



T.C
KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
DİSİPLİNLERARASI AİLE DANIŞMANLIĞI
ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA ALDATMA

Hatice TECER

Yüksek Lisans Tezi

KONYA
Ağustos, 2021

SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA ALDATMA

Hatice TECER

KTO Karatay Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Disiplinlerarası Aile Danışmanlığı Anabilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı; Doç. Dr. Füsun SUNAR
İkinci Danışman; Dr.Öğr.Üyesi H. Deniz GÜNAYDIN

KONYA
Ağustos, 2021

BİLDİRİM

Enstitü tarafından onaylanan Yüksek Lisans/Doktora tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını basılı veya dijital biçimde arşivleme ve aşağıda belirtilen koşullar dahilinde erişime açma iznini KTO Karatay Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle, Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak ve gelecekteki çalışmalar (makale, kitap, lisans, patent vb.) için tezimin tamamının veya bir bölümünün kullanım hakları yalnızca bana ait olacaktır.

Tezimin bütünüyle kendi çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izinle kullanılması zorunlu olan kaynakları, yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde izinlerin suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” kapsamında, tezim, aşağıda belirtilen koşullar haricince, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve KTO Karatay Üniversitesi Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

☐ Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir.¹

☐ Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay ertelenmiştir.²

☐ Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir.³⁴

19 Ağustos 2021

Hatice TECER

¹ MADDE 6(1) Lisansüstü tezle ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

² MADDE 6(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

³ MADDE 7(1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

⁴ MADDE 7(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez/Proje Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak Doç. Dr. Füsün SUNAR danışmanlığında tarafımdan üretilen bu tez/proje çalışmada; sunduğum tüm veri, enformasyon, bilgi ve belgeleri bilimsel etik kuralları çerçevesinde elde ettiğimi, tüm değerlendirme, analiz, bulgu ve sonuçları bilimsel usullere uygun olarak sunduğumu, tez/proje çalışmada yararlandığım kaynakların tümüne bilimsel normlara uygun biçimde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, tezimin/projemin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

19 Ağustos 2021

Hatice TECER



Anne ve Babama...

TEŞEKKÜR

Sadece tez dönemimde değil hayatımın her aşamasında maddi manevi desteği ile yanımda olan çocukluk dönemimde aramızdan ayrılan babamın yokluğunu bir kez olsun hissettirmeyen biricik annem Zahide TECER' e minnet ve teşekkürlerimi sunuyorum.

Tez konusu seçerken isteklerimi göz önünde bulunduran, yol gösteren, her daim yüzünde gülümsemesi eksik olmayan danışmanım Doç. Dr. Füsun SUNAR ve tez yazım sürecinde düşünce ve eleştirileri ile tezin oluşumuna katkı sağlayan eş danışmanım Dr. Öğr. Üyesi H. Deniz GÜNAYDIN'a teşekkürü bir borç bilirim. Bulduğum konuma gelmemde desteğini hiçbir zaman esirgemeyen bitanecik ablam, ikinci annem Hacer KARAKAYA başta olmak üzere bütün aileme teşekkür ederim.

En büyük motivasyon kaynağım, psikoloğum, arkadaşım, dostum olan Tuba ERDOĞAN'a ve gayri resmi danışmanım, arkadaşım Murat YARIMAY' a sonsuz teşekkür ederim.

19 Ağustos, 2021

Hatice TECER

ÖZET

Hatice Tecer

Sosyal Medya Bağlamında Aldatma

Yüksek Lisans

Konya, 2021

Bu araştırmada gün geçtikçe artan sosyal medya kullanımının, çiftlerin aldatma eğilimleri üzerine etkileri incelenmiştir. Bunun yanı sıra sosyal medya bağımlılığının ve aldatma eğiliminin, cinsiyet, gelir düzeyi, hayata bakış açısı, eğitim durumu, çocuk sayısı gibi bir takım değişkenler arası ilişkileri de araştırılmıştır. Araştırmanın çalışma evreni; Konya ili merkez Selçuklu, Meram ve Karatay ilçelerinde yaşayan 18-50 yaş grubu 60 kadın ve 60 erkek olmak üzere toplam 120 bireyden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme, evreni temsil gücünün yüksek olması adına 30 evli, 30 nişanlı 30 sevgili ve 30 flört sahibi olacak şekilde 4 kategoriye ayıran kota örnekleme yöntemi olarak belirlenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket ve “Aldatma Eğilimi Sebepleri Ölçeği (AESÖ)” ile “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)” kullanılmıştır. Verilerin analizinde ölçeklerin ve demografik değişkenlerin normal dağılıma uygunluğunun belirlenmesi için Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre; sosyal medya bağımlılığının aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile ilişkili olmadığı belirlenmiştir. Ancak partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar ve farklı ilişki boyutlarının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonunda katılımcıların sosyal medya bağımlılığının yaş grubu, eğitim düzeyi ve gelir düzeyi kapsamında anlamlı düzeyde fark gösterdiği; cinsiyet, ilişki durumu, çocuk sahibi olma durumu ve hayata bakış açısına göre anlamlı düzeyde fark göstermediği sonucu elde edilmiştir. Aldatma eğilimi sebeplerinde ise cinsiyet, eğitim düzeyi ve hayata bakış açısına göre anlamlı düzeyde fark gösterdiği; yaş grubu, ilişki durumu, gelir düzeyi ve çocuk sahibi olma durumuna göre ise anlamlı düzeyde fark göstermediği belirlenmiştir. Ek olarak, katılımcıların sosyal medya bağımlılığının ile aldatma eğilimi sebeplerine ait partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler ve cinsellikle ilgili sorunlar boyutları arasında negatif; farklı ilişki boyutu arasında ise pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Aldatma, Bağlanma, Çatışma, İlişki doyumu, Kıskançlık, Romantik ilişkiler, Sosyal medya, Sosyal medya bağımlılığı

ABSTRACT

Hatice Tecer

Deception In The Context Of Social Media

Master Thesis

Konya, 2021

In this study, the effects of increasing social media use on the tendency of couples to cheat were examined. In addition, the relationship between social media addiction and the tendency to cheat, among a number of variables such as gender, income level, perspective on life, educational status, and the number of children were also investigated. The aim of this study is to investigate the effects on cheating behavior in romantic relationships. The study universe of the research; It consists of a total of 120 individuals, 60 females and 60 males, in the 18-50 age group living in the central Selçuklu, Meram and Karatay districts of Konya. The sample of the study was determined as the quota sampling method, which divides the sample into 4 categories, 30 married, 30 engaged, 30 lovers and 30 dating, in order to have a high representation power of the universe. Questionnaire and “The Reasons for Cheating Tendency Scale (AESÖ)” as data collection tools in the research “Social Media Addiction Scale-Adult Form (SMDS-YF)” was used. In the analysis of the data, Kolmogorov-Smirnov test was applied to determine the conformity of the scales and demographic variables to the normal distribution. According to the results of the research; It was determined that social media addiction was not related to the total score of the reasons for the tendency to cheat. However, it has been determined that the reasons for alienation from the partner, problems related to sexuality and different relationship dimensions are related to social media addiction. At the end of the research, it was determined that the social media addiction of the participants showed a significant difference in terms of age group, education level and income level; It was concluded that there was no significant difference in terms of gender, relationship status, having a child and perspective on life. On the other hand, there is a significant difference in the reasons for the tendency to cheat according to gender, education level and perspective on life; It was determined that there was no significant difference according to age group, relationship status, income level and having children. In addition, the dimensions of social media addiction and propensity to cheat among participants' reasons for alienation from partners and sexual problems were negative; On the other hand, it was concluded that there was a positive and significant relationship between different relationship dimensions.

Keywords

Attachment, Cheating, Conflict, Jealousy, Relationship satisfaction, Romantic relationships, Social media, Social media addiction

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	xi
1.GİRİŞ	1
1.1.Araştırma Problemi	1
1.1.1. Araştırmanın Alt Problemleri	2
1.2.Araştırmanın Amacı	2
1.3.Araştırmanın Önemi	2
1.4.Araştırmanın Varsayımları	3
1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları	3
2. SOSYAL MEDYA	4
2.1. Sosyalizasyon ve Teknoloji.....	4
2.2. İnternet.....	6
2.2.1.İnternet Kavramının Tanımı	6
2.2.2.İnternetin Tarihçesi	6
2.2.3.WEB'in Gelişim Aşamaları	6
2.3. Sosyal Medya Kavramı	8
2.3.1.Sosyal Medyanın Doğuşu	9
2.4. Sosyal Ağ Tanımları.....	11
2.4.1.Popüler Sosyal Ağlar	12
2.4.1.1.Facebook	13
2.4.1.2. İnstagram.....	14
2.4.1.3.Twitter	14
2.4.1.4.Tinder	15
2.5. Sosyal Medya ve İhtiyaç Kuramları	16
2.5.1.Murray ve İhtiyaçlar Kuramı	16
2.5.2.McClelland ve Başarı Gereksinim Kuramı.....	16
2.5.3.Maslow ve İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı.....	17

2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı	18
3. ALDATMA.....	23
3.1. Aldatma Tanım.....	23
3.2. Aldatma Kavramının Bileşenleri.....	23
3.2.1. Romantik İlişkiler	24
3.1.2.1.Romantik İlişkiler ve Aşk	27
3.1.2.2.Romantik İlişkiler ve Bağlanma.....	31
3.1.3. Bağlanma	32
3.1.3.1.Bebeklik Dönemi Bağlanma Stilleri	33
3.1.3.2.Yetişkin Bağlanma Stilleri	36
3.1.4. Romantik İlişkilerde Doyum ve Uyum.....	39
3.1.5. Çatışma	42
3.1.6. Romantik Kıskançlık	45
3.1.6.1. Kıskançlık Kavramı ve Kuramsal Yaklaşımlar.....	46
3.1.7. Aldatmanın Sınıflandırılması.....	49
3.1.7.1.Aldatmanın nedenleri ve sonuçları	51
3.1.8. Aldatma ve Sosyal Medya	53
4. YÖNTEM.....	57
4.1. Çalışma Evreni	57
4.2. Örneklem Grubu.....	57
4.3. Araştırma Modeli	57
4.4. Veri Toplama Araçları.....	57
4.4.1. Kişisel Bilgi Formu.....	57
4.4.2. Aldatma Eğilimi Sebepleri Ölçeği (AESÖ).....	58
4.4.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF).....	58
5. BULGULAR	60
5.1. Demografik Bilgilere Yönelik Bulgular	60
5.2. Araştırma Verilerinin Dağılımına Yönelik Bulgular.....	63
5.3. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Bulgular	64
5.4. Aldatma Eğilimi Sebeplerine Yönelik Bulgular.....	70
5.5. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aldatma Eğilimi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	82
6. TARTIŞMA	85
6.1. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Sonuçların Tartışılması	85
6.2. Aldatma Eğilimi Sebeplerine Yönelik Sonuçların Tartışılması	88

6.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aldatma Eğilimi Sebepleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçların Tartışılması.....	92
7. SONUÇ	94
7.1. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Elde Edilen Sonuçlar	94
7.2. Aldatma Eğilimi Sebeplerine Yönelik Sonuçlar	95
7.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aldatma Eğilimi Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçlar.....	97
8. ÖNERİLER	99
KAYNAKÇA.....	100
ÖZGEÇMİŞ	111
Ek-1. Aldatma Eğilimi Sebepleri Ölçeği (AESÖ)	112
Ek – 2 Aldatma Eğilimi Sebepleri Ölçeği (AESÖ) Kullanım İzni	116
Ek - 3 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)	117
Ek - 4 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) Kullanım İzni	118

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri	61
Tablo 2. Katılımcıların aldatma bilgileri.....	62
Tablo 3. Verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri	64
Tablo 4. Sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre incelenmesi	65
Tablo 5. Sosyal medya bağımlılığının yaş grubuna göre incelenmesi	65
Tablo 6. Sosyal medya bağımlılığının eğitim düzeyine göre incelenmesi	66
Tablo 7. Sosyal medya bağımlılığının ilişki durumuna göre incelenmesi	67
Tablo 8. Sosyal medya bağımlılığının gelir düzeyine göre incelenmesi	68
Tablo 9. Sosyal medya bağımlılığının çocuk sahibi olma durumuna göre incelenmesi	69
Tablo 10. Sosyal medya bağımlılığının hayata bakış açısına göre incelenmesi	69
Tablo 11. Aldatma eğilimi sebeplerinin cinsiyete göre incelenmesi	70
Tablo 12. Aldatma eğilimi sebeplerinin yaş grubuna göre incelenmesi	72
Tablo 13. Aldatma eğilimi sebeplerinin eğitim durumuna göre incelenmesi	74
Tablo 14. Aldatma eğilimi sebeplerinin ilişki durumuna göre incelenmesi	76
Tablo 15. Aldatma eğilimi sebeplerinin gelir düzeyine göre incelenmesi	78
Tablo 16. Aldatma eğilimi sebeplerinin çocuk durumuna göre incelenmesi	80
Tablo 17. Aldatma eğilimi sebeplerinin hayata bakış açısına göre incelenmesi	81
Tablo 18. Sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi sebepleri arasındaki ilişki.....	83

1.GİRİŞ

1.1.Araştırma Problemi

Mobil teknolojilerin hayatımıza girmeden hemen önce yani interneti masa başında kullandığımız günlerde sayfalarda gezinmek, çevremizdeki insanlar neler yapmış diye takipte kalmak, sanal oyunlar oynamak; televizyon izlemek, kitap okumak gibi özel olarak zaman ayrılan belki de sadece gündelik hayattan kaçmak için kullandığımız bir eylemdir. Ancak şu günlerde yakınsama sayesinde sanal ve gerçek hayatımız üst üste binmiş durumda. İki hayatımızı da birbirinden ayırmamız çok zor hale gelmiştir. Hatta sosyal medya adına yapılan anketlerde sorulan “günlük sosyal medyada ne kadar süre harcıyorsunuz?” sorusuna verilebilecek bir cevabımız bile bulunmamaktadır. Zira bunun hesabını yapabilmek oldukça güç hale gelmiştir (Kara, 2013). İletişim çağının gerekliliklerinden biri olan dijital dönüşüm, genel anlamda geleneksel ilişki şekillerinin asimile olmasına sebep olarak izotop bir yapı yaratmıştır. Toplumun gelenekçi ilişki kavramını kendi literatürüne doğru eviren dijital dönüşüm; ilişkilerin değer anlayışlarını, gösteriş şekillerini, biçimlerini değiştirerek ilişkilerin sosyalizasyon süreçlerini etkileyen bir ortam sağlamıştır (Konuk ve Ilgın, 2019). Günlük yaşamın bir parçası hatta kendisi olan sosyal mecralarda dolaşım hali, kişilerin oluşturdukları profiller ile kendilerine ait bir iletişim kanalı oluşturmalarını sağlamaktadır (Öztat, 2019).

Toplumda aidiyet duygusundan yoksun bireylerin kendilerine yer bulmak için seçtikleri mesken olarak son zamanlarda karşımıza çıkan sosyal medya, somutlaştırmaya çalışılan aşk kavramının bir tür ilizyon olduğuna yönelik tutumların ortaya çıkmasını sağlamış ve çoğu kişinin karşı cinsle tanışmasına imkan sağlayan bir mecra olarak görev yapmaktadır (Bayram-Saptır, 2020). Sosyal medyanın bu kadar kolay ulaşılabilir pozisyona geçmesi bireylerin, aldatma eğilimlerini kolaylaştırdığına ve arttırdığına yönelik tutumların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Yıldırım, 2019). Yaşanmakta olan bir ilişkiye karşı gösterilen sadakatsizlik olarak ele alınan aldatma kavramı, mahrem bir konu sayıldığından kümülatif araştırmaların gizil konusu olarak sosyolojide, psikoloji ve biyolojide incelenerek toplumsal mitlerin dışında bir gerçekliğe kavuşmuştur. Mutsuz bir ilişkinin aldatma için biricik sebep olmadığı; genetik, sosyo-

kültürel çevre ve psikanalitik kökenli sebepler gibi birçok sebebin olduğu kanıtlanmıştır (Kantarıcı, 2009).

Aldatma oranları incelenirken elde edilen bulgular, erkeklerin %50 üzeri aldatma oranına sahip olduğunu ancak kadınlar da bu oranın %50'nin altında görüldüğünü gözler önüne sermiştir (Sağdıç, 2018). Bu oranın sebepleri araştırılırken bağlanma stilleri, toplumsal normlar, duygusal tatmin gibi birçok başlık göz önüne alınmalıdır.

1.1.1. Araştırmanın Alt Problemleri

1. Bireylerin sosyo-demografik özellikleri ve sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı farklar var mıdır?
2. Bireylerin aldatma eğilimleri ve sosyo-demografik özellikleri arasında anlamlı farklar var mıdır?
3. Bireylerin ilişki durumları ve aldatma eğilimleri arasında anlamlı farklar var mıdır?
4. Bireylerin ilişki durumları ve sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı farklar var mıdır?
5. Bireylerin aldatma eğilim sebepleri ve sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı farklar var mıdır?

1.2.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada romantik ilişkilerde aldatma sorununun sosyal medya bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda sosyo-demografik özellikler çerçevesinde bireylerin, sosyal medya bağımlılıklarının romantik ilişkileri ve aldatma eğilimleri üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

1.3.Araştırmanın Önemi

Gelişen ve değişen teknoloji hayatımızın birçok alanına sirayet etmiş durumdadır. Uzaktaki bilgiler yakına gelmiş durumdadır ve erişilmesi zor olan bir parmak yardımıyla erişilir hale gelmiştir. Globalleşen dünyada kapitalizm tüketim toplumlarını meydana getirmiş ve tüketim çılgınlığı ilişkilerimize kadar inmiştir (Giddens, 2008). Yıllarca aldatma konusu gizil konu olarak çalışılmış ancak toplumların çekinmesi yapılan araştırmalara katkı sağlamaması neticesinde uzun bir süre kümülatif

araştırmaların gizil konusu olarak sosyal ve beşeri bilimlerde incelenmeye devam etmiş çalışmalar 1990 ların başlarında işlenmeye başlamış ve alanda çok kısıtlı kaynakların olduğu tespit edilmiştir (Yıldırım, 2019). Yapılacak olan araştırma sadece bireylerin aldatma davranışını değil aynı zamanda romantik ilişki dinamiklerini derinlemesine inceleyecek ve sosyal medya kavramını içerisine alarak geniş bir ereve sunacaktır. Alan yazında yapılan araştırmalarda bireylerin aldatma eğilim sebepleri ve hayata bakış açıları bağlamında yapılmış incelemelerin yetersiz olduğu görülmüş ve araştırma kapsamında ele alınmıştır. Bu bağlamda araştırmanın, ilgili literatüre ve aile danışmanlığı alanına katkı sağlaması hedeflenmiştir.

1.4.Araştırmanın Varsayımları

- Katılımcıların anket sorularını doğru anlayıp, herhangi yanıltıcı unsur olmaksızın doğru biçimde yanıtladıkları,
- Örneklemenin belirlenen grupları temsil gücünün yeterli olduğu,
- Kullanılan leklerin araştırma amacına ve araştırma hipotezlerinin testi için uygun olduğu,
- Kullanılan istatistiksel testlerin araştırmanın amacına ve sonuçların tespitine uygun olduğu araştırmanın temel varsayımlarıdır.

1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın evreni, Konya ili merkez ilçeleri; Selçuklu, Meram ve Karatay ile sınırlandırılmıştır. Çalışma, araştırılacak evrenin tamamına ulaşılamaması nedeniyle örneklem; 18-50 yaş aralığındaki 120 katılımcı (60 kadın, 60 erkek) ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada kullanılacak veri toplama araçları nicel veri toplama aracı olan anket ile sınırlıdır. Çalışma Pandemi sebebiyle kişilere ulaşılabilirliği ile sınırlıdır. Yapılan araştırma örneklemden elde edilen sonuçlarla sınırlıdır. Çalışmanın farklı sosyo-demografik özellikler gösteren illerde yapılması ihtimalinde elde edilecek verilerde gözle görülür farklılaşma durumu olasıdır.

2. SOSYAL MEDYA

2.1. Sosyalizasyon ve Teknoloji

İnsan yapısı gereği sosyal bir varlıktır. Temel ihtiyaçlarından olan ait olma, sevmeye gereksinimini sosyal çevre edinimi ile karşılar bu ihtiyaçları kişiler arası iletişim ile sağlar. Kişiler arası iletişim kültürel, bilişsel ve duygusal parametreleri bulunan faal çift yönlü bir süreçtir (Oran, 2020). Bu süreç içerisinde birey kimliğini oluşturmak, bulunduğu toplumun norm ve değerlerinin aktarıldığı bir öğrenim süreci olan sosyalleşme faaliyetinde bulunur. Ayna benlik olarak atfedilen bu durum bireyin çevresiyle etkileşimin bir yansımasıdır (Kartal, 2018).

Sosyalleşme ihtiyacı geçmişten günümüze devamlılığını sürdürmüştür. İnsanlık tarihine bakıldığında pek çok farklı iletişim yönteminin gelişmiş olduğunu görülmektedir. Bu yöntemlerin miadını beden dili olarak kabul edebiliriz. Zaman içerisinde haberleşme aracı olarak duman, güvercin ve mektup gibi iletişim araçları kullanılmıştır. Modern dönemlere geçiş ve teknolojiye meydana gelen gelişmeler etkisiyle evrim geçirmiş yerini telgraf, radyo, televizyon gibi araçlar almıştır. Günümüze gelindiğinde ise bilgisayar ve internetin icadıyla haberleşme faaliyetleri basit ve hızlı olmaktadır (Cohen ve Almagor, 2006: 179). Küreselleşme ve gelişen teknoloji iletişim aygıtlarını minimal boyutlara indirgemiş, ceplerimizde taşınabilir hale getirmiştir. Öyle ki günümüz toplumlarında istenilen bilgilere erişim, alışveriş, muhabbet, sohbet gibi pek çok iletişim unsurları ağlar vasıtasıyla gerçekleşmeye başlamıştır (Van Dijk, 2016).

“Marshall McLuhan’a ait bir kavram olan “global köy” haline gelen günümüz dünyasında geleneksel iletişim yollarının dijital mecralarda yeni bir boyut kazanması sonucunda etkileşimli diyaloglar ve eş zamanlı bilgi paylaşımı mümkün olmuştur” (Erdoğan, 2018).

Teknolojide yaşanan yenilikler, birçok toplumsal dönüşüme sebep olmuştur. Manuel Castells’in “Ağ Toplumunun Yükselişi” adlı kitabında bahsettiği üzere; 18. yy’ da yaşanan sanayi devrimi ile endüstri toplumları oluşmuştur. Castells modern öncesi bu çağı endüstriyalizm olarak tanımlamıştır. Teknolojik gelişmeler sonrasında yaşanan dijital devrimin de ağ toplumlarını oluşturduğunu vurgular. Günümüzün “enformasyonizm” çağını yaşadığını söylemektedir. Endüstriyel çağda enerji unsuru

ön planda iken enformasyon çağında simgeler, yaratımlar ve işlemler söz konusudur (Sığın, 2019).

İnternet tabanlı iletişim tüm dünyayı önemli ölçüde etkilemiştir. Küreselleşen toplumlarda yaşanan gelişmeler ekolojik bir etki oluşturmuştur. Teknoloji ve birey etkileşimi sonucunda oluşan bu etkide tümel anlamda; bireyin sosyal ve kültürel anlamda dönüşümü ile çok kapsamlı bir sosyal ağ kültürü yaratılmış olup sadece bireyin dönüşümüne sebep olmamış aynı zamanda kendisi de dönüşüme uğramıştır (Debord, 2010).

Küreselleşmenin ve dönüşümün başrolü olan bireylerin bizzat süreci denetlediği, üretimin kendi ellerinde olduğu yeni bir düzene geçilmiştir. Işık hızında yaşanan bu geçiş insan ilişkilerinin artması konusunu gündeme getirmiştir. Bauman küreselleşme hususunda geline nokta, bireylerin ilişkilerinin ziyadesiyle yoğunlaşmış olduğu ve bu dönemde sosyal, kültürel birçok etmeni içine alan en önemli dönemi yaşamakta olduklarını ifade etmiştir (Bauman, 2012). Bu zamana kadar birbirine hiç olmadığı kadar yakın olan toplumlar küreselleşmenin mahsulü olan hız ile zaman ve mekan kavramlarını zihinsel olarak grift bir hale getirmiştir (Sığın, 2019).

“Bilgi akışlarının hızlanmasıyla yerinde edişken mekân, beraberinde zamanı da dönüştürmüştür. Sürekliliği bozulan zaman sıkışıp kristalize olunca, gerçek hayat ile sanal evren arasında bulanıklaşmaya başlamıştır. Sosyolojik toplum için yeni sosyal morfolojiler oluşturduğunu belirten Castells, temel gücü ağ tabanlı iletişimlerin teknolojik özelliklerine, özellikle de internete atfeder” (Ampuja ve Koivisto, 2014).

Anthony Giddens’a göre küreselleşmenin zeminini hazırlayan ve ağ toplumlarının temelinin oluşumunu sağlayan en önemli öge internettir. Dijital çağı etkin duruma getiren en mühim konumdaki internet, sosyal ağların yayılmasıyla insan hayatında vazgeçilmezler tahtına oturmayı başarmıştır (Giddens, 2008).

2.2. İnternet

2.2.1.İnternet Kavramının Tanımı

Kökeni ingilizce olan internet kavramı “international” ve “network” sözcüklerinin harmanlanması neticesinde ortaya çıkmıştır. Kelime anlamı “ağlar arası iletişim” olarak tanımlanmaktadır (Dağıtmaç ve Ekmen, 2019). Küreselleşen dünyada toplumların her geçen gün elde edilen bilgiyi muhafaza etme ve paylaşma isteklerinin artması sonrasında meydana gelmiş bireyler arası iletişimi ve bilgi akışını sağlayan ve bu işlemi ağlar aracılığı ile ortaya koyan iletişim ağlarıdır (Çetinöz, 2013).

2.2.2.İnternetin Tarihçesi

İnternet kavramının ortaya çıkışı 1960’lı yılların başlarında J.C.R. Licklider’in MIT (*Massachusetts Institute of Technology*)’de ortaya attığı düşüncelerine dayanmaktadır. Askeri projeler ve haberleşme sistemi misyonu yüklenmiş olan internet, savaş dönemlerinde güvenli ve aralıksız iletişimi temin etmek amacıyla teknolojik temellere dayalı bir alt yapı olarak tarih sahnesinde yerini almıştır. ABD başkanı Eisenhower’ın talimatıyla kurulan ARPA, (Advanced Research Project Agency) askeri hizmet vermekte idi (Çoban, 2019). Toplumda nüfuz sahibi olan pragmatist aristokrat ve kapitalist sınıfın yeniliklere katkı sağlayacağı düşünülerek 1969 yılında ARPA kurum ve üniversitelere erişim hakkı tanımıştır. Zaman içerisinde üniversitelere verilen internet, beklenin çok ötesinde kazanımlar sağlamış pek çok ütopyayı sahici kılmıştır (Göker vd., 2010). Akademik camiada yapılan gelişimsel faaliyetler nedeniyle erişimi noktasında ilerlemeler ortaya çıkmıştır. İlk çıktığı dönemlerde pahalı olmasından ötürü sadece belirli zümreler tarafından kullanılan internet, giderek ucuzlaştırılarak bütün insanlığa takdim edilmiştir (Kartal, 2018).

2.2.3.WEB’in Gelişim Aşamaları

1989 yılında günümüz enformasyon toplumlarının temelini oluşturan hepimizin kulağının aşına olduğu “World Wide WEB” (www) icat edilmiş 1990 yılı itibariyle gelişim hızını arttırmıştır (Topaçan, 2019). İngiliz mühendis, Tim Berners Lee bu büyük devrimi o dönem içerisinde yürütülen bilimsel araştırmalar yapan bilim insanlarının aktif ve basit şekilde haberleşmeleri için geliştirmiştir. İnternetin WEB 1.0 olarak

adlandırılan bu dönemi, kullanıcıları yalnızca alıcı pozisyonunda tutmuş WEB siteleri ile tek yönlü iletişim kurmalarına olanak sağlamıştır (Kara, 2013). Kullanıcılar kısıtlı sayıda olan WEB sitelerine ulaşabiliyor, dosya indiriyor, içerikleri okuyabiliyorlardı. WEB 1.0 dönemini WEB sayfaları ve kullanıcı ilişkisi bağlamında tek yönlü bir etkileşim söz konusu olduğunu söyleyebiliriz (Kartal, 2018).

2004 yılında O'Reilly ve MediaLive International isimli firmaların müşterek düzenlediği ve internet alanında uzman insanların katıldığı konferansta internetin olası geleceği hakkında tartışmalar gündeme getirilmiş ve O'Reilly Media'nın CEO su Tim O'Reilly yeni nesil internete yeni bir isim verilmesi gerektiğini belirtmiş, yaptığı konuşma sırasında WEB 2.0 kavramını önermiştir ve katılımcılar tarafından onaylanmıştır (Kara, 2013). O'Reilly yeni nesil internetin programlama sistemi olarak ortaya çıkmadığını sadece internet olgusuna pek çok insanın erişebilmesi için getirilecek yeni bir soluk olarak tanımlamıştır. Yeni nesil interneti gelişimsel anlamda faydalı bulanların yanı sıra romantik çerçeveden bakmadıklarını dile getiren kimi eleştirmen kesim de mevcuttur. Onlara göre kullanıcı tabanlı bu yeni nesil ağ yanlış bilgi aktarımlarını sağlayacak ve amatör ağ kültürüne zemin hazırlayacaktır (Andrew, 2007).

Yalnızca masa başı teknolojisi olarak çıkan WEB 1.0' dan sonra WEB 2.0, 2000'li yıllarda mobil aygıtlara taşınmış bireysel internet kullanımını başlatmıştır. Geçen zaman içerisinde cep telefonları telefon olma özelliklerini geri plana atarak internet kullanım cihazlarına dönüşmeye başlamıştır. İnsanlar günlük hayatlarını kolaylaştıran bu teknolojiyi hayatlarının pek çok alanında kullanmaya başlamışlardır (Sarısakal ve Aydın, 2003). Bill Gates hayatımızı kolaylaştıran bu teknolojiyi "Dijital Sinir Sistemi" olarak adlandırmış ve zaman içerisinde insanların giderek hedonist bireylere dönüşeceğini ve zaruri bir ihtiyaç haline geleceğini söylemiştir (Odlyzko, 2001).

WEB 2.0, kullanıcılarına bilgi verebilme veri aktarımı yapabilme olanağı sağlamıştır. Sosyal ağlarla tanışan bireyler, faal duruma gelmiş, duygu ve düşüncelerini istediği ölçüde özgürce ifade edebilecekleri fırsatlara sahip olmuşlardır. Keyif aldıkları alanlar hakkında görüş bildirmiş, içerik üretmiş ve paylaşımlar yapmışlardır. İnternetin bu yönüyle bireyler sosyal hayat içerisinde fiziksel bağ olmadan ilişkilerinin devamlılığını mesafelerin önemsizliğinin farkındalığını yaşamışlardır. Fiziksel anlamda ışınlama bulunmamış olsa da, düşünceleri ışınlanmayı sağlamış olan yeni nesil internet Platon'un

gerçeklik alegorisinde bulunan iki öğeden biri olan ışınlanmayı başarmıştır (Kleinman, 2013). WEB 2.0, bireylere sanal kütüphaneler, bloglar ve podcastler gibi uygulamalara erişim hakkı tanımıştır.

Semantik WEB olarak da adlandırılan üçüncü kuşak internet ağı WEB 3.0; yapay zekaları barındıran, internet ağlarının kendi kendilerine yaratım sağladığı, veri madenciliğinin ve elde edilen bilgilerin değerlendirildiği, verilere anlam kazandırarak kullanıcıların iş kavramlarını dönüştüren, anlamsal ağ olarak hizmet vermektedir. İnternetin makro düzeyde veri tabanı durumuna geldiği bir konstrüksiyon olduğunu söylememiz yanlış bir söylem olmayacaktır (Emiroğlu, 2009).

WEB 4.0, internetin son nesil olarak görülen, yapay zekaların problemleri tespit edip problemlere çözüm bulduğu iletişim sistemlerini barındıran teknolojidir. Bilgisayarlarda yapılan işlemleri internet platformuna taşıyan bu teknoloji, reel yaşamın sanal platformlara taşınmış ve son dönemlerde hepimizin kulağının aşına olduğu sanal gerçeklik olgusu ile gündemde yer edinmiş yapay zeka konusu WEB 4.0'ün başlangıcı sayılmaktadır (Çoban, 2019). İnternetin bu kadar hayatımıza adapte olması eş zamanlı enformasyonel gelişmelerle birlikte, kişilerarası sosyalizasyon süreçleri ve toplumsal yapıların değişimi ile internetin aktüel hayatımızda efektif bir şekilde kullanımı, internet ağlarının iletişim araçları ile erişilebilir olması sosyal medya olgusunun doğumunu ve yaşamımıza adaptasyon sürecini başlatmıştır (Bayram-Saptır, 2020).

2.3. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal (social) sözcüğü aslen orta dönem Fransızcasından tüm dünya dillerine adapte edilmiştir. O dönem Fransasında dostluk ve hoşgörü ile harmanlanmış bir sıfat olarak kullanılmış “müttefik” anlamına gelmektedir. Anlam bağlamında ele alındığında kelimenin kökü Latince'deki “socialis ve socius” kelimelerinden gelmektedir ve anlam olarak “yoldaş, başkaları ile yaşam” kavramlarını karşılamaktadır (Dilmen ve Öğüt, 2010). Medya (media) kelimesinin kökeni ise Latince'de media “aracı, araç” kelimelerinden İngilizceye alıntılanmıştır. İngilizcede “ basın ve yayın araçları” olarak kullanılmaktadır. Genel anlamda kelimenin kullanım alanlara bakıldığında tam olarak sınırları ve kaplam alanı belli değildir. Yazın incelendiğinde bu kavram kargaşasının

önlenmesi adına “medya” kavramı yerine “kitle iletişim araçları” kavramı tercih edilmektedir (Kocadaş, 2005).

Gelişen teknoloji ile birlikte sözlüklerde farklı sayfalarda bambaşka alanların terimleri olan bu iki kavramın yolu kesişmiş ve günümüz toplumlarında yediden yetmişe herkese bilgi aktarımı sağlayan, deneyimlerini aktardıkları, boş zamanlarını doldukları ve sosyal yaşamlarını şekillendiren “Sosyal Medya” kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır (Barutçu ve Tomaş, 2013).

Yazında yapılan incelemeler sonucunda sosyal medya kavramına yönelik pek çok araştırma ile karşılaşırız. Kimileri; sosyal medyayı evrensel iletişim ağı, internet vasıtasıyla duygu, düşünce ve deneyimlerini paylaşabildiği tüm dünyaya açılan kapı olarak tanımlamıştır (Eminoğlu, 2016). Kimileri; ikinci nesil internet teknolojisi WEB 2.0’ nin, hayatımıza girmesi, kamusal ve sabit olan interneti ulaşılabilir kılan internetin, geleneksel medyanın tersine bireyleri üretici konuma getirdiğini savunmuşlardır (Topaçan, 2019).

Kimileri ise literatürde yapılan sosyal medya kavramına yönelik yapılan tanımların tam karşılığına tekabül etmediğini yani kısaca mutlak bir tanım yapılamayacağını bu durumun da post-modernizm ile yakından ilişkili olduğunu savunmuşlardır (Bülbül Oğuz, 2012). Özet niteliği taşıyan en kapsamlı tanımı ise Kaplan ve Haelein öne sürmüştür. Onlara göre sosyal medya WEB 2.0 teknolojisinin kullanıcılar tarafından içerik üretme ve üretilen içeriğin paylaşıldığı ideolojik temeller üstüne kurulmuş internet tabanlı uygulamalar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Kaplan ve Haelein, 2010; 61)

2.3.1.Sosyal Medyanın Doğuşu

Günümüz sosyal medya uygulamalarının temelini 1978 yılında yakın çevreleri ile haberleşme amacı güden teknoloji ile haşır neşir olan iki arkadaş olan Ward Christensen ve Randy Suess tarafından BBS(Bulletin Board System) adını verdikleri yazılımı ile oluşmuştur. Farkında olmadan bugünün sosyal medya platformlarının temelini atmışlardır (Crosby. 1995) Sonrasında yaşanan 15 yıllık sessizlikten sonra bir grup öğrencinin World Wide WEB (www) yazılımına benzer çalışmalar yapması ile başlamış

ve günümüz arkadaşlık platformlarının, sohbet uygulamalarının, blog sayfalarının ve arama motorlarının temellerini atacak olan pek çok çalışma ile hızlanmıştır (Kara, 2013).

Endüstriyel dönemde kişiler arası görüşmeler yüz yüze yapılır, sosyalizasyon süreci sağlıklı ve etkin iletişim ile sağlanırdı. Globalleşen dünyada sosyal ağlarda yaşanan yenilikler ve ürün ve hizmetlerin iyileştirilmesi, kullanım alanlarının genişlemesi iletişim olgusunu arka plana atmış teknolojik aygıtları ön plana çıkartmıştır. “Araç iletinin kendisidir” sözüyle aktarılan mesajın iletildiği aracın önemini vurgulayan Marshall McLuhan, teknolojinin modern toplumlarda iletişim kavramını evrimleştirdiğine dikkat çeker. McLuhan’a göre modern toplum medya teknolojileri tarafından şekillenecektir (McLuhan ve Fiore, 2012). Bireyler ürettikleri düşünceleri eyleme dökme ve çevre ile bağlantı kurmak için “çevrimiçi” sohbetler gerçekleştirdikleri sosyal medya uygulamalarını kullanmaya başlamış Sosyal medya araçları ile yapılan bu çevrimiçi internet kullanımı bireyleri yalnızlaştırmış ve internet tüketiminin artmasını sağlamıştır (Demir, 2016). Tüketim kültürünün kokusunu alan, arz ve talep olgularını araç olarak kullanan kapitalist sistem, toplumlara yüksek teknoloji ürünlerine olan ihtiyaç hissiyatını empoze etmiştir. Evine faks makinesi alan bireyin aldığı cihazdan verim elde etmesi için diğer bireylerin de evlerinde faks makinelerinin olması gerekmektedir. Dolayısıyla arz yüksek teknoloji ürün iken, talep ise kullanıcılardır (Kara, 2013).

Sosyal medya teknolojik doğası gereği yayılım hızı ile geçmiş iletişim aygıtlarına nazaran büyük kitlelere daha kısa vadede ulaşım sağlamış, kendi dünyasına çekmiş ve çağımız toplumunu etkisi altına almıştır. Webster, kültürleri etkileyen enformasyon ağlarının, bu zamana kadar hiç görülmemiş seviyede yayıldığını ve örgütlenme olanağı sunduğunu söylemiştir. Bu durum yeni örgütlenme ve hareket biçimlerinin oluşumunu sağlamıştır (Boschele, 2014). Teknolojilerin toplumlar üzerindeki değeri sahip oldukları kullanıcı sayılarının artmasıyla doğru orantılıdır. Bu durum aynı anda bahsi geçen teknolojinin iletişim ve yayılım biçimi ve etkileşim boyutuyla alakalıdır. Etkileşim gücü çoğaldıkça yayılım hızı artmaktadır. Örneklendirecek olursak; Radyo 50 milyon kullanıcıya 38 yıl içerisinde ulaşmışken, televizyonda bu süre hemen hemen yarıya

inmiş ve 13 yıl sürmüştür. Sosyal ağ olan twitter ise sadece 9 ay içerisinde ulaşmıştır (Kara, 2013).

2.4. Sosyal Ağ Tanımları

Sosyal ağların günümüzdeki mevcut yapılarını anlamlandırabilmek adına geçmiş dönemleri hakkında düşüncelerimizin olması gerekmektedir. 1994 yılında Wasserman ve Faust'un tanımladığı bu kavram, Facebook ve benzerlerinden bir hayli eskidir (Kara, 2013). Sosyal ağların kökeni 1978 yılında New Jersey Teknoloji Enstitüsünde kullanıcıların kendi içlerinde e- posta attıkları, bültenleri takip ettikleri Elektronik Enformasyon Değiş Tokuş Sistemi'ne (Electronic Information Exchange System, EIES) kadar dayanmaktadır (Kartal, 2018). Bugünkü anlamda kullanılan sosyal ağların ilki ise 1997 yılında hizmete sunulmuş olan sixdegrees.com'dur. Bu platform sayesinde kullanıcılar arkadaş listeleme, profil oluşturma gibi pek çok alanda içerik üretici pozisyonuna geçebilme olanağına eriştiği gibi aynı zamanda çift yönlü iletişim alanı edinmiştir (Köseoğlu, 2012).

Teknolojik devrim olan sosyal medyanın kullanım alanlarının büyümesinde en önemli rolü üstlenmiş olan sosyal ağlar teknolojide yaşanan gelişmelerle iletişim imkanlarını dönüştürmüş, bireylerin çevrelerinin bilincine vararak kritik etme yeteneğini arttırmıştır. Bu bağlamda sosyal ağların ve sosyal medya uygulamalarının aktüel yaşam içerisinde vazgeçilmez araçlar haline geldiğini söyleyebiliriz. Bireyler zaman içerisinde bu uygulamalar aracılığıyla bilgi paylaşma, yorumlama ve oylama gibi bir takım konularda cesaretlenmiştir. Toplumun tüm kesimlerine hitap eden sosyal ağlar, kullanıcıların belirli sınır ve düzenlemeler doğrultusunda şekillendirdikleri profiller oluşturmaya imkan sağlamış ve diğer kullanıcıların profillerini takipte kalabildikleri sanallığa dayalı konfor alanları yaratmıştır (Oran, 2020). Taddicken ve Jers sosyal medyada faal olan bireylerin kişisel bilgilerinin yönetimini ihtiyaçlarına göre yönettiklerini gözlemlemişlerdir (Taddicken, 2014). Krämer ve Haferkamp ise bu yönetimlerin, bireylerin kendilerini topluma ne denli açmak istedikleriyle ilişkilendirilmiştir (Krämer ve Winter, 2008).

Kullanıcıların oluşturdukları profillerin etkileşimi sonucunda var olan sosyal ağlar, çemberlerini genişletmek, daha büyük kitlelere ulaşmak ve nominal değerlerini

geliştirmek adına negatif tutum olarak algılanan “yabancı” kavramını ortadan kaldırmaya yönelik stratejiler geliştirmiştir. Sosyal ağlarda bir profil diğer bir profile doğrudan bağlantılı olmaması durumunda yabancı olarak konumlandırılır. Ancak kimi sosyal ağlar “tanıyor olabileceğiniz kişiler, 2.dereceden arkadaşınız, 10 ortak arkadaş” gibi küçük değişikliklerle etkileşim alanlarını büyötmektedir (Dilmen ve Öğüt, 2010).

Sınırlılıkların ortadan kalktığı internet ortamı özellikle genç yetişkinler arasında kısa sürede büyük ilgi odağı pozisyonuna gelmiştir. Bireyler toplumların dayattığı şeylerden kaçış özgürlük olarak görmeye başlamışlardır. Ancak bu özgürlük zamanla özgünlüklerinden çalmış ve tek tipleşmiş insanları var etmiştir.

Adorno ve Horkheimer tek tipleşme kavramını kültür endüstrisi ifadesiyle açıklamışlardır (Adorno, 2014). Onlara göre kitle üretimi anlayışının gelmesi ile toplumsal hayatın her alanında standart kalıplar ortaya çıkmıştır. Medya aracılığıyla kitlelere gündelik hayattan arzuladıkları istekleri öğretilmeye başlanmıştır. Üretimin bir parçası haline gelen bireyler kitle kültürüne ayak uydurdukları müddetçe toplumda var olacaklarını ve mutluluğa ulaşacaklarını düşünmüşlerdir (Gülhan, 2019). Bu bağlamda sosyal ağlar, bireylere tecrübe sahibi olmadıklarına dair ibarelerde bulunan çeşitli savlar ortaya atmaktadır. Ücretsiz fotoğraf ve video paylaşım uygulaması olan instagram üzerinden örnek verecek olursak; uygulama içerisinde hesabı olan kullanıcı takip ettiği bir diğer kullanıcının eğlence stili, tatil deneyimi, yemek kültürü gibi etkinliklerinden ipucu alması olası bir durumdur (Akkaya, 2013: 25).

2.4.1.Popüler Sosyal Ağlar

İlgilendiği alanlar ve uygulamalar noktasında çok çeşitlilik gösteren, sahip olduğu farklı teknolojik özelliklerle birlikte geleneksel medyayı arkasında bırakan milyonlarca sosyal ağ sitesi bulunmaktadır. Yeni medya olarak adlandırılan (Youtube, Instagram, Twitter, Facebook vd.)bu sosyal ağlar haklarında çıkan gizlilik sorunları ve sahte haberlere yönelik tartışmalara rağmen dünya üzerinde internet kullanım rasyonu gittikçe yükselmektedir (Kılıç, 2014).

Kendisini yaratan bir dijital dünyanın ürünü olarak; anında haberleşme ve görüntülü konuşma; çevrimiçi ‘avatar’ kimlikleriyle edimsel yaşamın dönüşümünü ince ince ören sosyal medya, küreselleşen dünya ekseninde dijital büyümeyle dünya genelinde her geçen gün milyonlarca kullanıcıya ulaşmaktadır. Bu anlamda hazırlanan en detaylı raporlar “We are social” raporudur. Ülke ve bölge bazında araştırmalar yapan bu

raporun 2019 verilene bakacak olursak dünya nüfusunun %57'sinin internet kullanıcısı olduğunu, %45'inin sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullandığını, %67'sinin ise mobil internet kullanıcısı olduğunu ve %42'sinin ise sosyal medya platformlarına mobil internet üzerinden erişim sağladığını görebiliriz (Oran, 2020). Sosyal ağlar birçok amaç için hizmet vermektedirler. Her kesimden kullanıcıya açık Instagram, Facebook ve Twitter gibi uygulamalarda kişiler bilgi aktarımı, fotoğraf paylaşımı yapabilir, yeni arkadaşlıklar edinebilirler. İş ve kariyer odaklı kullanılan LinkedIn gibi uygulamaların yanı sıra, Tinder, Yonja.com gibi flört uygulamaları da bulunmaktadır (Aktaş, 2017).

2.4.1.1.Facebook

Facebook işlevsellik olarak, kullanıcılar arası mesajlaşabilme, arkadaşlarını arayabilme ve ilişkilerini sürdürebilme ve kişisel bilgilerini diğer kullanıcılarla paylaşabilecekleri, oyunlar oynayabilecekleri çevrimiçi sosyal ağ kategorisine giren bir platformdur. “İnsanların birbirine bağlanmasına yardımcı olur” sloganıyla geleneksel yüz yüze kurulan iletişim şekline yeni bir soluk getiren Facebook, 2004 yılının başlarında Harvard Üniversitesinde öğrenim gören Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. “Facebook, kurulduğu zamanlarda “Facemash” olarak hayata geçmiş bir ağ iken tanınmaya başlanması “thefacebook.com” bağlantısı ile olmuştur ve hızla yayılmıştır.” (Erdoğan, 2018). 2006 yılına gelindiğinde ise Facebook, hedef kitlesini genişletmek adına kullanıcılarının eğitim ve tercihlerini baz alan birtakım eğitici ve kültürel yeni güncellemeler getirmiştir. Facebook'un bu pazarlama yöntemi iki temel sebebe bağlanmaktadır. Birincisi, “boşa” zaman geçirilmediği düşüncesini geliştirmek, olumsuz özelliklerini nötrleyerek olumlu etkilerinin de olduğunu göstermek; ikincisi, eğlence kavramının yanı sıra eğitici kimliği ile ön plana çıkarmaktır.

Sürekli bünyesinde yaptığı güncellemeler ve sunduğu gizlilik anlaşmaları neticesinde kullanıcılarının kalıcı olmasını sağlayan Facebook, kullanıcılarına sunduğu; haber sayfaları, grup sayfaları ve hayran sayfaları gibi imkanlar sunması ile bireylerin gündelik ihtiyaçları olan sosyalleşme kavramının doyuma ulaştırmaktadır (Aktaş ve Bakırtaş, 2014). Nitekim pazarlama stratejilerinde başarılı olan Facebook, 2014 yılında en çok ziyaret edilen sosyal ağ olarak iki milyar kullanıcıya ulaşmış sosyal medya platformlarının zirvesine oturmuştur (Eren, 2020).

2.4.1.2. Instagram

Kevin Syston ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulan Instagram, işlevsellik olarak diğer sosyal medya uygulamalarından farklı olarak fotoğraf ve video paylaşımı esasına dayanmaktadır (Eren, 2020). İlk etapta IOS işletim sistemi için tasarlanmış ancak zamanla Windows ve Android işletim sistemlerine de uyarlanmıştır. Kullanıcıların fotoğraflarında dijital düzenlemeler yapabildiği filtreler özelliği ile iki boyutlu dünya üzerinde hakimiyet kurmuş olan instagram, bu özelliklerin yanı sıra etiketleme, arkadaş bulma, takip etme/edilme gibi özellikleri ile kısa bir süre içerisinde popüler hale gelmiştir (Yeniçifti, 2016). E- sosyalleşme platformlarına beğenme, beğenilme, direkt mesaj, yorum beğenme gibi yeni jargonlar geliştirmiş; bireylerin beğenilme isteklerinden doğan paylaşma isteği neticesinde kişilerarası etkileşimi dönüştürmüş, ben algısının tatmin edilmesine yönelik arayışlarda olan bireylerin benliklerini oluşturdıkları ve doyum sağladıkları rekabet ortamı haline gelmiştir (Erdoğan, 2018).

Yapılan araştırmalar ışığında sosyal medya platformları arasında narsist davranışların en yaygın olarak görüldüğü platform instagram olarak tespit edilmiştir. Bireyler alacakları beğeniler üzerinden toplumdaki değerlerini, mevcudiyetlerini ve statülerini kurguladıkları bu platformda kullanıcılar narsistik semptomlar sergilemeye başlamışlardır (Alanka ve Cezik, 2016). 2012 yılında 30 milyon kullanıcı ile Facebook tarafından 1 milyar dolar karşılığında satın alınmış ve 2017 yılında 800 milyon kullanıcıya erişmiştir (Eren, 2020).

2.4.1.3. Twitter

2006 yılında Jack Dorsey tarafından San Francisco’da kurulmuş olan Twitter, başlangıçta kullanıcılarına 140 karakterden oluşan tweet adı verilen hazır posta imkanı sunmaktadır. Kullanıcıların gündelik hayat tempoları içerisinde yaşadıkları, duydukları ve düşündükleri olayları paylaşmaya değer gördükleri Twitter, tıpkı bloglardaki gibi herkes tarafından okunabilecek kamusal bir paylaşım ortamı sunmaktadır (Uludağ, 2020). Küçük çaplı bir blog sayfası özelliği taşıyan Twitter, 2017 yılının Eylül ayında karakter sayısını 280’e yükselterek toplumsal konuların tartışıldığı ve paylaşıldığı en hızlı haberleri oluşturan fikir mecrası olarak varlığını sürdürmektedir. Pratik kullanımı sebebiyle güçlü kitlelere ulaşmış olan Twitter “Şu anda neler oluyor” sloganıyla

düşünce özgürlüğüne ortam sağlamış ve hızlı bir şekilde benimsenmiştir (Hekimoğlu, 2019: 22-23).

Kişilerarası iletişim ve örgütlenme faaliyetlerine aracılık sağlayan, kamuya bilgiyi doğrudan aktaran Twitter, sıradan kullanıcıların yanı sıra politikacılar tarafından da tercih edilen bir uygulama niteliği kazanmıştır. Mikrobloglar içerisinde önemli yere sahip olan Twitter, 2020 Nisan ayı itibariyle aylık 386 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Güncel verilere göre twitter kullanıcılarının %61'ini erkek %39'unu ise kadın kullanıcılar oluşturmaktadır (Bircan, 2019).

2.4.1.4.Tinder

2012 yılında Güney Kaliforniya Üniversitesi'nde okuyan dört üniversiteli arkadaş tarafından kurulan Tinder, 2013 yılında Silikon Vadisi'ndeki öğrenciler tarafından kullanılmaya başlanmasıyla yükselişe geçmiştir. Modernitenin en belirgin kavramlarından biri olan “seçim” kavramı üzerine inşa edilen Tinder, kullanıcıların e-posta adresi veya telefon numarası üzerinden erişim sağladıkları, ekranı sağa kaydırmaları durumunda karşı profili beğendikleri, sola doğru kaydırma durumunda reddettikleri karşılıklı beğenilme sonucunda eşleşip, konuşabildikleri, çevrimiçi bir mobil arkadaşlık/flört platformudur. İşlevselliği sayesinde bilinir hale gelen Tinder pek çok benzer uygulamaya örnek teşkil etmiştir (Gülhan, 2019).

Kullanıcıların profillerinde bulunan yaş ve mesafe görüntüleyici sayesinde kullanıcılar karşı profil hakkında küçük ipuçları toplamakta ve kendilerini görüntüleyenleri görebilmektedir. İki kişinin birbirini beğenmesi (ikisininde sağa kaydırması) “Bu bir eşleşme” ifadesiyle tanımlanır. Bu Profil kombinasyonu ile kullanıcılar bir diğer kullanıcıyla görüşmeye başlamaktadır. Bu bağ Bauman'ın “*afinite*” kavramı ile tanımlanabilmektedir (Gülhan, 2019)

Bauman'a göre seçim yoluyla gerçekleşen ve kan bağları dahil olmak üzere aile anayasalarına dayanmayan ve kolaylıkla parçalanabilen bu bağ, bireylerin hayat yüklerini paylaşmak zorunda kalmadıkları yarı-bölünmüş çiftleri tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Bu çiftler bağımsızlıklarını kaybetmeden ve anlık ilişkileri sürdürmek isteyen insanlardır (Bauman, 2004: 103).

2.5. Sosyal Medya ve İhtiyaç Kuramları

İhtiyaç kavramı, genel olarak canlılarda bulunan mevcut eksiklik ve noksanlığa işaret eder. Bireylerde gerilime neden olarak onların harekete geçmesine sebep olan bu kavram doğrultusunda bireylerin ihtiyaçları sınıflandırılmış ve bir takım kuramlar öne sürülmüştür. Bireylerin ihtiyaçlarının temelinde olan kişisel ve çevresel güçlerin neler olduğu sorularına kavramsal açıklamalar yapan; McClelland, Henry Murray, Abraham Maslow gibi kuramcılar bireylerin yönünü belirleyen pek çok kavramı da literatüre kazandırmışlardır (Karaşar ve Öğülmüş, 2014).

2.5.1. Murray ve İhtiyaçlar Kuramı

Murray kuramındaki temel ihtiyacın “yakınlaşma” olduğundan bahsetmiştir. Ona göre yakınlaşma kavramının temelinde sosyal onay yatmaktadır. Sosyalizasyon sürecinde başkalarıyla iletişim halinde olmak isteyen bireyler, sadık arkadaşlıklar, iş birliği ve bağlanma gibi birçok eylem gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda yakınlaşma ihtiyacının sosyal etkileşim ile tatmininin sağlandığını söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır (Çalış, 2020).

İhtiyaç kavramının biyolojik temelleri üzerinde duran Murray, fizyolojik eksikliklerin bu duruma sebebiyet verdiğini ve bireylerin davranışlarını güdüleyen içsel bir güce dayandığını vurgulamıştır. Murray, Cinsellik, reddetme, bağlılık, savunma (fiziksel ve psikolojik), saldırganlık, kaçınma, düzen, küçük düşme, özerklik, karşı hareket gibi her bireyde aynı şiddette olmayan bu ihtiyaçları yirmi maddelik psikolojik ihtiyaç teorisiyle tanımlamıştır (Çalış, 2020).

2.5.2. McClelland ve Başarı Gereksinim Kuramı

McClelland insan ihtiyaçlarını başarı, güçlülük ve bağlılık olmak üzere üç başlıkta incelemiştir. Ona göre kişilerin meslek hayatlarında kusursuz olma düşüncelerinin temelinde yatan kavram başarıdır. Başarı noktasında güçlü motivasyonlara sahip bireyler, düşük motivasyonlu bireylere nazaran kendilerini iyileştirmeye yönelik daha fazla çaba sarf etmektedirler. Bağlılık ihtiyacı ise bireylerin temel gereksinimi olan sosyalleşme ve iletişim içerisinde olma ihtiyacı ekseninde açıklanmaktadır. Bireylerin çevrelerine hakim olma arzusuna dayanan güç ihtiyacı ise bireylerin çevrelerini

yönetmek isteğiyle iletişime geçmesi ve hakim olma güdüsü ile açıklanmaktadır. McClelland, bu üç ihtiyacın içerisinde en baskın olanının, bireylerin dışsal faktörleri önemsemediği, iç motivasyona dayalı başarı ihtiyacı olduğunu belirtmiştir (Çalış, 2020).

2.5.3.Maslow ve İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

Maslow insanların gereksinimleri üzerine yaptığı gözlemlerden yola çıkarak 1943 yılında yayınladığı “A Theory of Human Motivation” adlı eserinde insanların temel ihtiyaçlarının davranışlarına yön vermesi durumunu ele almış, bahsi geçen temel ihtiyaçları belirli bir hiyerarşi çerçevesinde topladığı 5 basamaklı bir piramit oluşturmuştur (Bulunmaz, 2018). Bu sistem gereksinimlerin eyleme dönüştüğü süreçleri betimlemiştir. Maslow’a göre piramitteki hareketlilik güdülenmenin etkisiyle gerçekleşmektedir. Hareketin yönü bir ihtiyaçtan bir üst ihtiyaca doğru seyreder. İhtiyaç güdülenir ve ihtiyacın giderilmesi ile güdü ortadan kalkar. Bu anlamda Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinin bir başarıma-ilerleme hiyerarşisi olduğunu söylemek yanlış olmaz (Beyler, 2019). Tabandan (ilk önce doyuma ulaştırılması gereken) tepeye doğru sıralanmış temel ihtiyaçlar sırasıyla; fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, ait olma ve sevgi ihtiyacı, saygı ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacıdır (Saatcıoğlu, 2019).

a.Fizyolojik İhtiyaçlar: Canlıların yaşamlarının devamlılığını sağlayan fiziksel özellikler ile açıklanabilecek Nefes alma, uyuma, yeme, içme, cinsellik gibi fizyolojik temelli ihtiyaçlardan oluşmaktadır. Bu ihtiyaçların giderilmemesi neticesinde bireyler hayatlarına devam edemezler. Aç ve susuz olan hiçbir birey bir sonraki ihtiyaç için güdülenemez.

b.Güvenlik İhtiyacı: Bireylerin bedensel ya da psiko-sosyal zararlardan korunması, barınma, kaygıdan uzaklaşma, kendini güvende hissetme gibi güvenliğini sağladığı ihtiyaçlardır.

c.Ait Olma ve Sevgi İhtiyacı: Bireylerin bir gruba mensup olma hissiyatı, sevdiği insanlar tarafından sevilmesi, değer görmesi, statü kazanması gibi ihtiyaçlarını kapsamaktadır. Maslow iki tür sevgi anlayışı ileri sürmüştür. Birincisi düşük düzey sevgiyi temsil ederken, ikincisi koşulsuz sevgiyi temsil etmektedir. Bu ihtiyaçların

giderilmemesi neticesinde bireylerde bunalım, umutsuzluk, yalnızlık gibi durumlar ortaya çıkabilir.

d.Saygı İhtiyacı: Bireylerin kendilerine olan güvenleri, özsaygıları, başarı motivasyonları, tanınma, takdir edilme ve çevrelerine duymuş oldukları saygı ile çevrelerinden geri dönüt almalarına dayalı ihtiyaçlardır. Bu gereksinimlerin giderilmemiş olması sonucunda bireyler zayıflık, değersizlik ve aşağılık gibi durumlarla yüzleşmektedirler.

e.Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı: Bireylerin entelektüel taraflarını sembolize eden, ahlak, sorun çözme, kabullenme, doğuştan sahip oldukları potansiyellerin gerçekleştirebildiği ve hedeflerine ulaştığı bu son basamak, günümüz toplumlarının sosyal medya platformlarını yoğun şekilde kullanımı sonucunda bağımlılığa giden yolda önemli bir yer tutmaktadır (Kıvanç, 2019).

John Suler'in 1996 yılında yürüttüğü araştırma neticesinde, internet üzerinden kurulan çevrimiçi etkileşimlerin bağımlılığa sebebiyet verdiğini ve ihtiyaçlar hiyerarşisindeki birtakım gereksinimlerin karşılandığını belirtmiştir (Beyler, 2019).

2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık kavramı bireylerin olumsuz sonuçlarla karşılaşmalarına rağmen bir davranışı ya da madde kullanımını sürdürme eylemi olarak belirtilen ve kompulsif eylemleri kapsayan psikopatoloji olarak tanımlanmaktadır (Düvenci, 2012). Davranışsal bağımlılık gösteren bireyler ve maddeden kaynaklı fiziksel bağımlılıklar gösteren bireyler üzerine yapılan karşılaştırmalarda iki bağımlılık türünde benzer motivasyonlar bulunduğu tespit edilmiştir. Her iki bağımlılıkta da yoksunluk, kişilerarası çatışma, duygu durum bozulmaları ve relaps gibi nitelikler karşımıza çıkmaktadır (Arısoy, 2009).

Sosyal medya kullanım amaçları üzerinde yapılan araştırmalar ışığında sosyal medya kullanımının daha çok çevrimdışı birlikteliklerin devam etmesi ve korunmasına yönelik kullanıldığına dair veriler elde edilmiştir. Bu nedenle zaman içerisinde bu birliktelikleri korumak için kullanılan sosyal medya bireylerde bağımlılığın ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Bayram-Saptır, 2020).

Davranışsal bağımlılık kategorisine giren sosyal medya bağımlılığının temellerinin daha net anlaşılması için kullanımlar ve doyumlar kuramının anlaşılır olması gerekmektedir. Kullanımlar ve doyumlar kuramına göre, bireylerin yaşadıkları dünyadan haberdar olması, çevrelerini tanınması, boş zamanlarını doldurup kendilerine eğlence arayışını yaratabilmesi iletişim araçlarıyla mümkün olmuştur. Dolayısıyla günlük hayatlarında çokça iletişim araçlarıyla geçiren bireyler sosyal medyadan sağladıkları doyum neticesinde psikolojik olarak rahatlama ve gerginliklerden uzaklaşma olanakları sağlamışlardır (Aktan, 2018). Bireylerin bu gereksinimlerinin doyurulmaması neticesinde yaşamlarının zorlaştığı, psikolojik açıdan sıkıntılar yaşanacağı belirtilmektedir. Bireylerin beğenilme, onaylanma, başarının desteklenmesi, sosyal kabul, yardım etme, saygı gösterme ve diğer öğrenilmiş ihtiyaçlarının olduğu belirtilmiştir. Bireylerin yakın ilişkiler kurma arzusu tüm toplumların ortak ihtiyacı olarak belirtilmiştir. Bu bağlamda sosyal medya platformlarının sağladığı olanaklar göstermektedir ki, bireylerin pek çok gereksinimlerinin yanı sıra bu ihtiyaçlarının da doyurulmasında sosyal medya önemli bir konumda rol oynamaktadırlar (Bircan, 2019). Bu kuram sosyal medya kullanımı amaç eğilimli olup bireyi doyuma ulaştırdığını savunarak sosyal medya bağımlılığına yönelik bilgiler vermesi açısından önemlidir (Bayram-Saptır, 2020).

İletişim üzerine yapılan çalışmalar zaman içerisinde kitle iletişim araçlarının insanlar üzerine hegemonik güç sağlamasına yönelik evrilmiştir. Dolayısıyla kişilerin nasıl ve hangi ihtiyaçlar güzergahında bu araçları kullandığı incelenmiştir. Bireyler sosyal medya platformlarında oluşturdukları profiller üzerinden iletişimde bulunmakta ve yaptıkları paylaşımlarla (fotoğraf, duygu, düşünce vb.) kendilerini kabul ettirmeyi amaçlamaktadırlar (Oran, 2020). Bu amaçları gerçekleştirmek adına zaman zaman hissettikleri duygu ve düşünceleri bir perde arkasına gizleyebilir bir başka söylemle kendini sansürleyerek iletişim kurmaya çalışır. Ancak bu sansürleme isteği görüş ifadesinin engellenmesi olarak ortaya çıkmaz daha çok görüş bildirmeden önce ortamdaki düşüncelerin değerlendirilmesi olarak ortaya çıkar (Bayram-Saptır, 2020). Bu güdünün temelinde yatan düşünce insanların kendi yeteneklerini bir başkasıyla karşılaştırılması üzerine kurulur. Bireyler yaptıkları kıyaslamalar içerisinde kendilerinin ne durumda olduğunu ölçüp, değerlendirir. Başkalarının takdirini görmek amacıyla yapılan bu değerlendirmeler öz saygı ihtiyacına dayanmaktadır. Literatürde pek çok

insan bu durum üzerine araştırmalar yapmıştır; Crowne ve Marlowe’a göre takdir görme ihtiyaının altında yatan sebepler sosyal onay ihtiyaı ve itaat etme eylemine bağlı olup bu ihtiyaı karşılamak adına topluma uyum sağlama eylemi gerçekleşmektedir (Ritzer ve Stepnisky, 2015). Öte yandan sosyal etki kuramının önemli isimlerinden olan Latané’e göre sosyal varlık olan insan, toplumsal yaşamı içerisinde etkileşim halinde olduğu kişi ya da kişilerin tutumlarından, algılarından ve düşüncelerinden etkilenerek kendi tutum ve davranışlarını şekillendirmektedir (Bayram-Saptır, 2020).

“Baudrillard sanal dünyayı; kıyametiliği ya da milenyumculuğun, simüle edilmiş nesnenin ve kimliğin, içinde patlamayı ve simüle edilmiş gerçekliği parçalamayı bekleyen yenik bir düşmanı gizleyen bir ayna olarak tanımlar.” (Baudrillard, 2017). Sosyal medya platformlarında bireylerin oluşturduğu profiller kurgu, gösterge ve kodlarla meydana gelmektedir. Bu anlamda bireylerin sosyal medyadaki simülasyonlarının temel taşlarını kodlar ve göstergeler olarak tanımlayabiliriz. Sosyal medya platformlarında bireyler kodlarla temsil edilir ve kendilerini idealize ederek sunarlar. Sosyal medyada bireyler kusursuzdur. Bu bağlamda Baudrillard’ın ifadesiyle sanal gerçeklik, dünya ve gerçeklik arasında czlmesi muhtemel olmayan bir boşluk oluşturmuştur. Sanal gerçeklik içerisine kendilerine yer bulmuş bireylerler, saf gerçeklikten sıyrılıp kullanıcı adını aldıkları yeni yaşamları olan kusursuz hiper-gerçekliklerine adım atarlar (Metin ve Karakaya, 2017). Gerçeklik ilkesini yitiren toplumsal yaşamda sanal teknolojiler bireylerin gündelik hayatlarını, sevmeye güdülerini, tüketim şekillerini nefret eğilimlerini, dışa vurumlarını değiştirmiş ve dnştrmştir. Toplumsal anlamda yaşanan bu dönüşümler sanallığa dayalı kültürleri oluşturmuştur (Adanır, 2016: 93). Sanallığa dayalı bu kültür hem sonsuz hem de geçici olan bir kültürdür. Sonsuz oluşu, geçmiş kültürel dizilerden gelecek ifadeler dizisine gidebilir olmasıyla mümkündür. Geçici oluşu ise her düzenlemede belli kültürel spekülasyonun istendiği bağlam ve amaca bağlıdır (Castells, 2008).

Toplumsal etkileşim üzerine alışan Goffman (aktaran Ritzer ve Stepnisky, 2012, s. 119) ise bireylerin gündelik yaşam içerisinde etkileşime geçtiklerinde diğer bireylerin onaylayacağı belli bir benlik ortaya koyduğunu söyler. Goffman benlik terimini dramaturji kavramıyla aıklar; hayat bir tiyatro sahnesidir ve bireyler kişiler arası etkileşimde arzulanan benliği göstermek üzere performanslar sergilerler. Bireyler aktör rolünü üstlenirler. Sahne n ve sahne arkasındaki tutumları ise bireylerin toplum

içerisindeki davranışları olarak metaforlaştırılmıştır. Seyirci ise etkileşim içerisindeki diğer insanlar olarak tanımlanabilir. Aktörler sundukları performanslar neticesinde belirli izlenim yönetimi amaçlarlar (yeterli görünme, sevilme ve başarılı görünme vb.) seyircilerin kendilerini yeterince tanımlarını sağlamış olup seyircilerinde kendi istekleri doğrultusunda davranacaklarını umarlar. 1990'lerden sonra hayatımıza giren sosyal medya hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmuştur ve Goffman'ın (aktaran Bayram-Saptır, 2020) metaforlaştırdığı tiyatro sahnesi dijital ortama aktarılmış, aktörler kullanıcılara, performanslar yazılı imgelere ve yüz yüze gerçekleştirilen benlik sunumları güvenilirlikten uzak dijital benliklere dönüşmüştür. Sanal dünyanın oluşumunun ilk yıllarında bireyler kaçış yeri olarak gördükleri sosyal medya da anonim kimlikler oluşturmuş ve fiziki çevrelerini göz ardı ederek onlardan bağımsız yeni kimliklerle yeni çevreler edinmişlerdir. Bulunduğu fiziki çevrede mutluluğu yakalayamayan bireyler anonim kimlikleri sayesinde hayal ettikleri bir kimliğe bürünmüşlerdir. Bireyler büründükleri bu benlikler ile performanslarını sergilerken, içinde oldukları rollerden etkilenmiş ve gerçek kimliklerine yabancılaşma durumu ile karşı karşıya kalmışlardır (Yüksel, 2019).

Uzun dönem görsellikten yoksun ve zayıf yazının hakim olduğu bu ortamlar, Facebook ile yeni bir döneme geçiş yapmıştır. Facebook ile renklenmiş sanal dünyada bireyler gerçek isimlerini kullanıp fiziki çevresinde bulunan ve eskiden tanımış olduğu kişileri (ilkokul arkadaşlarını vb.) bu sanal ortamlarda tekrar bulmuştur. Zamanla bireyler kendilerini saklama eylemini minimuma indirerek fiziki dünyalarını da sanala taşımışlardır (Kartal, 2018). Facebook üzerinden örnekleme yapacak olursak kullanıcılar, kullanım esnasında kendini bağıl olarak özgür ve özgüvenli olarak hisseder çünkü Facebook bireylere sahte bir özgürlük alanı sunar oysa kullanıcıları bağımlı hale getirir. Newsweek'te yayınlanan bir araştırmada şöyle denilmektedir; bağlanma, esasen hiçbir şeyin değişmediği bireyin hayatında her şeyin aynı kaldığına dair bir nevi kabullenmedir (Erdoğan, 2018).

Kişinin sahip olmadığı özgürlüğü, olmak istediği kişiyi yaşamasına olanak sağlamakla aslında psikolojik anomalilerin oluşmasına temel hazırlayan, çarpık bir fikri düzeni yaratmak gibi çeşitli olumsuz sonuçları da bünyesinde barındıran bir yeni dünya düzeni olan sosyal medya, kullanıcılarına kuşkusuz her anlamda sonsuz doyum sağlamaktadır. Stresli geçen günün ardından kişiler duygusal boşalım yapabilmek adına saatlerce

kendilerini çevrelerinden izole ederek, boş vakitlerini istedikleri/eğlendikleri gibi harcadıkları bu mecranın uçsuz bucaksız dünyasına bırakırlar. Sosyal medya ortamlarında geçirilen uzun süreler, bireylerin günlük işlerinin aksamasına, kişilerin çevrimdışı hayatlarındaki romantik ilişkilerinin ve arkadaşlık ilişkilerinin zayıflamasına sebep olmaktadır (Kılıç, 2020).



3. ALDATMA

3.1. Aldatma Tanım

Aldatma, verilmiş bir karar veya spontane büyümekte olan bir sürecin sağlıklı ilk adımı sayılabilir. Partnerler içerisinde aldatan bireyin ilişkisini bir diğerine göre karşılaştırdığı ve aldatma eğilimini gösterdiği saptanmıştır. Yani, birey, yaşamakta olduğu ilişkide ulaşmak istediği hazza/tatmin hale ulaşmamışsa ve/veya diğer seçenekte ulaşabilme imkanını güçlü buluyorsa aldatma eğilimi eyleme dönüşmektedir (Kubat, 2012).

Aldatma, münferit bir vaka değil, evlilik ve ilişki içerisinde olunan partnere karşı yapılmış gayri ahlaki bir hakarettir. Yalnızca aldatılan bireyi değil toplumun ve kültürün temel taşı oluşturmış aile kurumunu, protest bir yaklaşımla reddedilen bağlılık yeminlerini inkar ve ilişkiyi kaosa sürükleyen bir eylemdir. Doğal değil; kabul edilmesi güç bir davranış bozukluğudur (İmamoğlu, 2009).

3.2. Aldatma Kavramının Bileşenleri

Romantik ilişki yaşayan her kişinin başına gelebilecek olumsuz bir yaşantı hali olan aldatma kavramı karışık bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Klinik alanyazında üzerine pek çok kuramsal düşünce olmasına karşın, araştırma literatüründe bu durum seyrek olarak görülmektedir (Blow ve Hartnett, 2005). Bu durum toplumların aldatma olgusunu, evlilik dışı “gayri meşru” olarak adlandırılan ilişkiler bağlamında değerlendirmesi ve “mahrem” bir konu olarak bakmalarından ileri gelmektedir. Toplumlar tarafından sapkınlık olarak değerlendirilen aldatma kavramı bireylerin ilişki yaşama biçimlerini sergiledikleri ve kişisel özelliklerinin yansıttıkları önemli bir davranıştır (Kaya-Örk, 2021).

Romantik ilişkileri derinden etkileyen aldatma kavramının son dönemlerde gündeme gelmesi, kavrama yönelik çalışmalar yapılmasına ve yeni teoriler geliştirilmesine olanak sağlamıştır. Aldatma kavramının alt başlıkları; aldatmaya zemin hazırlayan durumlar, aldatmanın neden ve sonuçları gibi bir takım detaylarının daha anlaşılabilir olması için öncelikle açıklanması gereken kavramlar; bireylerin eş seçimlerinin anlaşılması adına romantik ilişkiler, bir kişinin ilişki içerisinde olma tutumuna yönelik olumlu olumsuz güçlerin temelinde bulunan bağlanma, ilişkilerin sağlıklı işleyişleri ve çiftler arası

etkileşim düzeylerini anlama adına ilişki doyumu ve aldatma davranışının kimi zaman nedenleri kimi zaman sonuçları haline gelebilen kıskançlık ve çatışma konularının üzerinde durulması gerekmektedir (Yıldırım, 2019).

3.2.1. Romantik İlişkiler

İnsan sosyalleşebilir varlık olmasından ötürü benliğini diğer insanlarla olan ilişkileri ile var edebilir (Eren, 2019). İnsanlar hayatları süresince pek çok insanla etkileşim içerisinde olur fakat etkileşim içerisinde olduğu insanlardan yalnızca birkaçıyla yakın ilişkiler kurar. (Cerrah, 2016).

Genç yetişkinlik dönemine adım atan bireyler, ebeveynlere olan ilgiyi azaltır, yetişkin rollerinin ve sorumluluklarının olduğu yeniden merkezlenme dönemine geçiş yaparlar (Taylor vd., 2020). Bu süreçte ebeveynle olan ilişkiler önemini korumaya devam ederken romantik ilişkiler merkeze yaklaşmıştır. Rafine edilmiş duyguları barındıran romantik ilişkilerin başı ergenlik döneminin niteliklerinden sayılsa da ilişki başlangıçları ve yakınlık olgusunun oturması 18-25 yaşlarına kadar dayanmaktadır (Sağkal ve Özdemir, 2018).

Erikson'a (aktaran Eren, 2019) göre; genç yetişkinler bu dönemde ergenlik dönemini tamamlayıp hoşlandıkları kişilerle, yakın ve duygusal ilişkiler kurmaya çalışırlar. Kendini gerçekleştirmeye hazır olan genç erişkinlerin kendilerine ve karşılarında bulunan bireye güvenmesi, girişimci ve olgun muamele sergilemesi oluşacak ilişkinin sağlığı açısından önemli bir yer tutar. Romantik ilişkiler üzerinde yapılan kapsamlı çalışmalar neticesinde ilişkinin sağlıklı işleyişi ve bireylerin duygusal ve fiziksel iyi oluşu arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bireylerin gelecek kurgularında kendilerine her daim sorular yönelttikleri romantik ilişkiler, kimileri için önemli bir yer tutarken kimileri için değişkenlik ve tutarsızlıkları (ilişkideki partnerlerin sık değişmesi ve ayrılıklar) barındıran bir dönem olarak görülmektedir. Cohen ve arkadaşları (1995) bu dönem de yaşanan tutarsızlıkların ideal partneri bulmak üzere ilişkilerde yaşanan deneme süreci olduğunu tespit etmişlerdir (Cohen, 1995). Yapılan boylamsal çalışma da bu dönem içerisindeki istikrarsızlıklara rağmen genç yetişkinlerin uzun soluklu ilişkilere adım attıkları ve bağlılık sergiledikleri tespit edilmiştir

(Sağkal ve Özdemir, 2018). Kendilerine yoldaş arayışında olan genç yetişkinlerle ilgili yapılan bir başka çalışmada bu durumu destekler niteliktedir. Yapılan araştırmada, bireylere romantik bağlamda yaşadıkları ilişkiler haricinde hayatlarında en çok değer verdikleri başka şeylere örnekler verilmesi istenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun başka herhangi bir şeyin romantik ilişkilerinden daha önemli olmadığı yanıtını almışlardır. Bu dönem içerisinde bulunan bireylerin akıllarını en çok meşgul eden soru “Hayatımın geri kalanını nasıl biriyle geçireceğim?” sorusudur (Atak ve Taştan, 2012). Bu soruya verilecek pek çok yanıtlar mevcuttur ancak hepsinin çıktığı nokta benzerliktir. Yakın ilişkileri oluşum safhasında insanlar tutumlarının, ilgi alanlarının, değerlerinin ve kişiliklerinin benzer olduğu kişileri tercih etme eğilimindedirler. Aynı zamanda bireylerin eş seçimleri ve karşı cins ebeveyn ile özdeşleştirme durumu bireyin bebeklik dönemlerinde bakım veren kişi ile kurduğu öznel bağ ile ilişkilidir. Yapılan araştırmalar eş seçimi ve karşı cins ebeveyn ile pozitif ilişki tespit edilmiştir (Kubat, 2012). Yetişkinlik dönemlerine sirayet eden bebeklik dönemi eş seçimi davranışını yordadığı birçok araştırma ile desteklenmiştir (Sağdıç, 2018). Bu anlamda benzerlik kavramının önemini “çekicilik” kelimesiyle niteleyebiliriz.

Benzerlik ve sevgi üzerine yapılan bir hayli açıklama mevcuttur. Bunlardan ilki, benzerlik olgusunun ödüllendirici yapısı olduğuna yönelik görüştür. Kendimize benzettiğimiz bireyler fikirlerimizi destekler ve görüşlerimizin doğruluğundan emin olmamızı sağlarlar ve bu tutum onları bizlere yakınlaştırır. Karşıt olarak değerlerimizle çatışan, fikirlerimize uyuşmayan, inançlarımızı eleştiren kişilere karşı isteksizlik kaçınma durumları sergileriz. Aynı zamanda benzer değerlerimizin olduğu kişilerle etkinliklerimize ortak eder, görüşme sıklığımızı arttırırız (Taylor vd., 2020). Benzerlik izlenimi üzerine yapılan ikinci açıklamada ise bireylerin toplumsal tabiata uygunluk adına kendilerine benzer arkadaş ve partnerler edindiğine yöneliktir. Toplumdaki insanların çoğu güzel/yakışıklı, zengin ya da popüler kişilerle yakınlaşmak isterler fakat bu durum mümkün değildir. Daha çok kendimize benzer(dış görünüş, statü)kişileri tercih ederiz. Bu tercih karşımızdaki alternatifin sadece ödül değerini değil bununla birlikte başarılı olma arzusunu da dikkate aldığımızı göstermektedir. Bu anlamda bireylerin toplumsal tabiata uygunluk adına kendilerine benzer kişileri seçme eğiliminde olduğunu söyleyebiliriz. Benzerliğin yanı sıra görme sıklığı ve yakınlıkta kişiler arası etkileşimde sevginin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu etmenler sadece sevginin

nedeni olarak atfedilemezler aynı zaman da sevginin sonuçları olarakta görülmektedirler. Yakınlıktan doğan sevgi bireyleri birbirlerine bağlar ve ilişkilerini korumak adına güvenceye almak isterler. Benzer partner ya da arkadaş edinme eğilimine “eşleşme ilkesi” adı verilmektedir (Taylor vd., 2020).

Romantik ilişkilerde eş seçiminin temelinde benzerlik ilkesi ile ilintili olan bir diğer faktörde hiç şüphesiz fiziksel çekiciliktir. Bireyler kişiler arası etkileşimde her ne kadar karşı tarafın fiziksel görünümüne dikkat etmediğini söylemiş olsalar da çalışmalar bu durumun aksini iddia etmektedir. Dünyanın pek çok yerlerinde yapılmış olan bu araştırmalar toplumsal yaşam içerisinde bireylerin karşı taraf hakkında fiziksel izlenim oluşturmaktan kaçınmadıklarını ve her kültürde güzellik algısının bireyleri etkilediğini gözler önüne sermiştir (Berscheid ve Reis, 2010).

Evrensel normları olmayan güzellik algısı, her ne kadar öznel bir yargı gibi görünsede insanlar çekicilik noktasında ortak paydalarda buluşabilme eğilimindedirler. Mealey ve Townsend, insanların yaşantıları boyunca çekicilik değerlendirmelerini incelemişler ve sonuç olarak bireylerin “ortalama” görüntüye sahip olan yüzleri alışılmamış yüzlerden daha hoş bulduklarını tespit etmişlerdir. Onlara göre insanlar simetrik ve dengeli yüzleri estetik bulmak eğilimindedirler (Öner, 2020). Aynı zamanda fiziksel olarak çekici olan bireylerin tercih edilmesinin bir diğer sebebi “hem çekiciler hemde iyi özelliklere sahip olabilirler” düşüncesidir. Bunun yanı sıra bireyler “güzelliğin yayılan tesiri” kalıp yargısından hareketle toplum içerisinde güzel/yakışıklı birisiyle anılmayı ya da görülmeyi ödüllendirici bulduğu gibi toplum içerisindeki imgelemlerini yükselttiğini düşünmektedirler. Evrimsel kuram ise bu duruma başka bir açıklama getirmiş; Erkek ve kadınların güzellik algısında önemli ölçüde ayrıldıklarını erkeklerin eş seçiminde kadınlara oranla daha fazla fiziksel çekiciliğe önem verdiklerini tespit etmişlerdir (Taylor vd., 2020). Bunun sebebinin fiziksel güzelliğin iyi genlere sahip sağlıklı bireyleri temsil ettiği ve sağlıklı kişilerle üremenin sonucunda güçlü nesillerin ortaya çıkacağı düşüncesidir. Kadınlarda ise ilk kriter hiçbir zaman fiziksel çekicilik olmamıştır. Evrimsel kuramcılara göre kadınlar ilişkilerinde en büyük yatırımı çocuk sahibi olmaya yapmakta ve bu süreçte kendilerinin bağımlı (hamilelik süreci, bebeğin anneye olan ihtiyacı) pozisyonunda olmasından ötürü bakım sağlayacak olan eş/baba figürünün kendisine maddi destek sağlayabilecek kişilerden seçtiklerini savunmuşlardır

(Aydın, 2014). Modern dönemlere gelindiğinde maddi kaynakların, iş ve eğitim üzerinden sağlanması, her iki cinsin yaşam şartlarında yaşanan gelişmeler ve cinsiyet rollerinin eşitlenmesi neticesinde bu güdüler iki cinsinde eş tercihlerinin mutlak suretle benzer özellikler sergilemesini sağlamıştır (Taylor vd., 2020).

Geride bıraktığımız yarım yüzyıl içerisinde eş tercihleri evrimsel ve kültürel etkenlerin etkileşimi neticesinde şekillenmiş, günümüz bireylerinin ilişki kavramına sirayet etmiştir. Bu bağlamda insan hayatının büyük bir kısmına tekabül eden romantik ilişki kavramına yönelik çalışmalar hız kazanmıştır. Bu çalışmaların en temel noktası ise kurulan ilişkilerin sağlamlığı ve sağlığına yönelik çalışmalardır. Fletcher, Simpson ve Thomas (aktaran Sağkal Yalçın ve Özdemir, 2018) ilişkinin sağlığına özgü 6 temel özelliğin olduğunu tespit etmişlerdir: Doyum, aşk, adanmışlık, yakınlık, güven ve tutku ve bu özellikler arasında bulunan aşk ve doyum, ilişki sağlığı ile yüksek korelasyonlar göstermiş olduğunu tespit etmişlerdir.

3.1.2.1. Romantik İlişkiler ve Aşk

Romantik ilişkiler, dünya genelinde “aşk” kavramı ile özdeşleşmiştir. Şairlerin şiirlerine konuk olmuş. Masalların en önemli simgesi haline gelmiş, destanların ana karakteri olmuştur. Hatta bunlarla kalmamış savaş gibi zorlu süreçlerde sivrilmiş, dillerden dillere aktarılmış, etkileriyle edebiyat dünyasında yankı oluşturmuştur. İnsanlık tarihini bu denli derinden etkilemiş olan bu kavram sadece edebiyat alanında incelenmemiş aynı zamanda birçok bilim dalının (psikoloji, sosyoloji, antropoloji..gibi) inceleme konusu olmuştur.

Soyut ve nesnel özelliklere sahip olmasından ötürü geçtiğimiz 30 yıl içerisinde kavramsal olarak psikoloji alanına girebilen aşk kavramı, pek çok bilim ve düşün insanı tarafından araştırmalara konu olmuştur. Araştırmacıların aşk kavramı üzerinde yaptıkları çalışmalar göstermektedir ki aşkın mutlak bir tanımı yoktur. Bu durumun en temel sebebi olarak her araştırmacının kendine ait bakış açıları, alanları ve konuların ele alış biçimleri gösterilebilir. Bazı araştırmacılar aşk kavramını bireysel ya da toplumsal yapılara dayandırırken, kimi araştırmacılar evrimsel geçmişe, kimileri ise nöropsikolojik bulgulara dayandırılmaktadır (Atak ve Taştan, 2012).

Psikanalitik kuramın baskın olduğu bu dönemlerde aşk olgusunun cinselliğin örtülmesi adına kullanılan bir öge olduğu fikri de çok baskındı. Yani hem davranış kuramcıları hem de psikanaliz kuramcıları aşkın bilimsel yönden çalışılmaya uygun bir durum olmadığı kanısındalardı. Odak noktada cinselliğin olduğunu öne sürmüşlerdir. Onlara göre cinsellik gözlemlenebilecek ve ölçülebilecek bir deneyim olmasının yanı sıra aşkın altında yatan neden olarak görülmektedir (Öner, 2020).

Aşkın normallik durumunu ve patolojisini inceleyen psikanalist Kernberg (aktaran Atak ve Taştan, 2012) ise aşkı varoluşsal anlamda benlik sınırlarının bırakılması olarak tanımlamıştır. Ona göre dinamik bir yapıya sahip olan aşk, bireylerin sevgi ve cinsel arzularını karşı bireye yönlendirilmesi sonucu oluşan uyarılmadan ibaret olduğunu, bireyin kendilik/nesne tasavvurlarının kaynaşması neticesinde karşıdaki kişiyi ülküleştirme özelliği taşıyan kompleks bir yapı olarak açıklamaktadır.

Bilim camiasının en temel sorularından bir tanesi; aşk kavramının içsel bir eğilim mi olduğu yoksa sosyal öğrenme ile mi oluştuğu yönündedir. Yapılan araştırmalar her iki görüşü de destekler niteliktedir. Bu bağlamda pek çok araştırmancının konusu aşkın oluşum sürecine yönelik evrilmiştir (Öner, 2020). Araştırmacılar aşkın var oluşunu araştırmış, temel tek bir değişken ile mi yoksa birkaç değişkenin bir araya gelmesiyle mi oluştuğuna yanıt aramışlardır. Aşkın çeşitli duygu ve düşünceleri kapsayan tek bir değişkeni içerdiği noktasında ortak kanıya varan araştırmacılar, bu birleştirici değişkenlerin aşkın türleşmesine sebebiyet verdiklerini savunmuşlardır (Atak ve Taştan, 2012). Aşkın kavramsallaştırması üzerine yapılan araştırmalarda karşılaşılan en temel sorun kültür ile harmanlanmış aşkın kişiden kişiye farklılıklar göstermesi durumudur. Bu durum araştırmalara da yansımış ve aşkın türlerinin sınıflandırılmasına yol açmıştır.

Sosyalizasyon sürecinde, iki cinsiyet arasında görülen toplumsal cinsiyet rolleri, bireylerin aşk kavramına bakışlarını etkilemektedir (Öcal ve Saadet, 2016). Bu iki cinsiyet arasında yaşanan farklılık, onların sevgi gereksinimlerinin de birbirlerinden farklı olmasına neden olmuştur. Gray'e (aktaran, Koçak, 2009) göre bu gereksinimler erkeklerde; Güvenilmek, sevilme ve takdir edilmek iken, kadınlarda ise ilgilenilmek, anlaşılma ve sevilme olarak görülmektedir. Cohen'e (1995) göre aşk kavramı sevginin ifadesi olarak tanımlanırken aşk kavramının yüklenen feminen anlamlar, erkeklerin ilişkileri içerisinde kötü oldukları inancını oluşturmuştur. Zira erkekler

kadinsılaştırılmış aşk kavramına uyum sağlayamamışlardır. Erkekler romantik ilişkilerde beceriksiz olarak görünseler de çoğu erkek duygusal ilişkilere ihtiyaç duyduğunu dile getirmekte ve ilişkilerine değer atfedip ilişkileri geliştirmek adına değişimlere ayak uydurabileceklerini söylemişlerdir (Cohen, 1995).

Aşk kavramının toplumdan ayrı tutulamayacağını savunan sosyal psikolog Zick Rubin 1970'lerin başında yapmış olduğu bilimsel açıklamalar ışığında aşk ve hoşlanma kavramlarının birbirinden farklı olgular olarak ele alınması gerekliliğini savunmuş, aşkı tutum olarak ele almıştır. Ona göre aşkın üç ögesi bulunmaktadır: yakınlık, bağlanma ve destekleme. Daha sonraki yıllarda iki sosyal psikolog olan Ellen Berscheid ve Elaine Hatfield, Rubin'in ortaya attığı düşüncenin yalın kaldığını aşkın tek bir varlık olamayacağını, "Tutkulu aşk"ve "Arkadaşlık aşkı" olmak üzere iki kulvarının mevcut olduğunu iddia etmişlerdir (Taylor vd., 2020). Bu ayrımı yapmalarının nedeni iki aşk kulvarının da zamanlamalarının farklı olması ve her iki aşkı yaşayan bireylerin deneyimlerinin çeşitliliğidir. Onlara göre tutkulu aşk: karşı taraf ile 'bir olma' arzusunun yoğun halde hissedildiği, özel hisler, fizyolojik güdüler ve eğilimlerin bulunduğu çılgınca yaşanan duygusal bir durumdur. Bireylerin karşılık almaları durumunda coşku hissettikleri, karşılık alamaması durumunda ise boşluk ve ümitsizlik içine girdikleri bu aşk türü her yaşta gerçekleşebilir ve evrenseldir (Öner, 2020).

Hatfield kaygı düzeyi yüksek bireylerin tutkulu aşk türüne yakınlıkları olduğunu düşünmüş ve üzerine birtakım araştırmalar yapmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kaygı düzeyi yüksek olan genç bireyler tutkulu aşk türüne eğilimli olup, kontrol edilemez davranışlar sergilemektedirler. Kaygılı bağlanma stiline sahip olan genç yetişkinler de karşı tarafın kendilerini sevmesi ihtimalinde takıntılı düşünceler sonlanır, artan yakınlık hali ile ortaya çıkan 'iyileşme' kaygılı bireylerin aşık oldukları bireylere duyduğu sevginin bağımlılığa dönüşmesine sebep olmaktadır. Kalbi ansızın çarpıtan, kısa ömürlü ve kırılgan yapıya sahip tutkulu aşk, gayri resmi ilişkilere zemin hazırlayabilecek aşıklar tarafından "kendimi tutamadım" gibi savunmalara neden olabilecek, cinsel arzu temelli yoğun duygularla beslenmektedir (Taylor vd., 2020).

Berscheid ve Hatfield, arkadaşlık aşkını; bireylerin yaşamları içerisinde yakın ilişki kurdukları derin bağlarla birbirlerine karıştırdıkları kişilere yönelik hissettikleri yoğun duygular olarak tanımlamışlardır. Güvenin, hoşgörünün ve karşı bireyin olumsuz

yönlerinin tolere edildiği bu aşk türünde sevginin doyuruculuğu esastır. Romantik ilişki alanında yapılan pek çok araştırma arkadaşlık aşkını uzun dönemli ilişkilerin kalıcılığını etkilediğini öne sürmüştür. Tutkulu aşk ve arkadaşlık aşkının başlangıç evrelerinde sergilenen aşırı yoğun duygular alanyazında pek çok tartışmalara neden olsa da Berscheid (aktaran Taylor vd., 2020), zamanla duygu yoğunlukların azalması ve şaşkınlık evreleri sonlanan bireyleri işaret ederek, tutkulu aşıklarda, karşı bireyin olumsuz yönlerini fark etmeleri ile ilişkilerin sonlandığını ancak arkadaşlık aşkında bireylerin karşılıklı kabul edişleri sonucunda ilişkilerinin devamlılığının sürdüğünü belirtmiştir.

Aşk kavramı üzerine yapılan bir başka araştırma ise John Alan Lee tarafından ortaya atılan Clyde ve Susan Hendrick tarafından geliştirilen aşk stilleri kuramıdır. Lee gökkuşağındaki bütün renkleri metaforlaştırarak aşkın biçimlerini açıklamıştır. Lee'ye göre bu benzetmeler iki hususa dayanmaktadır. Birincisi, bireyler nasıl çeşitli renkleri tercih edebiliyorlarsa aynı şekilde çeşitli aşk stillerini de tercih edebilecekleri bilincinde olurlar. İkincisi ise geçmiş yaşamlarındaki aşk deneyimlerini farklı çerçevelerden değerlendirme fırsatını yakalayabilirler (Atak ve Taştan, 2012). Lee'nin aşk stillerini; Pragma (mantıklı aşk), Ludus (oyun gibi aşk), Agape (bencillikten uzak aşk), Eros (tutkulu aşk), Mania (bağımlı aşk) ve Storge (arkadaşlık aşkı) olmak üzere altı başlık altında incelemiştir (Öner, 2020).

Agape (bencillikten uzak aşk): Bu aşk stilinde bireyler aşık oldukları kişiler uğruna her şeyi yapabilecekleri söyleminde bulunurlar. Hem arkadaşça aşkı hemde tutkulu aşkı barındıran bu stil her zaman belirgin olarak görülmemekle birlikte aşık olunan kişinin başına gelebilecek olumsuz durumlarda ortaya çıkmaktadır.

Eros (tutkulu aşk): Bu aşk stiline sahip bireyler birbirleri için var oldukları düşüncesindedirler. Tıpkı erosun okuyla vurulmuşçasına ani gelişen bu aşk stili bireylerin tutum ve davranışlarında devrim niteliği taşımaktadır. Eros stiline sahip bireylerde aşk fiziksel çekicilik ve tutku üzerine kurulmaktadır.

Ludus (oyun gibi aşk): Bu aşk stilinde “aşk oyunu” esas alınır. Bireyler partnerleri ile oynamaktan zevk aldıklarını belirtirler. Bu aşk stiline sahip bireyler karşısındaki kişileri manipüle etmek suretiyle stratejik hamlelerde bulunurlar. Ludus stiline sahip aşıklar

narsistik özellikler sergilerler ve aldatma ihtimalleri diğer stillere nazaran daha yüksektir. Ludus stiline sahip bireylerin çoğu aşık olduklarını reddetme eğilimindedirler. Onlara göre aşk kavramı pek çok olgunun gerisinde kalmaktadır.

Mania (bağımlı aşk): Aşırı takıntılı ve sahiplenme noktasında boğucu olan bu aşk stilinde, bireyler aşık oldukları kişiden başka bir şeye odaklanamadıklarını belirtmişlerdir. Öz güvenleri düşük bireylerde rastlanan bu aşk stili bağımlı ve obsesif özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Mania stiline sahip bireyler de kaygı ve üzüntü daimi bir hal alarak taminin düşmesine neden olmaktadır.

Pragma (mantıklı aşk): Bu aşk stiline sahip bireyler ideal aşkın benzer özellikler (statü, maddiyat, fiziksel çekicilik, zeka vb) taşıyan kişilerle yaşanabileceğine inanmaktadırlar. Aşık oldukları bireylere karşı somut beklentilere girer, duygusal tamin noktasında ise kendi aşk stillerine benzer bireyleri tercih ettikleri görülmektedir. Onlar için aşk tıpkı bir alışveriş listesine benzer her maddenin karşına tik atarlar.

Storge (arkadaşlık aşkı): Eros stilinin tersi olarak görülen bu aşk stilinde arkadaşlık aşkı ön plandadır. Bu stilin görüldüğü bireyler, ideal aşkı uzun bir arkadaşlık sürecinin evrimleşerek aşka dönüşmesi olarak tanımlamaktadırlar. Aşkı sakın ve tutkusuz yaşarlar (Öner, 2020).

Hendrick'lere göre bireyler birden fazla aşk stile sahip olabilir ve bir sonraki aşk serüvenlerinde değişik aşk stillerine bürünebilirler. Buna rağmen sahip olduğumuz belirli bir aşk stili mevcuttur. Partnerlerle yaşanabilecek olası problemlerin ortadan kalkması ve düzenlenmesi adına bireylerin aşk stillerini bilmesi ilişkiler adına önemli rol oynamaktadır (Öner, 2020).

3.1.2.2.Romantik İlişkiler ve Bağlanma

“Romantik aşk, yetişkin cinsel ortaklar arasında bağlanmayı kolaylaştırmak için evrim tarafından verilmiş olan biyolojik bir süreçtir” (Taylor vd., 2020). Sözleriyle aşk ve bağlanma arasındaki ilişkiyi özetleyen Hazan ve Shaver; güvenli bağlanan yetişkinlerin romantik aşk ilişkilerini sağlıklı, tutkulu ve mutlu olarak betimleme eğilimine sahip olduklarını, görüş ve tutumlarını çekinmeden sergiledikleri partnerle hayatlarını paylaşmaktan kaçınmadıklarını belirtmişlerdir (Ateş ve Erdem, 2020). Kaçınmacı

bağlanan yetişkinlerin ise aşk ilişkilerini, kıskançlık ile bezenmiş duygusal gelgitlerin olduğu ve yakınlık duygusundan yoksun hisler olarak betimleme eğilimine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Kaygılı bağlanan yetişkinlerin aşk ilişkilerinde ise durum daha farklı olduğunu, kişilerin sosyal hayatlarında güvenli bağlanan bireylere benzer davranış sergilerken, aşk ilişkilerinde kaygılı tavırlar sergilediklerini ve karşı tarafın sevgisinden emin olamadıkları söylemlerinde bulunduklarını belirtmişlerdir (Taylor vd., 2020).

Bağlanma stillerinin romantik ilişki niteliğini etkilediğine yönelik kanıt arayan, Brennan ve Shaver'ın 1995 yılında, 242 üniversite öğrencisi örnekleminde gerçekleştirdikleri araştırma neticesinde, üç tür bağlanma davranışının sergilendiğini tespit etmişlerdir. Araştırmada en dikkat çeken sonuç ise bireylerin çocukluk dönemlerinde ebeveynlerinin kendilerine yönelik davranış biçimlerinin kişilerin ileri dönemki romantik ilişkileri üzerinde etkili olduğunu sonucudur (Brennan ve Shaver, 1995). Onlara göre güvenli bağlanan kişilerin ebeveynlerinin şefkatli, sevecen ve mutlu evliliklerinin var olması bireylerin olumlu çağrışımlar ile güvenli bağlanmasını sağlarken, sevgisiz, talepkar, müdahaleci ve eleştirici olan ebeveynlerin ise bireylerin olumsuz çağrışımlar ile kaçınmacı ve kaygılı bağlanma davranışını sergilemelerine neden olduğunu belirtmişlerdir (Taylor vd., 2020).

3.1.3. Bağlanma

İnsanların, etkileşim içerisinde oldukları ve kendilerine kıyasla değerli olarak gördükleri bireyler için hissettikleri yoğun ve güçlü duygusal ilişkiler “bağlanma” olarak adlandırılır (Sağdıç, 2018). Ancak bağlanma kavramı genellikle bağımlılık kavramı ile çokça karıştırılmakta ve aynı anlama geldikleri düşünülmektedir. Bunu bir örnek üzerinden anlatacak olursak; Çocuğun fiziksel gereksinimlerin karşılanması için bakımını üstlenmiş kişiye dayanması “bağımlılık” olarak gösterilebilir. Ancak çocuk büyüyüp gelişmesi neticesinde bakımından sorumlu kişiden bağımsızlaşabilir ama hayatının içerisinde bulunan (bakımını üstlenmiş kişi ve diğer değerli aile üyeleri). insanlara bağlı olmaya devam edebilir. Bu durum “bağlanma” olarak tanımlanabilir. Bağlanma bebeklik döneminde gerçekleşen başarılı kognitif, sosyal ve duygusal ilerlemelerle ilişkilidir (Sümer, 2006). Doğumdan itibaren oluşumu gerçekleşen bağlanma davranışı kişiye özgü bir davranış değil ilişkiye özgü bir kavramdır. Tüm

insanlarda yaşanan bu davranış oluşum esnasında bulunduğu kültür ile etkileşim halinde olmasına karşın evrensel nitelikleri bulunmaktadır.

Bağlanma sistemi, bebeklik dönemlerinde onlarla sürekli ilgilenen bakımı veren kişi ile arasında bulunan hassas iletişimin yaklaşık altı ay ile iki yaş arasında geçen süre zarfında bazı dönemlerde sürekli bakım aldığı yetiştikine bağlanması ile temellenebilir. Büyüyen ve gelişen çocuklar keşif yapmak ve geri gelmek için bağlanma şekillerini (tanıdık olan bireyi) emniyetli bir sığınak olarak görmeye başlarlar. Tanıdık olan bireyin tepkileri, bağlanma kalıplarının şekillenmesine ve gelişmesini sağlar; Bu durum sonraki gelişim dönemlerinde yaşadığı ilişkilerinde kişinin umutlarını, duygularını ve düşüncelerini şekillendirecek iç çalışma modeline yöneltir (Sağdıç, 2018). Bu konu üzerine yapılan araştırmalar göstermektedir ki bağlanma stilleri bireylerin sadece bebeklik dönemlerinde değil aynı zamanda yetişkin dönemlerinde de mevcudiyetini korumaktadır.

3.1.3.1.Bebeklik Dönemi Bağlanma Stilleri

Bağlanma olgusunun kuramsal boyutuna geçmeden önce daha detaylı anlaşılabilmesi adına bağlanmanın en mikro tanımlamalarına inmek kuramları anlamada daha etkili olacaktır. Nörobiyoloji alanında çalışan psikolog Allan Schore kapsamlı çalışmalarda bulunmuş ve bağlanma kuramlarının temelini bebeklik dönemlerinde sağ beyinin gelişmesi deneyimine bağlı olduğunu öne sürmüştür (Schore, 2011). Ona göre sağ beyin gelişimini tamamladıktan sonra bile değişime uğramaktadır. Sağ beyin duyguları korur, düzenler ve sözsüz olarak kendini ifade eder (ses tonu, yüz ifadesi). Bilişsel ilerleyen sol beyin ise ancak ikinci yılda etkili olup kendini kelimelerle ifade eder. İnsan beyninin gelişimi 18-24. aylara kadar sürmekte olup bu dönemde sağ beyin içerisinde duyguların kontrolünün sağlandığı ve duygusal ilişkileri barındıran bir merkez meydana gelir (Masterson, 2013). Bu merkez ortaya çıkmadan önce çocuğun duygularının düzenlenmediğinden ötürü kendisine bakım veren kişiyle olan etkileşimi duyguların düzenlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Masterson, 2013). Bu bağlamda bakım veren kişi ile bebek arasında yaşanan etkileşim (bebek ve anne arasındaki bakışmalar ve karşılık düzeyi) sağlıklı bir kanal ile gerçekleştirilmelidir. Yüz yüze gerçekleştirilen bu etkileşimde bebek ve bakım veren kişi arasında olumlu senkronize gerçekleşmesi halinde bebeklerin bağlanma deneyimleri ve duygusal gelişimleri sağlıklı bir zemine

oturtulmuş olur. Bilinçdışı işleyen bu deneyimler nesne temsilleri ve ilintili duygular kodlarıyla depolanır. Örüntü bellekte muhafaza edilen bu içsel temsiller, bireylerin farkında olmadan ileri yaşantılarında yakın ilişkilerinde kullandıkları bir rehber olarak görev yapmaktadır (Schoore, 2011).

Son 50 yıl içerisinde psikanalitik kuramda gerçekleşen en büyük gelişim çocuğun bireyleşme yolunda kişilerarası etkileşimine yönelik yapılan çalışmalar ile sağlanmıştır. Nesne ve kendilik sentezine dayanan bilince has diyalektiği anlamak adına John Bowlby ve Mary Ainsworth yenilikçi metodolojileri ile bağlanma teorisi üzerine ortak bir çalışma yürütmüş ve teorinin bugünkü konumuna katkıda bulunmuşlardır (Ainsworth vd., 2015). Erken dönem aile ilişkilerini ve kişilik gelişimleri üzerine çalışmalar yapan Bowlby ve bebeklik döneminde ebeveynleri ile güvenli bağlılık geliştirmeye gereksinim duyan bireyleri araştıran Ainsworth ortak payda da buluşmuş ve bağlanmanın temelini “bakım veren kişi ile bebek arasındaki etkileşimler”olduğu noktasında anlaşılmıştır (Demirdağ, 2017).

Bowlby ve Ainsworth bebeklerin bağlanma davranışını bir takım fizyolojik ihtiyaçların karşılanabilmesi adına birincil bakım veren kişiden (genellikle anne) temin edilmesi temeline dayandığını, bebeklerin içsel güdülerinin neticesinde emme davranışı sergilediklerini bu davranış sonucunda memeye bağlanma ve doyumu sağlayan anne figürüne bağlanma gibi davranışlar sergilediklerini öne sürmüşlerdir (Ainsworth vd., 2015). Ancak Bowlby bu davranışın dürtüsel olarak değerlendirilmesi fikrinden uzaklaşarak bağlanma davranışının anne ile yakınlaşma, sosyalleşme gibi birtakım sistemleri aktif hale getirme basamağı olarak görmektedir. Bebekler bağlanma davranışını sergilerken ağlama/çağırma, gülümseme/bebeleme ve izleme gibi pek çok davranış araç edinirler. Ainsworth Uganda’da yaptığı araştırmasında bebeklerin yakınlığı koruma tutumlarına yönelik 6/15 aylık 25 aileye ziyaret düzenlemiş ve bebeklerin hareketlerini gözlemlemiştir (Bowlby, 2020). Araştırma sonucunda, ilk yaşının son çeyreğinde bağlanma davranışların somut örneklerini sergileyen bebekler, anneleri odadan ayrıldığında yakınlığın korunması adına ağlama eylemini gerçekleştirerek geri dönmelerini beklemiş, emekleyen bebekler ise annelerinin gittiği yöne doğru yol aldıkları sonucuna ulaşılmıştır (Bowlby, 2014). Emekleme dönemine geçiş yapan bebekler mevcut dünyanın varlığını fark eder ve ilk sosyalleşme hareketlerini gerçekleştirerek çevrelerini ve nesneleri keşfe çıkan küçük gezintilere

başlarlar. Bu keşiflerde bebekler annelerinin yakınlarında (görüş mesafesinde) olduğundan emin olurlar, bu davranışın altında yatan sebep güvenli keşif yapabilme güdüsüdür. Bundandır ki bebekler genellikle emeklerken duraksar, oturur ve geriye bakarlar eğer annelerinin görüş dışında olduğunu izlenimine kapılırlarsa savunmasız hisseder ve keşif gezisini sonlandırarak ağlarlar. Çok yoğun ve düzenli olarak ilerleyen bağlanma davranışı ilk yıllardaki gücünü azaltarak sosyal uyarılara tepkiler verdiği ikinci ve üçüncü yıllarında bağlanma davranışında farklılaşmalar görülmektedir (Kesebir vd., 2011). Bebeklik dönemi bağlanmalarının en temel değişimi üçüncü yaş itibariyle başlamaktadır. Bebekler bu dönemden sonra ikincil bağlanma figürleriyle (akraba, kreş öğretmeni vs) güven duygularını pekiştirme yolu izlerler. Yabancı pozisyonunda olan bu bireylerle tanışması sırasında anne figürünün temas edilebilecek uzaklıkta olması ikinci bağlanma figürleriyle olan etkileşimin ve ileriye yönelik yetişkin bağlanma stillerinin güvenli sayılabilmesi noktasında önemli bir husus olarak değerlendirilmektedir. Bebeklik dönem bağlanma davranışında bebekler korku veya yabancı bir dış etkenle uyarılması sonucunda birincil figüre yakınlık sağlayarak korunmaya çalışmaktadır. Bu durum yetişkin bağlanma davranışında da etkilerini göstermektedir (Konyalıoğlu, 2002).

Bowlby ve Ainsworth, bebeklerin birincil figürlerinden ayrıldıklarında oluşan tepkileri gözlemlemiş üç başlık altında değerlendirmişlerdir. Bu tepkiler sırayla:

Karşı Koyma (Protest): Bebekler sadece birincil bağ kurdukları figürleri ararlar ve diğer insalardan gelen sakinleştirme çabalarını reddederler.

Çaresizlik (Despair): Bebek yakınlığı koruyamadığı birincil figür tarafından istediği karşılığı bulamamış ise bebekte terkedilmişlik ve bastırılma gibi duyguların oluşumu gerçekleşir.

Kopma (Detachment): Kendisine geri dönüş yapmayan birincil bağlanma figürünün gelmeyeceğinden emin olan bebek, arayışından vazgeçer ve güvensizlik yaşayarak bağlanma davranışından kopar. Bu kopma neticesinde bebek yaşadığı üzüntüden kurtulur ve ayrılma öncesi sürecine dönüş yapar. Ayrılma sonrasında birinci bağlanma figürüyle ilk kez bir araya gelen bebek bağlanma davranışında kaygıyla yaklaşır (Büyükşahin, 2001).

Sadece güvenli bağlanan bebekler güvenlik duygusunu benimser ve keşfe çıkabilir. Bu durum ancak kesintisiz bakım veren birincil bağlanma figürü ile bağdaşmaktadır. Eğer bakım veren birincil figür fazla müdahale de bulunan duyarsız biriye bebeklerde kaygılı bağlanma davranışı gözlemlenmiştir (Kesebir vd., 2011). Bağlanma figürünün reddedici tavırları ve aşırı ihmalkar davranışları içe bebeğin belirtilen süreden önce bağımsız olma ya da bağlanma nesnesinden uzaklaşma isteğine neden olmaktadır. Main, bağlanma davranışlarındaki bu güvensizliğin uzun süreli tekrarlanması halinde oluşacak şemaların yetişkin bağlanma davranışlarında birtakım sorunlar oluşturacağını belirtmiştir (Shevlin vd., 2014).

Bebeklik döneminde oluşan bağlanma sistemi bireyin ileride romantik ilişki içerisinde oluşacak bağlanma sisteminde benzer biçimde aktif hale gelir ve partnerine karşı bağlanma stillerini şekillendirir (Kantarcı, 2009). Yetişkinlik döneminde yaşadığı bu duygusal ilişkiler içerisindeki pek çok dinamiğin temelleri de bebeklik dönemlerinde atılır (Çıkit, 2017).

3.1.3.2.Yetişkin Bağlanma Stilleri

Erken yaşlarda inşa edilen bağlanma stilleri, bireyin hayatı boyunca kuracağı sadece romantik ya da ailevi ilişkilerinde değil aynı zamanda sosyal ilişkilerini de kapsadığını pek çok araştırmayla desteklenmiştir. Bağlanma stilleri yalnızca bireyin kendisinin ilişkiler sırasındaki tatminini değil iletişim içerisinde bulunduğu bireylerinde ilişki içerisindeki tatminlerini etkileyeceği gözlemlenmektedir (Sümer, 2006).

Bowlby ve Ainsworth'un bebeklik dönemi örüntüleri bireylerin yaşamları boyunca devam etmekte olup, yetişkinlik dönemlerinde bir takım alt özellikler yönüyle ayrışımına neden olmuştur. Bebeklikte yaşanan bağlanma davranışı anne-bebek arasında tek kişinin alıcı pozisyonunda olduğu çevresinin sadece bakım veren kişi ile sınırlı olduğu hassas bir süreç iken, yetişkin dönemde bu süreç birçok etkenin içinde bulunduğu, bireylerin hem alıcı hem verici pozisyonda olduğu çevresini arkadaş, cinsel partner ve romantik ilişkilerin oluşturduğu her iki tarafında hassas olması gerektiği bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (Ezer, 2019). Bir farklı ayrışım ise bebekler bağlanma noktasında beklenti ve inançların farkında değildirler ve bunlara yön veremezler ancak yetişkin bağlanma stillerinde bireyler içsel süreçlerin yanı sıra beklenti ve inançlarını da devreye sokarlar (Yıldızhan, 2017). Yetişkinlik döneminde

bireyler bağlanma kapsamını aile kurumundan çok aile dışı kişilere yönlendirmektedir (Bowlby, 2020).

Hazan ve Shaver (1987) yetişkin bağlanma stillerini oluşturdukları “Üçlü Bağlanma Modeli” ile romantik ilişkilere uyarlamış, Bowlby’nin bağlanma kuramını temel alarak bireylerin bebeklik dönemlerinde ortaya çıkan bağlanma olgusunu yetişkin dönemlerde yaşadıkları duygusal ilişkilerini etkilediğini öne sürmüşlerdir (Hazan ve Shaver, 1987). Onlara göre güvenli bağlanma stiline sahip olan yetişkinler uzun soluklu ilişkiler sürdürebilir iken, kaygılı ve kararsız bağlanma stiline sahip olan yetişkinler kaybetme korkusu, kıskançlık ve ayrılık anksiyetesi yaşamaktadırlar ve son bağlanma stili olan kaçınmacı bağlanma stiline sahip yetişkinler ilişkilerinde güven duygusundan uzak, septik davranışlar sergilemektedirler (Dilsiz, 2019). Bağlanma stilleri, bireyin kendini ve ilişki içerisinde bulunduğu bireyleri olumlu ya da olumsuz şekillerde sınıflandırmasına yönelik çalışmalarda bulunan Bartholomew ve Horowitz, bağlanma stillerinin sınıflandırılmasına yönelik sınırlılıkların olduğunu öne sürmüş ve mevcut çalışmaları genişleterek bağlanma stillerini dört kategoride incelemişlerdir (Güngör ve Sümer, 1999). Aynı zamanda Türk örneklemini Sümer ve arkadaşları yapmıştır ve benzer sonuçlar saptanmıştır (Sağdıç, 2018).

Dörtlü Bağlanma stillerine değinecek olursak;

“Bağlanma stillerini, güvenli (secure), kayıtsız-kaçınmacı (dismissing), saplantılı (preoccupied) ve korkulu-kaçınmacı (fearful) bağlanma stilleri olarak adlandırmışlardır” (Kantarcı, 2009).

Güvenli Bağlanma: Benliklerini olumlu duygularla özümlemişlerdir. Kendilerini sever ve karşı ilişkide bulunan bireyleri severler bu durumu kendilerini layık bulurlar. Başkalarının kendilerini terk etmesinden ve yaklaşımlarından korkmazlar. Endişeli tavırlar izlemezler. Başkalarının onayına ihtiyaç duymaz ve yakın ilişkilerde yabancılık çekmezler (Ersoy-Kart, 2002).

Kayıtsız Bağlanma: Kendi özel alanlarına çok düşkün oldukları için özerkliğe çokça önem verirler. Başka insanlara ihtiyaçları olmadıklarını düşünürler. Bağımsızlık hayatlarının temel felsefesidir. Bağlanma yaşayacağı kişinin kendisini reddetmesi ihtimaline karşılık benlik imajlarını korumayı hedeflerler (Kesebir vd., 2011). Bu durum karşısında en çok kullandıkları yöntem ise kendilerini geri çekme eylemidir. Güçlü

olmanın temeline bağımsızlığı koyarlar. Çevrelerinde bulunan kişilere değer atfetmezler. Her zaman kendi çıkarları esastır. Yakın ilişkilerin önemini inkar ederler (Karataş, 2019).

Saplantılı Bağlanma: Başkalarını değerli görür kendi benliklerini hiçe sayarlar. Kendilerini sevmez ve başkalarının da kendilerini sevmelerine layık olmadıklarını düşünürler. Karşı ilişkide oldukları kişilerin onayını kazanmak için emek harcarlar. Aynı zamanda karşı ilişkide oldukları bireylerin kendilerine güvenmelerini isterler. En büyük ve belirgin özellikleri güven konusunda kendilerini eksik hissetmeleri (Ersoy-Kart, 2002).

Korkulu Bağlanma (Dağınık kimlik): Kimseye bağlanamazlar ve bağlanmalarını istemezler bu olumsuz isteklerinin temelinde değersizlik duygusu yatmaktadır. Karşı ilişkide bulundukları kişileri güvenilmez bulurlar ve reddederler. Sevmek ve sevilme konusunda ciddi sorunlar yaşarlar ve duygudan ötürü ilişkilerinde sorunlu kişi olarak görülürler (Sağdıç, 2018).

Yetişkin bağlanma stillerinin bir diğer önemli özelliği ise cinsel birliktelik, sosyalleşme ve akran ilişkiler gibi pek çok ilişki içerisinde yer edinmiş olmasıdır (Kantarcı, 2009). Yapılan araştırmalar ışığında bağlanma stillerinin ilişkisel anlamda ele alındığında Evlenmeden önce uzun dönem flört etmiş ve hiç ayrılmamış bireylerin evlenmeleri ve uzun dönem içerisinde anlaşmaya, yönelik tutumlarının incelenmesi neticesinde güvenli bağlanma, stillerine sahip oldukları gözlenmektedir (Sümer, 2006). Bir başka araştırmada ise saplantılı bağlanma ile bağlanan bireylerin, ilişkilerinde gerçekçiliği desteklenmeyen beklentileri oluşmuşken, kaçınan ve korkulu bağlanma stillerine sahip bireyler, sosyal ilişkileri en aza indirme arzusu içerisindeyler. En tehlikeli boyut ise kadınlarda yaşanan saplantılı bağlanma stili olarak görülebilir (Kantarcı, 2009). Kendini değersiz gören kadın ilişki içerisinde öz saygısını yitirmiş halde kaygılı ve korkak tavırlarıyla partnerinden gelecek çatışmanın önüne geçemeyerek son tahlilde ilişkisini kaybetme durumuyla yüzleşir.

Bowlby'e (aktaran Kantarcı, 2009) göre; bireyin yetişkinlikte yaşayacağı ilişkinin niteliği, kalitesi ve insanlardan beklentileri, tamamen küçüklüğünde oluşan bağlanma stiline göre şekillenir (Kantarcı, 2009). Bu bağlamda yapılan araştırmalarda evlilik doyumu ve yetişkin bağlanma stilleri arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Güvenli

bağlanma stiline sahip bireyler yüksek doyum elde ederlerken güvensiz bağlanma stiline sahip bireylerde doyum oranının düşük olduğu gözlenmiştir. Araştırma sonuçları gösterir ki; romantik ilişki içinde olan bireylerde eşler arası bağlanma stilleri ve kombinasyonları ilişki doyumu ile doğru orantılıdır.

3.1.4. Romantik İlişkilerde Doyum ve Uyum

Romantik ilişkiler insanların hayatları boyunca en mühim kişilerarası ilişkileri olarak görülebilir bazı insanlar için mutluluk ve doyum noktasında zirve duygular yaşatsa da bazıları için birçok olumsuz sonuçlar doğurabilen bir olgu haline gelmektedir (Tarhan, 2011). Bireylerin tek başlarına yaşamdan çift yaşamına geçtikleri güven, statü ve bağımsızlık gereksinimi ve refah düzeyinin esas alındığı bu yaşam formunda idealize edilmiş sosyo-kültürel yapıların etkileri görülmektedir (Gülerce, 2007). Bu bağlamda toplumların kendilerine has normlarının romantik ilişkilere olan yansımalarının yadsınamaz ölçülerde olduklarını söyleyebiliriz. Bireylerin partnerlerini olduğu gibi kabul etmesi ve geleneksel anlamlar yüklememesi ilişki doyumunun yüksek olmasını sağlamaktadır. Bu durumun temel sebebi partnerini kendine has özellikleri ile kabul etmiş olmalarıdır. Partnerler arasında özel alanların olması ilişkide cinsiyetçi yaklaşımların kaldırılmasıyla birlikte ilişkinin eşitlikçi tavrını güçlendirmektedir (Kubat, 2012).

Yapılan araştırmalarda romantik ilişkilerin genel anlamda bireylerin, yaşamsal faaliyetlerini güçlendirdiğine ve iyi oluş durumunu arttırdığına dair ifadeler bulunmaktadır. Ancak bu iyi oluş durumu romantik ilişkinin oluşması sürecinden daha çok ilişki içerisindeki alınan haz ve doyumlardan kaynaklanmaktadır. Hawkins 'e (aktaran Öcal-Yüceol, 2016) göre romantik ilişki içerisindeki bireylerin ilişki doyumları haz ve mutluluk gibi duygularını subjektif olarak değerlendirilmesi neticesinde ortaya çıkmaktadır. Hendrick (aktaran Gümüşsoy-Uçak, 2019) ise kavramları daha geniş kapsamda ele almış, bireylerin içinde bulundukları ilişkilerde doyumu, karşıdaki kişinin tutum, davranış, güven düzeyi, bağlılık, kendini ifade biçimleri ve ilişki içerisinde yapılan yatırımların değeri gibi ölçütlerle değerlendirmeye aldıkları bir durum olduğunu, değerlendirmeler neticesinde olumlu sonuçlara ulaşan bireylerin ilişkilerinden doyumu aldığını, olumsuz sonuçlara ulaşan bireylerin ise doyum alamadıklarını öne sürmüştür.

İlişki doyumu üzerine araştırmalar yapan araştırmacılar tanımlamaları yaparken iki gruba ayrılmış olarak görülmektedir. Birinci grup araştırmacılar; İlişki doyumunun niteliklerini bireylerin yalnızca ilişkileri hakkında ne tür duygu ve düşünce içerisinde olduklarının tespiti ile tanımlamışlardır. İkinci grup araştırmacılar ise; eşler arasında duygu farklılıklarının değil ilişkilerinin özgüllüğü noktasının önemli olan husus olduğunu savunmuşlardır (Özcan, 2014). Bu bağlamda, ilişki doyumunu özetleyecek olursak; İlişki içerisinde varlığını devam ettiren sosyal ve çevresel etkenlerin bireylerin karar noktasında eşitlik, kazanç ve baskınlık gibi problemleri benimsemek. Gibi öznel yani eşler arası gösterilen sevgi gösterme, cinsel doyum iletişim şekli ve birbirlerine bireysel duygu ve düşüncelerini doğru üslup ile ifade etmesi. gibi boyutlardan bireylerin ilişkide psikolojik tatmini temin etmesi olarak tanımlanabilir (Kılıç, 2020).

“Doyum” bireylerin içinde bulundukları romantik ilişkinin niteliklerini ölçümleme kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Doyum kavramının kavramsallaştırılması noktasında yapılan pek çok araştırma karşılaştırıldığında göze çarpan en önemli detay tanımların; kar-zarar ve ödül-bedel gibi olumlu ve olumsuz nitelikler taşıyan zıt kavramların sentezlenmesi neticesinde açıklanıyor olması durumudur. Kişinin beklentilerini gerçekleştirme düzeyi ve isteklerine ulaşım ulaşamadığı ilişki doyum düzeyini oluşturur (Özcan, 2014). Bu bağlamda yapılan en açıklayıcı örneklendirmeler karşılıklı bağımlılık kuramı tarafından yapılmaktadır.

Toplumsal ilişkiler ve alt kümelerinin incelenmesi üzerine en nüfuzkâr bakış açısını sağlayan bu yaklaşım ilişki kavramını bir işletmeye benzetmiş ve işletmeyi yöneten ortakları da ilişki içerisindeki bireyler olarak sembolleştirmiştir. Onlara göre işletmelerin kâr yapmaları neticesinde yükselişe geçmeleri ile bireylerin ilişki içerisinde aldıkları ödüller nasıl ki paralellik gösteriyor ise aynı şekilde zarara uğradıkları durumda ödedikleri bedeller de ilişki içerisinde yaşanan bedellerle yüksek korelasyonlar göstermektedir. Rusbult’a göre “eğer ilişkinin ödülleri bedellerini aşarsa doyum var demektir” (Taylor vd., 2020). Bu çerçevede ilişki doyumunu bir teraziye benzetebilir, ortaklar arası etkileşimin sağlığı ve doyumun temsili olan ödül ve bedelleri ise terazinin ağırlık ölçüleri olarak ele alabiliriz.

İlişki içerisinde yaşanan etkin iletişim de karşı bireye yaklaşımların olumlu görüşler ilişkinin güzel ve uyumlu olmasını sağlamaktadır. Yüksek iletişim kalitesi bireyler arası

uyumu yordamaktadır. İlişki uyumu, ilişki içerisinde yaşanan ilişki doyumunu etkilemektedir (Kantarıcı, 2009). Olson ve Wilson'ın 1982'de evlilik doyumu üzerine yaptıkları çalışmada aile üyelerinin yaşadığı doyumun ne kadar mutlu ve tamamlanmış hissettikleri ile doğru orantılı olduğunu gözler önüne sermiştir (Öztat, 2019). İlişki uyumu ve ilişki doyumu sık sık birbiriyle karıştırılan kavramlardır. Genellikle birbirlerinin yerine kullanılırlar. Bu kadar çok karıştırılması birbirlerini tamamlayan kavramlar olmasından kaynaklanır. Uyumlu davranış içerisinde bulunan çiftlerin ilişkilerinden doyum sağladıkları düşünülmektedir (Rodoplu, 2019). İlişki uyumu daha çok ilişki içerisinde yaşanan mutluluğu ve doyumu içermektedir (Kubat, 2012). İlişki uyumu; bireyler arası ilişkinin iyi yönde ilerlemesi ve eşlerin birbirine karşı güzel hisler beslemesi, sağlam iletişim kurması sorunları uzlaşmacı yollarla çözülmesi ve ortak hayat görüşlerine sahip olması beraber hareket edebilme öz verisine sahip olmaları olarak tanımlanabilir (Rodoplu, 2019). İlişki doyumu üzerine araştırmalar yapan araştırmacılar tanımlamaları yaparken iki gruba ayrılmış olarak görülmektedir. Birinci grup araştırmacılar; İlişki doyumunun niteliklerini bireylerin yalnızca ilişkileri hakkında ne tür duygu ve düşünce içerisinde olduklarının tespiti ile tanımlamışlardır. İkinci grup araştırmacılar ise; eşler arasında duygu farklılıklarının değil ilişkilerinin özgüllüğü noktasının önemli olan husus olduğunu savunmuşlardır (Özcan, 2014). Bu bağlamda, ilişki doyumunu özetleyecek olursak; İlişki içerisinde varlığını devam ettiren sosyal ve çevresel etkenlerin bireylerin karar noktasında eşitlik, kazanç ve baskınlık gibi problemleri benimsemek gibi öznel yani eşler arası gösterilen sevgi gösterme, cinsel doyum iletişim şekli ve birbirlerine bireysel duygu ve düşüncelerini doğru üslup ile ifade etmesi. gibi boyutlardan bireylerin ilişkide psikolojik tatmini temin etmesi olarak tanımlanabilir (Kılıç, 2020).

İlişki uyumu ve ilişki doyumu sık sık birbiriyle karıştırılan kavramlardır. Genellikle ya birbirlerinin yerine kullanılırlar. Bu kadar çok karıştırılması birbirlerini tamamlayan kavramlar olmasından kaynaklanır. Uyumlu davranış içerisinde bulunan çiftlerin ilişkilerinden doyum sağladıkları düşünülmektedir (Rodoplu, 2019). İlişki uyumu daha çok ilişki içerisinde yaşanan mutluluğu ve doyumu içermektedir (Kubat, 2012). İlişki uyumu; bireyler arası ilişkinin iyi yönde ilerlemesi ve eşlerin birbirine karşı güzel hisler beslemesi, sağlam iletişim kurması sorunları uzlaşmacı yollarla çözülmesi ve ortak

hayat görüşlerine sahip olması beraber hareket edebilme öz verisine sahip olmaları olarak tanımlanabilir (Rodoplu, 2019).

Kaliteli bir cinsellik partnerler arasında kendilerine özgü bir iletişim biçimi oluştururken çiftlerin sağlıklı bir yakınlık içerisinde ilişkilerini sürdürmelerini sağlamaktadır (Rodoplu, 2019). McCarthy, ilişkilerin uyum ve düzen içerisinde ilerlemesinin ön koşullarından olan cinselliğin zaman zaman ilişkinin bozulmasında da rol oynadığını belirtmiştir. Şöyle ki; cinsel sağlık problemleri, keşfedilmemiş sorunlar gizil bir sır gibi çiftleri huzursuz ederek partnerlerin birbirlerinden uzaklaşmasına sebep olur (Rodoplu, 2019).

3.1.5. Çatışma

Keller, Brown ve Yesma (1981) sosyal bir varlık olan insan toplumun bir üyesi olması, etkinlikleri birliktelik içerisinde başarabilmesi bağlamında kişilerarası etkileşim içerisinde bulunması gerektiğini ve bu başarının ise iletişim kurmak ile sağlanabileceğini savunmuşlardır. Kaçınılmaz bir faaliyet olan iletişim bireyler arası etkileşim sonucunda çeşitli duygu aktarımlarını oluşturur (Cüceloğlu, 2016). Anderson (1972) iletişim etkinliğini bilgi paylaşma üzerine yapılan bir eylem olarak tanımlamıştır. Tubbs (1974) ise iletişimi dünyayı anlamlandırma, anlam yaratma ve mesajların alıcıya iletilme süreci olarak tanımlamışlardır. Dökmen (2016) ise Anderson ve Tubbs'un tanımlarını harmanlayarak, bireyler arası iletişime daha kapsamlı bir açıklama getirmiş ve sembolik etkileşim vasıtasıyla deneyimlerin paylaşılması süreci olarak tanımlamıştır. Bu tanımlardan hareketle iletişim kavramının yaşamla doğrudan etkileşim içerisinde olduğunu söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır. İnsanlar iletişim faaliyeti ile biyolojik bir varlık olma kategorisinden sıyrılarak toplumsal bir mevcudiyet haline gelmektedir (Dökmen, 2016).

Alanyazına bakıldığında iletişim üzerine pek çok araştırma yapılmış ve bu araştırmalar üç ana yaklaşım olarak kategorize edilmiştir. Birincisi, matematiksel temeller üzerine kurulu olan ve iletişim süresince veri kaybının yaşanmaması adına yüzde yüzlük veri aktarımını sağlamak için oluşturulan tek yönlü linear (doğrusal) iletişim olarak kabul edilir. ancak pek çok psikolog tarafından çift yönlü iletişimi göz ardı ettiği yönünden eleştirilere maruz kalmıştır (Güler İplikçi, 2015). İkinci model ise linear iletişimden farklılık göstererek mesajın iletildiğine dair geri bildirimi temel alan ve iletişimin

sağlandığı ortamın önemine dikkate alan süreç yaklaşımıdır (Taylor vd., 2020). İletişim modellerinin son yaklaşımı ise kişilerarası etkileşimde ayrıntılı açıklamaları sağlayan etkileşimsel (transactional) yaklaşımdır.

Etkileşimsel Analiz bir diğer adıyla “Transaksiyonel Analiz” bireylerin iletişim noktasında yaşadıkları rol değişimini açıklamaya çalışmış ve diğer yaklaşımlardan farklılıklar göstererek mesajın aksine iletilicileri (birey) esas almıştır. Bu bağlamda Transaksiyonel Analizin psikolojinin gelişim, psikopatoloji, eğitim, terapi ve iletişim gibi alanlarına yardımcı bir görev üstlendiğini ifadesi alanyazına uygun olacaktır. Bireyler, yaşamları boyunca kullandıkları iletişim becerilerinin temeli çocukluk dönemlerinde karşılaştıkları, mensup olduğu toplumun normlarını toplumsal rollerine harmanlamış olan ebeveyn figürlerini rol model olarak almalarından ileri gelmektedir (Giddens, 2008). Ebeveynlerden öğrenilen duygu, düşünce ve davranış biçimleri gibi pek çok ayırt edici özellik, bireylerin çocukluk dönemi benlik oluşumlarına zemin hazırlamıştır. Bireyler bulundukları yaşam formları içerisinde karşılaştıkları problemlere yönelik uygun çözümleri çocukluk dönemlerinde görülen, duyulan davranış örüntülerine başvurarak yetişkin benliklerinin oluşumuna katkı sağlarlar (Güngör-Houser, 2009).

Kişilerarası iletişim sürecinde ortaya çıkan transaksionlar sosyal dizgelerin temel birimi olarak işlenmektedir. Transaksiyonel yaklaşıma göre bireylerin hangi ego durumu içerisinde oldukları farketmeksizin birbirlerine yönelik karşılıklı ve daimi olarak transaksionlar gönderdiklerini savunmaktadır (Kaplaner ve Aysin, 2020). Eric Berne’nin 1957 yılında yayınlamış olduğu “Psikoterapideki ego durumları” makalesinde ilk kez karşılaşılan Transaksiyonel analiz ifadesi; gizil, tamamlayıcı ve çapraz transaksion olmak üzere üç temel başlıkta incelenmiştir. (Minibaş Poussard, 2007). Günümüz alanyazının derinlemesine yordamış olduğu çatışma kavramını Berne literatürü ile şu şekilde ifade etmek mümkündür (Güngör-Houser, 2009).

İletişim eylemini başlatan bireyin herhangi bir benlik kullanarak iletmek istediği mesajın, alıcı kişi tarafından belirlenmiş olan hedeflenen benlik ile cevap vermesi durumunda çatışma halinin minimal düzeyde gözlemlendiği tamamlayıcı transaksionel biçimdir. Çapraz transaksionda ise bireyin benlik durumlarını gözetmeksizin gönderdiği mesaj alıcı tarafından hedeflenen yanıtı alamaz ve bu durumda tamamlayıcı

transaksiyonda görülen çatışmaya nazaran iletişim kanallarında olumsuz dönütlerin yaratılmasına neden olur. Berne'e göre çatışma durumunun makro seyir halinde olduğu transaksyon türü ise; gizil transaksiyondur. Gizil transaksiyonda görülen iletişim şekli, etkileşimli diyalogların anlaşılmasız ve yıkıcı boyut kazandığı yani iletiyi kabul etmesi gereken alıcı benliğinden farklı bir benliğin ortaya çıkması; iletişimi psikolojik ve sosyal düzlemde hedeflenen bağlamdan uzaklaştırır (Minibaş-Poussard, 2007). Literatür incelendiğinde çatışma kavramına yönelik pek çok yaklaşım öne sürülmüştür. Gibb (aktaran Cüceloğlu, 2016) bireyler arası ilişkilerde iletişim biçimlerini açık iletişim ve savunucu iletişim olarak iki kategoride ele almıştır. Gibb'e göre savunucu iletişim; üstünlük taslama, umursamama, karşı bireyin stratejisini izleme ve tavırlı olma unsurları ile tanımlarken açık iletişimi; empati kurma, probleme yönelme ve tasvir gücü gibi unsurlarla tanımlamıştır. Gibb, çatışmanın temel problemi, savunucu iletişimin modeline sahip bireylerin karşıdakini anlamaktan öte benlik saygılarına yönelerek saygıyı korumaya yönelik tutum sergileyeceklerini ve durumun çatışmaya yol açacağını savunmuştur (Dökmen, 2016). Nye (1973) ise aktüel yaşam içerisinde görülen çatışmaların etkileşim örüntüleri ve bireysel farklılıklardan etkilendiğini savunmuştur. Bu durumda savunucu birey saldırgan ve dominant iletişim yollarını tercih ederek provokatör ve otoriter bir tavırla uzun süreli etkileşimde bulunduğu bireyin iletişim biçimini değiştirip kendi iletişim kanalına yöneltmektedir (Güngör, 2009).

İnsan ilişkileri bağlamında yapılan pek çok araştırma göstermektedir ki bireylerin yaşadıkları ilişkiler içerisinde daimi potansiyel çatışmalar mevcuttur. Çatışmalar üzerine yapılan araştırmalar pek çok ikili ilişkiyi (ebeveyn-çocuk, yönetici-çalışan, arkadaş-arkadaş vb.) ele almış olsalar da alanyazında yapılan çalışmaların çoğu "romantik ilişkilerde çatışma" üzerine yoğunlaşmıştır (Taylor vd., 2020).

Romantik ilişkiler düzleminde yaşanan çatışmanın bağımlılığı sınama, yenilenme, ilişki doyumunda tatmin (Peplau ve ark., 2020) gibi olumlu sonuçlarının da olabileceği gözlenmişse de; çatışma, içerdiği anlamlar bakımından kişilerarası ilişkilerde destrüktif ve başarısız bir pratiktir. Özellikle uzun dönemli ilişkilerde kendisini yapıcı olmayan bir şekilde gösteren çatışma, iletişim becerisinden yoksun partnerin ilişkinin sürdürülebilirliğine zarar vermesine olanak sağlayacak; ilişkinin yapısal bütünlüğünü sarsacaktır. İlişkilerde etkin iletişimin sağlanabilmesi için gerekli muhakemenin yapılamaması, yani, ilişkinin arzuladığı dinamiklerin karşılanmaması söz konusu

ilişkinin mutluluk düzeyini kaotik düzene göre koşullandırır (Kandiyoti ve Saktanber, 2012).

Temel yapısı itibarıyla karşılıklı anlaşma, iletişim, dayanışma ve saygı üzerine kurulu olan romantik ilişkilerin yaşadıkları çatışma sonucunda konformist düzenden uzaklaşması, partnerlerin ilişkiden aldıkları doyumunu azaltır ve buna bağlı olarak çatışma kulvarlarının değiştiği gözlenir. Sorumluluk yüklenmesi, hak ihlali, güvensizlik hali, üçüncü şahısların ilişkiye müdahil olması gibi durumlarda ortaya çıkan çatışma, ilişkinin esas olarak önceliğine koyduğu değerleri etkileyecek boyutlarda seyredebilir. Bu durumda asıl çatışma kaynağı form değiştirerek kıskançlık, aldatma, şiddet, reddetme gibi romantik ilişki yapısını alt üst edecek sonuçlara yol açabilir (Taylor vd., 2020).

3.1.6. Romantik Kıskançlık

Sevilen, sahip olunan ve değer verilen kişinin hayali ya da gerçek bir rakip ile paylaşılması neticesinde ortaya çıkan olumsuz tutum olarak tanımlanan kıskançlık kavramının kökeni yunanca “Zelos” kelimesine dayanmaktadır. Zelos sözcüğü kelime anlamını sadakat tanrısı olarak bilinen Zelos’tan almıştır (İmamoğlu ve Çelik, 2009). Romantik kıskançlık kavramının tanımlanmasına yönelik pek çok araştırma yapılmasına karşın kavramın mutlak bir tanımının yapılamadığı gözlemlenmiştir. Bu durum kıskançlık kavramının kişiden kişiye, kültürden kültüre farklılaşan değer yargılarından ileri gelmektedir. Kişisel ve sosyal boyutların çeşitliliğinden kaynaklanan bu kompleks durum kıskançlık kavramının birçok tanımının yapılmasına ortam hazırlamıştır (Önder, 2019).

Alanyazında yapılan araştırmaların ortak noktası kıskançlık duygusunun genellikle gerçek ya da algılanan rakibin varlığı neticesinde ortaya çıktığına yönelik olmuştur (Öner, 2020). Kıskançlık duygusu, ilişkisinin yolunda gitmediğine yönelik uyarılar alan bireyin, ilişkisinin mevcudiyetini ve sürdürülebilirliğini korumak adına üzüntü, kuşku, korku ve öfke gibi bir takım karmaşık tepkiler verdiği gelecekte olabilecek senaryolar üzerine kuruludur (Tuna, 2018). Bireyler ikili ilişkilerinde önemsedikleri kişinin kaybına yönelik tehdit hissettiklerinde ortaya çıkan romantik kıskançlık, makul bir eğilim ile başlatıcı bir olayın etkileşimi sonucu ortaya çıkar (Demirtaş, 2004). Romantik aşk kavramı ile yüksek korelasyon gösteren kıskançlık kavramını açıklayan Guerrero ve

Andersen kıskançlığın ödüllendirici ve stres kaynağı olmak üzere iki yüzünün olduğunu belirtmişlerdir (Güngör Houser, 2009). Onlara göre Çiftlerin içinde bulundukları romantik ilişkilerde yaşadıkları sahiplenme ve ilişki taahhüdü gibi anlamlara tekabül eden işlevsel durumlar kıskançlığın aşk yüzüyken bir diğeri paranoya ile bezenmiş ciddi ilişki sorunlarına yol açan kılıç görevi üstlenen yüzüdür (Tortamış, 2014).

Tek ve salt bir kavram olmayan kıskançlık duygusunun dinamiklerinin ve işleyişinin daha anlaşılabilir olması adına yazında konuyla ilgili pek çok kuramsal yaklaşım bulunmaktadır.

3.1.6.1. Kıskançlık Kavramı ve Kuramsal Yaklaşımlar

Psikanalizin babası olarak kabul edilen Freud, kıskançlık duygusunun bireylerin çocukluk dönemlerinde yaşadıkları acı verici deneyimlerinde gizil halde bulunduğunu ve yetişkinlik dönemlerinde yeniden canlandığını söylemiştir (Demirtaş, 2004). Her bireyin çocukluk travmaları bulunduğunu savunan Freud, kıskançlığın tıpkı üzüntü endişe gibi herkes için kaçınılmaz ve evrensel bir duygu olduğunu savunmuştur. Ona göre kıskançlık çocukluk dönemlerinde yaşanan kompleks duygusal yaşantının bir uzantısı olmasından ötürü bilinçdışı olarak nüfuz eden bir süreçtir (Mathes, 1992). Sözgelimi çocuklar ilk sosyalleşme davranışını zamanlarının büyük bir kısmını geçirdikleri aile üyelerinden öğrenirler ve ilk yakın ilişki deneyimlerini bu süreçte yaşarlar (Bigler, 1995). Zamanlarının büyük bir kısmını aile üleriyle geçiren çocuklar, aşk ve özdeşleşme figürü olarak ebeveynlerini benimsemekte ve ilk cinsel hislerini karşı cins ebeveynine yönlendirmektedir. Kız çocukları için bu genellikle baba figürüne yönelik olurken, erkek çocuklarında ise genellikle anneye yönelik gerçekleşmektedir. Bu cinsel hisler zaman geçtikçe evrilerek çocuğun hem cins ebeveynini rakip görmesine ve kıskançlık duygusunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Freud, bu rekabeti erkek çocuklarda Oedipus, kız çocuklarda Elektra kompleksi ile tanımlamaktadır (Klein, 2015).

Freud kıskançlığı normal kıskançlıktan patolojik kıskançlığa doğru üç kategoride incelemiştir;

Ödipal dönemin uzantısı olan yarışmacı (normal) kıskançlık, kişinin önemseydiği şeyi bir başka rakibe kaptırması ya da kaptırabilme ihtimaline yönelik çektiği bilişsel

sancıdır. Freud bu kıskançlık türünde yaşanan sancının kaybedilen şeyden ziyade bireyin kendine yönelik suçlama ve eleştiri duygularının karışımı neticesinde kendi saygısını yitirmesi durumu olarak tanımlamıştır (Freud, 2020). Her insanda aldatma eğilimin var olduğu söyleminde bulunan Freud (aktaran Demirtaş, 2004), yansıtılmış (projected) kıskançlığı bireylerin aldatma dürtüleri ile açıklamıştır. Ona göre aldatan ve yahut başkasını arzulayan lakin bunu eyleme geçiremeyen bireyler, kendilerini günahsız ve iyi hissetmek adına aldatma dürtülerini karşı bireye yansıtırlar ve onları sadakatsizlikle suçlarlar. Sanrısız özellikler gösterebilen bu kıskançlık türündeki sanrı kişinin kendisinin suçluluğunun farkına varması neticesinde ortadan kalkarken sanrısız (delusional) kıskançlıkta ise durum daha kompleks bir haldedir. Kişinin sanrılarının temeli paranoyadır. Freud (aktaran Üstdağ, 2019) sanrısız kıskançlığın da zemininde aldatma eğiliminin olduğunu savunmuştur, ancak bu kıskançlık türünde kişilerin kıskandıkları nesnenin hemcinsleri olduğunu belirtmektedir. Bebeklerin doğdukları andan itibaren eşcinsel (biseksüel) olduğuna inanan Freud, sosyalizasyon sürecinde yaşanan baskılar neticesinde bebeklerin cinsel tercihlerinin genellikle heteroseksüellik yönünde belirlendiği söyleminde bulunmuştur (Freud, 2020). Baskılanan bu duygular zaman içerisinde evrilerek yetişkinlik dönemi kıskançlığında rakibe yönelik bilinçli yada bilinçsiz seyreden duygular olarak ortaya çıkar. Sanrısız kıskançlığın zeminini oluşturduğu varsayılan bu eşcinsel ilgiden korunmaya çalışan birey partnerini hemcinsi olan rakipten hoşlanmakla suçlanmaktadır.

Freud bireylerin (öznelere) ruhsal gelişimlerinin merkezine dürtüleri koyar ve dürtünün nesneden yoksun bir kaynağa ya da bir amaca bağlı olarak ortaya çıktığını savunmuştur. Kısaca bireylerin dürtülerinin babanın işlevi çerçevesinde belirlendiğini söyleminde bulunmaktadır (Freud, 2020). Nesne ilişkileri teorisinin kurucularından olan neo freudyen Melanie Klein ise psikanaliz teorilerin annenin işlevini görmezden geldiğini belirtmiş ve yenidoğan bebekler üzerinde annenin (meme) işlevini görmezden gelinmemesi gerektiğini belirtmiştir. Bebek ve anne arasındaki bağı cinsel hislerden ziyade bilişsel ve sosyal terimlerle izah eden Klein, bebeklerin memeyi şükran, haz ve mutluluk duygularının temeline yerleştirdiklerini ve doyuma ulaşmak ta amaç olarak gördüklerini savunmuştur. Ona göre üç kişilik bir konstrüksiyona sahip olan kıskançlık duygusunun ilk tohumları bebeğin, anne ve memeyi kendi mahreminde saklama arzusuyla babaya yönelik rekabetinin sonucunda atılmaktadır (Tuna, 2018). Bebek

zihninde oluşturduğu kayıp senaryosunda babayı sorumlu olarak görür; kısaca bebeğin zihninde babanın temsil ettiği herhangi bir nesne anne figüründen bebeğe verilemeyen doyum ve sevgiyi ifade etmektedir. Bu durumda kıskançlık duygusunun ilk objesinin meme olduğu kanıtlar niteliktedir. Sonuç olarak Klein, Ödipal dönemde yaşanan kıskançlık duygusunu tanımlama noktasında risk alarak ikili ilişkiye indirgemiş ve “birleşik ebeveyn” (anne ve baba) nesnesini kabul etmiştir (Tuna, 2018).

Kıskançlığın bireyin içselleştirdiği yetersizlik ve kendine acıma duyguları ile ilintili olduğunu belirten psikanalist Harry Stack Sullivan, tıpkı Frued gibi kıskançlığın temelinde paranoyanın olduğunu savunmasına karşın sanrısız kıskançlığının altında yatan homoseksüel eğilimlerini reddetmiş ve kişilik gelişimi noktasında bireyleri bulundukları sosyal ve kültürel etkilerden bağımsız ele alması noktasında Freud'u eleştirmiştir. Kişilik oluşumunu, biyolojik etmenlerden bağımsız, içgüdülerden yoksun kişilerarası davranış örüntüleri ile açıklayan Sullivan, kıskançlık duygusunun kendilik sistemini sembolize eden özgüven ile bağdaştırmaktadır (Üstdağ, 2019). Ona göre kişinin yakın ilişkilerde kendini yerleştirdiği statüyle ilintili olan özgüven kavramı bireylerin kıskançlık davranışı ile ters orantılı olarak işlemektedir. Söz gelimi özgüven düzeyi düşük olan bireylerde kaybetme korkusu ve kıskançlık eğilimleri yüksek olarak görülürken özgüven düzeyi yüksek olgunlaşmış bireylerde bu durum tam tersine daha pasifize halde bulunmaktadır.

Kendililik tanımının tehdit altında olduğu sinyaliyle ortaya çıkan kıskançlık duygusunun, İhtiyaç duyulmaya olan ihtiyacının karşılanmaması sonucu ortaya çıktığını savunan Parrot, kurduğumuz ilişkileri kendilik tanımımız üzerinden şekillendirdiğimizi ve tercih ettiğimiz partnerimizin bize ihtiyaç duymaması ya da bir başka kimseyi tercih etmesi durumunda yaşanacak olan kaybın bireyin yalnızca partnerini kaybetmesine yönelik olmadığını aynı zamanda kendilik yitimine neden olan bir kayıp hissiyatı olduğunu belirtmiştir (Demirtaş, 2004). Dikkatini ilişkisine yönlendiren bireyler eşleri ve olası rakibin davranışlarını çözümleme ve şüpheyne neden olabilecek kanıtlar aramaya başlarlar ve kendilerini rakip gördükleri kişi ile kıyaslamaya girerler (Öner, 2020).

Kıskançlık kavramını antropolojik araştırmalar ile destekleyen Margaret Mead, kıskançlığın temelinde “kendine saygıyı tehdit eden bir tehlikeye verilen tepki” nin yattığını öne sürmüştür (Demirtaş, 2004). Bu görüşünü toplumların eş seçimleri

üzerinde yaptığı sayısız sosyolojik araştırmalara dayandıran Mead, kadın ve erkeklerin kıskançlık davranışlarının biyolojik cinsiyetten bağımsız sosyalizasyon sürecinde benimsenen toplumsal rollerin (kadınsılık/erkeksilik) bir sonucu olarak ortaya çıktığını savunmuştur (Demirtaş, 2004). Yaptığı araştırmalar ile bu durumu örneklendiren Mead, İlk gece hakkının lordlara verildiği eş değiştirmeli kültürlerde erkeklerin yaşadıkları rahatsızlık durumunun altında yatan sebeplerin eşlerini lord ile paylaşma kıskançlığından ziyade lordun kendilerinden statü olarak güçlü olması temeline dayandığını belirtmiştir (Haviland vd., 2008). Bir benzer durum ise çok eşliliğin hakim olduğu bölgelerde yaşayan kadınların statülerini yükselttikleri görüşüne inançlarından ötürü eşlerine ikinci ve üçüncü eş seçimi arayışında bulunmaları noktasında da görülmektedir.

3.1.7. Aldatmanın Sınıflandırılması

Aldatma, “partnerler arasındaki anlaşma ve güvenin, başka bir bireyin duygusal, cinsel ya da romantik biçimde ilişkiye dahil olmasıyla bozulması” şeklinde ifade edilebilir (Sağdıç, 2018).

Literatür incelendiğinde aldatmanın sınıflandırılmasına yönelik pek çok araştırmanın mevcut olduğu görülmektedir. Aldatma kavramını psikanalitik çerçeveden ele alan “Stearn, aldatma eğilimini; enestöz obje olarak eş, süperegoyla savaş, biseksüelliğin ifadesi, ortak yaşama karşı savunma olarak sınıflandırılmaktadır.” (Tortamış, 2014).

Humphrey (1987) aldatma kavramını; aldatma eyleminin süresi, çiftlerin duygusal yoğunlukları, cinsel doyum, ilişkinin gizli veya açık oluşu, çiftlerin cinsel yönelimleri ve ilişki kavramına yönelik tutumları olmak üzere altı ölçüt üzerinden ele almıştır (Humphrey, 1987).

Aldatma eylemini travmatik yaşantı temeline dayandıran Lusterman (1998), her aldatma eyleminin kendine has problemleri olduğunu belirtmiş ve aldatma kavramını; tek gecelik aldatma, flört etme temelli aldatma ve ilişkiler bağlamında aldatma olarak üç kategoride ele almıştır (Lusterman, 1998).

Brown (2001) aldatma eğiliminin nedenlerini; çatışmadan kaçınma, cinsel bağımlılık, duygusal boşluk, terk edilen ilişki, yakınlıktan kaçınma olmak üzere beş kategori üzerinden açıklamıştır.

Çatışmadan kaçınma: Genellikle evliliğin başlarında yaşanan kısa süreli olan bu aldatma türünde eşlerden biri, diğer eşe nazaran daha memnuniyetsiz ve tatminsizdir. Mutsuzluğa yönelik gizil duygular büyümektedir. Çatışmadan kaçınan eş, “beni önemse” temelli problemlerini eş ile paylaşmaz ve anlaşılmayı bekler (Brown, 2001).

Cinsel bağımlılık: Devamlı aynı partnerle yaşanan cinsel birliktelik, eşlerin cinsel yaşamlarının sıkıcı ve monoton olmasına yol açabilmektedir. Bu aldatma türü genellikle evli ve düzenli ilişki yaşayan çiftlerde görülmektedir. Cinsel bağımlılığın neden olduğu rahatsızlık hissini yaşayan eş, ilişki dışı cinsel yakınlık kurduğu kişilere yönelmektedir. Cinsel bağımlılık, kişilerin güç ve takdir ihtiyacına yönelik doyumsuzluğuna da neden olmakta ve daha çok erkek partnerlerde görülmektedir (Brown, 2001).

Duygusal boşluk: Kişilerin duygusal anlamda yaşadıkları boşluk sonucu ortaya çıkan bu aldatma türünde, çiftler yatırım yaptıkları ilişkinin huzuru adına bireysel gereksinim ve isteklerini ertelerler. İlişkide göz ardı edilen bu durum, yaşanamayan duygusal doyumun bir başka kişiyle tatmin edilmesine neden olmaktadır. Genellikle erkeklerde görülen bu aldatma türünde tutku ön plandadır. Aldatan eş çoğu zaman ilişki içerisinde olduğu eşi ve ilişki dışı partneri arasında bocalama yaşamaktadır. İkiyemde kalan eş istemsizce idare etme eylemine sürüklenir. Ayrıca bu aldatma türünde en sık karşılaşılan cümle “Eşimi seviyorum ama ona da çok aşığım” şeklindedir (Brown, 2001).

Yakınlıktan kaçınma: Eşlerin duygusal tahribat yaşamaktan çekinmeleri sonucu ortaya çıkan bu aldatma türü, çoğunlukla genç çiftlerde rastlanmaktadır. Kavgı ve çatışmaların sıkça görüldüğü bu aldatma türünde, çiftlerin temel çatışma kaynağı duygusal ve cinsel yakınlık kuramama problemidir. Karşı eş tarafından anlaşılmadığını düşünen eş, özgürlüğünün kısıtlanmaması adına yakınlıktan kaçınarak aldatma eylemine meyilli hale gelmektedir (Brown, 2001).

Terk edilen ilişki: Bu aldatma türünde eşlerden biri ilişkiye yönelik inancını kaybetmiştir ve ilişkiyi sonlandırma arzusundadır. İlişki içerisinde yaşanan en ufak problemi dahi nihayete ulaştırmak istemez. Çoğunlukla bu tür aldatmaya mensup ilişkilerde onarıcı destek, zor hatta kimi zaman imkansız haldedir. Bu durum aldatılan eşin “beni kaybetmeyi göze almış”, “evliliğimizi bu hale getiren o” tarzı söylemleriyle aldatan eşi suçlu görmesinden ileri gelmektedir (Brown, 2001).

Kimi araştırmacılar ise aldatmayı “fiziksel, duygusal ve sanal aldatma” olarak üç grupta ele almışlardır (Özkul, 2018). Duygusal aldatma, kişinin süre gelen ilişkisine rağmen farklı birine karşı aşk ve sevgi hissetmesi, bir başkasıyla özel paylaşımları içerirken; Fiziksel aldatma ise kişinin mevcut ilişkisi dışında başka kişilerle cinsel ilişkiye girme, sarılma, öpüşme veya dokunma gibi fiziksel paylaşımlarda bulunması durumudur. Nispeten daha net olan duygusal ve fiziksel aldatmanın yanı sıra sanal aldatmada anonimlik esastır (Yıldırım, 2019)

3.1.7.1.Aldatmanın nedenleri ve sonuçları

Alanyazın incelendiğinde aldatma eylemini etkileyen etmenler üzerine pek çok araştırma yapıldığı gözlemlenmiştir. İlişkilerde yaşanan sadakatsizlik üzerine araştırmalar yapan Lusterman (1998) kişilerin aldatma eylemlerinin temelinde yatan on beş ayrı neden olduğunu tespit etmiştir. Bu nedenler; Duygusal birlikteliği anlamamak, Çiftler arası problem çözme becerilerinde yaşanan sıkıntılar, duygu ve gereksinimleri aktarmada yaşanan yetersizlik, karşı bireyin ilgi ve ihtiyaçlarını önemsememe, kültürel ve etnik ayrışmalar yaşanması, mevcut ilişkinin doğasına ters realist olmayan beklentiler, ilişki yaşanan kişiyi yeterince tanımamak (cinsel istekleri, ilişkiden beklentileri vb.), Eşlerin farklı gelişim dönemi içerisinde olmasının sonucu yaşanan hayal kırıklığı, duygusal boşluk hissi (ilgisizlik ve bu ilgisizliği başka kişide arama ihtiyacı), cinsel bağımlılık, cinselliğe yönelik fazla merak, bıkkınlık, çift kavramına yönelik yaşanan duygu kaybı (heyecan, tutku, eğlence vb.) ve gündelik yaşamı kapsayan sorumlulukları yerine getirmeye çalışırken karşı bireyi ihmal etmek (Lusterman, 1998).

Aldatma temelli yaşanan çatışma yalnızca eşler arasında değil ilişkinin sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışan içgüdüsel dürtüler arasında da gerçekleşmektedir. “Aldatmak ve aldatmamak” bireyin çekici alternatifine karşı göstermiş olduğu tepki; etik değerlerin kişinin eğilimleri ile savaşıması; vicdani veya toplumsal sorgulamalara düşmek aldatma eğiliminde olan kişinin ve aldatılma eşğinde olan ilişkinin temel dinamiğini sarsan bir çatışma halidir (Kubat, 2012).

“Birey, bir savunma mekanizması olarak aldatmayı kendisine kanıt olarak seçme girişiminde bulunabilir. Sevilmediğini hissettiği bir ilişkiye sevillebilir bir kişi olduğunu kanıtlamak için yasak bir ilişki kurabilir” (Özgüven, 2000). Psikanalitik yaklaşım bu

durumun temel sebebini bireylerin çocukluk dönemi yaşantılarında yaşadıkları ödipal çatışma ile açıklamaktadır (Müezzinoğlu, 2014).

Psikanalitik yaklaşımın aldatma eylemi ve eğilimi incelemeleri, “Oedipus ve Electra kompleksleri uygun biçimde çözümlenemediğinde” (Freud, 2020) bilincin isteği dışında gerçekleşen bir aldatma eylemine sürüklendiğini ve cinsel ilişkinin tatmini için seçilmiş bir tercihe dönüştüğünü belirtmektedir. Tamamlanmamış çocukluk komplekslerinin sebep olduğu bu tercihin Freudyen yaklaşıma göre “daha düşük statü ve daha düşük değerde bir kişi arayışı” olduğu belirtilmiştir (Freud, 2020).

Kişilerin aldatma eğilimleri bağlanma stillerine göre değişiklik göstermektedir. Güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin aldatma eğilimleri incelendiğinde; duygusal aldatma sırasında cinsel aldatmaya nazaran daha çok zorlandıkları; bu sebeple aldatma eyleminden kaçınabildikleri sürece kaçındıkları gözlenmiştir (Tortamış, 2014). Güvenli bağlanma stiline sahip bireylerden farklı olarak kayıtsız bağlanan bireylerin, cinsel ve duygusal aldatma eylemlerinde “anonim” gecelik ilişkileri daha çok tercih ettikleri görülmüştür (Sağdıç, 2018).

Aldatma eğiliminin sebepleri üzerine yapılan araştırmalarda en önemli değişkenlerden biri ise cinsiyet olarak karşımıza çıkmaktadır (Kaya-Örk, 2021). Ancak kadın-erkek eşitsizliği gündelik hayatın ve tarih sahnelerinin her perdesinde görüldüğü gibi aldatma eyleminde de görüldüğü gözlenmektedir. 1960 ve 1970’li yıllarda yapılan araştırmalarda, çoğunlukla erkek bireyin aldatması halinde “ihamet” kavramı üzerinde durmaksızın erkeğin gafleti olduğu belirtilirken kadının aldatmasını ilişkiye vurulmuş derin bir ihamet darbesi olarak nitelendirmişlerdir (Kantarcı, 2009). Nitekim değişen ve dönüşen cinsiyet rolleri bu durumun törpülenmesini sağlamış, kadınların da ilişkileri boyunca partnerlerini aldattıklarının yeni bir buluş olmadığını fakat yeni yeni işlenebilen bir sonuç olarak karşımıza çıkabildiğini gözler önüne sermiştir (Müezzinoğlu, 2014).

Wiederman ve Hurd 1999 yılında 691 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları çalışmalarında ilişki esnasında başka bir kişi ile flört etme durumunun araştırmışlardır. Cinsiyet faktörünün aldatma sebeplerine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada erkeklerin oranı % 44,7 olarak tespit edilirken bu oran kadınlarda %39,5 olarak saptanmıştır (Wiederman ve Hurd, 1999). Cinsiyet ve aldatma üzerine yapılan bir başka araştırma ise

Glass ve Wright (1992)'ın evli çiftler üzerinde yaptıkları çalışmada kadınların aldatma eğilimleri yakınlık ihtiyacı ile yüksek korelasyonlar gösterirken bu durum erkeklerde kişisel ihtiyaçlar (değişiklik vs.) olarak tespit edilmiştir (Glass ve Wright, 1992).

Aldatma nedenlerini cinsiyet bağlamında açıklayan Norment (1998) kadın ve erkeklerin aldatma nedenlerini ayrı ayrı ele almıştır. Ona göre erkekler; Yenilik arayışı, heyecan, intikam, yetersizlik hissi, duygusal boşluk ve anlık tatmine yenik düşme iken kadınlar da bu durum; Özsaygı düzeyini yükseltmek, ilgisizlik, romantizm, daha zengin ya da daha statü sahibi biriyle birlikte olma isteği, bitmeyen sorumluluklardan kaçma arzusu intikam ve cinsel tatminsizlik olarak gözlemlenmektedir (Norment, 1998).

Yapılan araştırmalara göre aldatma eyleminde bulunmuş kişilerin sonraki ilişki tecrübelerinde de aldatma eğilimi gösterdikleri; daha önce aldatma eyleminde bulunmamış diğer bireylere oranla tekrar aldatma ihtimallerinin üç kat fazla olduğu gözlenmiştir (Özkul, 2018). Bu bilgiye ek olarak aldatma eylemine karşı tepkisiz kalan bireylerin aldatma eylemini bir kalıcı bir tutum haline adapte etmeye eğilimli oldukları eklenmiştir (Toplu-Demirtaş, Dolunay-Cuğ ve Tezer, 2014).

Affetme üzerine yapılan araştırmalarda, aldatma eylemi kabul edilemez ve affedilmez bir eylem olarak kabul görmüş olup kişiler arası konuşmalar ve romantik ilişki içerisinde olan bireylerin karşılıklı farkındalığı neticesinde, bireyler arasında aldatmayı gerçekleştiren kişinin duyduğu pişmanlık ve acı aldatılan kişinin karar evresinde olumlu yaklaşımlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Aldatan kişinin öznel çabanın affetme eğilimini olumlu yönde yordadığı gözlemlenmektedir (Eker, 2019).

Aldatma sonucunda biten ilişkilerin yanı sıra birbirini affeden çiftlerin olduğu da gözlenmektedir. Bu durumun çeşitli sebepleri olmakla birlikte, barışmanın, çiftler arasındaki uyumun oranıyla doğru orantılı olduğu söylenebilir. Çiftler arasındaki iletişimin, ortak alanların, empati düzeyinin oranıyla affetme/affedilme oranı birbiriyle bağlantılıdır (Eker, 2019).

3.1.8. Aldatma ve Sosyal Medya

Yapılan araştırmalarda “güven” inşa edilen birlikteliklerin temelini oluşturan, aile kavramının yapı taşı olan bir kavram olarak tespit edilmiştir. Bundan ötürü romantik ilişkilerde aldatma en affedilemez unsur olarak görülmektedir. Sosyal medyanın insan

hayatına girmesi ile birlikte değişen mahremiyet algısı insanların davranışlar hususunda değişimler yaşamasına ve yeni kalıplar oluşturmalarına neden olmuştur. Aldatma eğiliminin dönüşmesi ilişkilerdeki güven unsurunu zedelemiş ve ahlaki olmayan görsellerin paylaşımını kolaylaştırır hale gelmiştir (Cerrah, 2016). Sosyal medyanın işleyişi açısından bakacak olursak gündelik hayatta karşılaşmayacak kişilerin kendilerini arzuladıkları biçimlerde tanıtılabilmeleri ve fiziksel, sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan farklı olarak tanıtılma fırsatı elde etmeleri sağlanmıştır (Güleç, 2018).

Kapitalist zamana özgü ve incelikle gözlenmiş yeni bir ilişki ve iletişim ortamı kurgulayan sosyal medya; hızlı, sanal, kolay, ulaşılabilir, “mobil” flört ve arkadaşlık imkanı sağlayarak birbirine yabancı; yavan; fakat yaygın ilişki şekillerini oluşturmuştur (Öztat, 2019).

Sosyal Medya iletişiminin doğurduğu bariz sonuçlardan biri olarak konu alanımıza giren ilişkiler, bu platformlarda başlayıp devam eden mecruh bir kamu sorunu haline gelmiştir. Duygusal ilişkilerin her gün daha çok arttığı sosyal medya platformları, optimum düzeyde beraberlikler oluşturarak, kullanıcı kişilere geleneksel tanışma imkanlarından daha fazlasını sunmaktadır. Bu durumda statü, lokasyon, yaş ve cinsiyet ayrımı veya zorlukları olmaksızın birlikte vakit geçirme olanağı yaratılmış durumdadır (Öztat, 2019).

İlişkilerin bu denli hızlı şekillenmesi ve kolay ulaşılabilir olması; doyumsuz hazcılığın güçlenmesini sağlamaktadır. Bu durumda partnerlerin ilişkilerindeki sorunlardan veya bulundukları huzursuz ortamlardan kaçma veya heyecan arayışlarının tatmini noktasında vardıkları noktada sosyal medya yönlendirici bir rol oynamaktadır (Aluç, 2007).

Modernleşme hareketi ile ortaya çıkan yeni iletişim mecraları yakın ilişkilerde zorlanan bireyler tarafından büyük bir ilgi odağı haline gelmiştir. Zaman ve mekan kavramlarının soyutlaşmasıyla bireyler arası iletişimi sürekli hale getiren bu mecraların hedef kitlesi, yeni teknoloji ile yetişen bireyler olarak görülmektedir (Düvenci, 2012). Bahsi geçen bu bireyler teknoloji ile iç içe büyümüş olan Y kuşağıdır. Y kuşağına mensup genç yetişkinler sanal dünya ile fazlasıyla içli dışlı olmaları neticesinde internet ortamlarının sunduğu tüm imkanları kullanabilmiş, sosyal mecralarda yaşadıkları ilişkileri, gündelik hayattan bağımsız bir şekilde sürdürülebilir ilişkilere evirmişlerdir. günlük hayatta

karşılaştıkları sosyal ve duygusal ilişkilerde kendilerini ifade etme konusunda zorluk yaşayan Y kuşağı sosyal medya ile ilk defa kendisine güvenli bir romantik ilişki düzlemi yaratmış oldu (Kılıç, 2020). Gündelik yaşantılarını doğası gereği sürekli yeniden üretilen sanal dünyalara taşıyan bu kuşak, alışkanlıklarını, dillerini, üsluplarını, yeni bilişsel haritalarının oluşumlarını ve sosyal kimliklerini sosyal mecraların bir er uzantısı haline getirmişlerdir. Dolayısıyla bireyler sanal kimliklere bürünmüş, ve alternatif bir dünya yaratmışlardır (Shirley ve Tomas, 1992).

Sosyal mecra ortamı ile tanışan genç yetişkinler iç dünyalarında bulunan duygusal yetersizliklerini kamufle etmek için sosyal platformları amaçlarının dışında ve kontrolsüz kullanarak içinde bulundukları romantik ilişkilerinde aldatma eğiliminde bulunabilmektedirler (Dursun, 2019).

Genç yetişkinler ile yapılan araştırmalarda; Instagram ve facebook gibi pek çok sosyal medya platformlarının duygusal yakınlık kurdukları partnerleri ile yaşadıkları ilişkilerine olumsuz etki ettiği ve aldatmaya meyilli olan partnerin sosyal mecra da daha uzun süre vakit geçirdiği tespit edilmiştir (Önder, 2019).

Çevrimiçi ilişkilerin sosyal medyada geçirilen zaman ile doğru orantılı olarak artış gösterdiği gerçeği geleneksel ilişki biçimlerinin, dönüşen dijital çağla birlikte yozlaşıp, zamanla sadece aldatma konularında değil tanışma ve birlikteliği başlatma; evlilik gibi ciddi kararlar alınmasında da önemli rol oynadığı görülmektedir. Kişi ilgi duyduğu şeye karşı bağımlı olmaya başlamaktadır (Tiryaki, 2018).

“Kapitalizmin kültürel görüngüleri bağlamında, aşk ideolojisi ve tüketim arasındaki bağ, kapitalizmin yükseliş sürecinin odak noktasında yer almaktayken” (Tapan, 2019) sosyal medya ile kapitalizm ilişkisi aşkın ve ilişkilerin amiyane bir konuma düşmelerini sağlamıştır.

İlişki doyumunu sınırda yaşayan bireyler kaçışı sosyal mecralarda aramaktadırlar. İlişki içerisinde yaşadıkları olumsuzluklardan kurtuluş amacıyla sosyal medyanın gizlilik doğasına kendilerini bırakmayı cazip bir yöntem olarak görmektedirler. İlişkileri içerisinde edinemedikleri kabul ve tatmini görmeyi hedeflerler (Güleç, 2018).

Sosyal medya ekseninde oluşturulan ilişkiler gerçeklikten uzak nitelikler taşır. Yüz yüze iletişim üzerine kurulmamış bu ilişkiler bireyin gerçek kimliğini, kişilik

özelliklerini belli ölçülerde sakladığı ve kendine yeni sanal karakterler oluşturduğu ilişkilerdir. Gerçek dışı yaşanan sanal ilişkilerde bireyler arası gizlilikler neticesinde bu ilişkiler samimiyet ve gerçeklikten çok uzaktır (Yıldırım, 2019).



4. YÖNTEM

4.1. Çalışma Evreni

Konya ili ve merkez ilçeleri' inde (Selçuklu, Meram ve Karatay) yaşayan 18-50 yaş arası kadın ve erkek bireylerdir.

4.2. Örneklem Grubu

Çalışma evrenini en iyi şekilde temsil edebilmesi açısından, her merkez ilçeden 20 erkek 20 kadın birey seçilecek olup toplamda 120 kişi örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmanın örnekleme, kota örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Evreni değişik kategorilere bölüp her kategoride bulunan elemanların sayısı ile orantılı, onları temsil eden gruplarla oluşturulmuştur. Yöntemin kullanılmasının sebebi, çalışma evrenin çok büyük olduğu için temsil gücünün yüksek olması amacıyla tercih edilmiştir.

4.3. Araştırma Modeli

Araştırma, farklı ilişki modeline sahip bireylerin aldatma eğilimlerinin sosyal medya bağlamında incelenmesi amacıyla tarama yöntemi kullanılarak yapılan nicel bir araştırmadır. Nicel araştırmalar, sayısal olarak ölçülebilen donelerin istatistiksel çözümlemeleri aracılığıyla sosyal olguları irdeleyen ve bu olgular arasındaki sebep sonuç ilişkilerini ortaya koyarak sosyal düzenin kanunlarını deşifre etmeyi amaçlayan araştırmalar olarak değerlendirilmektedir (Büyüköztürk vd., 2008). Araştırmamızda veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Covid-19 nedeniyle yapılan anket çalışmaları “Google Forms” üzerinden uygulanmıştır.

4.4. Veri Toplama Araçları

4.4.1. Kişisel Bilgi Formu

Çalışma grubunu oluşturan bireylerin demografik olarak; cinsiyet, yaş, ilişki durumu, eğitim düzeyi, hayata bakış açısı, çocuk sahibi olma durumu ve gelir düzeyi değerlendirilmektedir. Yapılacak olan çalışma bireylerin sosyal medya kullanımının aldatma davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçladığı için sonuçlara ulaşmak adına kullanılacak ölçekler (gerekli izinler alınmıştır.)

4.4.2. Aldatma Eğilimi Sebepleri Ölçeği (AESÖ)

Aldatma eğilimlerinin sebeplerinin değerlendirildiği bu ölçek Kemal Er, Fatih Bal ve Haydeh Faraji (2020) tarafından geliştirilmiştir. “7” alt boyut “57” soru maddesi ve “16” adet demografik sorulardan oluşan bu ölçekte araştırmanın güvenilirliği Faktör Analizi (KFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile sağlanmıştır. Araştırma sorularında “katılıyorum”, “katılmıyorum” ve “kısmen katılıyorum” ifadelerinin yer aldığı 3’lü Likert ölçek kullanılmıştır.

4.4.2.1. Ölçeğin 7 Alt Boyutu

1. Partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler: partner yönelik eski duyguların olmaması, zorla evlendirilme durumunun olması ya da partnerin ilgisiz tavırları.
2. Cinsellik ile ilgili sorunlar: partnerin isteksizliği, partnere yönelik eski cinsel isteğin olmaması, cinsel işlev bozuklukları, cinselliğe yönelik geleneksel bakış açısı ile bakılması ve değişikliklere açık olunmadığı durumlar.
3. Stres Yaratan Sebepler: Çiftler arası diyaloglarda eşlerden birinin ya da her ikisinin stres ve zorlayıcı faaliyetlerde bulunması durumu, kıskançlık kısıtlayıcılık gibi.
4. Farklı ilişki: partneri dışında başka biri ile olma isteği, monotonlaşmış ilişkiye oyun getirme isteği gibi
5. Riski meşrulaştırma: problemin olası zararlarını tolere etme kabullenme ya da kabul ettirme davranışı.
6. Partnere karşı olumsuz tutumlar: ilişkinin ilk dönemlerinde kabul edilebilir davranış duygu ve tutumların pozitif etkisinin negatife doğru evrilmesi süreci
7. Kültürel çevre etkisi: bireylerin sosyolojik alanları ve buna yönelik aldatma davranışına atfettikleri anlamlar.

4.4.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

18-60 yaş grubu içerisindeki yetişkin bireylerin sosyal medya bağımlılığının değerlendirildiği bu ölçek Cengiz Şahin ve Mustafa Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. Araştırma sorularında “bana hiç uygun değil”, “bana uygun değil”, “kararsızım”, “bana uygun” ve “bana çok uygun” ifadeleri ile değerlendirildiği 5’li

Likert ölçeğın kullarıldığı ölçekte, “sanal tolerans” ve “sanal iletişim” olmak üzere 2 alt boyut bulunmaktadır. 29 maddeden oluşan anket sorularında 4 alt boyut çerçevesinde değerlendirilmiştir. sanal toleransa yönelik maddeler 1.-5. maddeleri kapsarken, 6.-14. maddeler sanal iletişim boyutunu temsil etmektedir. Ayrıca 15.-23. maddeler sanal problemleri ve 24- 29. maddeler ise sanal bilgilenme alt boyutlarını temsil etmektedir. Ölçekteki soruların tamamı olumlu özellik taşır.



5. BULGULAR

Bu araştırma, sosyal medya bağlamında aldatma sebeplerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaç kapsamında sosyal medya kullanan 60 kadın ve 60 erkek olmak üzere toplam 120 bireye ulaşılmıştır. Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve aldatma eğilimi sebeplerine yönelik toplanan veriler, bilgisayar ortamına aktarılarak SPSS-22 istatistik programında kodlanmıştır. Yapılan her analiz tablolara dönüştürülmüş ve bu bölümde sunulmuştur.

Yapılan analizlerde ilk olarak araştırmaya katılan bireylerin demografik bilgilerine ait frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır. Ayrıca, araştırma verilerinin normal dağılım varsayımını karşılama durumu incelenmiştir. Yapılan bu inceleme, çarpıklık ve basıklık değerlerinin referans alınmasıyla yürütülmüştür.

Araştırma verileri normal dağılım gösterdiği için araştırma amaçlarına yönelik analizler parametrik yöntemler kullanılarak yapılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi sebepleri cinsiyet ve çocuk durumuna göre incelenirken bağımsız gruplar t testi; yaş grubu, eğitim durumu, ilişki durumu, gelir düzeyi ve hayata bakış açısına göre incelenirken ise tek yönlü anova analizi kullanılmıştır. Tek yönlü anova analizinde meydana gelen anlamlı farklar ise post-hoc testlerinden Tukey testi ile incelenmiştir. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ve aldatma eğilimi sebepleri arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir.

5.1. Demografik Bilgilere Yönelik Bulgular

Bu araştırma, sosyal medya bağlamında aldatma sebeplerini incelemek amacıyla 60 kadın ve 60 erkek olmak üzere toplam 120 kişinin katılımı ile yürütülmüştür. Ayrıca, katılımcılar 30 evli, 30 nişanlı 30 sevgili ve 30 flört sahibi olacak şekilde seçilmiştir. Katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin verilerin frekans ve yüzde değerleri hesaplanmış ve Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri

Değişken	Grup	<i>f</i>	%
Cinsiyet	Kadın	60	50.0
	Erkek	60	50.0
Yaş Grubu	18-25 yaş	98	81.7
	26-35 yaş	12	10.0
	36-50 yaş	10	8.3
Eğitim Durumu	Lise	16	13.3
	Önlisans	17	14.2
	Lisans	76	63.3
	Lisansüstü	11	9.2
İlişki Durumu	Evli	30	25.0
	Nişanlı	30	25.0
	Sevgili	30	25.0
	Flört	30	25.0
Gelir Düzeyi	Düşük	13	10.8
	Orta	100	83.3
	Yüksek	7	5.8
Çocuk Durumu	Evet	19	15.8
	Hayır	101	84.2
Hayata Bakış Açısı	Muhafazakar	52	43.3
	Liberal	21	17.5
	Solcu	22	18.3
	Sağcı	25	20.8
Toplam		120	100.0

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin veriler Tablo 1’de özetlenmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin %50.0’si (60 kişi) kadın ve %50.0’si (60 kişi) ise erkektir. Ayrıca, katılımcıların %81.7’si (98 kişi) 18-25 yaş, %10.0’u (12

kişi) 26-35 yaş ve %8.3'ü (10 kişi) ise 36-50 yaş aralığındadır. Katılımcıların %13.3'ü (16 kişi) lise, %14.2'si ise (17 kişi) lisansüstü, %6.3'ü (76 kişi) lisans ve %9.2'si (11 kişi) ise lisansüstü mezunudur. Ek olarak, katılımcıların %25.0'i (30 kişi) evli, %25.0'i (30 kişi) nişanlı, %25.0'i (30 kişi) sevgili ve %25.0'i (30 kişi) ise flört sahibidir. Katılımcıların %10.8'i (13 kişi) düşük, %83.3'ü (100 kişi) orta ve %5.8'i (7 kişi) ise yüksek gelir düzeyine sahiptir. Buna ilaveten, katılımcıların %15.8'i (19 kişi) çocuk sahibi iken %84.2'si (101 kişi) çocuk sahibi değildir. Son olarak, katılımcıların %43.3'ü (52 kişi) muhafazakar, %17.5'i (21 kişi) liberal, %18.3'ü (22 kişi) solcu ve %20.8'i (25 kişi) ise sağcı olarak hayata bakış açısını belirtmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların aldatma bilgileri

Değişken	Grup	f	%
Duygusal Aldatılma	Evet	50	41.7
	Hayır	70	58.3
Fiziksel Aldatılma	Evet	36	30.0
	Hayır	84	70.0
Duygusal Aldatma	Evet	17	14.2
	Hayır	103	85.8
Fiziksel Aldatma	Evet	4	3.3
	Hayır	116	96.7
Ebeveynlerde Aldatma Durumu	Evet	6	5.0
	Hayır	114	95.0
Tercih Edilen Birliktelik Türü	Resmi nikah	26	21.7
	Nikahsız aynı evde	9	7.5
	Resmi ve imam nikahı	72	60.0
	Nikahsız ayrı evlerde	13	10.8
Aldatma Tanımı	İç dünyada başka birine arzu	49	40.8
	Başka birine ilgi, sevgi ve zaman ayırma	67	55.8
	Başka bir kişiyle cinsel birliktelik	4	3.3
Toplam		120	100.0

Araştırmaya katılan bireylerin aldatma davranışına yönelik bilgileri Tablo 2’de özetlenmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların %41.7’si (50 kişi) duygusal olarak aldatılmışken %58.3’ü (70 kişi) ise duygusal olarak aldatılmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, katılımcıların %30.0’u (36 kişi) fiziksel olarak aldatılmış olduğu tespit edilirken %70.0’inin (84 kişi) ise fiziksel olarak aldatılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %14.2’si (17 kişi) partnerini duygusal olarak aldatmışken %85.8’i (103 kişi) duygusal olarak aldatmamış olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, katılımcıların %3.3’ü (4 kişi) partnerini fiziksel olarak aldatmış iken %96.7’si (116 kişi) ise fiziksel olarak aldatmamış olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların tercih ettikleri birliktelik türüne yönelik sonuçlar neticesinde bireylerin %21.7’sinin (26 kişi) resmi nikahlı birlikteliği tercih ettiği görülürken %7.5’inin (9 kişi) nikahsız aynı evde yaşamı tercih ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca bireylerin %60.0’ının (72 kişi) hem resmi nikah hemde imam nikahını tercih ettiği gözlemlenmiş ve %10.8’i (13 kişi) ise nikahsız ayrı evlerde yaşamayı tercih ettiği tespit edilmiştir. Buna ilaveten, katılımcıların %40.8’i (49 kişi) aldatmayı iç dünyada bir başkasını arzulamak olarak tanımlarken %55.8’i (67 kişi) başka birine ilgi, sevgi, zaman ayırma ve %3.3’ü (4 kişi) ise başka bir kişiyle cinsel birliktelik olarak tanımlamıştır.

5.2. Araştırma Verilerinin Dağılımına Yönelik Bulgular

Sosyal medya kullanımı ile aldatma eğilimleri sebeplerine ait veriler analiz edilmeden önce verilerin dağılımı kontrol edilmiştir. Normallik kontrolleri Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testi kullanılarak yapılmaktadır (Büyüköztürk, 2010). Fakat sosyal bilimlerdeki normallik kontrolleri, yaygın olarak çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelenmesi ile kontrol edilmektedir (Yalçıntaş, 2019). Çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım varsayımını karşılamasında kullanılan farklı referanslar vardır. Büyüköztürk (2010)’e göre çarpıklık ve basıklık sayılarının -1 ile +1; Tabachnick ve Fidell (2013)’e göre -1,5 ve +1,5; George ve Mallery (2010)’ye göre ise -2 ile +2 değerleri arasında yer alması normal dağılıma işarettir.

Tablo 3. Verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri

Ölçek	Boyut	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı	Toplam	-.07	-.50
	Sanal Tolerans	-.27s	-.17
	Sanal İletişim	-.06	-.84
Aldatma Eğilimi Sebepleri	Toplam	.63	.11
	Partnerden Uzaklaşma	.35	-1.06
	Cinsellik	1.24	.80
	Stres	1.17	.76
	Farklı İlişki	-.03	-1.05
	Riski Meşrulaştırma	.19	-1.68
	Partnere Olumsuz Tutum	.69	-.20
	Kültürel Çevre	.83	-.47

Çarpıklık ve basıklık değerlerine yönelik incelemelerin bulunduğu Tablo 3'te, katılımcıların hem sosyal medya bağımlılığı hem de aldatma eğilimi sebeplerine ait verilerin normal dağılıma uygun olduğu tespit edilmiştir. Verilerin normal dağıldığı araştırmalarda, parametrik analiz yöntemleri kullanılarak analizler yapılmaktadır (Kul, 2014). Bu sebeple araştırmada bağımsız gruplar t testi, tek yönlü anova analizi ve pearson korelasyon analizi gibi parametrik testler kullanılmıştır.

5.3. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Bulgular

Araştırma amacı kapsamında katılımcıların sosyal medya bağımlılığı demografik değişkenlere göre incelenmiştir. Bu incelemelerde, cinsiyet ve çocuk durumuna göre analizler bağımsız gruplar t testi; yaş grubu, eğitim durumu, ilişki durumu, gelir düzeyi ve hayata bakış açısına göre analizler ise tek yönlü anova analizi kullanılmıştır.

Tablo 4. Sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Kadın	60	2.65	.69	148	.77	.45
	Erkek	60	2.55	.81			
Sanal Tolerans	Kadın	60	2.88	.73	148	.68	.50
	Erkek	60	2.78	.81			
Sanal İletişim	Kadın	60	2.37	.74	148	.77	.44
	Erkek	60	2.26	.91			

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre incelendiği tablo 4'ten hareketle; toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p>.05$).

Tablo 5. Sosyal medya bağımlılığının yaş grubuna göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	18-25 yaş	98	2.58	.59	12.95	.000	2>1,3 1>3
	26-35 yaş	12	3.35	.92			
	36-50 yaş	10	1.87	1.13			
Sanal Tolerans	18-25 yaş	98	2.84	.63	11.84	.000	2>1,3 1>3
	26-35 yaş	12	3.46	.91			
	36-50 yaş	10	1.99	1.12			
Sanal İletişim	18-25 yaş	98	2.27	.69	11.47	.000	2>1,3 1>3
	26-35 yaş	12	3.20	.95			
	36-50 yaş	10	1.71	1.16			

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığının yaş grubuna göre incelendiği tablo 5'ten hareketle; toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında anlamlı fark bulunduğu tespit edilmiştir ($p<.05$).

Yaş grubuna göre meydana gelen farkın yönünü bulabilmek için post-hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında 26-35 yaş grubundaki katılımcıların puanı 18-25 yaş ve 36-50 yaş grubundan anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, 18-25 yaş grubundaki katılımcıların puanı 36-50 yaş grubundan anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu bağlamda araştırmaya katılan 18-25 yaş grubuna mensup bireylerin sosyal medya bağımlılığının, örneklem içerisinde bulunan diğer yaş gruplarından daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6. Sosyal medya bağımlılığının eğitim düzeyine göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Lise	16	2.45	.84	6.28	.001	4>1,2,3
	Önlisans	17	2.52	.59			
	Lisans	76	2.52	.70			
	Lisansüstü	11	3.47	.69			
Sanal Tolerans	Lise	16	2.69	1.00	3.92	.01	4>1,2,3
	Önlisans	17	2.94	.34			
	Lisans	76	2.73	.74			
	Lisansüstü	11	3.52	.78			
Sanal İletişim	Lise	16	2.16	.69	9.67	.000	4>1,2,3
	Önlisans	17	2.00	.89			
	Lisans	76	2.26	.75			
	Lisansüstü	11	3.41	.60			

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığının eğitim durumuna göre incelendiği tablo 6'dan hareketle; toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur ($p<.05$).

Eğitim durumuna göre meydana gelen farkın yönünü bulabilmek için post-hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında lisansüstü mezunu katılımcıların puanı lise, önlisans ve lisans

mezunu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu bilgiler ışığında lisansüstü eğitim mezunlarının sosyal medya bağımlılığının diğer eğitim düzeylerine sahip katılımcılardan daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 7. Sosyal medya bağımlılığının ilişki durumuna göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Evli	30	2.66	1.05	.53	.66	
	Nişanlı	30	2.45	.77			
	Sevgili	30	2.61	.47			
	Flört	30	2.67	.59			
Sanal Tolerans	Evli	30	2.80	1.03	1.08	.36	
	Nişanlı	30	2.68	.80			
	Sevgili	30	2.80	.58			
	Flört	30	3.03	.56			
Sanal İletişim	Evli	30	2.47	1.10	.83	.48	
	Nişanlı	30	2.17	.88			
	Sevgili	30	2.38	.46			
	Flört	30	2.23	.74			

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığının ilişki durumuna göre incelendiği tablo 7’den hareketle; toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p>.05$).

Tablo 8. Sosyal medya bağımlılığının gelir düzeyine göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Düşük	13	2.20	.19	3.35	.04	3>1
	Orta	100	2.62	.78			
	Yüksek	7	3.07	.55			
Sanal Tolerans	Düşük	13	2.74	.05	2.55	.08	
	Orta	100	2.80	.81			
	Yüksek	7	3.45	.70			
Sanal İletişim	Düşük	13	1.55	.37	7.14	.001	2,3>1
	Orta	100	2.39	.84			
	Yüksek	7	2.60	.42			

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığının gelir düzeyine etkisinin incelendiği tablo 8'den hareketle; sanal tolerans boyutunda anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat toplam puan ile sanal iletişim boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur ($p<.05$).

Gelir düzeyine göre meydana gelen farkın yönünü bulabilmek için post-hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, toplam puanda yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Sanal iletişim boyutunda, orta ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu bağlamda gelir düzeyi yüksek olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı oranının diğer gelir düzeylerine mensup katılımcılardan daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 9. Sosyal medya bağımlılığının çocuk sahibi olma durumuna göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Evet	19	2.71	1.34	148	.72	.48
	Hayır	101	2.58	.59			
Sanal Tolerans	Evet	19	2.83	1.32	148	.02	.99
	Hayır	101	2.83	.62			
Sanal İletişim	Evet	19	2.56	1.37	148	1.43	.16
	Hayır	101	2.27	.68			

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığının çocuk sahibi olma durumu ile ilişkisinin incelendiği tablo 9'dan hareketle; toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p>.05$).

Tablo 10. Sosyal medya bağımlılığının hayata bakış açısına göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Muhafazakar	52	2.64	.83	.78	.51	
	Liberal	21	2.76	.37			
	Solcu	22	2.49	.73			
	Sağcı	25	2.47	.82			
Sanal Tolerans	Muhafazakar	52	2.85	.82	.46	.71	
	Liberal	21	2.97	.45			
	Solcu	22	2.78	.73			
	Sağcı	25	2.71	.91			
Sanal İletişim	Muhafazakar	52	2.38	.95	1.08	.36	
	Liberal	21	2.51	.41			
	Solcu	22	2.14	.83			
	Sağcı	25	2.17	.80			

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığının hayata bakış açısı ile ilişkisinin incelendiği tablo 10'dan hareketle; toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p>.05$).

5.4. Aldatma Eğilimi Sebeplerine Yönelik Bulgular

Araştırma amacı kapsamında katılımcıların aldatma eğilimi sebepleri demografik değişkenlere göre incelenmiştir. Bu incelemelerde, cinsiyet ve çocuk durumuna göre analizler bağımsız gruplar t testi; yaş grubu, eğitim durumu, ilişki durumu, gelir düzeyi ve hayata bakış açısına göre analizler ise tek yönlü anova analizi kullanılmıştır.

Tablo 11. Aldatma eğilimi sebeplerinin cinsiyete göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Aldatma Eğilimi Sebepleri (Toplam)	Kadın	60	1.60	.48	148	-2.06	.04
	Erkek	60	1.79	.56			
Partnerden Uzaklaşmayı Oluşturan Sebepler	Kadın	60	1.64	.57	148	-2.73	.01
	Erkek	60	1.95	.68			
Cinsellikle İlgili Sorunlar	Kadın	60	1.48	.54	148	-2.35	.02
	Erkek	60	1.72	.58			
Stres Yaratan Sebepler	Kadın	60	1.43	.50	148	-1.73	.09
	Erkek	60	1.60	.62			
Farklı İlişki	Kadın	60	1.83	.60	148	-.89	.38
	Erkek	60	1.93	.57			
Riski Meşrulaştırma	Kadın	60	1.87	.74	148	.83	.41
	Erkek	60	1.76	.76			
Partnere Karşı Olumsuz Tutumlar	Kadın	60	1.56	.53	148	-2.61	.01
	Erkek	60	1.84	.62			
Kültürel Çevre Etkisi	Kadın	60	1.63	.66	148	-.34	.73
	Erkek	60	1.67	.68			

Katılımcıların aldatma eğilimi sebeplerinin cinsiyet değişkeni ile ilişkisinin incelendiği tablo 11'den hareketle; toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında erkeklerin puanı kadınların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p<.05$). Elde edilen sonuçlar ışığında erkek katılımcıların kadın katılımcılara nazaran cinsellik ile ilgili yaşanan sorunlar ve partnere yönelik olumsuz tutumlar neticesinde daha çok aldatma eğilimi gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak stres yaratan sebepler, farklı ilişki, riski meşrulaştırma ve kültürel çevre etkisi boyutlarında katılımcıların cinsiyet değişkeni ve aldatma eğilimi arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p>.05$).



Tablo 12. Aldatma eğilimi sebeplerinin yaş grubuna göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Aldatma Eğilimi Sebepleri (Toplam)	18-25 yaş	98	1.71	.56	1.28	.28	
	26-35 yaş	12	1.49	.32			
	36-50 yaş	10	1.83	.29			
Partnerden Uzaklaşmayı Oluşturan Sebepler	18-25 yaş	98	1.77	.62	9.80	.000	3>1,2
	26-35 yaş	12	1.42	.41			
	36-50 yaş	10	2.52	.53			
Cinsellikle İlgili Sorunlar	18-25 yaş	98	1.60	.61	.69	.50	
	26-35 yaş	12	1.48	.43			
	36-50 yaş	10	1.77	.29			
Stres Yaratan Sebepler	18-25 yaş	98	1.55	.61	1.07	.35	
	26-35 yaş	12	1.34	.27			
	36-50 yaş	10	1.37	.19			
Farklı İlişki	18-25 yaş	98	1.87	.57	2.69	.07	
	26-35 yaş	12	2.17	.78			
	36-50 yaş	10	1.60	.20			
Riski Meşrulaştırma	18-25 yaş	98	1.92	.77	5.95	.003	1>2
	26-35 yaş	12	1.29	.26			
	36-50 yaş	10	1.40	.47			
Partnere Karşı Olumsuz Tutumlar	18-25 yaş	98	1.71	.61	1.26	.29	
	26-35 yaş	12	1.47	.49			
	36-50 yaş	10	1.84	.35			
Kültürel Çevre Etkisi	18-25 yaş	98	1.72	.70	3.57	.03	1>3
	26-35 yaş	12	1.38	.36			
	36-50 yaş	10	1.25	.20			

Katılımcıların aldatma eğilimi sebeplerinin yaş değişkeni ile ilişkisinin incelendiği tablo 12'den hareketle; toplam puan ile cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında anlamlı düzeyde fark bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, riski meşrulaştırma ve kültürel çevre etkisi boyutlarında yaş grubuna göre anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<.05$).

Yaş grubuna göre meydana gelen farkın yönünü bulabilmek için post-hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler boyutunda 36-50 yaş grubundaki katılımcıların 18-25 yaş ve 26-35 yaş grubundaki katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu bağlamda 36-50 yaş grubunda yer alan katılımcıların aldatma eğilimlerinin diğer yaş gruplarından daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, riski meşrulaştırma boyutunda 18-25 yaş grubundaki katılımcıların 26-35 yaş grubundaki katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu veriler ışığında 18-25 yaş grubu içerisinde yer alan katılımcıların aldatma davranışını diğer yaş gruplarından daha yüksek düzeyde meşrulaştırdıkları görülmektedir. Bu bilgilere ek olarak, kültürel çevre etkisi boyutunda 18-25 yaş grubundaki katılımcıların 36-50 yaş grubundaki katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 13. Aldatma eğilimi sebeplerinin eğitim durumuna göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Aldatma Eğilimi Sebepleri (Toplam)	Lise	16	2.08	.30	9.67	.000	1,3>2,4
	Önlisans	17	1.29	.15			
	Lisans	76	1.75	.57			
	Lisansüstü	11	1.35	.24			
Partnerden Uzaklaşmayı Oluşturan Sebepler	Lise	16	2.20	.39	9.94	.000	1,3>2,4
	Önlisans	17	1.31	.21			
	Lisans	76	1.89	.68			
	Lisansüstü	11	1.30	.39			
Cinsellikle İlgili Sorunlar	Lise	16	1.88	.73	6.70	.000	1>2,4
	Önlisans	17	1.18	.00			
	Lisans	76	1.68	.58			
	Lisansüstü	11	1.28	.13			
Stres Yaratan Sebepler	Lise	16	1.91	.37	10.87	.000	1>2,4
	Önlisans	17	1.00	.00			
	Lisans	76	1.59	.61			
	Lisansüstü	11	1.23	.18			
Farklı İlişki	Lise	16	2.43	.32	10.23	.000	1,3,4>2
	Önlisans	17	1.45	.08			
	Lisans	76	1.84	.54			
	Lisansüstü	11	2.06	.89			
Riski Meşrulaştırma	Lise	16	2.66	.13	14.45	.000	1>2,3,4 2>4
	Önlisans	17	2.06	.70			
	Lisans	76	1.67	.73			
	Lisansüstü	11	1.20	.10			
Partnere Karşı Olumsuz Tutumlar	Lise	16	1.63	.25	8.33	.000	3>2,4
	Önlisans	17	1.28	.19			
	Lisans	76	1.87	.65			
	Lisansüstü	11	1.27	.18			
Kültürel Çevre Etkisi	Lise	16	2.14	.70	5.82	.001	1>2,4
	Önlisans	17	1.35	.23			
	Lisans	76	1.67	.71			
	Lisansüstü	11	1.27	.26			

Katılımcıların aldatma eğilimi sebeplerinin eğitim düzeyi ile ilişkisinin incelendiği tablo 13'ten hareketle; toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, farklı ilişki, riski meşrulaştırma, partnere karşı olumsuz tutumlar ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı düzeyde fark bulunmuştur ($p<.05$).

Eğitim durumuna göre meydana gelen farkın yönünü bulabilmek için post-hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler boyutunda lise ve lisans mezunu katılımcıların puanı önlisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında lise mezunu katılımcıların puanı önlisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ek olarak, farklı ilişki boyutunda lise, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanı önlisans mezunu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu bağlamda lisansüstü katılımcıların pek çok farklı sebeplerden ötürü farklı ilişkilere yönelme durumlarının diğer eğitim düzeyine sahip katılımcılardan daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Riski meşrulaştırma boyutunun eğitim düzeyleri ile ilişkisi incelendiğinde; lise mezunu katılımcıların puanı önlisans, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanından ve önlisans mezunu katılımcıların puanı lisansüstü mezunu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Dolayısıyla lise mezunu bireylerin aldatmayı diğer eğitim düzeylerine mensup katılımcılardan daha tolere edilebilir gördüklerini söyleyebiliriz. Partnere karşı olumsuz tutumlar ve eğitim düzeyi arası ilişkinin incelendiğinde ise lisans mezunu katılımcıların puanı önlisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 14. Aldatma eğilimi sebeplerinin ilişki durumuna göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Aldatma Eğilimi Sebepleri (Toplam)	Evli	30	1.58	.42	2.11	.10	
	Nişanlı	30	1.66	.68			
	Sevgili	30	1.64	.34			
	Flört	30	1.90	.59			
Partnerden Uzaklaşmayı Oluşturan Sebepler	Evli	30	1.76	.72	1.36	.26	
	Nişanlı	30	1.68	.70			
	Sevgili	30	1.74	.41			
	Flört	30	1.99	.68			
Cinsellikle İlgili Sorunlar	Evli	30	1.53	.45	1.23	.29	
	Nişanlı	30	1.62	.71			
	Sevgili	30	1.49	.42			
	Flört	30	1.75	.66			
Stres Yaratan Sebepler	Evli	30	1.34	.33	3.13	.02	4>1
	Nişanlı	30	1.58	.73			
	Sevgili	30	1.40	.38			
	Flört	30	1.74	.66			
Farklı İlişki	Evli	30	1.86	.65	1.31	.28	
	Nişanlı	30	1.72	.62			
	Sevgili	30	2.01	.54			
	Flört	30	1.93	.49			
Riski Meşrulaştırma	Evli	30	1.47	.58	8.89	.000	4>1,2,3
	Nişanlı	30	1.79	.78			
	Sevgili	30	1.67	.70			
	Flört	30	2.33	.64			
Partnere Karşı Olumsuz Tutumlar	Evli	30	1.58	.45	1.32	.27	
	Nişanlı	30	1.71	.72			
	Sevgili	30	1.65	.46			
	Flört	30	1.87	.66			
Kültürel Çevre Etkisi	Evli	30	1.38	.41	2.97	.04	4>1
	Nişanlı	30	1.66	.69			
	Sevgili	30	1.68	.80			
	Flört	30	1.88	.65			

Katılımcıların aldatma eğilimi sebeplerinin ilişki durumuna göre incelendiği tablo 14'ten hareketle; toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında anlamlı düzeyde fark bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat stres yaratan sebepler, riski meşrulaştırma ve kültürel çevre etkisi boyutlarında ilişki durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($p<.05$).

İlişki durumuna göre meydana gelen farkın yönünü bulabilmek için post-hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında flört sahibi katılımcıların puanı evli katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, riski meşrulaştırma boyutunda ise flört sahibi katılımcıların puanı evli, nişanlı ve sevgilisi olan katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 15. Aldatma eğilimi sebeplerinin gelir düzeyine göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Aldatma Eğilimi Sebepleri (Toplam)	Düşük	13	1.36	.10	3.03	.05	
	Orta	100	1.74	.55			
	Yüksek	7	1.71	.46			
Partnerden Uzaklaşmayı Oluşturan Sebepler	Düşük	13	1.40	.12	2.87	.06	
	Orta	100	1.84	.67			
	Yüksek	7	1.94	.64			
Cinsellikle İlgili Sorunlar	Düşük	13	1.18	.00	4.85	.01	2>1
	Orta	100	1.67	.60			
	Yüksek	7	1.40	.25			
Stres Yaratan Sebepler	Düşük	13	1.00	.00	6.64	.002	2,3>1
	Orta	100	1.57	.58			
	Yüksek	7	1.65	.44			
Farklı İlişki	Düşük	13	1.46	.14	4.44	.01	2>1
	Orta	100	1.95	.60			
	Yüksek	7	1.74	.45			
Riski Meşrulaştırma	Düşük	13	2.38	.42	6.84	.002	1,3>2
	Orta	100	1.71	.73			
	Yüksek	7	2.29	.80			
Partnere Karşı Olumsuz Tutumlar	Düşük	13	1.37	.11	2.59	.08	
	Orta	100	1.75	.62			
	Yüksek	7	1.60	.35			
Kültürel Çevre Etkisi	Düşük	13	1.46	.14	1.43	.24	
	Orta	100	1.70	.72			
	Yüksek	7	1.36	.24			

Katılımcıların aldatma eğilimi sebepleri ve gelir düzeyi arasındaki ilişkinin incelendiği tablo 15'ten hareketle; toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, partnere karşı olumsuz tutumlar ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı düzeyde

fark bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve riski meşrulaştırma boyutlarında gelir düzeyine göre anlamlı fark bulunmuştur ($p<.05$).

Gelir düzeyine göre meydana gelen farkın yönünü bulabilmek için post-hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, cinsellik ile ilgili sorunlar ve farklı ilişki boyutlarında orta düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, stres yaratan sebepler boyutunda orta ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Riski meşrulaştırma boyutunda düşük ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı orta düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 16. Aldatma eğilimi sebeplerinin çocuk durumuna göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Aldatma Eğilimi Sebepleri (Toplam)	Evet	19	1.64	.33	148	-.46	.65
	Hayır	101	1.70	.56			
Partnerden Uzaklaşmayı Oluşturan Sebepler	Evet	19	1.94	.75	148	1.11	.27
	Hayır	101	1.77	.62			
Cinsellikle İlgili Sorunlar	Evet	19	1.58	.37	148	-.13	.89
	Hayır	101	1.60	.61			
Stres Yaratan Sebepler	Evet	19	1.33	.18	148	-1.51	.13
	Hayır	101	1.55	.61			
Farklı İlişki	Evet	19	1.96	.66	148	.69	.49
	Hayır	101	1.86	.57			
Riski Meşrulaştırma	Evet	19	1.33	.35	148	-3.21	.002
	Hayır	101	1.91	.77			
Partnere Karşı Olumsuz Tutumlar	Evet	19	1.59	.38	148	-.89	.37
	Hayır	101	1.72	.62			
Kültürel Çevre Etkisi	Evet	19	1.36	.30	148	-2.13	.04
	Hayır	101	1.71	.70			

Katılımcıların aldatma eğilimi sebeplerinin katılımcıların çocuk sahibi olma durumu ile ilişkisinin incelendiği tablo 16'dan hareketle; toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında anlamlı düzeyde fark bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat riski meşrulaştırma ve kültürel çevre etkisi boyutlarında çocuğu olmayan katılımcıların puanı çocuğu olan katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p<.05$).

Tablo 17. Aldatma eğilimi sebeplerinin hayata bakış açısına göre incelenmesi

Boyut	Grup	n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Aldatma Eğilimi Sebepleri (Toplam)	Muhafazakar	52	1.87	.59	3.70	.01	1>2,3,4
	Liberal	21	1.59	.35			
	Solcu	22	1.52	.45			
	Sağcı	25	1.57	.51			
Partnerden Uzaklaşmayı Oluşturan Sebepler	Muhafazakar	52	2.00	.71	3.35	.02	1>2,3,4
	Liberal	21	1.65	.50			
	Solcu	22	1.61	.52			
	Sağcı	25	1.65	.60			
Cinsellikle İlgili Sorunlar	Muhafazakar	52	1.74	.62	2.03	.11	
	Liberal	21	1.52	.41			
	Solcu	22	1.48	.59			
	Sağcı	25	1.47	.55			
Stres Yaratan Sebepler	Muhafazakar	52	1.67	.63	3.05	.03	1>3
	Liberal	21	1.50	.42			
	Solcu	22	1.30	.50			
	Sağcı	25	1.39	.51			
Farklı İlişki	Muhafazakar	52	2.13	.61	6.56	.000	1>2,3,4
	Liberal	21	1.77	.43			
	Solcu	22	1.68	.49			
	Sağcı	25	1.63	.52			
Riski Meşrulaştırma	Muhafazakar	52	1.94	.79	1.55	.21	
	Liberal	21	1.55	.67			
	Solcu	22	1.73	.75			
	Sağcı	25	1.85	.68			
Partnere Karşı Olumsuz Tutumlar	Muhafazakar	52	1.80	.66	.86	.47	
	Liberal	21	1.65	.47			
	Solcu	22	1.59	.46			
	Sağcı	25	1.64	.62			
Kültürel Çevre Etkisi	Muhafazakar	52	1.88	.78	4.35	.01	1>3
	Liberal	21	1.54	.63			
	Solcu	22	1.38	.37			
	Sağcı	25	1.50	.49			

Katılımcıların aldatma eğilimi sebepleri ve katılımcıların hayata bakış açıları arasındaki ilişkinin incelendiği tablo 17'den hareketle; cinsellik ile ilgili sorunlar, riski meşrulaştırma ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında anlamlı düzeyde fark bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve kültürel çevre etkisi boyutlarında hayata bakış açısına göre anlamlı fark bulunmuştur ($p<.05$).

Hayata bakış açısına göre meydana gelen farkın yönünü bulabilmek için post-hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre, toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler ve farklı ilişki boyutlarında muhafazakar katılımcıların puanı liberal, solcu ve sağcı katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında muhafazakar katılımcıların puanı solcu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

5.5. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aldatma Eğilimi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Araştırma amacı kapsamında katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi sebepleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu incelemelerde, pearson korelasyon analizi kullanılmıştır.

Tablo 18. Sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi sebepleri arasındaki ilişki

Boyut		Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Sanal Tolerans	Sanal İletişim
Aldatma Eğilimi Sebepleri (Toplam)	<i>r</i>	-.149	-.024	-.272**
	<i>p</i>	.105	.793	.003
	<i>n</i>	120	120	120
Partnerden Uzaklaşmayı Oluşturan Sebepler	<i>r</i>	-.285**	-.175	-.375**
	<i>p</i>	.002	.056	.000
	<i>n</i>	120	120	120
Cinsellikle İlgili Sorunlar	<i>r</i>	-.226*	-.123	-.315**
	<i>p</i>	.013	.181	.000
	<i>n</i>	120	120	120
Stres Yaratan Sebepler	<i>r</i>	-.060	.033	-.158
	<i>p</i>	.514	.723	.084
	<i>n</i>	120	120	120
Farklı İlişki	<i>r</i>	.207*	.282**	.096
	<i>p</i>	.023	.002	.297
	<i>n</i>	120	120	120
Riski Meşrulaştırma	<i>r</i>	-.107	.080	-.306**
	<i>p</i>	.245	.385	.001
	<i>n</i>	120	120	120
Partnere Karşı Olumsuz Tutumlar	<i>r</i>	-.102	.006	-.211*
	<i>p</i>	.269	.952	.021
	<i>n</i>	120	120	120
Kültürel Çevre Etkisi	<i>r</i>	.051	.148	-.066
	<i>p</i>	.579	.106	.476
	<i>n</i>	120	120	120

Tablo 18'den hareketle, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi sebeplerine yönelik veriler tablo 18'de özetlenmiştir. Bu veriler neticesinde toplam puan, stres yaratan sebepler, riski meşrulaştırma, partnere karşı olumsuz tutumlar ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı ilişki bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat sosyal medya bağımlılığı ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler ve cinsellikle ilgili sorunlar boyutları arasında negatif; farklı ilişki boyutu arasında ise pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur ($p<.05$).

Tablo 18'den hareketle, katılımcıların sanal tolerans boyutu ile aldatma eğilimi sebepleri ait toplam puan, partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellikle ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, riski meşrulaştırma, partnere karşı olumsuz tutumlar ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı ilişki bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat sanal tolerans ile farklı ilişki boyutu arasında ise pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur ($p<.05$).

Tablo 18'den hareketle, katılımcıların sanal iletişim boyutu ile aldatma eğilimi sebepleri ait stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı ilişki bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat sanal iletişim ile toplam puan, partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellikle ilgili sorunlar, riski meşrulaştırma ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutları arasında negatif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur ($p<.05$).

6. TARTIŞMA

Bu araştırma, sosyal medya bağlamında aldatma eğilimi sebeplerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Benzer konulardaki araştırmalar dikkate alındığında; yapılan araştırmalarda bu araştırmada olduğu gibi evli, nişanlı, sevgilisi olan ve flört sahibi gibi farklı ilişki durumlarına sahip kişilere özel olarak ulaşılmadığı saptanmıştır. Yapılan araştırmalarda genel olarak, sosyal medya bağımlılığı ve aldatma eğilimi arasındaki ilişkinin incelenmesinde tesadüfi olarak seçilen yetişkin bireylerin katılım sağladığı belirlenmiştir. Dolayısıyla, bu araştırmanın literatüre zenginlik ve çeşitlilik kazandıracağı düşünülmektedir. Ayrıca, yakın konularda araştırma yürütecek araştırmacılar için yol gösterici nitelikte olacağı öngörülmektedir.

6.1. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Sonuçların Tartışılması

Araştırmanın alt amaçları bağlamında, katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları cinsiyete göre incelenmiştir. Yapılan incelemelerde, cinsiyetin sosyal medya bağımlılığında anlamlı fark oluşturmadığı saptanmıştır. Dolayısıyla, kadın ve erkeklerin sosyal medya bağımlılıkları benzerdir. Sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde başka araştırmalarda bu sonucun sıkça tespit edildiği saptanmıştır. Örneğin; Çiftçi'nin (2018) araştırmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığında cinsiyet etkisi araştırılmış ve bu araştırmayı destekleyici sonuçlara erişilmiştir. Çiftçi'nin (2018) araştırmasında da bu araştırmaya benzer olarak kadın ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı bakımından benzer özellikler gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Ayrıca Baz'ın (2018) araştırmasında da hem bu araştırmaya hem de Çiftçi (2018)'nin araştırmasına uygun olarak cinsiyetin sosyal medya bağımlılığında anlamlı farka sebebiyet vermediği belirlenmiştir. Her ne kadar Çiftçi (2018) ve Baz (2018) tarafından yapılan araştırmalar bu araştırmayı destekler nitelikte olsa da bu sonuç ile uyum sağlamayan araştırmalar da mevcuttur. Tutgun-Ünal (2015) ile Yılmazsoy ve Kahraman (2017) tarafından üniversite öğrencileri üzerine yapılan araştırmalarda kadınlar lehine anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Dolayısıyla, Tutgun-Ünal (2015) ile Yılmazsoy ve Kahraman (2017)'a göre kadınların sosyal medya bağımlılığı erkeklere oranla daha yüksektir. Bu araştırmada cinsiyetin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmaması literatüre çeşitlilik kazandırması açısından önemlidir.

Araştırma sonunda, sosyal medya bağımlılığı yaş grubuna göre değerlendirildiğinde anlamlı sonuçlar olduğu saptanmıştır. Buna göre toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında 26-35 yaş grubundaki katılımcıların puanı 18-25 yaş ve 36-50 yaş grubundan ve 18-25 yaş grubundaki katılımcıların puanı 36-50 yaş grubundan anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Dolayısıyla genç katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının orta yaş grubundaki katılımcılara göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Genç kuşakta akıllı telefon kullanımının daha yaygın olması ve dijital bir ortam üzerine büyümüş olmaları sosyal medya bağımlılıklarının daha yüksek olmasının sebebi olabilir. Sosyal medya bağımlılığı üzerine yürütülen araştırmaların genelinde üniversite öğrencileri, Z kuşağı, lise öğrencileri vb. gibi genç kuşağın ele alınması orta yaş ile genç yaştaki kişilerin sosyal medya bağımlılığı bağlamında kıyaslanmasını zorlaştırmaktadır. Örneğin; Çiftçi (2018), Baz (2018) ve Özdemir (2019) tarafından üniversite öğrencileri üzerine çalışma yürütülmüş ve sosyal medya bağımlılığının yaş grubuna bağlı olarak değişmediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmanın genç yaş ve orta yaş gibi farklı bir kıyaslamaya sahip olması araştırmanın ulaştığı bu sonucun literatüre bir bakış açısı kazandırdığını işaret etmektedir.

Eğitim durumu ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki incelendiğinde, lisansüstü mezunu kişilerin lise, önlisans ve lisans mezunu kişilere göre bağımlılık düzeyleri anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur. Bu durumun sebebi lisansüstü mezunu bireylerin yaşantısı ile ilgili olabilir. Lisansüstü mezunu kişiler, tez, proje, makale vb. gibi akademik yayın yazma süreçlerinde bilgisayar başında çokça vakit geçirmektedirler. Bilgisayar başında çalıştıkları için çalışmalara ara verdikçe sosyal medya hesaplarına girmeleri muhtemeldir. Bu durumun sıkça yaşanması da lisansüstü mezunu kişilerin sosyal medya bağımlılığını yükseltmiş olabilir. Eğitim durumu ve sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde, bu değişkenin yapılan araştırmalarca göz ardı edildiği saptanmıştır. Yapılan sınırlı araştırmalardan birisi Çiftçi (2018) tarafından yapılmış ve eğitim durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasında doğru orantı bulunmuştur. Bu çalışmada da lisansüstü mezunu kişilerin sosyal medya bağımlılıklarının diğer eğitim kademelerinden daha yüksek bulunması, her iki araştırma arasında bağ kurmayı kolaylaştırmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ilişki durumuna göre değerlendirildiğinde; evli, nişanlı, sevgilisi olan ve flört sahibi katılımcıların puanlarında anlamlı fark bulunamamıştır.

Dolayısıyla katılımcıların puanlarının denk olduğu söylenebilir. İlgili araştırmalar incelendiğinde, ilişki durumu ve sosyal medya bağımlılığı arasında doğrudan bir bağ kuran çalışma tespit edilememiştir. Bu konuya en yakın araştırma Kılıç (2020)'ın genç yetişkinler üzerine yaptığı çalışmadır. Kılıç (2020) tarafından yapılan araştırmada, flört halindeki kişilerin sosyal medya bağımlılıkları çeşitli ölçütler bağlamında kıyaslanmıştır. Araştırma sonunda, sosyal medya üzerine flört yapan bireylerin sosyal medya üzerinden flört yapmayan bireylere göre daha bağımlı olduğu sonucu saptanmıştır. İlişki durumunda bu çalışmaya benzer bir araştırmanın yapılmamış olması, araştırmanın ulaştığı sonuçlar bakımından literatürde yer alan bir boşluğu doldurduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamında, sosyal medya bağımlılığının katılımcıların gelir düzeyinden etkilendiği sonucu elde edilmiştir. Yapılan analizlerde, yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların düşük düzeyde gelire sahip katılımcılardan anlamlı düzeyde yüksek puan aldığı saptanmıştır. Yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların ağırlıklı olarak hizmet sektöründe çalışması ve bilgisayar başında olması bu durumun bir sebebi olabilir. Ayrıca, yüksek gelirli kişilerin boş vakitlerinin düşük gelirli kişilere göre daha yüksek olması da muhtemeldir. Bu da sosyal medya bağımlılığına sebep vermiş olabilir. Bu konuda yapılan çalışmalarda, farklı sonuçların elde edildiği belirlenmiştir. Örneğin; Bilginer (2020)'in araştırmasında, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı gelir düzeyine göre değerlendirilmiş ve anlamlı bir değişiklik belirlenememiştir. Bilginer (2020)'in araştırması özelinde, gelir düzeyinin sosyal medya bağımlılığını etkilemediğini söylemek mümkünken Sağar (2019)'ın araştırmasında, sanal tolerans boyutunun gelir düzeyi bağlamında farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Dolayısıyla, araştırmanın gelir düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye ilişkin edindiği sonuçlar, literatürü zenginleştirmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı çocuk sahibi olma durumuna göre değerlendirildiğinde; çocuğu olan ve çocuğu olmayan katılımcıların puanlarında anlamlı fark bulunamamıştır. Dolayısıyla katılımcıların çocuk sahibi olma durumu fark etmeksizin puanlarının denk olduğu söylenebilir. İlgili araştırmalar incelendiğinde, çocuk sahibi olma durumu yerine çocuk sayısı değişkeninin sosyal medya bağımlılığı kapsamında daha sık incelendiği belirlenmiştir. Bu sebeple yapılan bu araştırma ile doğrudan bağ kurulabilecek bir araştırma tespit edilememiştir. Fakat Sancar (2017)'in araştırmasında çocuk sahibi

kadınların sosyal medya bağımlılığı değerlendirilmiş farklı sayıda çocukları olan kadınların sosyal medya bağımlılıklarının yakın olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu kapsamda, Sancar (2017)'in araştırmasından yola çıkarak, bu araştırmaya ait sonuçların kısmen desteklendiği söylenebilir.

Hayata bakış açısına göre yapılan incelemelerde, sosyal medya bağımlılığının farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir. Buna göre, kendilerini muhafazakar, liberal, sağcı ya da solcu olarak nitelendiren kişilerin sosyal medya bağımlılıklarının denk olduğu söylenebilir. Bu konudaki araştırmalar ele alındığında, hayata bakış açısı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi değerlendiren bir çalışma halihazırda bulunamamıştır. Bu minvalde yapılan bu araştırma, hayata bakış açısı kapsamında elde ettiği sonuçlar ile literatürdeki bir boşluğu doldurur niteliktedir.

6.2. Aldatma Eğilimi Sebeplerine Yönelik Sonuçların Tartışılması

Araştırmanın alt amaçları bağlamında, katılımcıların aldatma eğilimi sebepleri çeşitli bağımsız değişkenlere göre değerlendirilmiştir. Yapılan incelemelerde, göz önünde bulundurulan ilk değişken cinsiyettir. Cinsiyet kapsamında elde edilen sonuçlar incelendiğinde, stres yaratan sebepler, farklı ilişki, riski meşrulaştırma ve kültürel çevre etkisi boyutlarında kadınlar ile erkeklerin benzer özellikler gösterdiği sonucunu saptanmıştır. Fakat hem toplam puan hem de partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar ve partnere karşı olumsuz tutumlar alt boyutlarında erkek katılımcılar lehine anlamlı sonuçlar edinilmiştir. Bu doğrultuda, ilgili boyutlar özelinde erkeklerin aldatma eğiliminin daha yüksek olduğunu söylemek doğrudur. Kaya ve Eren (2020)'e göre, erkeklerin aldatma eğilimi kadınlardan daha yüksektir. Dolayısıyla, aldatma eğilimi sebepleri ile cinsiyet arasındaki ilişkiye yönelik ulaşılan sonuçlar, araştırma kapsamında ulaşılmaması beklenen bir sonuçtur. Nitekim, yapılan pek çok araştırmada da bu sonuç doğrulanmıştır. Örneğin; Tortamış (2014)'in evli bireyler üzerine yürüttüğü çalışmada erkeklerin aldatma eğilimi kadınlara göre daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca Alaçam (2020) tarafından da evli bireylerin aldatma eğilimleri incelenmiş ve hem bu çalışma hem de Tortamış (2014)'in araştırması ile benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca Çavuşoğlu (2011)'nin araştırmasında da benzer sonuçlar elde edilmesi, erkeklerin aldatma eğiliminin kadınlara göre daha yüksek olduğunu işaret etmektedir.

Aldatma eğilimi sebeplerinin yaş grubuna göre değerlendirilmesinde, pek çok boyutta anlamlı sonuçlara ulaşılamamıştır. Örneğin; toplam puan ile cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında yaş grubu fark etmeksizin katılımcıların puanları denk bulunmuştur. Fakat partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler boyutunda 36-50 yaş grubundaki katılımcılar lehine anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Bunun sebebi, orta yaş grubundaki katılımcıların ilişkilerinin yaşları ile orantılı olarak uzun süreli olması olabilir. Yıllardır aynı partner ile birliktelik yaşayan bireyler zamanla ilişkilerine dair istek ve heyecanlarını kaybederek partnerlerinden uzaklaşmış olabilir. Ayrıca, riski meşrulaştırma ile kültürel çevre etkisi boyutunda ise 18-25 yaş lehine anlamlı sonuçlara varılmıştır. Bu da genç bireylerin ergenlik dönemi ile paralel olarak çevre etkisinde kaldıklarının göstergesi olabilir. Farklı araştırmalarda elde edilen sonuçların bu araştırma ile benzerlik göstermesi araştırmanın literatür ile uyumunu ortaya koyması açısından önemlidir. Yapılan araştırmalarda, aldatma eğilimi genel olarak sebepler özelinde değil bir bütün olarak incelenmiş ve bu araştırmanın sonuçları ile paralel sonuçlara erişilmiştir. Örneğin; Alaçam (2020)'ın araştırmasında da bu çalışmada olduğu gibi aldatma eğilimi toplam puanın yaş grubundan etkilenmediği sonucu elde edilmiştir.

Araştırma sonunda, katılımcıların aldatma eğilimi sebeplerinin eğitim durumundan etkilendiği saptanmıştır. Buna göre, toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler boyutunda lise ve lisans mezunlarının puanı önlisans ve lisansüstü mezunlarından; cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında lise mezunlarının puanı önlisans ve lisansüstü mezunlarından; farklı ilişki boyutunda lise, lisans ve lisansüstü mezunlarının puanı önlisans mezunu mezunlarından; riski meşrulaştırma lise mezunlarının puanı önlisans, lisans ve lisansüstü mezunlarından ve önlisans mezunlarının puanı lisansüstü mezunlarından ve partnere karşı olumsuz tutumlar lisans mezunlarının puanı önlisans ve lisansüstü mezunlarından anlamlı düzeyde yüksektir. Bu kapsamda, her eğitim kademesinin aldatma eğilimi sebeplerinden farklı olarak etkilendiğini söylemek mümkündür. Ayrıca, toplam puan üzerine elde edilen sonuçlar ele alındığında, lise ve lisans mezunu katılımcıların aldatmaya daha meyilli olduğu söylenebilir. Bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde, aldatma eğilimi sebeplerinde eğitim durumuna bağlı olarak anlamlı sonuçlar elde edilemediği saptanmıştır. Örneğin; Çavuşoğlu (2011) ve Alaçam (2020)'ın araştırmalarında farklı

eğitim kademelerinden mezun olan bireylerin aldatma eğilimlerinin benzer olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırma sonunda, aldatma eğilimi sebeplerinin ilişki durumu bağlamında, genellikle farklılık göstermediği belirlenmiştir. Örneğin; toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında anlamlı düzeyde fark bulunamamıştır. Fakat stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında flört sahibi katılımcıların puanı evli katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, riski meşrulaştırma boyutunda ise flört sahibi katılımcıların puanı evli, nişanlı ve sevgilisi olan katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu durumunun sebebi olarak flört eden bireylerin ilişkiye yönelik yaptıkları yatırımların az olmasından ötürü daha esnek ilişki yaşayabilmesi olarak bahsedilebilir. Bu konuda yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak evli bireyler üzerine yürütüldüğü için farklı ilişki durumlarına sahip katılımcıların aldatma eğilimini inceleyen araştırma sayısı yetersizdir. Dolayısıyla, bu araştırmanın ilişki durumu ve aldatma eğilimi sebepleri arasındaki ilişkiye yönelik elde ettiği sonuçların literatürü zenginleştirdiği söylenebilir.

Gelir düzeyinin aldatma eğilimi sebeplerini etkileme durumu değerlendirildiğinde, farklı sonuçların olduğu belirlenmiştir. Örneğin; cinsellik ile ilgili sorunlar ve farklı ilişki boyutlarında orta düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından; stres yaratan sebepler boyutunda orta ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından ve riski meşrulaştırma boyutunda ise düşük ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı orta düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Fakat toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, partnere karşı olumsuz tutumlar ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı düzeyde fark bulunamamıştır. Aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan sonuçları referans alındığında; düşük, orta ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların aldatma eğilimlerinin denk olduğunu söylemek mümkündür. Fakat yapılan araştırmalarda, aldatma eğiliminin gelir ile orantılı olarak artış gösterdiğini işaret etmektedir. Yüksek düzeyde gelire sahip kişilerin aldatma eğiliminin yüksek ve düşük düzeyde gelire sahip

kişilerin aldatma eğiliminin düşük olması pek çok araştırmada tespit edilen bir sonuçtur. Alaçam (2020) ve Tankut (2020)'un araştırmaları buna örnektir.

Çocuk sahibi olma durumunun aldatma eğilimi sebepleri üzerindeki etkisi ele alındığında, çocuğu olan ve çocuk sahibi olmayan katılımcıların aldatma eğilimi sebepleri bakımından denk olduğu saptanmıştır. Bu kapsamda, toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında grupların puanları yakın düzeydedir. Fakat riski meşrulaştırma ve kültürel çevre etkisi boyutlarında çocuğu olmayan katılımcıların puanı çocuğu olan katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Çocuk ilişkiye yönelik yapılan en büyük yatırım olarak görülmektedir. Bu bağlamda evli çiftlerin aldatma eğilimini tolere etme durumlarının söz konusu olabileceğini söylememiz çok ta yanlış bir ifade olmayacaktır. Benzer araştırmalar incelendiğinde, çocuk sahibi olma durumunun aldatma eğilimi üzerinde etkisinin olmadığı pek çok araştırmanın mevcut olduğu saptanmıştır. Sağdıç (2018) ile Çavuşoğlu (2018)'nin çalışmaları da bu sonuç ile uyumludur.

Katılımcıların aldatma eğilimi sebeplerinde, hayata bakış açısının etkisi değerlendirildiğinde, çeşitli anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Örneğin; toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler ve farklı ilişki boyutlarında muhafazakar katılımcıların puanı liberal, solcu ve sağcı katılımcıların puanından ve stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında muhafazakar katılımcıların puanı solcu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu veriler ışığında muhafazakar katılımcıların cinsel aldatmadan ziyade duygusal aldatmaya daha ılımlı baktıkları gözlemlenmiştir. Fakat cinsellik ile ilgili sorunlar, riski meşrulaştırma ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında anlamlı düzeyde fark bulunamamıştır. Bu konudaki araştırmalar ele alındığında, hayata bakış açısı ile aldatma eğilimi sebepleri arasındaki ilişkiyi değerlendiren bir çalışma halihazırda bulunamamıştır. Ayrıca hayata bakış açısına yönelik yapılacak benzer araştırmalarda karışıklıkların önüne geçmek adına kavramların bireylerde oluşturduğu çağrışımlarında ölçülmesi gerektiği göz önüne alınmalıdır. Bu minvalde yapılan bu araştırma, hayata bakış açısı kapsamında elde ettiği sonuçlar ile literatürdeki bir boşluğu doldurur niteliktedir.

6.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aldatma Eğilimi Sebepleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçların Tartışılması

Bu araştırmanın ana amacı, aldatma eğilimi sebeplerinin sosyal medya bağımlılığı kapsamında incelenmesidir. Bu bağlamda evli, nişanlı, sevgilisi olan ve flört sahibi olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve aldatma eğilimi sebepleri arasındaki korelasyonel ilişki araştırılmıştır. Yapılan analizlerin ardından sosyal medya bağımlılığının aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile ilişkili olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi sebeplerinin birbirlerini etkilemediği söylenebilir. Fakat sosyal medya bağımlılığı ile bazı alt boyutlar arasında anlamlı ilişkilere ulaşılmıştır. Örneğin; partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar ve farklı ilişki boyutlarının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu çıkarımı yapılabilir. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığının partnerden uzaklaşma, cinsellik problemleri ve farklı ilişki deneyimi ile bağlantılı olduğunu söylemek mümkündür. Sosyal medyada geçirilen uzun vakitler sonucunda bireyler içinde bulundukları romantik ilişkilerde karşı sadakatsizlik problemleri yaşayabilirler. Bu durum daha çok sosyal medyanın kolay ulaşılabilir yönüyle ilişkilidir. Kişi partneri ile yaşadığı problemleri geride bırakabileceği ya da partneri kıyaslayabileceği pek çok kişi ile bir anda iletişime geçebilme imkanını elde etmekte zorlanmayacaktır.

Aldatma eğilimi sebeplerini sosyal medya bağımlılığı kapsamında inceleyen araştırmalar değerlendirildiğinde, farklı sonuçlara ulaşan araştırmaların mevcut olduğu belirlenmiştir. Örneğin; Gülkanat ve Yüksel-Şahin (2021) tarafından yapılan araştırmada, sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Dolayısıyla Gülkanat ve Yüksel-Şahin (2021)'in araştırması ile bu araştırmanın benzer yapıda olduğu söylenebilir. Fakat bazı araştırmalarda bu araştırmanın elde ettiği sonuçlara ters düşen sonuçların da tespit edilmiştir. Örneğin; Dursun ve Özkan (2019) tarafından genç yetişkinlerin aldatma tutumları ile sosyal medya bağımlılığının ilişkili olduğu saptanmıştır. Yıldırım (2019)'ın araştırmasında da sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi arasında pozitif yönlü güçlü ilişki bulunmuştur. Ayrıca Güleç (2018)'in araştırmasında sosyal medya kullanımının aile ilişkilerine zarar verdiği; boşanma, aldatma vb. gibi olumsuz davranışlara sebebiyet verdiği tespit edilmiştir. Bu konuda yapılan çalışmalar bir bütün olarak ele alındığında,

araştırmanın sosyal medya bağımlılığı ve aldatma eğilimi sebepleri arasındaki ilişkiye yönelik elde ettiğı sonuçlar literatüre katkı sağladığı değerlendirilebilir.



7. SONUÇ

Bu araştırmanın ana amacı, sosyal medya bağlamında aldatma eğilimi sebeplerini incelemektir. Araştırmanın alt amaçlarında ise sosyal medya bağımlılığı ile aldatma sebeplerinin demografik değişkenlere göre değerlendirilmesi yer almaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın elde ettiği sonuçlar aşağıda verilmiştir.

7.1. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Elde Edilen Sonuçlar

Araştırma amacına yönelik olarak, öncelikle katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları demografik değişkenlere göre değerlendirilmiştir. Bu kapsamda yapılan ilk inceleme, sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre incelenmesidir. Yapılan incelemelerde, katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarında cinsiyete göre anlamlı değişiklik olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu minvalde, kadın ve erkeklerin sosyal medya bağımlılığı ve buna ait sanal tolerans ile sanal iletişim puanlarının denk olduğu çıkarımı yapılabilir.

Araştırma sonunda yapılan bir diğer inceleme, sosyal medya bağımlılığının yaş grubuna göre kıyaslanmasıdır. Yapılan analizlerin ardından yaş grubunun sosyal medya bağımlılığında anlamlı farklılık oluşturduğu sonucu edinilmiştir. Buna göre, sosyal medya bağımlılığına ait toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarında 26-35 yaş grubundaki katılımcıların puanı 18-25 yaş ve 36-50 yaş grubundan anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, 18-25 yaş grubundaki katılımcıların puanı 36-50 yaş grubundan anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Araştırma amacı kapsamında evli, nişanlı, sevgilisi olan ve flört sahibi olan katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları karşılaştırılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığının ilişki durumu bağlamında farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, evli, nişanlı, sevgilisi olan ve flört sahibi olan katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları benzer özellikler göstermektedir.

Sosyal medya bağımlılığının gelir düzeyine göre değerlendirilmesinde, anlamlı sonuçlar olduğu belirlenmiştir. Buna göre, toplam puanda yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Sanal iletişim boyutunda, orta ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı

düzeyde yüksek bulunmuştur. Fakat sanal tolerans boyutunda gelir düzeyi bağlamında anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır.

Araştırma sonunda, katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları çocuk sahibi olma durumuna göre karşılaştırıldığında, katılımcı puanlarının anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, çocuk sahibi olan ve çocuğu olmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının benzer özellikler gösterdiğini söylemek mümkündür.

Sosyal medya bağımlılığının hayata bakış açısına göre değerlendirilmesinde, katılımcı puanlarında anlamlı sonuçlara ulaşamamıştır. Bu sonuçtan hareketle muhafazakar, liberal, solcu ve sağcı katılımcıların sosyal medya bağımlılığına ait toplam puan ile sanal tolerans ve sanal iletişim boyutlarının benzerlik gösterdiği saptanmıştır.

7.2. Aldatma Eğilimi Sebeplerine Yönelik Sonuçlar

Araştırma amacına yönelik olarak, katılımcıların aldatma eğilimi sebepleri demografik değişkenlere göre değerlendirilmiştir. Bu kapsamda yapılan ilk inceleme, aldatma eğilimi sebeplerinin cinsiyete göre değerlendirilmesidir. Yapılan değerlendirmelerde, çeşitli sebeplerde anlamlı değişiklikler olduğu saptanmıştır. Buna göre aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında erkeklerin puanı kadınların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Fakat stres yaratan sebepler, farklı ilişki, riski meşrulaştırma ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı bir farka ulaşamamıştır.

Yaş grubu değişkeninin aldatma eğilimi sebepleri üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde, bazı sebepler üzerinde anlamlı etki ettiği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, 36- 50 yaş arası bireylerin toplum içerisinde çoğu evli ve uzun süreli ilişkilerin olduğu monoton birliktelikler sonucu bireylerin eşlerinden uzaklaşma isteği ile aldatma eğilimine diğer yaş gruplarından daha yakın olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca 18-25 yaş grubu içerisinde henüz ergen ve genç yetişkinliğe adım atan bireylerin oluşturduğu geleceğe yönelik yatırımların oluşmadığı yaş dönemlerinde ise aldatma eğiliminin tolere edilebilir ya da daha az zarar ile atılabileceği düşünülebilir olmasından ötürü 18-25 yaş grubunun riski meşrulaştırma boyutunda diğer katılımcılardan daha yüksek veriler elde edilmiş olabilir. 26-35 yaş grubundaki katılımcıların kültürel çevre etkisi boyutunda diğer yaş

gruplarından yüksek sonuçlar çıkmasının nedeni sosyal çevrenin iş hayatının ve bireysel hayattan kopup pek çok yeni sosyal alanın inşa edildiği bir dönem olmasından kaynaklanabilir. Fakat aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında yaş grubuna bağlı olarak anlamlı değişikliklere ulaşamamıştır.

Eğitim durumu ve aldatma eğilimi sebepleri incelendiğinde, eğitim durumunun aldatma eğilimine ait bütün sebeplerine etki ettiği sonucuna erişilmiştir. Buna göre, aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler boyutunda lise ve lisans mezunu katılımcıların puanı önlisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanından, cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında lise mezunu katılımcıların puanı önlisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanından, farklı ilişki boyutunda lise, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanı önlisans mezunu katılımcıların puanından, riski meşrulaştırma lise mezunu katılımcıların puanı önlisans, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanından ve önlisans mezunu katılımcıların puanı lisansüstü mezunu katılımcıların puanından ve partnere karşı olumsuz tutumlar lisans mezunu katılımcıların puanı önlisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır.

Araştırma sonunda, aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında ilişki durumuna göre anlamlı değişiklikler bulunamamıştır. Bu bağlamda, evli, nişanlı, sevgilisi olan ve flört sahibi olan katılımcıların bu doğrultudaki puanları birbirlerine yakındır. Fakat stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında flört sahibi katılımcıların puanı evli katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, riski meşrulaştırma boyutunda ise flört sahibi katılımcıların puanı evli, nişanlı ve sevgilisi olan katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksek olarak saptanmıştır.

Aldatma eğilimi sebepleri gelir düzeyine göre değerlendirildiğinde; aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, partnere karşı olumsuz tutumlar ve kültürel çevre etkisi boyutlarında düşük, orta ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların birbirlerine yakın özellikler gösterdiği saptanmıştır.

Fakat cinsellik ile ilgili sorunlar ve farklı ilişki boyutlarında orta düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından, stres yaratan sebepler boyutunda orta ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı düşük düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından ve riski meşrulaştırma boyutunda düşük ve yüksek düzeyde gelire sahip katılımcıların puanı orta düzeyde gelire sahip katılımcıların puanından anlamlı düzeyde yüksektir.

Araştırma sonunda, aldatma eğilimi sebeplerinin çoğunlukla çocuk sahibi olma durumuna göre farklılık göstermediği sonucu edinilmiştir. Bu minvalde, çocuk sahibi olan katılımcıların ve çocuğu olmayan katılımcıların aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellik ile ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında benzer özelliklere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Fakat riski meşrulaştırma ve kültürel çevre etkisi boyutlarında çocuğu olmayan katılımcılar lehine anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Aldatma eğilimi sebeplerinde, hayata bakış açısının etkisi değerlendirildiğinde çeşitli anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Bu doğrultuda, aldatma eğilimi sebeplerine ait toplam puan ile partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler ve farklı ilişki boyutlarında muhafazakar katılımcıların puanı liberal, solcu ve sağcı katılımcıların puanından ve stres yaratan sebepler ve kültürel çevre etkisi boyutlarında muhafazalar katılımcıların puanı solcu katılımcıların puanından daha yüksektir. Fakat cinsellik ile ilgili sorunlar, riski meşrulaştırma ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutlarında hayata bakış açısı bağlamında anlamlı değişiklere ulaşılammıştır.

7.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aldatma Eğilimi Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçlar

Bu araştırmanın ana amacı kapsamında, aldatma eğilimi sebeplerinin sosyal medya bağlamında incelenmesidir. Bu bağlamda evli, nişanlı, sevgilisi olan ve flört sahibi olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve aldatma eğilimi sebepleri arasındaki korelasyonel ilişki araştırılmıştır. Yapılan analizlerin ardından sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi sebepleri ait toplam puan, stres yaratan sebepler, riski meşrulaştırma, partnere karşı olumsuz tutumlar ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı ilişki olmadığı sonucuna erişilmiştir. Fakat sosyal medya bağımlılığı ile partnerden

uzaklaşmayı oluşturan sebepler ve cinsellikle ilgili sorunlar boyutları arasında negatif; farklı ilişki boyutu arasında ise pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki olduğu sonucu edinilmiştir.

Aldatma eğilimi sebeplerinin sosyal medya bağlamında incelenmesine ait bir diğer sonuç, katılımcıların sanal tolerans boyutu ile aldatma eğilimi sebepleri ait toplam puan, partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellikle ilgili sorunlar, stres yaratan sebepler, riski meşrulaştırma, partnere karşı olumsuz tutumlar ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Fakat sanal tolerans ile farklı ilişki boyutu arasında ise pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki olduğu belirlenmiştir.

Aldatma eğilimi sebeplerinin sosyal medya bağlamında incelenmesine ait son sonuç, katılımcıların sanal iletişim boyutu ile aldatma eğilimi sebepleri ait stres yaratan sebepler, farklı ilişki ve kültürel çevre etkisi boyutlarında anlamlı ilişki olmamasıdır. Fakat sanal iletişim ile toplam puan, partnerden uzaklaşmayı oluşturan sebepler, cinsellikle ilgili sorunlar, riski meşrulaştırma ve partnere karşı olumsuz tutumlar boyutları arasında negatif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki olduğu sonucu saptanmıştır.

8. ÖNERİLER

Bu araştırmanın konusu, aldatma eğilimi sebeplerinin sosyal medya bağlamında incelenmesidir. Benzer konularda çalışma yürütmek isteyen araştırmacılara bu araştırmanın sonuçları kapsamında verilen öneriler şu şekildedir:

1. Bu araştırmanın bağımlı değişkenleri sosyal medya bağımlılığı ve aldatma eğilimi sebepleridir. Benzer konularda tasarlanacak araştırmalarda, daha farklı değişkenlerin de bu iki değişken arasındaki ilişkisi incelenebilir. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ile aldatma eğilimi sebepleri arasındaki aracılık etkisi araştırılabilir.
2. Bu araştırmanın örneklem grubu; evli, nişanlı, sevgilisi olan ve flört sahibi olan 120 bireydir. İleride yapılacak araştırmalarda, örneklem grubuna ait özellikler genişletebilir. Ayrıca, katılımcı sayısının yükselmesi ile araştırmaya ait sonuçların daha güvenilir olacağı düşünüldüğünde, daha büyük örneklem gruplarına ulaşılması önerisinde bulunulabilir.
3. Bu araştırma, tarama modelinde kurgulanmıştır. Daha farklı araştırmaların kurgulanmasında deneme modeli kullanılabilir. Bu bağlamda, sosyal medya bağımlılığı ve aldatma eğilimi sebepleri üzerinde etkisi olan bağımsız değişkenler derinlemesine araştırılabilir.
4. Bu araştırmanın verileri, anket yöntemiyle toplanmış nicel tipte verilerdir. Benzer nitelikli araştırmalarda, anket verilerine ek olarak gözlem, görüşme ya da günlük gibi veri toplama araçları ile nitel veriler de toplanabilir. Dolayısıyla, nicel ve nitel sonuçlar arasında bağ kurulup derinlemesine çıkarımlar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Adanır, O. (2016). *Baudrillard*. (2. Baskı). Say Yayıncılık.
- Adorno, T. W. (2014). *Kültür endüstrisi, kültür yönetimi*. (N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen, Çev.). İletişim Yayınları.
- Ainsworth, M. D. S., Blehar, M. C., Waters, E., & Wall, S. N. (2015). *Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation*. Psychology Press Classic Edition.
- Ampuja, M., & Koivisto, J. (2014). *From 'Post-Industrial' to 'Network Society' and beyond: The Political Conjunctions and current crisis of information society Theory*. *Triple C*, 12(2), 447-463.
- Andrew, K. (2007). *The cult of the amateur: How today's internet is killing our culture and assaulting our economy*. Nicholas Brealey.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1(1), 55-67.
- Ateş, F., & Erdem, R. (2020). Yetişkin bağlanma stilinin örgütsel açıdan değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi (PIAR)*, 7(2), 431-447.
- Akkaş, C., & Bakırtaş, H. (2019). Sosyal ağlarda arkadaşlık: Facebook örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(72), 1884-1902.
- Akkaya, D. T. (2013). *Sosyal medya reklamlarında tüketici algılarının tutum, davranış ve satın alma niyeti üzerine etkisi*. Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Aktaş, A. S. (2017). *Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanım davranışları ile yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Alaçam, S. (2020). *Evli bireylerde evlilik doyumu, aldatma eğilimi ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alanka, Ö., & Cezik, A. (2016). Dijital kibir: Sosyal medyadaki narsistik ritüellere ilişkin bir inceleme. *Trt Akademi Dergisi*, 1(2), 548-569.
- Atak, H., & Taştan, N. (2012). Romantik ilişkiler ve aşk. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(4), 520-546.
- Aydın, M. (2014). *Sistematik Aile Sosyolojisi*. (2. Baskı). Çizgi Kitabevi.

- Barutçu, S., & Tomaş, M. (2013). Sürdürülebilir sosyal medya pazarlaması ve sosyal medya pazarlaması etkinliğinin ölçümü. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 4(1), 5-23.
- Baudrillard, J. (2017). *Simülakrlar ve simülasyon*. (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2012). *Akışkan aşk*. (I. Ergüden, Çev.). Versus Kitap.
- Bayram-Saptır, A. (2020). *Sosyal medya bağımlılığı ve kendini sansürleme: Bazı değişenler açısından incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 276-295.
- Berscheid, E., & Reis, H. T. (2010). (S. T. Fiske, D. T. Gilbert ve G. Lindzey, Ed.). *Attraction and close relationships*. Washington: McGraw-Hill, 193–281.
- Beyler, B. (2019). *Akdeniz bölgesinde sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bigler, R. S. (1995). The role of classification skill in moderating environmental influences on children's gender stereotyping: A study of the functional use of gender in the classroom. *Child Development*, 66, 1072-1087.
- Bilginer, A. (2020). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile öz yeterlik düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi: Mardin ili örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çag Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Bircan, G. (2019). *Akdeniz bölgesinde yaşayan bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve aleksitimi ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Blow, A. J., & Hartnett, K. (2005). Infidelity in committed relationships I: A methodological review. *Journal of Marital and Family Therapy*, 31(2), 183–216.
- Boschele, M. (2014). The “information society” and the role of knowledge in society. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 5(14), 7-13.
- Bowlby, J. (2014). *Sevgi bağlarının kurulması ve bozulması*. (M. Kamer, Çev.). Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları 85.
- Bowlby, J. (2020). *Bağlanma*. (T. V. Soylu, Çev.). Pinhan Yayıncılık.
- Brennan, K. A., & Shaver, P. R. (1995). Dimensions of Adult Attachment, Affect Regulation, and Romantic Relationship Functioning. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(3), 267-283.

- Brown, E. M. (2001). *Patterns of infidelity and their treatment*. (2nd Edition). Brunner-Routledge.
- Bulunmaz, S. (2018). *Duygusal zeka ve duygusal şemaların sosyal medya kullanımı, gelişmeleri kaçırma korkusu ve sigara bağımlılığı ile ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bülbül-Oğuz, B. (2012). Sosyal medya dilinin görüntüsel gösterge boyutu ve bunun dile etkisi. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4), 1158-1164.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. (12. Baskı). Pegem Akademi.
- Büyükşahin, A. (2001). *Yakın İlişki Kuran ve Kuramayan Üniversite Öğrencilerinin Çeşitli Sosyal Psikolojik Etkenler Yönünden Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Castells, M. (2013). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür-2. Cilt kimliğin gücü*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cerrah, L. (2016). Sosyal medya ve bazı kurumsal etkileşimler ve sosyal medyaya eleştirel yaklaşım. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1394- 1396.
- Cohen, D. (1995). *Erkek Olmak*. (Y. Alogan, Çev.), Alan Yayıncılık.
- Cohen-Almagor, R. (2006). Mahremiyetin Sınırları: Yararlı Ayrımlar. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 23, 175-186.
- Cüceloğlu, D. (2016). *İletişim Donanımları*. (2. Baskı). Remzi Kitabevi.
- Çalış, M. (2020). *Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Onay İhtiyacı ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Çavuşoğlu, Z. Ş. (2011). *Bağlanma stilleri evlilik uyumu ve aldatma eğilimi arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çetinöz, N. (2013). *Sosyal medya yeni iletişim teknolojileri*. (T. Volkan Yüzer ve Mehmet Emin Mutlu, Ed.). Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Yayınları.
- Çıkkıt, B. (2017). *Evli bireylerde bağlanma stilleri ve aldatma eğiliminin şema terapi modeli çerçevesinde değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.

- Çoban, B. (2019). *Sosyal medya kullanımı ile değişen mahremiyet algısı: Youtube üzerine bir inceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Dağıtmaç, M., & Ekmen, Ş. (2019). *Dijital Psikolojik Devrim*. Motto Yayınevi.
- Debord, G. (2010). *Gösteri Toplumu*. (O. Taşkent ve A. Emekçi, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’ de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 27-50.
- Demirdağ, M. F. (2017). Bağlanma teorisi’nin kökenleri: John Bowlby ve Mary Ainsworth, *Düzce Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2).
- Demirtaş, A. H. (2004). *Yakın İlişkilerde Kıskançlık (Bireysel, İlişkisel ve Durumsal Değişkenler)*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dilmen, E. N., & Öğüt, S. (2010). *Sosyalleşmenin yeni yüzü: Sosyal paylaşım ağları . 2. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı*. 237-242.
- Dilsiz, N. B. (2019). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının bağlanma stilleri ve yaşam doyumu ile ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Dökmen, Ü. (2016). *İletişim çatışmaları ve empati*. (2. Baskı). Remzi Kitabevi.
- Dursun, A., & Özkan, M. S. (2019). Genç yetişkinlerin aldatmaya yönelik niyetleri üzerinde aldatmaya yönelik tutum ve sosyal medya kullanımının etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(2), 475-484.
- Düvenci, A. (2012). *Ağ neslinin internet kullanımı üzerindeki sosyal medya etkisinin sosyal sapma yaklaşımı ile incelenmesi*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eminoğlu, K. (2016). *Sosyal medyanın özel hastanelerin rekabet gücünü arttırmadaki önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Emiroğlu, B. G. (2009). Semantic web (anlamsal ağ) yapıları ve yansımaları. *Akademik Bilişim’ 09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* içinde (ss. 151-155). 11-13 Şubat. Şanlıurfa: Harran üniversitesi.
- Erdoğan, V. (2018). *Sosyal medyada marka imajının tüketici satın alma davranışlarına etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, KTO Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Eren, E. (2019). *Romantik ilişkilerde bağışlamanın aşk biçimlerine göre yordanması*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi, Ankara.

- Eren, F. (2020). *18-30 yaş arasındaki bireylerin sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Ersoy-Kart, M. (2002). Yetişkin bağlanma stilleri ve çatışma davranışı: Hekimlerle yapılan bir çalışma. *Mülkiye Dergisi*, 28(245), 89-123.
- Ezer, R. N. (2019). *Üniversite öğrencilerinin aleksitimi düzeyleri ve bağlanma stilleri ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı. Ankara.
- George, D., & Mallery, P. M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. Pearson.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. (C. Güzel, Çev.). Kırmızı Yayınları.
- Göker, G., Demir, M., & Doğan, A. (2010). Ağ toplumunda sosyalleşme ve paylaşım: Facebook üzerine amprik bir araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy Humanities*, 5(2), 183-206.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 105-120.
- Gülerce, A. (2007). *Dönüşümsel aile modeli ve Türkiye’de ailelerin psikolojik örüntüleri*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Gülhan, M. (2019). *Sosyal medyanın yetişkinler üzerindeki etkileri sanal ve uzun mesafe ilişkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Gülkanat, G., & Yüksel-Şahin, F. (2021). The investigation of the intentions towards infidelity in emerging adults and adults. *The Journal of Social Sciences (Sobiad,Copernicus)*, 8(50), 526-537.
- Gümüşsoy-Uçak, S. (2019). *Evli çiftlerdeki bağlanma stillerinin sosyal medya kullanımı ve ilişki doyumu arasındaki bağlantının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güngör -Houser, A. (2009). *Evli bireylerin sahip oldukları iletişim çatışması türü, romantik kıskançlık ve duygusal zeka düzeylerinin evlilik doyumları üzerine etkisi*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Haviland, W. A., Prins, H. E. L., Walrath, D., & McBride, B. (2008). *Kültürel antropoloji*. (İ. D. Erguvan-Sarioğlu, Çev.). Kaknüs Yayınları.
- Hekimoğlu, H. (2019). *Sosyal ağlarda mahremiyetin dönüşümü: Instagram örneği*. Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

- Humprey, F. G., (1987). *Treating extramarital sexual relationships in sex and couples therapy*. Integrating sex and marital therapy: A clinical guide. G. Weeks & L. Hot (Ed.), (s. 149-170). New York: Brunner/Mazel.
- İmamoğlu, A., Çelik, Y. (2009). Evlilik hayatında kıskançlık - dindarlık ilişkisine psikolojik yaklaşım. *Dini Araştırmalar Dergisi*, 12(35), 7-29.
- İplikçi, G. H. (2015). İletişimde temel modeller ve kitle iletişim modelleri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7(2), 16-24.
- Kandiyoti, D., & Saktanber, A. (2012). *Kültür Fragmanları*. (Z. Yelçe, Çev.). Metis Yayıncılık.
- Kantarcı, D. (2009). *Evli bireylerin bağlanma stillerine göre aldatma eğilimleri ve çatışma yönetim biçimlerinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaplan, A. M., & Haelein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kaplaner, K., & Satan, A. (2020). Evli bireylerin çok boyutlu başa çıkma biçimleriyle evliliklerinde çatışma yaşama durumları arasındaki ilişki. *Aile Psikolojik Danışmanlığı Dergisi*, 3(1), 01-32.
- Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. Beta Yayınevi.
- Karaşar, B., & Öğülmüş, S. (2014). Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının Çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2), 469-495.
- Karataş, A. (2019). *Batı marmara bölgesinde sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kartal, N. (2018). *Sosyal medyanın kimlik sunumuna etkisi: Erving Goffman'ın dramaturjik teorisi üzerine bir analiz*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaya-Örk, E. (2021). Bağlanma kuramı çerçevesinde aldatma ve boşanma. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 248-263.
- Kesebir, S., Özdoğan-Kavzoğlu, S., & Üstündağ, M. F. (2011). Bağlanma ve psikopatoloji. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 3(2), 321-342.
- Kılıç, S. (2014). *Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve sosyal medyanın siyasal iletişimi etkileme rolü*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

- Kıvanç, T. (2017). Sosyal medya bağımlılığının sonuçları. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1). 90-100.
- Klein, M. (2015). *Çocuk psikanalizi*. (A. Demir, Çev.). Pinhan Yayıncılık.
- Kleinman, P. (2019). *Felsefe 101: Platon ve Sokrates'ten etik ve metafiziğe düşünce tarihi hakkında bilmeniz gereken her şey*. (Ş. Alpagut, Çev.). Say Yayınları.
- Kocadaş, B. (2005). *Kültür ve medya. Bilig*, (34), 1-13.
- Koçak, C. (2009). *Kültürel değişim sürecinde kadın- erkek ilişkileri ve televizyon dizilerindeki değişim göstergeleri: Değişim sürecini üniversite gençlerinin algılayış şekilleri*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Konyalıoğlu, A. P. (2002). *Üniversiteli öğrencilerin duygusal ilişki bağlanma tarzları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: Facebook üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81.
- Krämer, N. C., & Haferkamp, N. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-14.
- Kubat, D. E. (2012). *Evli bireylerde aldatma eğilimi ve evlilik doyumu ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kul, S. (2014). Uygun istatistiksel test seçim kılavuzu/guideline for suitable statistical test selection. *Plevra Bülteni*, 8(2), 26-29.
- Lusterman, D. D. (1998). *Infidelity: A survival guide*. Oakland, New Harbinger Publications.
- Masterson, J. F. (2013). *Bağlanma kuramı ve nörobiyolojik kendilik gelişimi açısından kişilik bozuklukları*. (H. Şentürk, Çev.). Litera Yayıncılık.
- Masterson, J. F. (2013). *Borderline ergen'den işlevsel yetişkine: Zaman testi aile ve borderline ergenin psikanalitik psikoterapisi üzerine takip raporu*. (P. Üzeltüzenci, Çev.). Psikoterapi Enstitüsü.
- Mathes, E. W. (1992). *Jealousy: The psychological data*. Lanham, University Press of America.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2012). *Medya mesajı, medya mesajdır*. (İ. Haydaroğlu, Çev.). MediaCat.

- Metin, O., & Karakaya, Ş. (2017). Jean Baudrillard perspektifinden sosyal medya analizi denemesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 117.
- Minibaş-Poussard, J. (2007). *Transaksiyonel analiz ve yönetim: Liderin benliği*. (T. Solmuş, Ed.). Endüstriyel Klinik Psikoloji ve İnsan Kaynakları Yönetimi. Beta, 305-324.
- Müezzinoğlu, S. (2014). *Romantik ilişkilerde aldatma: Bağlanma boyutları, kişilik özellikleri ve ilişki bağlanımı*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Norment, L. (1998). Why women cheat?. *Newsweek*, 132(23), 34.
- Odlyzko, A. (2001). The history of communications and its implications for the internet. *Computer Network*, 36(5), 493-517.
- Oran, N. (2020). *Yetişkinlerde sosyal medya kullanımının sosyal kaygı belirtileri ve kişilerarası ilişki kurma ile ilişkisinin değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Öcal, Y., & Saadet E. (2016). *Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlar ile ilişki doyumu ve romantik ilişkilerde akılcı olmayan inançlar arasındaki ilişkiler*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Önder, S. (2019). *Romantik kıskançlık, aldatmaya yönelik niyet ve mutluluk*. Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lefkoşa.
- Öner, Ö. (2020). *Aşkın kimyası*. Destek Yayınları.
- Özcan, S. G. (2014). *Evli bireylerin cinsiyete göre aldatma eğilimleri, evlilik doyum düzeyleri ve cinsel doyum düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105.
- Özkul, K. (2018). Hastalıkta, sağlıkta, birbirimizi aldatana dek: Romantik ilişkilerde sadakatsizlik üzerine bir inceleme. *Pivolka Dergisi*, 8(26), 7-9.
- Öztat, F. (2019). *Aile içi iletişim doyumu ve sosyal medya kullanım ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2015). *Çağdaş sosyoloji kuramları ve klasik kökleri*. (I. Ertuna-Howison, Çev.). De Ki Basım.
- Rodoplu, A. (2019). *Evli çiftlerde evlilik uyumu ile cinsel doyum arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul.

- Saatcioğlu, E. (2019). *Bir sosyal medya platformu olarak instagram kullanım güdülleri: Kullanıcıların kimlik sunumu üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sağar, M. E. (2019). Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının irdelenmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 2(1), 29-42.
- Sağdıç, N. (2018). *Evli erkeklerin bağlanma şekillerine ve dini yönelimlerine göre aldatma eğilimleri*. Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lefkoşa.
- Sağkal, A. S., & Özdemir, Y. (2018). Algılanan romantik ilişkisi ölçeği'nin (ARİKÖ) Türkçe'ye uyarılanması: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 46, 22-40.
- Sancar, E. (2017). Kadınlarda internet bağımlılığı ile ilgili bir araştırma: İstanbul örneği. *Iğdır University Journal of Social Sciences*, (13), 296-320.
- Sarısakal, N. M., & Aydın, A. M. (2003). E-Ticaretin yeni yüzü mobil ticaret. *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 83-90.
- Schore, A. N. (2011). *Gelişimsel nörobiyoloji ve bağlanma kuramı*. (M. Arık, Çev.). Psikoterapi Enstitüsü.
- Shaver, P. R., & Hazan, C. (1987). Being lonely, falling in love. *Journal of Social Behavior and Personality*, Corte Madera, 2(2).
- Shevlin, M., Boyda, D., Elklit, A., & Murphy, S. (2014). Adult attachment styles and the psychological response to infant bereavement. *European Journal of Psychotraumatology*, 5(1), 1-8.
- Shirley P. G. Ph.D. & Thomas L. W. Ph.D. (1992). Justifications for extramarital relationships: The association between attitudes, behaviors, and gender. *The Journal of Sex Research*, 29(3), 361-387.
- Sığın, İ. (2019). *Sosyal medya kullanan gençlerin mahremiyet algısının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sigmund, F. (2020). *Cinsellik Üzerine*. (A. A. Öneş, Çev.). Say Yayınları.
- Sümer, M. (2006). *Yetişkinlerin bağlanma stillerinin duygusal zeka, ilişkiye bağlılık, ilişkide algılanan tatmin ve bazı değişkenlere göre incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sümer, N., & Güngör, D. (1999). Yetişkin bağlanma stilleri ölçeklerinin türk örneklemini Üzerinde psikometrik değerlendirmesi ve kültürlerarası bir karşılaştırma. *Türk Psikoloji Dergisi*, 14(43), 71-106.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. (6th Edition). Pearson.

- Taddicken, M. (2014). The ‘privacy paradox’ in the social web: The impact of privacy concerns, individual characteristics, and the perceived social relevance on different forms of self-disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 248–273.
- Tankut, Ü. (2020). *Mükemmeliyetçilik, kendini aldatma, savunma mekanizmaları ve temel kişilik özelliklerinin kırılğan ve büyülenmeci narsisizm ile ilişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tarhan, N. (2011). *Evlilik psikolojisi*. (29. Baskı). Timaş Yayınları.
- Taylor, S. E., & Peplau, L. A. & Sears, D. O. (2020). *Sosyal psikoloji*. (A. Dönmez, Çev.). İmge Kitabevi.
- Topaçan, Ü. (2019). *Sosyal medya paylaşımlarında duygu analizi: Makine öğrenimi yaklaşımı üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Toplu-Demirtaş, E., Dolunay-Cuğ, F. ve Tezer, E. (2014). Aldatmaya yönelik tutum ölçeği’nin türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi*, 5(42), 184-194.
- Tortamış, M. (2014). *Evli bireylerde romantik kıskançlık türü ve aldatma eğiliminin şema terapi modeli çerçevesinde değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tuna, E. (2018). Haset ve kıskançlığın tanımlanması ve klinik görünümü. *DTCF Dergisi*, 58(2), 1751-1767.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uludağ, Z. (2020). *Risk toplumunda sosyal medyanın rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Üstdağ, G. (2019). *Sosyal medya kullanımının cinsel işlevler ve boşanmaya etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ toplumu*. (Ö. Sakin, Çev.). Epsilon Yayıncılık.
- Yalçıntaş, M. (2019). *Fen bilimleri öğretiminde kuantum öğrenme modeli kullanmanın ilkökul dördüncü sınıf öğrencilerinin akademik merak, kaygı, özyeterlik ve başarı düzeylerine etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yeniçaktı, T. N. (2016). Halkla ilişkiler aracı olarak İinstagram: Sosyal medya kullanan 50 Şirket üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 92-115.

- Yıldırım, Y. (2019). *Romantik ilişkilerde aldatma eğiliminin yordayıcıları olarak sosyal medya kullanımı ve temel psikolojik ihtiyaçların doyumu* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Doğuş Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldızhan, E. (2017). Bağlanma teorisi ve bağlanma bozukluklarına genel bir bakış. *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 22(1), 66-72.
- Yılmazsoy, B., & Kahraman, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyayı eğitsel amaçlı kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Facebook örneği. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1), 9-20.
- Yüksel, E. (2019). *Sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve kendini gizleme arasındaki ilişki: Konya örneğinde bir saha araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Wiederman, W. M., & Hurd, C. (1999). Extradynamic involvement during Dating. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(2), 265-274.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Hatice TECER

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : 2017, Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji

Yüksek Lisans Öğrenimi :

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyetleri :

İŞ DENEYİMİ

Stajlar :

Projeler :

Çalıştığı Kurumlar :

Tarih: 19 Ağustos 2021

Ek-1. Aldatma Eğilimi Sebepleri Ölçeği (AESÖ)

ANKET FORMU

Bireyler romantik ilişkilerinde sorun yaşadığında, sosyal ilişkilerinde sorunlar yaşar, ayrıca travmatik boyutta psikolojik sorunlar yaşayabilirler. O nedenle buradaki çalışmada romantik ilişkilerde önemli bir yeri olan aldatma eğiliminin sebepleri psikolojik ve sosyolojik açıdan ölçülmeye çalışılmaktadır. Yine burada yapılan çalışma, psikolojik danışmanlık ve ilişki danışmanlıklarında bireylerin ikili ilişkileriyle ilgili duygu durumlarını kendilerinin fark edebilmeleri açısından da katkı sağlayacaktır. Bu nedenlerle, anketin bilimsel amaçlarla kullanılabilmesi için, kendi görüşleriniz açısından ciddiyle doldurulması gerekmektedir. Gizlilik ilkesi gereği kimlik bilgileriniz istenmemektedir. Aşağıda yer alan maddeleri, katılma düzeyinizi belirtecek şekilde işaretlemeniz gerekmektedir. Maddeleri samimiyetle değerlendirdiğiniz için teşekkür ederiz.

Dr. Öğr. Üyesi Kemal ER, Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL, Arş. Gör. Haydeh FARAJİ

Sayın katılımcı, aşağıdaki maddeleri yanıtladığınız; bu maddelerin sizin için aldatma eğilimi nedeni sayılabilme konusundaki düşüncelerinize göre, şıklar dikkate alınarak işaretlenmesi beklenmektedir.	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum
1. İlişkinin monoton hale gelmesi			
2. Farklı farklı insanlarla birlikte olmak istenmesi			
3. Yeni ilişki ihtiyacı hissedilmesi			
4. Cinselliğe düşkünlük			
5. Birlikte olunan kişinin cinsel isteksizliği			
6. Aldatmanın eğlenceli bir oyun olarak görülmesi			
7. Romantik ilişkide cinsel doyum sağlanamaması			
8. Birlikte olunan kişinin ilgisizliği			
9. Daha önce yeterince ilişki yaşamamış olması			
10. Var olan ilişkiden önce çok fazla ilişki deneyimi olması			
11. Karşısına yeni çıkan birine aşık olunması			
12. Baştan çıkarıcı bir ötekinin varlığı			
13. Birlikte olunan kişinin gelenekleri sebebiyle cinsel ilişkide sınırları olması			
14. Birlikte olunan kişinin evlilik öncesinde cinsel ilişki istememesi			
15. Birlikte olunan kişi tarafından aldatılmış olması			
16. Birlikte olunan kişiye kızgın olunması			
17. Birlikte olunan kişi tarafından anlaşılmadığının düşünülmesi			
18. Geçmişte başkası tarafından aldatılmış olunması			
19. Birlikte olduğu kişiyle düşünsel paylaşım içinde olunmaması			
20. Cinselliğin özgürce yaşanması gerektiğine inanılması			
21. Aldatmanın insan doğası gereği normal olduğunun düşünülmesi			
22. Birlikte olunan kişinin cinsel işlevlerinde azalma olması			
23. Birlikte olunan kişinin görsel olarak çekici bulunmaması			

	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum
24. Birlikte olunan kişiyle bir gelecekleri olduğuna inanılmaması			
25. Uygun olmayan bir ilişki içinde olduğunu düşünülmesi			
26. Birlikte olunan kişiden beklenen ilginin görülmemesi			
27. Birlikte olunan kişinin bireyin kendisi tarafından tercih edilmemiş olması			
28. Birlikte olunan kişiyle ortak paylaşım alanlarının azalması			
29. Yakın çevrede aldatmanın yaygın olması			
30. Aldatmanın yakın çevre tarafından olağan görülmesi			
31. Aldatma olayının ortaya çıkmayacağının düşünülmesi			
32. Birlikte olunan kişinin, bireye yeterince vakit ayırmaması			
33. Birlikte olunan kişinin, bireyin çevresi tarafından kendisine uygun görülmemesi			
34. Aldatma olayı ortaya çıksa bile birlikte olunan kişinin ilişkiyi sonlandıramayacak olduğunun düşünülmesi			
35. Aldatma olayı ortaya çıksa dahi bu durumdan sıyrılınılabileceğinin düşünülmesi			
36. Birlikte olunan kişiye bağlılık hissedilmemesi			
37. Başka biriyle daha mutlu olunabileceğine inanılması			
38. Birlikte olunan kişiye aşık olunmaması			
39. Var olan ilişkinin bitmekte olduğunun hissedilmesi			
40. İlişkide romantizmin bitmesi			
41. Cinsel yönelimin açıkça yaşanmaması			
42. Birlikte olunan kişinin aşırı kıskanç davranışları			
43. Birlikte olunan kişinin yoğun ilgisinden bunalma			
44. Birlikte olunan kişiden şiddet görülmesi			
45. Var olan ilişkinin umursanmaması			
46. Fantazilerin birlikte olunan kişiyle yaşanmaması			
47. Birlikte olunan kişinin maddi gelirinin yetersiz olduğunun düşünülmesi			
48. Birlikte olunan kişinin statüsünün beğenilmemesi			
49. Kişinin beğenilir olduğunu kendine ispatlama ihtiyacı duyması			
50. Ebeveynlik rolünün ön plana geçmesiyle, romantik ilişki boyutunun gerilemesi			

	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum
51. Heyecan arayışı			
52. Birlikte olunan kişinin kişisel hijyenine yeterli özeni göstermemesi			
53. Maddi sorunlar nedeniyle var olan ilişkinin sonlandırılmaması			
54. Aile baskısı nedeniyle var olan ilişkinin sonlandırılmaması			
55. Birlikte olunan kişiye duyulan merhamet nedeniyle varolan ilişkinin sonlandırılmaması			
56. Toplum baskısı nedeniyle var olan ilişkinin sonlandırılmaması			
57. Birlikte olunan kişinin sağlık problemleri olması			

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1. Cinsiyetiniz : Erkek () Kadın ()

2. Yaşınız : 18 - 25 () 26 - 35 arası () 36 – 50 arası () 51 - 60 () +61 ()

3. Eğitim durumunuz (mezun değilseniz devam etmekte olduğunuz eğitim durumu) :

İlkokul () Orta Okul () Lise () Yüksek Okul () Üniversite () Yüksek lisans ()
Doktora ()

4. İlişki durumunuz (Birden fazla ilişki yaşıyorsanız birden fazla işaretleme yapabilirsiniz) :

İlişkim yok () Takıldığım biri var () Bir flörtüm var () Bir sevgilim var ()

Sözlüyüm / Nişanlıyım () Evliyim ()

5. Çocuğunuz var mı? Evet () Hayır ()

6. Herhangi bir ilişkinin aldatma olarak tanımlanabilmesi için: (İki şık işaretlenebilir)

Kişinin iç dünyasında başka bir kişiye dair arzularının olması ()

Kişinin birlikte olduğu birey dışında bir kişiye ilgi, sevgi ve zaman ayırması ()

Kişinin birlikte olduğu birey dışında bir kişiyle cinsellik yaşaması ()

7. Romantik ilişkinin

Görücü usulüne göre ()

Yüzyüze etkileşim ile ()

Sosyal medya aracılığı ile () başlamasını tercih ederim.

8. Tercih ettiğiniz birliktelik türü;

-İmam nikahıyla () Resmi nikahla () Nikahsız aynı evde () Hem imam nikahı hem resmi nikahla ()

Nikahsız ve ayrı evlerde () Diğer ()

9. En az bir kez aldatıldım: (İki şık işaretlenebilir) Duygusal olarak Evet () Hayır ()

Fiziksel Olarak Evet () Hayır ()

10. En az bir kez aldattım: (İki şık işaretlenebilir) Duygusal olarak Evet () Hayır ()

Fiziksel Olarak Evet () Hayır ()

11. Anne-babama dair bir aldatma hikâyesi: Var () Yok ()

12. Kendinizi hangi sosyoekonomik düzeyde değerlendiriyorsunuz?

Düşük () Orta () Yüksek ()

13. Birlikte olduğunuz kişiyi hangi sosyoekonomik düzeyde değerlendiriyorsunuz? (Şuan hayatınızda kimse yoksa daha önceki ilişkilerinizi baz alarak da değerlendirme yapabilirsiniz.)

Düşük () Orta () Yüksek ()

14. Sosyalleşme süreçlerinizde birlikte olduğunuz kişinin bulunma düzeyi nedir? Lütfen derecelendiriniz. (Şuan hayatınızda kimse yoksa daha önceki ilişkilerinizi baz alarak da değerlendirme yapabilirsiniz.)

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

15. Birlikte olduğunuz kişinin sosyalleşme süreçlerinde sizin bulunma düzeyiniz nedir? Lütfen derecelendiriniz. (Şuan hayatınızda kimse yoksa daha önceki ilişkilerinizi baz alarak da değerlendirme yapabilirsiniz.)

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

16. Aşağıdakilerden hangisi ya da hangileri hayata bakış açınızı ifade eder?

Muhafazakâr ()

Liberal ()

Solcu ()

Sağcı ()

Diğer

Ek – 2 Aldatma Eğilimi Sebepleri Ölçeği (AESÖ) Kullanım İzni

Ölçek izni Gelen Kutusu x



Hatice Tecer

6 Ocak Çar 04:46 ☆

Sayın Kemal ER, Ben KTO Karatay Üniversitesi Disiplinlerarası Aile Danışmanlığı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Hatice TECER. Araştırmacı Hocam ise Doç. ...



kemaler1@gmail.com <kemaler1@gmail.com>

6 Ocak Çar 13:14 ☆ ↩ ⋮

Alıcı: ben ▾

Merhaba öncelikle çalışmalarınızda başarılar dilerim. Ölçek çalışmamızı kullanabilirsiniz. Ben çalışmayı ortak hazırladığımız arkadaşlarımızı bilgilendiririm. Sağlıklı güzel günler dilerim.

Hatice Tecer <haticetecer95@gmail.com>, 6 Oca 2021 Çar, 04:46 tarihinde şunu yazdı:

Dr. Öğr. Üyesi Kemal Er

kemaler1@gmail.com

0 542 347 27 64



Ek - 3 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine **X** işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım
④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

Ek - 4 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) Kullanım İzni

