	38,00	00,00	F= 1.70
<b>Haftanın 1-2 günü</b>	48,04	7,86	p= .07	42,25	7,88	p= .15
<b>Haftanın 3-4 günü</b>	44,66	6,28		37,36	8,33	
<b>Haftanın 5-6 günü</b>	45,68	7,57		39,78	5,26	
<b>Her gün</b>	44,43	7,35		38,39	8,50	
<b>Sosyal Medyada Geçirilen Süre (1 günde)</b>						
<b>0-1 saat</b>	46,14	6,38	F= .3.02	39,58	8,65	F= .79
<b>2-3 saat</b>	44,30	7,61	p= .03	38,17	8,25	p= .50
<b>4-6 saat</b>	45,13	6,85		38,82	7,69	
<b>7 saat ve üzeri</b>	40,77	10,19		38,00	7,84	
<b>Sosyal Medya Kullanım Süresi</b>						
<b>1 yıldan kısa</b>	54,00	1,41	F= 1.24	41,50	2,12	F= .57
<b>1-3 yıldır</b>	45,73	7,58	p= .30	40,27	7,65	p= .64
<b>4-6 yıldır</b>	44,78	7,29		38,93	7,87	
<b>7 yıl ve üzeri</b>	44,65	7,34		38,38	8,41	

Bulgular genel olarak incelendiğinde; eşin eğitim durumuna, hane gelir düzeyine, evlenme nedenine, sosyal medyada gün içerisinde geçirilen süreye bağlı olarak psikolojik iyi oluşun anlamlı olarak değiştiği görülmüştür ( $p < .05$ ). Ayrıca, cinsiyet, eş eğitim ve çalışma durumu, evlilik süresi, evlilik nedeni ve çocuk olup olmamasına göre evlilik yaşamından alınan doyum da farklılaşmıştır ( $p < .05$ ).

Detaylı olarak bakıldığında, eşi lisansüstü ve üzeri eğitim düzeyine sahip katılımcıların eş eğitim seviyesi lisans düzeyindeki katılımcılardan daha yüksek psikolojik iyi oluşa sahip oldukları bulunmuştur ( $p = .02$ ). Ayrıca, eşleri lisansüstü ve üzeri eğitim seviyesine sahip katılımcıların eşleri lise düzeyi eğitime sahip olanlardan da psikolojik iyi oluşlarının fazla olduğu gözlemlenmiştir ( $p = .05$ ). Fakat eşlerin diğer eğitim düzeyleri arasında psikolojik iyi oluşta istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır ( $p < .05$ ). Hane gelir sayısından da psikolojik iyi oluşun etkilendiği gözlemlenmiştir. Düşük hane gelinine sahip olan katılımcıların orta-yüksek hane gelir düzeyine kıyasla daha düşük psikolojik iyi oluş gösterdikleri bulunmuştur,  $p = .03$ . Benzer şekilde, hane geliri düşük olan katılımcıların hane geliri yüksek katılımcılardan psikolojik iyi oluşlarının daha düşük seyrettiği görülmüştür,  $p < .001$ . Orta-düşük hane gelinine sahip katılımcıların orta düzey, orta-yüksek ve yüksek hane geliri olan katılımcılardan da istatistiksel olarak psikolojik iyi oluşlarının daha düşük olduğu görülmüştür ( $p < .001$ ). Yüksek hane gelirli katılımcıların ise orta düzey hane geliri olanlardan psikolojik iyi oluşunun fazla olduğu görülmüştür ( $p = .01$ ). Evlenme nedenine bakıldığında, severek ve isteyerek evlenen katılımcıların psikolojik iyi oluşu hem toplumsal baskı ile evlenenlerden hem de aile zoruyla evlenenlerden anlamlı olarak yüksektir (sırasıyla;  $p = .01$ ,  $p = .03$ ). Ek olarak, günlük sosyal medya kullanımı 0-1 saat olan katılımcıların sosyal medya kullanımı 2-3 saat olan katılımcılara ve 7 saat ve üzeri olan katılımcılara kıyasla psikolojik iyi oluşlarının fazla olduğu dikkat çekmektedir (sırasıyla;  $p = .03$ ,  $p = .01$ ). Psikolojik iyi oluşun, Sosyal medya kullanımı günde 7 saat ve üzeri olan katılımcılarda psikolojik iyi oluşlarının günde 4-6 saat arası sosyal medya kullananlara kıyasla da anlamlı olarak daha kötü olduğu gözlemlenmiştir ( $p = .05$ ).

Evlilik yaşamı ölçeği puanları incelendiğinde, erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha yüksek evlilik doyumuna sahip oldukları bulunmuştur ( $p = .04$ ). Psikolojik iyi oluşta olduğu gibi evlilik doyumunu da eş eğitim durumundan etkilenmektedir; eşinin eğitim düzeyi lisansüstü ve üzeri olanların lisans düzeyinde eğitime sahip eşleri olanlardan daha fazla evlilik doyumunu yaşadıkları gözlemlenmiştir ( $p = .01$ ). Eşi çalışanların evlilik doyumunu ise eşi çalışmayan katılımcılara kıyasla daha düşüktür,  $p = .02$ . Evlilikten alınan doyum, evlilik süresinden de etkilenmiştir. 0-2 yıl arasında evli olan katılımcıların evlilikten aldıkları doyum 3-7 yıldır evli olanlardan daha fazladır,  $p = .05$ . Benzer olarak, evlilik süresi 0-2 yıl olanlar, 8-15 yıl arası evli olanlardan ve 16-25 yıldır evli olan katılımcılardan daha fazla evlilik doyumunu

yaşamaktadır (sırasıyla;  $p < .001$ ,  $p = .02$ ). Severek ve isteyerek evlenen katılımcılar toplumsal baskı sebebiyle evlenen katılımcılardan daha yüksek evlilik doyumuna sahiptir ( $p = .01$ ) Ayrıca, toplumsal baskıdan ötürü evlenen katılımcıların diğer sebeplerden evlenen katılımcılardan da istatistiksel olarak daha az evlilik doyumunu yaşadıkları görülmüştür ( $p = .03$ ). Son olarak, evlilikte çocuğun olmasının olmamasına kıyasla evlilik doyumunu düşürdüğü görülmüştür, çocuğu olmayanların evlilik doyumunu daha yüksektir ( $p < .001$ ).

### 4.3 Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Psikolojik İyi Oluş ve Evlilik Yaşamı Ölçeği Arasındaki İlişki

Sosyal medya kullanım ölçeğinde yer alan 11 madde ile psikolojik iyi oluş ölçeği ve evlilik yaşamı ile ilişkisini incelemek için yürütülen korelasyon analiz sonuçları Tablo 4.6'da yer almaktadır.

**Tablo 4.6 Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçek Maddeleri, Psikolojik İyi Oluş Ölçeği ve Evlilik Yaşamı Ölçeği Arasındaki İlişki**

Değişkenler	PİÖ Ö	EY Ö	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
PİÖ	1												
EYÖ	.38*	1											
Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişimde bulunmak için kullanım.	.09	-.02	1										
Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanım.	-.07	-.01	.22*	1									
Sosyal medyayı boş zamanları değerlendirmek için kullanım.	-	-.03	.14*	.50*	1								
Sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanım.	-.02	.09	.21*	.33*	.34*	1							
Sosyal medyayı mesaj göndermek ve almak için kullanım.	.03	-.01	.55*	.16*	.20*	.32*	1						

Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak için kullanırım.	.01	-.01	.35*	.20*	.27*	.26*	.38*	1					
Sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için kullanırım.	-.01	-.02	.23*	.32*	.26*	.18*	.19*	.18*	1				
Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım.	.12*	.06	.27*	.17*	.17*	.26*	.24*	.27*	.15*	1			
Sosyal medyayı kişi ve organizasyonl ara ulaşmak için kullanırım.	.08	.02	.31*	.23*	.20*	.31*	.33*	.37*	.23*	.52*	1		
Sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullanırım.	.06	.02	.33*	.20*	.15*	.28*	.33*	.35*	.20*	.48*	.58*	1	
Sosyal medyayı bilgiye erişim amacıyla kullanırım.	-.02	-.03	.21*	.18*	.19*	.22*	.28*	.28*	.36*	.27*	.35*	.48*	1

\* p < .05; \*\* p < .01; PİOÖ: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği; EYÖ: Evlilik Yaşamı Ölçeği

İlk olarak, psikolojik iyi oluş ölçeği ile sosyal medya kullanım amaçları ölçeği maddelerinin ilişkisi incelendiğinde; psikolojik iyi oluş ölçeğinin sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin 3.maddesi (Sosyal medyayı eğlenmek ve boş zamanları değerlendirmek için kullanırım) arasında anlamlı ilişki negatif yönlü iken ( $r = -.09$ ,  $p = .05$ ); sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin 8.maddesi (Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım) arasındaki ilişki pozitif yönlüdür ( $r = .12$ ,  $p = .01$ ). Ancak, psikolojik iyi oluş ölçeği ile sosyal medya kullanım amaçları maddeleri arasındaki diğer ilişkiler istatistiksel olarak anlamsızdır ( $p > .05$ ).

Evlilik yaşamı ölçeği ile sosyal medya kullanım amaçları ölçek maddeleri arasındaki ilişkilerin tümü istatistiksel olarak anlamsızdır ( $p > .05$ ). Evlilik yaşamı ölçeği ile psikolojik iyi oluş ölçeği arasındaki ilişkiye bakıldığında, anlamlı pozitif bir ilişki gözlemlenmektedir ( $r = .39$ ,  $p < .01$ ).

Sosyal medya kullanım amaçları ölçek maddelerinin birbiri arasındaki tüm ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır ve pozitif yöndedir ( $p < .01$ ).

#### 4.4 Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Psikolojik İyi Oluş ve Evlilik Yaşamı Üzerindeki Etkisi

Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğindeki 11 maddenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini incelemek için çoklu regresyon analizi yürütülmüştür, sonuçlara Tablo 4.7’de yer verilmiştir. Aynı analiz evlilik yaşamı üzerindeki etkisini ölçmek için tekrarlanmıştır (Tablo 4.8).

Tablo 4.7 Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisi

Değişken	B	Std. Hata	%95CI	Beta ( $\beta$ )	t	p
Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişimde bulunmak için kullanırım.	.721	.474	[-.210, 1.653]	.089	1.521	.129
Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım.	-.633	.525	[-1.665, .329]	-.068	1.206	.229
Sosyal medyayı boş zamanları değerlendirmek için kullanırım.	-.711	.465	[-1.625, .203]	-.085	1.528	.127
Sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanırım.	-.082	.376	[-.821, .657]	-.012	-.219	.827
Sosyal medyayı mesaj göndermek ve almak için kullanırım.	-.179	.426	[-1.017, .659]	-.025	-.420	.675
Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak için kullanırım.	-.089	.368	[-.811, .634]	-.013	-.241	.809
Sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için kullanırım.	.159	.570	[-.961, 1.278]	.015	.279	.781
Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım.	.810	.388	[.048, 1.572]	.118	2.089	.037
Sosyal medyayı kişi ve organizasyonlara ulaşmak için kullanırım.	.362	.455	[-.531, 1.255]	.050	.797	.426
Sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullanırım.	.085	.449	[-.798, .968]	.012	.190	.850
Sosyal medyayı bilgiye erişim amacıyla kullanırım.	-.465	.503	[-1.453, .523]	-.052	-.925	.356

Not.  $R^2 = .04$ ,  $F(11,448) = 1.695$ ,  $p = .07$

Çoklu regresyon analizi, sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin 11 maddesi yordayıcı değişkenler ve psikolojik iyi oluş puanı da bağımlı değişken olarak analize dahil edilmiştir. Analiz bulguları, kurulan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu göstermiştir,  $R^2 = .04$ ,  $F(11,448) = 1.695$ ,  $p = .07$ . Ancak, sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanmanın (8.madde) psikolojik iyi oluşu yordadığı ve pozitif yönde etkilediği bulunmuştur,  $\beta = .118$ ,  $t = 2.089$ ,  $p = .03$ . Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğindeki diğer maddelerin psikolojik iyi oluşa anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür ( $p > .05$ ).

**Tablo 4.8 Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Evlilik Yaşamı Üzerindeki Etkisi**

Değişken	B	Std. Hata	%95CI	Beta ( $\beta$ )	t	p
Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişimde bulunmak için kullanırım.	-.325	.539	[-1.384, .733]	-.036	-.604	.546
Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım.	-.176	.597	[-1.348, .997]	-.017	-.294	.769
Sosyal medyayı boş zamanları değerlendirmek için kullanırım.	-.407	.528	[-1.446, .631]	-.044	-.771	.441
Sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanırım.	.883	.427	[.043, 1.722]	.111	2.066	.039
Sosyal medyayı mesaj göndermek ve almak için kullanırım.	-.080	.484	[-1.031, .872]	-.010	-.164	.870
Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak için kullanırım.	-.123	.418	[-.944, .698]	-.016	-.295	.768
Sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için kullanırım.	-.090	.647	[-1.363, 1.182]	-.007	-.140	.889
Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım.	.458	.441	[-.408, 1.324]	.060	1.039	.299
Sosyal medyayı kişi ve organizasyonlara ulaşmak için kullanırım.	-.018	.516	[-1.033, .997]	-.002	-.035	.972
Sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullanırım.	.145	.510	[-.858, 1.149]	.018	.285	.776
Sosyal medyayı bilgiye erişim amacıyla kullanırım.	-.477	.571	[-1.600, .645]	-.047	-.836	.404

Not.  $R^2 = .02$ ,  $F(11,448) = .702$ ,  $p = .74$

Sosyal medya kullanım amaçlarının evlilik yaşamı üstündeki etkisini değerlendirmek için yürütülen çoklu regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, istatistiksel olarak model anlamsızdır,  $R^2 = .02$ ,  $F(11,448) = .702$ ,  $p = .74$ . Buna rağmen, sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanmanın (4.madde) evlilik yaşamını yordadığı ve evlilik doyumuna pozitif etkisi olduğu gözlemlenirken ( $\beta = .111$ ,  $t = 2.066$ ,  $p = .04$ ), ölçeğin diğer maddeleri istatistiksel olarak evlilik yaşamını yordamamaktadır ( $p > .05$ ).



## 5 TARTIŞMA

Bu bölümde, evli kişilerin sosyal medya kullanımı, evlilik doyumu ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiler çeşitli değişkenlere (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, çalışma durumu, çocuk sayısı, evlilik süresi, sosyal medya kullanım sıklığı vb.) göre incelenmiştir. Literatürdeki benzer araştırmalar ve teorik açıklamalar ile elde edilen bulgular tartışılarak sunulmuştur. Sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş ve evlilik doyumu üzerindeki etkileri, çiftlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve bu alışkanlıkların evlilikteki yansımaları üzerinde odaklanılmıştır. Ayrıca, evli bireylerin sosyal medya kullanımının evlilik doyumu ve psikolojik iyi oluşlarına etkilerini anlamak için çeşitli demografik ve ilişkisel değişkenlerin rolü tartışılmıştır.

### 5.1 Cinsiyet ve Evlilik Doyumu

Evlilik yaşamı ölçeği puanları incelendiğinde, erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha yüksek evlilik doyumuna sahip oldukları bulunmuştur. Alan yazında evlilik doyumunun cinsiyet değişkenine göre farklılaştığını ve erkeklerin evlilik doyumlarının kadınlara kıyasla daha fazla olduğunu gösteren birçok araştırma mevcuttur (Aktürk, 2006; Gökmen, 2001; Keçeli, 2020; Ayaz, 2023; Yalçın ve Koçkan, 2015). Anar (2011) çalışmasında kadınların evlilik doyumlarının erkeklerin evlilik doyumlarından anlamlı bir şekilde yüksek olduğunu saptamıştır. Kabasakal ve Soylu, (2016) İzmir’de evli katılımcılarla yaptığı çalışmada kadın ve erkeklerin evlilik doyumları arasında anlamlı bir ilişki saptamamıştır. Acar (1998), Güven (2005) yaptığı çalışmada evlilik doyumu ile cinsiyet arasında bir ilişkiye rastlamamıştır. Araştırma sonuçları ve literatür taraması incelendiğinde, cinsiyet değişkeninin evlilik doyumu üzerindeki etkisinde farklı sonuçlar olduğu gözlemlenmiştir. Bu çeşitliliğin arkasında yatan faktörler arasında örneklemdaki katılımcıların sosyo-kültürel farklılıkları rol oynadığı söylenebilir. Farklı sosyo-kültürel geçmişlere sahip olan bireylerin, kadın ve erkek rollerini ve bu rollerin nasıl algılandığını farklı biçimlerde yorumlaması mümkündür. Bu durum, araştırma sonuçlarında görülen farklılıkların bir kısmını açıklayabilir. Cinsiyet rollerinin toplumsal normlar ve beklentiler çerçevesinde nasıl şekillendiği de bu farklılıkları etkileyen bir diğer faktör olabilir. Toplumun bireyci mi yoksa toplulukçu mu olduğu, bireylerin bireysel hak ve

sorumluluklarını toplumun genel değer ve normlarıyla nasıl dengelediği, cinsiyet rollerinin algılanış şekli bu farklılığı açıklamada önemli noktalaradır.

## 5.2 Yaş ve Evlilik Doyumu

Araştırma sonuçlarına göre, evli kişilerin yaşları ile evlilik doyumu düzeyleri arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunmamıştır. Evlilik doyumu açısından yaş grupları arasında istatikselsel olarak fark gözlenmemiştir. Literatür taraması yapıldığında, bu bulguyu destekleyen benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Evli kadınların psikolojik iyi oluş ve evlilik doyumu düzeylerinin incelendiği bir diğer çalışmada (Yiğit, 2018); Isherwood, Walker, Burton, Luszcz ve Kitwe-Magambo ve (2013), ileri yaştaki çiftlerin katılımcı olduğu araştırmada evlilik doyumunun yaş ile ilişkisinin olmadığı görülmüştür (Akt. Keçeli, 2020). Güven (2005) de yaptığı çalışmada istatikselsel olarak anlamlı bir farka ulaşamamıştır. Yılmaz (2020) çalışmasında 21-40 yaş arası katılımcıların benlik alt ölçeğine göre evlilik doyumları 41-60 arası yaş grubundaki katılımcılardan daha yüksek olarak saptanmıştır. Kişilerin yaşları arttıkça benlik konusunda evlilik doyumu düzeylerinin azaldığı; evlilik doyumu ölçeğine, aile ve cinsellik alt ölçeklerine göre ise yaşın istatikselsel olarak ilişkili olmadığı bulunmuştur. Anar (2011) evli ve çalışan 180 katılımcıyla yaptığı çalışmada evli ve çalışan yetişkinlerin yaşlarına göre evlilik doyumları arasında anlamlı derecede farklılık olmadığını saptamıştır. Story ve diğerleri (2007) yaptıkları çalışmalarında, 40-50 yaşları arasındaki çiftler ile 60-70 yaşları arasındaki çiftlerin evlilik doyumlarını kıyaslamışlar ve çiftlerin yaşları arttıkça kişilerin, iyimserliklerinin ve evlilik doyumlarının arttığı sonucuna ulaşmışlardır (Akt. Anar, 2011). Köseoğlu (2021) yaş değişkenine göre “31-40 yaş” grubunun evlilik doyumu “40 yaş üzeri” grubun evlilik doyumundan yüksek ve anlamlı bulunmuştur. Bulgular incelendiğinde yaş değişkeninin evlilik doyumu üzerinde doğrudan belirleyici olmadığını diğer değişkenlerle birlikte ele almanın daha anlamlı sonuçlar ifade edeceğini mümkündür.

## 5.3 Eğitim Düzeyi ve Evlilik Doyumu

Araştırmaya dahil olan katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında ilkököl 3,5%, lise mezunlarının 20,2%, lisans mezunlarının 61,5% ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip olanların 14,8% dilime sahip olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyine göre evlilik doyumu ortalama puanlarının ilkököl düzeyinde 42,44, lise düzeyinde

37,33, lisans düzeyinde 38,07, lisansüstü eğitim düzeyinde 39,12 olarak görülmüştür. İlkokul, ortaokul, lise, lisans, lisansüstü ve üzeri eğitim düzeylerinde eğitim görmüş olan katılımcılarla gerçekleştirilen araştırma sonucunda evlilik doyumunun eğitim düzeyleriyle ilişkili olmadığı ( $p=.11$ ) sonucu elde edilmiştir. Girgin (2018) ve Ayaz (2023) yaptıkları çalışmalarda evlilik doyumu ile katılımcıların eğitim durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farka karşılık gelen bir sonuç elde etmemişlerdir. Yılmaz (2020) çalışmasında eğitim seviyesinin evlilik doyumu üzerindeki etkisiyle ilgili istatistiksel olarak anlamlı sonuca ulaşmıştır. Lise, üniversite ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip katılımcıların evlilik doyumlarının daha alt düzeyde eğitime sahip katılımcılara kıyasla daha yüksek olduğunu saptamıştır. Keçeli (2020) yaptığı çalışmada lise eğitim düzeyine sahip katılımcıların, lisansüstü mezunu katılımcılara göre evlilikten daha yüksek doyum sağladığı bulunmuştur. Kaplan (2016) yaptığı çalışmada lise mezunu ve altındaki eğitim düzeylerine sahip katılımcıların, daha üst seviyede eğitim almış olan katılımcılara göre evlilik doyumlarının daha düşük olduğu sonucuna varmıştır. Çağ ve Yıldırım (2013) çalışmalarında, katılımcıların eğitim seviyesi arttıkça evlilik doyumunun düşmekte olduğunu saptamışlardır. Eğitim düzeyi değiştikçe evliliğe yüklenen anlam ve evlilikten beklentinin de değiştiğini söylemek mümkündür. Eğitim düzeyi arttıkça kişiler daha bireysel hissedebilir ve evliliklerini sorgulayabilirler, bu durum da kişilerin evlilik doyumlarını azaltabilmektedir (Çağ ve Yıldırım, 2013). Öte yandan yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler genellikle daha gelişmiş iletişim becerilerine ve problem çözme yeteneklerine sahiptirler (Amato & Previti, 2003). Bu beceriler, çiftler arasındaki iletişimin sağlıklı olmasına ve evlilikte oluşan çatışmaları etkili şekilde çözmelerine katkı sağlayabilir, bu da daha sağlıklı ve tatmin edici bir evlilik yaşantısını destekleyebilmektedir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların eşlerinin eğitim düzeylerine bakıldığında ilköğretim mezunlarının 6,7%, lise mezunlarının 23%, lisans mezunlarının 58,3% ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip olanların 12% dilime sahip olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyine göre evlilik doyumu anketinde elde edilen ortalama puanlarının ilköğretim düzeyinde 38,48, lise düzeyinde 38,43, lisans düzeyinde 38,07, lisansüstü eğitim düzeyinde 41,78 olarak görülmüştür. Kişilerin kendi eğitim düzeylerinin evlilik doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı bulgusuna karşın eşlerinin eğitim düzeylerinin evlilik doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ( $p=.02$ ) sonucuna ulaşılmıştır.

Eşinin eğitim düzeyi lisansüstü ve üzeri olanların lisans düzeyinde eğitime sahip eşleri olanlardan daha fazla evlilik doyumu yaşadıkları gözlemlenmiştir. Yapılan bir diğer çalışma bu bulguyu destekler niteliktedir. Evli bireyler ile yapılan çalışmada evlilik doyumuyla eşin eğitim durumu arasında ilişkiye rastlanmıştır. Eşi yüksek lisans ve doktora eğitim seviyesine sahip kişilerin evlilik doyumları yüksek, eşi ilkökul mezunu olan kişilerin ise evlilik doyumları düşük olarak saptanmıştır (Girgin, 2018). Anar'ın (2011) gerçekleştirdiği çalışmada eşleri lisans üstü düzeyde eğitime sahip olan kişilerin evliliklerindeki doyum düzeyinin, eşleri orta öğretim ve altı düzeyde eğitime sahip olan kişilerin evlilik doyumlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde arttığını saptamıştır. Keçeli, (2020) yaptığı çalışmada eşlerin çalışma durumları ile evlilik doyumları arasında ilişki saptamamıştır. Bulunan farklı bulgular eğitim seviyesinin kültürel bağlamda kişi olan etkisi ve eğitimin niteliği gibi değişkenlerle açıklanmıştır (Keçeli, 2020). Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde evlilik doyumu ile eşin eğitim durumu arasındaki ilişkiyi inceleyen yeterli çalışma olmadığı saptanmıştır.

Kişilerin evlilik doyumunda eşin eğitim durumunun etkisi, psikolojik iyi oluşta da benzer bir sonuç vermiştir. Eşi lisansüstü ve üzeri eğitim düzeyine sahip katılımcıların eş eğitim seviyesi lisans düzeyindeki katılımcılardan; eşleri lisansüstü ve üzeri eğitim seviyesine sahip katılımcıların eşleri lise düzeyi eğitime sahip olan katılımcılardan daha yüksek psikolojik iyi oluşa sahip oldukları bulunmuştur. Literatür incelendiğinde bu konuda yeterli çalışma olmadığı görülmüştür.

#### **5.4 İş ve Evlilik Doyumu**

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde; katılımcıların çalışma durumları evlilik doyumları ile ilişki bulunamamıştır. Keçeli (2020) İstanbul ilinde 398 evli ve çocuklu katılımcılarla yaptığı çalışmada çalışan kişilerin çalışmayan kişilere göre evlilikten sağladıkları doyumu daha fazla olduğu sonucuna ulaşmıştır. Evlilik doyumunu etkileyen etmenleri incelediğinde çalışmayan evli katılımcıların çalışan evli katılımcılara kıyasla eşin ailesiyle olan iletişimden daha az memnun olduklarını saptamıştır (Keçeli, 2020).

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde; eşi çalışan katılımcıların evlilik doyumu eşi çalışmayan katılımcılara kıyasla daha düşük bulunmuştur. Keçeli (2020) yaptığı çalışmada eşlerin çalışma durumu ile evlilik

doyumunun alt ölçekleri olan çatışma ve ebeveynlik anlayışı boyutunda anlamlı bir fark elde etmiştir. Çalışmayan kişilerin çalışan kişilere göre evlilikteki çatışmalarda daha uyumlu olduğu ve ebeveynlik açısından çocuk bakımına sağladığı desteğin daha fazla olduğu gözlenmiştir. Literatür incelendiğinde evlilik doyumunun eşin çalışma durumuyla ilgili çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu değişkenle ilgili araştırmalar arttırılmalıdır.

## 5.5 Evlenme Biçimi ve Evlilik Doyumu

Araştırma sonucunda evli katılımcıların evlilik doyumunun, evliliğin ilk evlilik olup olmaması durumuyla ilişkisi olmadığı bulunmuştur. Keçeli (2020) yaptığı çalışmada kişilerin kaçınıcı evlilikleri olduğunu ve bunun evlilik doyumuyla ilişkisi olup olmadığını araştırmış ancak istatistiksel bağlamda anlamlı bir farka ulaşamamıştır. Bulgular incelendiğinde evliliğin ilk evlilik olup olmaması değişkeninin evlilik doyumunu üzerinde doğrudan belirleyici olmadığını diğer değişkenlerle birlikte ele almanın daha anlamlı sonuçlar ifade edeceğini mümkündür. Literatür incelendiğinde bu konuyla ilgili yeterli araştırma olmadığı görülmüştür.

Araştırmada katılımcılara kendi tanışarak, sanal ortamda tanışarak, arkadaş vasıtasıyla tanışarak, aile vasıtasıyla tanışarak, görücü usulü ve diğer olacak şekilde evlenme şekilleri sorulmuş, evlenme şekillerinin evlilik doyumuyla ilişkisi sorgulanmıştır. Araştırma sonucunda evlilik şekilleri ile evlilik doyumunu arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Alan yazında da bu bulguyu destekleyici araştırmalar olduğu görülmüştür. Başka yıllarda yapılan çeşitli araştırmalarda da evlilik doyumunu ile evlilik biçimi arasında bir ilişki saptanamamıştır (Azizoğlu-Binici, 2000; Berk, 2009; Çelik, 2006; Kublay ve Oktan, 2015; Turan, 1997; Tümöz, 2018; Öztahtacı, 2017) (Akt. Kanburoğlu, 2019?). Girgin (2018) çalışmasında evlilik doyumunun evlenme biçimiyle ile bir ilişki bulunamamıştır. Tanışarak evlenen kişilerin evlilik doyumlarının daha yüksek olduğunu gösteren araştırmalar da vardır (Keçeli, 2020). Kanburoğlu (2019) 250 evli kadınla yaptığı çalışmada görücü usulü olarak evliliğini gerçekleştirmiş kişilerle, kendi tercihleri doğrultusunda evlilik gerçekleştiren kişilerin evlilik doyum düzeyleri arasında anlamlı derecede ilişkiye rastlamıştır. Hayli ve arkadaşları (2017) evlilik doyumunu ile evlenme biçimi arasındaki standardize ortalamalar farkını belirlemek amacıyla yaptığı meta-analiz çalışmasında 5 çalışmanın 4'ünün flört ederek evlenenlerin evlilik doyumunu daha yüksek

yordarken 1'i görücü usulü evlenenlerinkini yüksek olarak yordamıştır. Çimen (2007) yaptığı çalışmada anlaşarak evlenenlerin evlilik doyumlarının görücü usulü ile evlenenlerin evlilik doyumlarından fazla olduğu bulgu bulgusuna ulaşmıştır. Alan yazında, evlilik doyumunun evlenme şekline göre anlamlı bir fark yaratıp yaratmadığı konusunda farklı bulgulara rastlanmaktadır. Bu nedenle, evlenme biçimlerinin evlilik doyumunu arasındaki ilişkiye dair kesin bir yargıya varılamamaktadır. Farklı katılımcıların oluşturduğu örneklem, sosyodemografi değişkenler ve farklı zamanlarda yapılan çalışmaların bu sonuçlara etki edebileceği düşünülmektedir (Hayli, 2017). Alan yazında konuda daha fazla çalışmaya gereksinim duyulmaktadır. Severek ve isteyerek evlenen katılımcılar toplumsal baskı sebebiyle evlenen katılımcılardan daha yüksek evlilik doyumuna sahiptir. Ayrıca, toplumsal baskıdan ötürü evlenen katılımcıların diğer sebeplerden evlenen katılımcılardan da istatistiksel olarak daha az evlilik doyumunu yaşadıkları görülmüştür.

## **5.6 Evlilik Süresi ve Evlilik Doyumu**

Araştırma bulguları incelendiğinde evlilikten alınan doyum, evlilik süresinden etkilendiği saptanmıştır. 0-2 yıl arasında evli olan katılımcıların evlilikten aldıkları doyum 3-7 yıldır evli olanlardan daha fazladır. Benzer olarak, evlilik süresi 0-2 yıl olanlar, 8-15 yıl arası evli olanlardan ve 16-25 yıldır evli olan katılımcılardan daha fazla evlilik doyumunu yaşamaktadır. Bu bulgu diğer araştırmalarla benzerlik göstermektedir. Birçok araştırmada benzer sonuç gözlenmiştir. Evliliğin ilk yıllarında yüksek bir doyum ve memnuniyet düzeyi varken, ilerleyen yıllarda, özellikle çocuk olduktan sonra bu doyum azalmaktadır (English, 2022). Bu araştırmada da bulgular tutarlı çıkmış evlilikte çocuğun olmasının olmamasına kıyasla evlilik doyumunu düşürdüğü görülmüştür, çocuğu olmayanların evlilik doyumunu daha yüksektir.

Twenge ve arkadaşları (2004) yaptıkları meta-analiz çalışmasında ebeveyn olan evli kişilerin ebeveyn olmayanlara göre evlilik doyumunu düzeylerinin daha düşük olduğunu, çocuk sayısı ile evlilik doyumunun negatif yönde ilişkili olduğunu saptamıştır. Çocuk sahibi olmanın evlilik doyumunun azalmasına yol açması, çiftlerin çocuk sahibi olduktan sonra rollerinin değişmesi, yeni ihtiyaçların ortaya çıkması, ebeveyn olmadan önceki yaşantıya göre kıyaslandığında özgürlüklerinin kısıtlanması ile açıklanabilmektedir (Twenge, Campbell ve Foster, 2004).

## 5.7 Sosyal Medya Kullanımı ve Evlilik Doyumu

Katılımcıların sosyal medya kullanım sıklığı, süresi ve kaç tane sosyal medya platformu kullandığına bakıldığında evlilik doyumuyla anlamlı bir fark elde edilmemiştir. Literatürde sosyal medya kullanımı ve çiftlerin ilişki doyumları arasındaki ilişki az sayıda çalışmada incelenmiştir. Nergis (2022) 25-45 yaş arası evli ve İstanbul’ da yaşayan 323 katılımcı ile yapılan çalışmada bir hafta içindeki sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça evlilik doyumunun azaldığını benzer şekilde bir gün içindeki sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça evlilik doyumunun azaldığını bulmuştur. Sosyal medyanın etkisini bağımlılık ve problematik sosyal medya kullanımı üzerinden inceleyen çalışmalar; sosyal medyanın kıskançlık, şüphe gibi faktörler aracılığıyla ilişkide güvensizlik ve iletişim sorunlarına yol açtığını göstermektedir. (McDaniel vd., 2017; Owens vd., 2024; Satici vd., 2021). Bu bağlamda sosyal medya kullanımının sıklık, süre ve kullanılan sosyal medya platformu ölçümleri üzerinden incelenmesi öngörülen ilişkinin ortaya çıkmamasının nedeni olabilir. Sosyal medya kullanımının geçirilen süreden çok kişiler arası sıkıntıya yol açıp açmadığı üzerinden araştırılması ve partnerlerin sosyal medya kullanım süreleri arasındaki farklılığın iletişimden beklentiler bağlamında ele alınması gelecek çalışmalarda incelenebilir.

Alan yazında sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ile birlikte incelenmiş (Çömlekçi & Başol, 2019) ancak farklı kullanım amaçlarının kişilerin yaşamını ne ölçüde etkilediği yeterince araştırılmamıştır. Mevcut çalışma, sosyal medya kullanım amaçlarını ilişkisel yaşantı ile birlikte inceleyen ilk çalışma özelliğindedir ancak bulgular öngörülen ilişkiyi açıklamada yetersiz kalmıştır. Özellikle boş zamanları değerlendirmek gibi amaçlarla sosyal medyayı kullanmanın, aile üyelerinin birlikte geçirebilecekleri zamanı azaltarak ilişki doyumunu olumsuz etkileyebileceği değerlendirilmiştir (Güleç, 2018). Burada sosyal medya kullanım amacının, yalnızca müzik dinleme faktörü üzerinden evlilik doyumunu anlamlı düzeyde yordadığı sonucu dikkat çekmektedir. Gelecek çalışmalarda Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, birlikte müzik dinlemek ya da film izlemek gibi ortak amaçları ele almakta kullanılabilir ve sosyal medyayı benzer amaçlarla kullanmanın ilişki doyumunu üzerine etkisi incelenebilir.

## 5.8 Psikolojik İyi Oluş

Psikolojik iyi oluş hane gelir durumuyla da ilişkili bulunmuştur. Düşük hane gelirine sahip olan katılımcıların orta-yüksek ve yüksek hane gelir düzeyine kıyasla daha düşük psikolojik iyi oluş gösterdikleri bulunmuştur. Orta-düşük hane gelirine sahip katılımcıların orta düzey, orta-yüksek ve yüksek hane geliri olan katılımcılardan da istatistiksel olarak psikolojik iyi oluşlarının daha düşük olduğu görülmüştür. Bunun sebebi ekonomik alanda yaşanan güçlüklerin kişilerin yaşantısını zorlaştırmaları ve psikolojik olarak olumsuz yönde etkilenmeleri olarak açıklanabilir (Keçeli, 2020). Evlenme nedenine bakıldığında, severek ve isteyerek evlenen katılımcıların psikolojik iyi oluşu hem toplumsal baskı ile evlenenlerden hem de aile zoruyla evlenenlerden anlamlı olarak yüksektir. Bu bulgular evlilik doyumuyla benzerdir.

Evlilik doyumu ve psikolojik iyi oluş arasında pozitif bir korelasyon bulunmuştur. Literatür incelendiğinde bu bulguyu destekleyen çalışmalara ulaşılmıştır (Kalkan, 2020; Akdağ, 2014; Hüsrevoğlu, 2019). Ancak bu bulgunun tersini destekleyen, evlilik doyumu ile psikolojik iyi oluş düzeyi ters yönde ilişkili olduğunu sunan çalışmalar da mevcuttur (Kaplan, 2016; Keçeli, 2020). Ters yönde etki etmesi kişilerin evlilik doyumu düşük olan evliliklerinde bireysel mutluluklarına odaklanmaları olduğu şeklinde açıklanabilir.

## 5.9 Psikolojik İyi Oluş ve Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal medya kullanım sürelerinin psikolojik iyi oluşa etkisi incelendiğinde, günlük sosyal medya kullanımı 0-1 saat olan katılımcıların sosyal medya kullanımı 2-3 saat olan katılımcılara ve 7 saat ve üzeri olan katılımcılara kıyasla psikolojik iyi oluşlarının fazla olduğu dikkat çekmektedir. Psikolojik iyi oluşun, Sosyal medya kullanımı günde 7 saat ve üzeri olan katılımcılarda psikolojik iyi oluşlarının günde 4-6 saat arası sosyal medya kullananlara kıyasla da anlamlı olarak daha kötü olduğu gözlemlenmiştir.

Chen ve Persson (2002) yetişkinlerle yapılan internet kullanımı ile psikolojik iyi oluş düzeylerinin ilişkisi araştıran bir çalışmada interneti kullanan katılımcıların psikolojik iyi oluş düzeylerinin, kullanmayanlara göre daha yüksek olduğu olduğu saptanmıştır. Sosyal medya, insanların sosyal ilişkilerini güçlendirebilir ve sosyal

destek ağlarını genişletebilir. Özellikle yalnızlık hissi olan bireyler için sosyal medya platformları, sosyal destek sağlama ve etkileşime geçme açısından olumlu bir rol oynayabilmektedir (Kross ve ark., 2013). Sezer (2013) yaptığı araştırmada internet kullanımının uzun süreli olması veya hiç olmamasının psikolojik iyi oluşu negatif yönde yordadığı, 1-3 saat aralığında kullanmanın psikolojik iyi oluşu pozitif yönde yordadığı görülmüştür. Twenge ve ark. (2018) çalışmalarında katılımcıların sosyal medya kullanım süresinin artmasıyla birlikte depresyon ve kaygı düzeylerinin de artabileceğini saptamışlardır. Oberst ve arkadaşları (2017) sosyal medyanın uzun süreler kullanılmasının dikkat dağınıklığına ve mental yorgunluğa yol açtığını, bunun da psikolojik iyi oluşu olumsuz yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Sosyal medya kullanıcıları kendilerini ve yaşantılarını, diğer kullanıcılarla kıyaslayabilir, bu kıyaslama stres düzeyini arttırabilir. Sosyal medya platformlarındaki filtreli içerikler, kişilerin kendilerine ve yaşamlarına dönük memnuniyetlerini azaltabilmektedir. Bu durum da psikolojik iyi oluşu negatif yönde etkilemektedir (Tandoc ve ark., 2015).

Araştırmada sosyal medyayı eğlenmek ve boş zamanları değerlendirmek için kullanmanın psikolojik iyi oluşla ilişkisinin negatif yönlü olduğu, sosyal medyayı bilgi paylaşımı ve kişisel sunum için kullanmanın psikolojik iyi oluşla pozitif yönlü ilişkide olduğu bulunmuştur. Bu konuda alan yazında çalışmaya rastlanmamıştır.

## 6 SONUÇ

Araştırma sonuçları incelendiğinde psikolojik iyi oluşun, eşin eğitimin durumuna, hane gelir düzeyine, evlenme nedenine, sosyal medyada gün içerisinde geçirilen süreye bağlı olarak anlamlı yönde değiştiği görülmüştür. Eşleri lisansüstü ve üzeri eğitim seviyesine sahip katılımcıların eşleri lise düzeyi eğitime sahip olanlardan da psikolojik iyi oluşlarının fazla olduğu gözlemlenmiştir. Düşük hane gelirine sahip olan katılımcıların orta-yüksek hane gelir düzeyine kıyasla daha düşük psikolojik iyi oluş gösterdikleri bulunmuştur. Hane geliri düşük olan katılımcıların hane geliri yüksek katılımcılardan psikolojik iyi oluşlarının daha düşük seyrettiği görülmüştür, orta-düşük hane gelirine sahip katılımcıların ise orta düzey, orta-yüksek ve yüksek hane geliri olan katılımcılardan da istatistiksel olarak psikolojik iyi oluşlarının daha düşük olduğu görülmüştür. Yüksek hane gelirli katılımcıların, orta düzey hane geliri olanlardan psikolojik iyi oluşunun fazla olduğu görülmüştür. Evlenme nedenine bakıldığında, severek ve isteyerek evlenen katılımcıların psikolojik iyi oluşu hem toplumsal baskı ile evlenenlerden hem de aile zoruyla evlenenlerden anlamlı olarak yüksektir.

Günlük sosyal medya kullanımı 0-1 saat olan katılımcıların sosyal medya kullanımı 2-3 saat olan katılımcılara ve 7 saat ve üzeri olan katılımcılara kıyasla psikolojik iyi oluşlarının fazla olduğu saptanmıştır. Psikolojik iyi oluşun, sosyal medya kullanımı günde 7 saat ve üzeri olan katılımcılarda psikolojik iyi oluşlarının günde 4-6 saat arası sosyal medya kullananlara kıyasla da anlamlı olarak daha kötü olduğu bulunmuştur.

Evlilik doyumunun çeşitli demografik değişkenlerden etkilendiği görülmüştür. Cinsiyet, eş eğitim ve çalışma durumu, evlilik süresi, evlilik nedeni ve çocuk olup olmamasına göre evlilik yaşamından alınan doyum da farklılaşmıştır. Eşi lisansüstü ve üzeri eğitim düzeyine sahip katılımcıların eş eğitim seviyesi lisans düzeyindeki katılımcılardan daha yüksek psikolojik iyi oluş düzeyine sahip oldukları saptanmıştır. Evlilik yaşamı ölçeği puanları incelendiğinde, erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha yüksek evlilik doyumuna sahip oldukları bulunmuştur. Eşinin eğitim düzeyi lisansüstü ve üzeri olanların lisans düzeyinde eğitime sahip eşleri olanlardan daha fazla evlilik doyumu yaşadıkları saptanmıştır. Eşi çalışanların evlilik

doyumunu ise eşi çalışmayan katılımcılara kıyasla daha düşüktür. 0-2 yıl arasında evli olan katılımcıların evlilikten aldıkları doyum 3-7 yıldır evli olanlardan daha fazladır. Evlilik süresi 0-2 yıl olanlar, 8-15 yıl arası evli olanlardan ve 16-25 yıldır evli olan katılımcılardan daha fazla evlilik doyumunu yaşamaktadır. Severek ve isteyerek evlenen katılımcılar toplumsal baskı sebebiyle evlenen katılımcılardan daha yüksek evlilik doyumuna sahiptir. Toplumsal baskıdan ötürü evlenen katılımcıların diğer sebeplerden evlenen katılımcılardan da istatistiksel olarak daha az evlilik doyumunu yaşadıkları görülmüştür. Evlilikte çocuğun olmasının olmamasına kıyasla evlilik doyumunu düşürdüğü görülmüştür, çocuğu olmayanların evlilik doyumunu daha yüksektir. Sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanmanın evlilik yaşamını yordadığı ve evlilik doyumuna pozitif etkisi olduğu saptanmıştır.

Psikolojik iyi oluş ile sosyal medyayı eğlenmek ve boş vakit geçirmek için kullanmak arasında negatif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanmak ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki pozitif yönlüdür. Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğindeki diğer maddelerin psikolojik iyi oluşa anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür.

Evlilik yaşamı ölçeği ile psikolojik iyi oluş ölçeği arasındaki ilişkiye bakıldığında, anlamlı pozitif bir ilişki gözlemlenmektedir.

## 7 ÖNERİLER

Araştırmanın bulgularına istinaden aşağıdaki öneriler listesi oluşturulmuştur.

1. Araştırmanın örneklemini evren içerisinde 460 kişi ile sınırlıdır. İlerleyen süreçte yapılacak olan çalışmaların daha fazla katılımcı ile gerçekleştirilmesi ile elde edilen sonuçlarla literatüre katkı sağlanabilir.

2. Bu araştırmadaki katılımcılar demografik verilerde İstanbul, Ankara ve diğer olarak gruplandırılmış, anlamlı bir fark elde edilememiştir. Gelecek çalışmalarda sosyo-kültürel farklılıkların etkisini göz önünde bulundurarak Türkiye'nin farklı bölgelerinde gerçekleştirilmesi önerilir.

3. Bu çalışma evli bireyler ile gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmalarda romantik ilişki içinde olan katılımcılar da dahil edilerek literatür zenginleştirilebilir.

4. Bu çalışma katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformlarının sayıları üzerinden gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmalarda her sosyal medya platformu üzerinden ayrı ayrı sonuçlar elde edilip literatüre katkı sağlanabilir.

5. Eşin çalışma durumu, eşin eğitim durumu, evlenme biçimi ve bulunulan evliliğin ilk evlilik olup olmadığı ile ilişkili araştırmaların yeteri düzeyde olmadığı gözlenmiştir. Bu değişkenlerin evlilik doyumu, psikolojik iyi oluş ve sosyal medya kullanımını araştıran çalışmalara dahil edilmesi önerilir.

6. Bu çalışma evli bireylerle gerçekleştirilmiştir. Yapılacak çalışmalarda evli çiftlerin katılımı sağlanarak literatür zenginleştirilebilir.

7. Anketleri dolduracak katılımcılarda soruların yanlış anlaşılması gibi oluşabilecek sorunların en aza indirilmesi adına, gelecek çalışmalarda yüz yüze anket uygulaması daha başarılı ve güvenilir sonuçlara ulaşılması adına tercih edilebilir.

## 8 KAYNAKLAR

Acar, H. (1998). *Ankara'da Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu'na Bağlı Sosyal Hizmet Kuruluşlarında Çalışan Üniversite Mezunu Evli Personelin Evlilik Doyumları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Afshar, Z., & Masoumi, S. (2022). Predicting marital satisfaction based on social media and body image in women who chose to have cosmetic surgery: The mediating role of emotion regulation. *Journal of Preventive Counselling*. 38-51.

Ak, S., & Balcı Çelik, S. (2024). Evli kadınlarda cinsel yaşam kalitesi, eşe yabancılaşma ve evlilik doyumu. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15(1), 34-52.

Akçabozan Kayabol, N. B., Çağ, P., Akbaş, U., Sümer, Z. H., Özbay, Y., Aydın, G., ... & Durmuş, E. E. (2023). Evlilik Doyumu Ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması [Development of the Marital Satisfaction Scale: A validity and reliability study]. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 13(1).

Akdağ, F. (2014). *Evli bireylerde psikolojik iyi oluşun kök aile ile ilişkiler, benlik saygısı ve evlilik doyumu açısından yordanması doyumları* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akdağ, F. G., & Çankaya, Z. C. (2015). Evli bireylerde psikolojik iyi oluşun yordanması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 11(3).

Aktaş, M., & Çopur, Z. (2018). Sosyal medya kullanımının eşler arasındaki strese etkisi. *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*. 6(1), 142-153.

Aktürk, F. (2006). *Yeniden evlenen Türk ailelerde evlilik doyumu: Medeni duruma göre karşılaştırma, üvey çocukların etkisi ve yordayan faktörler* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Amato, P. R., & Previti, D. (2003). People's reasons for divorcing: Gender, social class, the life course, and adjustment. *Journal of Family Issues*. 24(5), 602-626. <https://doi.org/10.1177/0192513X03024005002>

Anar, B. (2011). *Evli ve çalışan yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rolleri ile evlilik doyumu ve iş doyumu ilişkisinin incelenmesi* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.

Ayaz, L. (2023). *Evli bireylerin stresle başa çıkma ve psikolojik iyi oluş halinin evlilik doyumu üzerindeki etkisinin incelenmesi* doyumları. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Topkapı Üniversitesi. YÖK Tez Merkezi.

Aycanoğlu, C., & Ünsal, G. (2017). Bağlanma tarzları ve internet bağımlılığının evlilik uyumuna etkisi. *Journal of Academic Research in Nursing*. 3(3), 163-168.

Bostancı, M. (2019). *Sosyal Medya: Dün, Bugün, Yarın*. Palet Yayınları.

Canel, A. N. (2007). *Ailede problem çözme, evlilik doyumu ve örnek bir grup çalışmasının sınanması*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

Cankurtaran, Ş., Topkaya, N., & Şahin, E. (2023). Evli bireylerde bilinçli farkındalık ile evlilik doyumu arasındaki ilişkide evlilik çatışmasının aracı rolü. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 14(3), 752-765.

Chen, Y., & Persson, A. (2002). Internet use among young and older adults: Relation to psychological well-being. *Educational Gerontology*. 28(9), 731-744.

Cravens, J. D., & Whiting, J. B. (2015). Infidelity-related behaviors and marital satisfaction: A mixed-methods study. *Journal of Sex and Marital Therapy*. 41(3), 225-235. <https://doi.org/10.1080/0092623X.2014.889054>

Çağ, P., (2016). *Evlilik doyumu: Bir model testi*. Yayımlanmış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

Çağ, P., & Yıldırım, İ. (2013). Evlilik Doyumunu Yordayan İlişkisel ve Kişisel Değişkenler. *Türk Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Dergisi*, 4 (39).

Çağ, P., & Yıldırım, İ. (2018). *Evlilik doyumunda öznel iyi olma: Yaşam doyumunu ve iyimsizliğin rolü* [Yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi, YÖK Tez Merkezi.

Çağ, P., & Ark. (2023). Evlilik doyumu ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 13(1).

Çimen, Ş. E. (2007). *Görücü usulü ve anlaşarak evlenen bireylerin çeşitli sosyal psikolojik faktörler yönünden karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 17(4), 173-188.

Deci, E.L., Ryan, R.M. (2008). Hedonia, eudaimonia, and well-being: an introduction. *J Happiness Stud*. 9, 1–11 . <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9018-1>

Demirbilek, M. (2016). Aile danışmanlığı: Bir uygulama örneği. *Turkish Journal of Family Medicine & Primary Care*. 10(2), 109-120.

Diener, E. (Ed.). (2009). Assessing well-being: The collected works of Ed Diener. *Social Indicators Research Series*. 39. [https://doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4\\_12](https://doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4_12)

Diener, E., Napa Scollon, C., & Lucas, R. E. (2009). The evolving concept of subjective well-being: The multifaceted nature of happiness. *Assessing well-being: The collected works of Ed Diener*. 67-100.

English, S. M. (2002). *Marital quality over the life course: A hierarchical linear model of duration and cohort effects* [Doctoral dissertation, Texas Tech University].

Girgin, B. (2018). *Çatalca'da yaşayan evli bireylerin bağlanma stilleri, romantik kıskançlık düzeyi ve evlilik doyumu arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Gladding, S. T. (2012). *Aile terapisi: Tarihi, kuram ve uygulamaları*. İ. Keklik & İ. Yıldırım, Çev., 2. baskı). Ankara: Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği Yayınları.

Goldenberg, I., & Goldenberg, H. (2013). *Family therapy: An overview* (V. Öztürk, Trans.). Kaknüs Publications

Gottman, J. M., & Silver, N. (1999). *The seven principles for making marriage work*. Harmony Books.

Gökmen, A. (2001). *Evli eşlerin birbirlerine yönelik kontrolçülük ve bağımlılık algılarının evlilik doyumu üzerindeki etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*. 2(1), 105-120.

Hasta, D. (1996). *Ev işi paylaşımı ve ev işi paylaşımında hakkaniyet algısı ile evlilik doyumu ilişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hayli, R. G., Durmuş, E., & Kış, A. (2017). Evlilik doyumunun evlenme biçimi açısından incelenmesi: Bir meta-analiz çalışması. *Electronic Turkish Studies*. 12(28), 429-444. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.12694>

Hüsrevoğlu, M. (2019). *Psikolojik İyi Oluş ile Evlilik Doyumu Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kabasakal, Z., & Soylu, Y. (2016). Evli bireylerin evlilik doyumunun cinsiyet ve eş desteğine göre incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*. 5(4).

Kalaman, S., & Çelik, F. (2019). Türkiye'deki evli bireylerin sosyal medya kullanımlarının evlilikleri üzerine etkisi: nitel bir araştırma. *OPUS International Journal of Society Researches*. 13(19), 424-453.

Kalkan, E., & Aydoğan, D. (2019). Evlilik ilişki kalitesini benlik açısından değerlendirme: benliğin farklılaşması ve ilişkişel özgünlük. *Ondokuz Mayıs*

Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 38(1), 174-189.  
<https://doi.org/10.7822/omuefd.494918>

Kanburoğlu, B. (2019). *Evli kadınlarda evlilik yaşı ve evlenme biçiminin evlilik doyumunu ve depresyon düzeyine olan etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Işık Üniversitesi.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kaplan, K. (2016). *Evli bireylerde toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumların, evlilik doyumuna ve psikolojik iyi oluş durumuna etkisinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karabacak Çelik, A. (2024). Sosyal medya kullanım amaçları ve sanal ortam yalnızlığı arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 66, 53-68. <https://doi.org/10.47998/ikad.1319612>

Karaca, M. (2007). *Sosyolojik bir olgu olarak internet gençliği: Elazığ örneği*. Doktora Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi.

Kavak, A. (2018). Evli bireylerde evlilik doyumunu, aile işlevselliği ve çatışma çözüm stilleri. *Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı*.

Keçeli, A. (2020). *Bireylerin psikolojik iyi oluş düzeyinin ve sosyal medya bağımlılığının evlilik doyumunu açısından incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Khalatbari, J., Ghorbanshiroudi, S., ve Firouzbakhsh, M. (2013). Correlation of job stress, job satisfaction, job motivation and burnout and feeling stress. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 84, 860-863.

Kılıç, A. (2020). *Genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları, sosyal medya kullanım amaçları ve romantik ilişki doyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi. YÖK Tez Merkezi.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*. 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Köseoğlu, E. (2021). *Evli bireylerin psikolojik iyi oluş düzeyleri ve psikolojik dayanıklılıklarının evlilik doyumunu üzerindeki etkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.

Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLOS One*. 8(8). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>

Kumari, R. (2014). Marital adjustment, stress and depression among working and nonworking married women: A case study of ranci town in Jharkhand. *Jharkhand Journal of Social Development*. 6.

McDaniel, B. T., Drouin, M., & Cravens, J. D. (2017). Social media and infidelity-related behaviors: Understanding attitudes, behaviors, and outcomes. *Computers in Human Behavior*. 69, 28-34. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.037>

Nazlı, S. (2014). *Aile Danışmanlığı Uygulamaları*. Anı Yayıncılık.

Nergis, T. (2022). *Sosyal medya kullanım süresi ile evlilik doyumu ve depresif belirtiler arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gedik Üniversitesi.

Nichols, W. (2005). *The First Years of Marital Commitment*. In M. Harway (Ed.), *Handbook of Couples Therapy* (pp. 35-36). John Wiley & Sons, Incorporated.

Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*. 55(1), 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>

Öz, T. (2019). *Çiftlerde depresyon, mutluluk ve psikolojik iyi oluş ile evlilik doyumu arası ilişkilerde evlilik süresinin aracı rolünün incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi. YÖK Tez Merkezi.

Özdiñç, T. (2014). *Okul öncesi eğitimde aile katılımında sosyal medya kullanımı: Bir durum çalışması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Öztürk, D., & Akar, A. (2014). *Aile ve Evlilik: Sosyolojik ve Psikolojik Perspektifler*. Ankara: Yayıncılık.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*. 55(1), 68-78.

Ryff, C. (2013). Psychological well-being revisited: Advances in the science and practice of eudaimonia. *Psychotherapy and Psychosomatics*. 83(1), 10-28. <https://dx.doi.org/10.1159/000353263>

Sarıyer Yılmaz, Ö. (2023). Hastalıkla mücadele eden çiftlerde evlilik kalitesi, uyumu, doyumu üzerine bir sistematik derleme: Boylamsal çift çalışmaları. *International Social Sciences Studies Journal*. 9(117), 9380-9396. <https://doi.org/10.29228/sssj.736>

Satici, B., Kayis, A. R., & Griffiths, M. D. (2023). Exploring the association between social media addiction and relationship satisfaction: Psychological distress as a mediator. *International Journal of Mental Health and Addiction*. 21(4), 2037-2051. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00658-0>

Sezer, F. (2013). Psikolojik iyi olma durumunu etkileyen faktörler. *E-Journal of New World Sciences Academy*. 8(4), 489-504.

Shafique, A. (2023). Marital satisfaction and quality of life among married women: Moderating role of attachment styles. *Bahria Journal of Professional Psychology*. 22(2), 27-35. <https://doi.org/10.58800/oglm4067>

Söner, & Yılmaz. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7(13), 59-73.

Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is Facebooking depressing?. *Computers in Human Behavior*. 43, 139-146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.053>

Telef, B. B. (2013). Psikolojik İyi Oluş Ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 28(3), 374-384.

Tezer, E. (1996). Evlilik ilişkisinden sağlanan doyum: Evlilik yaşam tarzı. *Türk Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Dergisi*. 2 (7), 1-7.

Tiryaki, S., & Karakuş, M. (2018). Evli bireylerin sosyal medya kullanımları üzerine bir saha. *Kurgu*. 26(3), 422-443.

Tura, G. (2020). Yapısal aile sistemleri yaklaşımına dayalı olarak geliştirilen evlilik danışma programının çiftlerin evlilik uyumuna etkisi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 19, 85-104.

Tutarel-Kışlak, Ş. Ve Çabukça, F. (2002). Empati ve Demografik Değişkenlerin Evlilik Uyumu ile İlişkisi. *Aile ve Toplum Dergisi*. 2(5), 35-42.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2023). Hanehalkı bilişim teknolojileri (BT) kullanım araştırması (Yayın no. 53492). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)

Twenge, J. M., Campbell, W. K., & Foster, C. A. (2003). Parenthood and marital satisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Marriage and Family*. 65(3), 574-583. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2003.00574.x>

Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*. 6(1), 3-17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>

Uslu, M. (2021). Türkiye’de sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı araştırması/The analysis of social media addiction and usage in Turkey. *Turkish Academic Research Review*. 6(2), 370-396.

Ünal, Ö., & Akgün, S. (2022). *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*. 14(3), 322-330.

Wells, I. E. (2010). *Psychological Well-Being*. Nova Science Publishers, Inc.

Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4). 362-369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>

Yağmurlu, A. (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve sosyal medya. *Selçuk İletişim Dergisi*. 7(1), 5-15.

Yılmaz, H. K. (2020). *Eşle yaşanan sorunlar ile evlilik doyumu arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.



## 9 EKLER

### EK A Kişisel Bilgi Formu

Sayın Katılımcı, bu araştırma İstanbul Arel Üniversitesi, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı Dr. Çağlar Ercen danışmanlığında, programın yüksek lisans öğrencisi Öznur Ünsal tarafından yüksek lisans bitirme tezi kapsamında yürütülmektedir. Araştırma yaklaşık olarak 15 dakika sürmektedir. Yanıtlarınız gizli tutulacak olup her bir katılımcıya bir sayı verilecek ve veriler analiz edilirken bu sayılar kullanılacaktır. Çalışma kapsamında sizden hiçbir ücret talep edilmeyecek olup size de herhangi bir ücret ödenmeyecektir. Araştırma gönüllülük esasına dayanmakta olup, hiçbir risk veya zorlama içermemektedir. Genel olarak araştırmada kullanılan materyaller rahatsızlık verecek türden sorular içermemektedir. Fakat araştırma sırasında eğer kendinizi bir nedenden dolayı rahatsız hissederseniz çalışmadan ayrılabilirsiniz. Bu araştırma sosyal medya kullanımının evlilik yaşantısı ve psikolojik iyi oluş ile ilişkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırma ile ilgili daha fazla bilgi isterseniz, Öznur Ünsal'a ulaşabilirsiniz.

1. Cinsiyetiniz:

- (1) Kadın
- (2) Erkek

2. Yaşınız:

- (1) 18-25
- (2) 26-34
- (3) 35-44
- (4) 45-54
- (5) 55 ve üzeri

3. Hangi ilde yaşamaktasınız?

- (1) İstanbul
- (2) Ankara
- (3) Diğer

4. Eğitim Durumunuz:

- (1) İlköğretim
- (2) Lise
- (3) Lisans
- (4) Lisansüstü ve üzeri

5.Eşinizin Eğitim Durumu

- (1) İlköğretim
- (2) Lise
- (3) Lisans
- (4) Lisansüstü ve üzeri

6. Çalışıyor musunuz?

- (1) Evet (2) Hayır

7.Eşiniz çalışıyor mu?

- (1) Evet (2) Hayır

8. Medeni Durum:

- (1) Bekar (2) Evli

9. Hanenizin gelir durumu nedir?

- (1) Düşük
- (2) Orta Düşük
- (3) Orta
- (4) Orta Yüksek
- (5) Yüksek

10. Ne kadar süredir evlisiniz?

- (1) 0-2 yıl
- (2) 3-7 yıl
- (3) 8-15 yıl
- (4) 16-25 yıl

(5) 26 yıl ve Üzeri

11. Evlenme şeklinizi belirtiniz.

- (1) Görücü Usulü
- (2) Kendi Tanışarak
- (3) Sanal ortamda Tanışarak
- (4) Aile Vasıtasıyla Tanışarak
- (5) Arkadaş Vasıtasıyla Tanışarak
- (6) Diğer

12. Eşinizle evlenme nedeninizi belirtiniz.

- (1) Severek-İsteyerek
- (2) Aile Zoru
- (3) Ekonomik Nedenler
- (4) Zorunlu Nedenler
- (5) Toplumsal Baskı
- (6) Diğer

13. İlk evliliğiniz mi?

- (1) Evet (2) Hayır

14. Çocukluğunuz var mı?

- (1) Evet (2) Hayır

15. Aşağıda belirtilen sosyal medya platformlarından hangisini/hangilerini kullanmaktasınız? (Bir en fazla işaretleme yapabilirsiniz.)

- (1) Sosyal medya kullanmamaktayım
- (2) Instagram
- (3) Twitter
- (4) Facebook
- (5) Tiktok
- (6) Youtube

(7) Diğer

16. Sosyal medya platformlarını hangi sıklıkla kullanırsınız?

- (1) Hiç
- (2) Haftanın 1-2 günü
- (3) Haftanın 3-4 günü
- (4) Haftanın 5-6 günü
- (5) Her gün

17. Sosyal medya platformlarında günde ortalama kaç saat zaman geçirirsiniz?

- (1) 0-1 saat
- (2) 2-3 saat
- (3) 4-6 saat
- (4) 7 saat ve üzeri

18. Ne Kadar Zamandır Sosyal Medyayı Kullanıyorsunuz?

- (1) 1 yıldan daha kısa zamandır
- (2) 1-3 yıldır
- (3) 4-6 yıldır
- (4) 7 yıldan daha uzun zamandır

## EK B Psikolojik İyi Oluş Ölçeği

Aşağıda katılıp ya da katılamayacağınız 8 ifade vardır. 1–7 arasındaki derecelendirmeyi kullanarak, her bir madde için uygun olan cevabınızı belirtiniz.

Kesinlikle katılmıyorum	1
Katılmıyorum	2
Biraz katılmıyorum	3
Kararsızım	4
Biraz katılıyorum	5
Katılıyorum	6
Kesinlikle katılıyorum	7

1 Amaçlı ve anlamlı bir yaşam sürdürüyorum	<input type="checkbox"/>
2 Sosyal ilişkilerim destekleyici ve tatmin edicidir	<input type="checkbox"/>
3 Günlük aktivitelereime bağlı ve ilgiliyim	<input type="checkbox"/>
4 Başkalarının mutlu ve iyi olmasına aktif olarak katkıda bulunurum	<input type="checkbox"/>
5 Benim için önemli olan etkinliklerde yetenekli ve yeterliyim	<input type="checkbox"/>
6 Ben iyi bir insanım ve iyi bir hayat yaşıyorum	<input type="checkbox"/>
7 Geleceğim hakkında iyimserim	<input type="checkbox"/>
8 İnsanlar bana saygı duyar	<input type="checkbox"/>

## EK C Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği

### LİKERT SORULAR

No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her zaman
1	Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişimde bulunmak için kullanırım.					
2	Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım.					
3	Sosyal medyayı boş zamanları değerlendirmek için kullanırım.					
4	Sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanırım.					
5	Sosyal medyayı mesaj göndermek ve almak için kullanırım.					
6	Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak için kullanırım.					
7	Sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için kullanırım.					
8	Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım.					
9	Sosyal medyayı kişi ve organizasyonlara ulaşmak için kullanırım.					

10	Sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullanırım.					
11	Sosyal medyayı bilgiye erişim amacıyla kullanırım.					



## EK D 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  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle katılmıyorum katılıyorum

2. Evliliğimizdeki engellerin aşılamaz olduğunu düşünüyorum.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle katılmıyorum katılıyorum

3. Evliliğimizi çok anlamlı buluyorum.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle katılmıyorum katılıyorum

4. Evliliğimizde giderek eksilen heyecan beni rahatsız ediyor.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle katılmıyorum katılıyorum

5. Evliliğimiz zaman zaman bana bir yük gibi geliyor.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle katılmıyorum katılıyorum

6. Huzurlu bir ev yaşamım var.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle katılmıyorum katılıyorum

7. Evliliğimiz her geçen gün daha iyiye doğru gitti.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle katılmıyorum katılıyorum

8. Bizim ilişkimiz ideal bir karı-koca ilişkisidir.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle katılmıyorum katılıyorum

9. Eşim benim için aynı zamanda iyi bir arkadaştır.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle  
katılmıyorum katılıyorum

10. Başbaşa kaldığımız zaman benim canım hiç sıkılmaz.

Kesinlikle  Katılmıyorum  Kararsızım  Katılıyorum  Kesinlikle  
katılmıyorum katılıyorum



## EK E Etik Kurul Onay Formu



T.C.  
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
Etik Kurul 22/03/2024 tarih ve 2024/07 No'lu  
Kurul Kararı

**KARAR NO-04:** Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Klinik Psikoloji yüksek lisans öğrencisi Öznur Ünsal'a ait "Sosyal Medya Kullanımı ile Evlilik Doyumu ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" isimli çalışması görüşüldü. Yapılan görüşmeler sonucunda; Öznur Ünsal'a ait çalışmanın, raportörün görüşü doğrultusunda (Ek-4) etik ilkelere uygun olduğuna katılanların oy birliği ile karar verildi.

## 10 ÖZGEÇMİŞ

**Adı Soyadı:** Öznur Ünsal

**ORCID Numarası:** 0009-0005-5392-1334

### Öğrenim Durumu

**2006- 2020 Lisans:** Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi- Psikoloji

**2021- 2024 Yüksek Lisans:** İstanbul Arel Üniversitesi- Klinik Psikoloji