

EVLİ BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI

Salih TİRYAKI¹
Melis KARAKUŞ²

ÖZET

Sosyal medya hayatımızın birçok alanında etkisini hissettirmektedir. Etkilediği toplumsal kurumlardan biri de evliliktir. Evlilik ilişkilerinde, sosyal medya sebebiyle kıskançlıklar oluşabilmekte ve aldatmalar gerçekleşebilmekte hatta bu sebeple boşanmalar söz konusu olabilmektedir. Türkiye'deki yaygın kullanımıyla Facebook, özellikleri sebebiyle fotoğraf paylaşımına, etiketlemelere ve eski ilişkilerin tekrar kurulmasına imkan sağlamakta ve bu da evli kişilerde kıskançlığa neden olabilmektedir.

Çalışmada, 296 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır. Katılımcıların, 133'ü erkek ve 163'ü kadındır. Örneklem seçiminde ise amaçlı örneklem doğrultusunda, kişilerin evli olmaları, kendilerinin ve eşlerinin sosyal medya kullanmaları ve Facebook kullanıcısı olma şartı taşımalarına göre anket uygulanmıştır. Ankette, İkili İlişkilerde Güven, Evlilik Yaşam Doymu, Yaşam Doymu, Facebook Kıskançlığı Ölçekleri kullanılmıştır. Çalışma, 2 Ocak 2018 ve 30 Mart 2018 tarihleri arasında yürütülmüştür. Çalışmanın sonuç bulgularından bazıları şöyledir: katılımcıların %79,7'lik oranla Whatsapp, %75,0'lık oranla Facebook kullanmaktadırlar. Facebook kıskançlığı ile güven arasında negatif yönde çok yüksek derecede ilişki olduğu, evlilik yaşam doymuları azaldıkça Facebook kıskançlığının arttığı görülmüştür. Mutluluk hisleri azaldıkça Facebook kıskançlığı artmakta, Yalnızlık hisleri artıkça Facebook kıskançlığı artmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Facebook kıskançlığı, sosyal medya, evlilik, aldatma, kıskançlık

A FIELD RESEARCH ON SOCIAL MEDIA USAGE OF MARRIED INDIVIDUAL

ABSTRACT

Social media affects many areas of our lives. One of the social institutions that it affects is marriage. In marriage relations, jealousy, infidelity and divorce may occur because of social media, With the widespread use of Facebook in Turkey, properties due to photo sharing, tagging and allow the re-establishment of the old relations may cause jealousy of married people.

In the study, A total of 296 person face-to-face surveys were conducted. 133 of the participants, are men and 163 are females. In the sample selection, a questionnaire was applied according to the purpose of the sampling: whether the persons are married, whether they and their spouses are using social media, and whether they are Facebook users. In the questionnaire, Trust in Dual Relations, Marriage Life Satisfaction, Life Satisfaction, Facebook Jealousy Scales were used. Some of the findings of the study are as follows: participants mostly uses Whatsapp 79.7% and Facebook 75.0%. There is a very high degree of negative relationship between Facebook jealousy and trust, Facebook jealousy increases as marriage life satisfaction decreases. Facebook jealousy increases as feeling of happiness decreases,

¹ Yrd. Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye, salih.tiryaki@selcuk.edu.tr

² Yüksek Lisans, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye, meliskarakus03@gmail.com

Facebook jealousy increases as feeling of loneliness increase.

Key Words: Facebook jealousy, social media, marriage, infidelity, jealousy

1.GİRİŞ

Türkiye İstatistik Kurumu 2015 yılı verilerine göre, bir önceki yıla göre boşanan çiftlerin sayısı % 4,5 artmıştır. Boşanan çiftlerin sayısı 2016 yılında 126 bin 164 iken 2017 yılında %1,8 artarak 128 bin 411 olmuştur. Boşanma oranlarındaki bu artış, ilişkinin devamını sağlayan evlilikte uyum kavramının tanımlanmasını ve uyumu etkileyen faktörleri önemli kılmaktadır. Özellikle eşlerden birinin sosyal ağlar aracılığıyla ilişki içinde olması evliliklere yeni bir boyut kazandırmaktadır (Aycanoğlu ve Ünsal, 2017,s.163). İnsanların kullandığı Facebook, Instagram, Whatsapp ve benzeri sosyal medya araçları aslında gündelik hayatlarının bir parçası olarak hayatlarının neredeyse merkezinde yer almaktadır. İnternet ve sosyal medya araçları aynı zamanda insanların ilişkileri ile ilgili çevrimiçi yeni iletişim yolları ve alışkanlıklar geliştirmesine de sebep olmaktadır. Dahası kişilerarası iletişimde sosyal medya, davranışları yeniden şekillendirmektedir.

Daha önce yüz yüze gerçekleşen birçok olumlu ve olumsuz davranış sosyal medya üzerinden yeniden farklı biçimlerde var olmaktadır. Buna karşı cinsle ilişkiler, iletişim davranışı ve birçok konu dahil edilebilir. Bireylerarası iletişimin kolaylaşması ve çeşitlenmesi kurulan iletişimin amacını ve etkilerini de farklılaştırmıştır. Sosyal medya kullanımında teknoloji, etkileşimi artırıcı bir unsur olarak kabul edilmektedir (Birsen vd., 2013,s.46). Bu anlamda sosyal medya araçları çevrimiçi iletişime neredeyse sınırsız imkan tanımaktadır. İnsanlar sadece yazıyla değil, fotoğraflar ve canlı yayın araçları ile de diğer insanlarla etkileşime girebilmektedir. Bu etkileşimi sağlayan temel konu ise internet üzerinden meydana gelen iletişim ve iletişim için kullanılan sosyal medya uygulamalarıdır.

Sosyal medyanın şekillendirdiği hayatlar, birçok sosyal kurum üzerinde etkili olmakta ve belki de bu kurumları ve davranışları yeniden tanımlamakta ve düzenleyebilmektedir. Kutlamalardan, konuşma biçimlerine kadar çok sayıda kalıp davranış yerini yenilerine terk etmektedir. Bu davranışlardan biri de evlilik kurumunun temellerini etkileyen güven ile alakalı olarak aldatma kavramıdır. Aldatma da diğer kavramlar gibi sosyal medya ile dönüşüme uğrayarak insanların bu konuda yeni davranış kalıpları geliştirmesine sebep olabilmektedir. Bu kalıpların başında evlilik ilişkisini zedeleyecek şekilde oluşan duygusal paylaşımlar, ahlaki olmayan fotoğraf- video ve konuşma paylaşımları gelmektedir. Sosyal medyanın doğası, bu paylaşımlara sınırsız imkan sağlamaktadır.

Sosyal medya üzerinden kurulan ilişkilerde, reel fiziksel karşılaşmanın olmaması insanların kendilerini istedikleri gibi tanımlayabilmelerine ve tanıtabilmelerine, fiziksel görüntülerini gizlemelerine fırsat yaratmaktadır. Bu da sosyal medyada yer alan kişilerin istedikleri biçimde kendilerini sunmalarıyla sonuçlanmaktadır. Tüm bu ilişkiler örüntüsü, sosyal medyadaki paylaşımlar doğrultusunda gerçek dışı bir alanda oluşabilmektedir. Günümüzde, internet teknolojisi ve sosyal ağlar insanların yaşamlarının bir parçası olmuştur ve ciddi sosyalizasyona neden olarak, evlilik ve evlilik doyumunu etkilemektedir ve pek çok endişeyi beraberinde getirmektedir (Aycanoğlu ve Ünsal, 2017,s.166).

2. EVLİLİK VE EVLİLİKTE GÜVEN

Evlilik, geçmiş birikimleri, eğitim ve öğrenimleri birbirinden farklı olan iki kişinin hayatlarını birlikte geçirmeye karar vermesi olarak tanımlanmaktadır (Güleç, 2012,s.63). Diğer bir tanımda ise evlilik, iki karşı cinsten bireyin bir araya gelerek, birlikte yaşayıp, hayatı paylaşmak, çocuk dünyaya getirmek ve onu yetiştirmek amacıyla yaptıkları bir sözleşmedir. Aynı zaman da bireyler evlilik yoluyla belli statüler elde ederler. Birbirleri açısından karı koca olur ve çocuklara

da belli bir statü sağlarlar. Bu statüler bir takım sorumlulukları da beraberinde getirir (Kaya, 2017,s.25-26). Buna ek olarak evlilik, karşı cinsten iki kişinin birlikte yaşamak, hayatlarını paylaşmak, çocuk yapmak ve yetiştirmek gibi amaçlarla yaptıkları bir sözleşme olarak tanımlanmaktadır. Evlilik kurumlaşmış bir yol, ilişkiler sistemi, bir kadınla bir erkeği birbirine bağlayan toplumsal yönden devletin kontrol, hak ve yetkisi bulunan yasal bir ilişki biçimini göstermektedir. Evlilikte hak ve yükümlülükler yasalarla olduğu kadar toplumsal kurallar, gelenekler ve inançlarla da belirlenmektedir (Özgülven, 2000, s.19). Bütün bu tanımlar dışında, evlilik kurumunu odak çeşitlerine göre ayırmakta mümkündür. Marx ekolünden gelenler evliliğe ekonomik, Freud ekolünden gelenler ise evliliğe cinsel odaklı bakmaktadırlar. Üçüncü bir yol olarak ise; cinsiyet ve ekonomi arasındaki bağıntıları, endüstri devrimi tesir edici sebepler bakımından birbirinden üstün görmeyenlerde bulunmaktadır (Russel, 1999, s.5).

Toplum tarafından, insan yaşamını pek çok yönü ile etkileyen evlilik; mutlulukları, güçlükleri, sevinçleri, zorlukları ve yararları ile bireylerin büyük bir çoğunluğu için ulaşılmaması beklenen bir amaçtır (Çağ ve Yıldırım, 2013,s.13). Evliliğin, amaç olarak konumlandırılması ise toplumsal kabullenmelerle ilgili olup birçok kültürde ve dinde kutsanan bir müessese olarak karşımıza çıkmaktadır.

Evlilik yaşamında, iki kişinin biyolojik, ekonomik, sosyal ve psikolojik gereksinim ve güdüleri doyumayı amaçladığı gözlemlenmektedir (Özgülven, 2000, s.19-20). Güleç (2012,s.63-64)'e göre, bir yaşam biçimi olarak evlilik olgusuna, birbirinden çok farklı kültürlerde evrensel düzeyde rastlanması, evliliğin kişisel ve toplumsal çeşitli işlevleri yerine getirmesinden ve toplumsal bir kurum olmasından kaynaklanmaktadır. Bu işlevler;

- Ekonomik üretim ve tüketim etkinliklerini düzenler.
- Bireylere güven, korunma, dayanışma içinde olduklarını hissetmek, sevmek ve sevilmek arzularına cevap verme olanağı sunarak duygusal destek sağlar.
- Cinsel yaşamı sağlıklı ve meşru yoldan düzenler.
- Soy çizgisini belirler.
- Cinsiyet rollerini ve iş bölümünü belirler.
- Bireylere toplumsal statü sağlar.

Güvende hissetmek, bütün insanlar için temel ihtiyaç duygularındandır, herkes eşine her konuda güvenmek ve emin olmak istemektedir. Güven ancak, tutarlı, tahmin edilebilir, kestirilebilir ve sorumluluk duygusu gelişmiş kişilerin oluşturabildiği bir histir (Demiröz, 2014,s.24). Evlilik ilişkisinde eşe karşı duyulan güven, kıskançlık, sevgi, sadakat evlilik ilişkisini temelden etkileyen duygular olup evliliğin devamı konusunda da kritik yer işgal etmektedir.

Güven duygusu, evliliklerin ilk zamanlarında ilginin de yüksek olmasından dolayı yüksektir. Zamanla gelişen iş ve çocuk gibi yeni faktörler, çiftlerin odağının bu noktalara kaymasına dolayısıyla da ilgi alanlarının değişmesine sebep olmaktadır. Bu da taraflarda aldatmaya dayalı güven sorunlarının varlığı konusunda şüphe oluşmasına sebep olabilmektedir (Tarhan, 2017,s.64-65).

Evlilik, taleplerin sürdürülebilir halini yansıtır. Sürdürülebilir güven, ilgi, ekonomik destek, sosyal ilişkiler gibi faktörler evliliğin ayrılmaz parçalarını oluşturmaktadır. (www.milliyet.com).

İster evlilik sürecinin öncesinde, isterse evlilik boyunca olsun, güven karşılıklı ilişkilerin temelini oluşturmaktadır ve dolayısıyla da eş adaylarına ve eşlere duyulan güvende olan azalmalar evliliğin gerçekleşmemesi ya da evliliğin aksaması hatta sonlanması ile sonuçlanabilmektedir. Bu sebeple karşılıklı ilişkilerde güven, evliliğin sacayaklarından birini oluşturmaktadır.

3. EVLİLİK YAŞAM DOYUMU VE EVLİLİK UYUMU

Evlilik insan hayatındaki en önemli yaşantılardan biri olmasına rağmen bu deneyimin niteliği, kişinin yaşam kalitesiyle neredeyse bire bir ilişkilidir (Hünler ve Gençöz, 2003,s.100). Yaşam kalitesi evlilikle ilgili deneyimleri etkilemekte ve evlilikten alınan doyumunu da değiştirmektedir. Evlilik doyumunu, evli bireylerin bu ilişkiden tatmin düzeylerini işaret eder. Bu tatmin de evliliğin kalitesini ortaya koymaktadır. Evlilik doyumundaki kavram, iki taraflı bir ilişki düzeyine ait olmasına rağmen ölçülen doyum eşlerin bireysel tatminleridir. Diğer yandan ise evlilikle ilgili algılamalar da bireysel nitelikte olup eşlerin cinsiyetine dayalı olarak algıları ve evliliğe yüklenen anlamları değişmektedir.

Evlilik doyumunu kolayca tanımlanabilecek bir değişken olmamakla beraber, evlilik doyumunu oluşturan değişkenler alan yazında sıkça çalışılmıştır (Hünler ve Gençöz, 2003,s.100). Evlilik doyumunu, bireylerin ilişkilerinin tüm yönlerinde hissettikleri öznel mutluluk ve hoşnutluk duyguları olarak tanımlanmaktadır (Güleç, 2012,s.69). Evlilik doyumunu, mutluluğu, evlilik bütünlüğü kavramları evlilik ilişkisinin kalitesini tanımlamak için kullanılan kavramlardır (Erbek vd., 2005,s.40).

Evlilik doyumundaki önemli kavramlardan bazıları, eşler arasındaki uyum, etkili iletişim ve destektir. Bu anlamda, evlilik doyumunu ile bağlantılı düşünülen değişkenlerden biri de eş desteği olup ailenin, bireyler açısından sağlıklı işlevlere sahip olmasının önemli göstergelerinden birine işaret etmektedir ve böylece sosyal destek ihtiyacı, aile içerisindeki karşılanmış olur (Kabasakal ve Soylu, 2016,s.209). Bu desteğin oluşabilmesi için eşler arasında iletişimin iyi biçimde yürütülebilmesi ve empati kurulabilmesi gerekmektedir. Bu yolla eşler birbirinin içinde buldukları durumları anlayabileceklerdir. Empatinin evlilik konusunda anlamlı bir değişken olduğu, eşler arası iletişim ve empatiyle ilişkinin niteliği arasında olumlu bağlantının olduğu bulgulanmıştır (Kışlak ve Çabukça, 2002,s.5).

Evlilik doyumunda eş desteği, hem eşin gösterdiği hem de karşı tarafın algıladığı desteğe bağlı olmaktadır. Eşlerin birbirini desteklemesi duygusal ve bilişsel olaylar arasındaki ilişkinin daha güçlü olmasını sağlamakta ve ilişkide çatışmayı, stresi ve çözümsüzlüğü önlemektedir (Çağ ve Yıldırım, 2013,s.14). Evli bireylerin sosyo- ekonomik durumları da evlilik doyumunu etkilemektedir. Evli kişilerin iyi bir işe sahip olmaları, ekonomik olarak iyi durumda olmaları evlilik doyumuna etki eden faktörler arasında yer almaktadır.

Evlilik doyumunun azalmasının sebepleri arasında evlilik içi çatışmalar önemli yer işgal etmektedir. Aktaş'a göre (2009, s.45) psiko-sosyal açıdan evlilikteki çatışma alanları şöyledir:

- Eşlerin bireysel iç çatışmaları
- Eşlerin karı-koca ilişkileri ile ilgili çatışmaları (cinsel yaşam, rol beklentileri, giyim-kuşam).
- Çocukların yetiştirilmesi ile ilgili çatışmalar.
- Aile üyeleri, akrabalar ya da arkadaşlar ilgili çatışmalar.
- Serbest zaman faaliyetleriyle ilgili çatışmalar.
- Gelirin harcanması ile ilgili çatışmalar.
- Yaşanılacak konut ve mekanla ilgili çatışmalar.
- Kültürel değişim ve uyumla ilgili çatışmalar.

Evlilik doyumunun düşük olduğu zamanlarda ise evli kişiler, eşlerini aldatmaya kadar varabilecek şekilde davranışlar geliştirebilmektedir. Bireysel psikoloji açısından aldatmayı,

ölüm korkusu ve kendini iyi hissetme dürtüsü ile açıklayan kaynaklara rastlanılmaktadır. Aldatmanın cinsiyete göre; yaş ve fiziksel güçsüzlük, ekonomik ve sosyal statü, duygusallık dışı cinsel istekler ve duygusal açlık açısından farklılaştığı görülmektedir (Aktaş 1999, s.70-72). Aldatma ile ilgili kültürel olarak çok keskin ahlaki sınırlar bulunmaktadır. Aldatma evrensel olarak bütün toplumlarda olumsuz karşılanmaktadır ve aldatma ile ilgili olumsuz tavırların fazlaca olduğu evlilik ve sadakatin ise merkezi rolünü koruduğu görülmektedir. Ailenin toplumda oynadığı temel rolden dolayı, bu konumu üstlenebilecek alternatif bir kurumun olmadığı kabul görmektedir (Kalaycı, 2008, s.202).

Duygusal yönelimli aldatma için sosyal ağlar uygun ortamı sağlamaktadır (Adams, 2017,s.33-34). Bazen de evlilik doyumu düşük olan kişi için sosyal ağlar bir kaçış fırsatına karşılık gelmektedir. Bu kaçış rahatsız bir durum ya da sınırlamalardan kurtuluş amacıyla olabilmektedir. Sosyal medya araçlarının gizlilik içeren doğası, evlilik ya da ilişkinin tatmininin düşük olmasıyla birlikte diğer insanlardan ilgi ve kabul görmek için iyi bir imkan sağlamaktadır (Adams, 2017,s.43).

İnternet kullanımının arttığı ya da internet bağımlılığının olduğu durumlarda, internette ve sosyal medyada harcanan zaman artmaktadır. Bu zaman da online ilişkilerin geliştirilmesine fırsat vermektedir. Online ilişkiler, ilerleyen zamanla gerçek ilişkilere evrilebilmektedir. Bu da evli kişiler için ruhsal ya da duygusal soyut yönelimlerin somut bir hale gelmesi anlamına gelmektedir.

Hayatta insanların başına gelen olaylar, bilişsel yetersizlik ve duygusal huzursuzluk durumunda sorun çözme davranışında kötüleşmeye ve gerilimin artmasına neden olabilir. Bu yetersizlik, öfkeye, düşmanlığa, üzüntüye, yetersiz iletişime ve yetersiz duygusal paylaşımına neden olabilir (Erbek, 2005,s.43). Bu da çiftlerden birinin duygusal kaçışı ile sonuçlanabilir. Duygusal kaçışla, internet ve sosyal ağlar üzerinden kurulabilecek ilişkiler bu süreçte bireye anlık rahatlama sağlayabilir. Kısaca evlilik içi gerçekleşen çatışmalar, bu biçimde sosyal medya ve internet kullanımının artmasıyla sonuçlanabilir. Mutsuz ilişkilere sahip bireylerde, sosyal medya kullanımı artmaktadır.

4. EVLİLİKTE KISKANÇLIK VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Kıskançlığın tanımını yapmak oldukça zordur. Bunun sebeplerinden biri kavramın kişilerden kişilere farklı biçimde algılanması ve diğer yandan kültürden kültüre kavramın farklı değerlendirilmesidir. İşin hem kişisel hem de sosyal boyutları olması durumu daha da karmaşık hale getirmektedir.

Konu bu anlamda sosyal psikolojinin, sosyolojinin ve psikolojinin alanına girmektedir. Bu kavrama bir de aldatma kavramı eklenildiğinde kavramın çok kültürlü bir eksende değerlendirilme zorunluluğu doğmaktadır. Aynı durum sadakat kavramı için de geçerlidir. Sadakat de kavramsal olarak kültürlere göre değişkenlik göstermektedir. Çok eşli ya da partnerli kültürün var olduğu durumlarda, bu kıskançlığa ya da sadakatsizliğe sebep olmadığı gibi kimi topluluklarda güç, varlık ve saygınlık belirtisi olarak kabul görmekte ve varlığını korumaktadır (Balaman, 2002, s.36).

Kıskançlık ise, çok değer verilen bir varlık, ilişki ya da duygunun yitirilmesinden ya da yitilmesi olasılığından kaynaklanan bir kuşku, kaygı ve güvensizlik durumunu içerir. Evlilikte kıskançlık, eşlerin birbirlerinin hayatlarına ciddi müdahalelerde bulunabildiği bir ortam oluşturmaktadır. Kıskançlık, ister eşler açısından somut bir gerçeğe dayansın isterse kurgu biçiminde taraflardan biri tarafından tasarlınsın eşlerin hayatlarına ciddi zarar verebilmektedir. Kıskançlığın temellerinden biri de korku temelli bir duygusal tepki olmasıdır. Bu korku mevcut durumun değişmesi ve değerlerin kaybedilmesi korkusudur. Bunun için kıskançlıkta bir

korumacılık söz konusudur. Burada korunan, kişinin kendisi, eşi ya da ilişkisi olabilir. Kıskançlık tek ve yalın bir kavram ya da duygu değil, bir duygular ve tepkiler karmaşasıdır (Demirtaş, 2004, s.8-10).

Freud'a göre kıskançlığın kaynaklarından biri aşık olduğumuz ya da duygusal bağlılık duyduğumuz birini kaybetme düşüncesinin verdiği üzüntüdür. Diğeri ise, başarılı rakiplere duyulan haset duygularıdır. Freud'a göre, "Normal Kıskançlık" bireyin sevdiği bir şeyi bir rakibe kaptırdığı ya da kaptıracağı düşüncesiyle çektiği acıdır (Demirtaş, 2004,s.11-15). Kıskançlıktaki konulardan biri, bireyin kendisini yetersiz görmesidir, paranoyaklık ve farklı cinsel tercihlerle kurulan sağlam bağlardır. Cinsel farklılıklar açısından bakıldığında, kıskançlık ve aldatmada kadınların daha çok duygusal yönde hassasiyet gösterdikleri görülmektedir. Erkeklerde ise bu hassasiyet, eşin cinsel aldatması konusunda artmaktadır.

Sosyal medya, doğası gereği bireyselci yapısı nedeniyle eşlerden birinin diğerinin hesabına erişimini sınırlı hale getirmektedir. İstenilmesi durumunda getirilebilecek sınırlamalar ile diğer bir kişinin paylaşımları ya da fotoğrafları görmesi engellenebilmektedir. Bu yapısal durumun sonuçları ya da açıkça paylaşımlarda bulunulması, Facebook gibi sosyal medya araçlarında eşler arası çatışmaya sebep olmaktadır. Facebook'ta gerek fotoğraf paylaşımı, gerek mesajlaşma gerekse etiketleme gibi özellikler eşlerde kıskançlığın sebeplerindedir. Facebook, eski karşı cins arkadaş ve sevgililer, eşler açısından risk taşıyan veya rahatsızlık duyulan karakterler, gerekse Facebook'un isteyerek bir kıskandırma aracına dönüştürülmesi gibi faktörler sebebiyle başlı başına bir kıskançlık kaynağı olabilmektedir. Facebook, hem geçmişteki ilişkilere ulaşım sağlaması, hem de alternatif ilişkilerin kurulması için uygun bir zemin sunması nedeniyle, günümüzde temel bir 'kıskançlık tetikleyici' olarak değerlendirilmektedir (Madran, 2016,s.94).

5. YÖNTEM

Evli kişilerle yüz yüze anket tekniği kullanılarak yapılan araştırma 310 kişi ile yürütülmüştür. Uygulanan 310 anketin geçerli olan 296 tanesi istatistik programında işlenmiştir. Katılımcıların 163'ü kadın, 133'ü ise erkektir. Amaçlı örneklem seçimi yapılan çalışmada, katılımcıların o an için evli olmaları, eşlerinin ve kendilerinin sosyal medya kullanmaları ve Facebook kullanıcıları olmaları gerekmektedir. Ankette ölçek olarak, Evlilik Yaşam Doyumu, İkili İlişkilerde Güven, Facebook Kıskançlığı ve Yaşam Doyumu ölçekleri kullanılmıştır. Bunun dışında mutluluk ve yalnızlık durumları ve sosyal medya araç tercihlerini değerlendirmek için de sorular sorulmuştur.

5.1 Ölçüm Araçları

Evlilik Yaşam Doyumu Ölçeği, Tezer (1986) tarafından evlilik ilişkisinden sağlanan genel doyum düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek, "evlilikten beklediklerimin çoğu gerçekleşti" ve "evliliğimizdeki engellerin aşılamaz olduğunu düşünüyorum" türü ifadelerin yer aldığı 10 soruluk, 5'li Likert tipindeki bir ölçektir. Ölçekteki seçenekler, 1=kesinlikle katılmıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum arasında yer almaktadır ve puanlar 10 ile 50 arasındadır. Ölçekte daha yüksek puan daha fazla evlilik doyumunu göstermektedir. Ölçeğin düzenlenmesi ile ilgili elde edilen tüm bu bulgular, Evlilik Yaşamı Ölçeğinin, evlilik ilişkisini değerlendirmeye yönelik çalışmalarda, bu ilişkiden sağlanan genel doyum düzeyini belli bir ölçüde saptayabilen bir ölçüt olarak kullanılabilmesi göstermektedir (Tezer, 1997:s.6).

Evlilik Yaşam Doyumu'na ait ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla uygulanan analiz sonucu, Cronbach's Alpha Katsayısı (α) 0,766 olarak bulunmuştur. Ölçeğin düşük güvenilirlikte olmaması için ölçekteki ters sorular olarak belirlenen; evliliğimizdeki engellerin aşılamaz olduğunu düşünüyorum, evliliğimizde giderek eksilen heyecan beni rahatsız ediyor, evliliğimiz

zaman zaman bana bir yük gibi geliyor sorularını kodlama cetvelindeki 5-1 sırlaması 1-5 olarak değiştirilmiştir. Ölçekte yer alan soruların genel ortalaması 2,226 ve alt-üst değerleri sırasıyla 1,926- 2,595 arasında değişmektedir. Anova ile birlikte Tukey Nonadditivity sonuçlarına göre ölçekteki sorulara verilen cevaplar arasında değişkenlik olduğu yani sorular arasında güvenilirliğin sağlandığı görülmektedir ($p<0,05$). Aynı zamanda ölçeğin toplanabilir özellikte olup olmadığı incelenmiş ve toplanabilir özellikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Hotelling's T-Squared testinde soru ortalamaları arasında farklılık olup olmadığı incelenmiş ve farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$).

Güven ölçekleri içinde güveni ikili ilişkiler bağlamında ve tek boyutlu olarak ölçen araçlarından biri Larzelere ve Huston'ın (1980) geliştirdiği İkili İlişkilerde Güven Ölçeği, ikili ilişkilerdeki güveni "bir kişinin diğer kişinin iyi niyetli ve dürüst olduğuna ilişkin inancının derecesi" olarak tanımlamaktadır. Ölçek, 7 maddeden oluşan 7'li Likert tipi bir ölçektir. Ölçek hem evlilikte hem de romantik ilişkilerde kullanılabilir (Çetinkaya vd, 2008,s.67-68).

İkili İlişkilerde Güven'e ait ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla uygulanan analiz sonucu, Cronbach's Alpha Katsayısı (α) 0,847 olarak bulunmuştur. Ölçeğin düşük güvenilirlikte olmaması için ölçekteki ters sorular olarak belirlenen; eşim bana karşı tamamen dürüst ve samimidir, eşime tam anlamıyla güvenebileceğimi hissediyorum, eşim verdiği sözlerde gerçekten samimidir, eşim bana dürüst ve adil davranır, yardıma ihtiyacım olduğunda eşime güvenebileceğimi hissediyorum sorularını kodlama cetvelindeki 1-7 sırlaması 7-1 olarak değiştirilmiştir. Ölçekte yer alan soruların genel ortalaması 3,149 ve alt-üst değerleri sırasıyla 2,105- 3,679 arasında değişmektedir. Anova ile birlikte Tukey Nonadditivity sonuçlarına göre ölçekteki sorulara verilen cevaplar arasında değişkenlik olduğu yani sorular arasında güvenilirliğin sağlandığı görülmektedir ($p<0,05$). Aynı zamanda ölçeğin toplanabilir özellikte olup olmadığı incelenmiş ve toplanabilir özellikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Hotelling's T-Squared testinde soru ortalamaları arasında farklılık olup olmadığı incelenmiş ve farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$).

5 sorudan oluşan, 5'li Likert tipi Yaşam Doyum Ölçeği'nin güvenilirliğini ölçmek amacıyla uygulanan analiz sonucunda, Cronbach's Alpha Katsayısı (α) 0,766 olarak bulunmuştur. Ölçekte yer alan soruların genel ortalaması 3,267 ve alt-üst değerleri sırasıyla 2,818- 3,530 arasında değişmektedir. Anova ile birlikte Tukey Nonadditivity sonuçlarına göre ölçekteki sorulara verilen cevaplar arasında değişkenlik olduğu yani sorular arasında güvenilirliğin sağlandığı görülmektedir ($p<0,05$). Aynı zamanda ölçeğin toplanabilir özellikte olup olmadığı incelenmiş ve toplanabilir özellikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Hotelling's T-Squared testinde soru ortalamaları arasında farklılık olup olmadığı incelenmiş ve farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$).

Facebook Kıskançlık Ölçeği, bireylerin Facebook kullanırken yaşadıkları duygusal ve cinsel kıskançlık düzeylerini ölçmeyi hedeflemektedir. 27 maddeden oluşan, 7'li Likert tipi Facebook Kıskançlık Ölçeği'nin Türkçe formunun geçerli ve güvenilir olduğu, özgün formu gibi tek faktörlü bir yapıyı desteklediği yönünde içeren düşüncelerine (Demirtaş Madran, 2016:s.94-98) ait ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla uygulanan analiz sonucunda, Cronbach's Alpha Katsayısı (α) 0,959 olarak bulunmuştur. Ölçekte yer alan soruların genel ortalaması 3,034 ve alt-üst değerleri sırasıyla 2,105- 4,453 arasında değişmektedir. Anova ile birlikte Tukey Nonadditivity sonuçlarına göre ölçekteki sorulara verilen cevaplar arasında değişkenlik olduğu yani sorular arasında güvenilirliğin sağlandığı görülmektedir ($p<0,05$). Aynı zamanda ölçeğin toplanabilir özellikte olup olmadığı incelenmiş ve toplanabilir özellikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Hotelling's T-Squared testinde soru ortalamaları arasında farklılık olup olmadığı incelenmiş ve farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Tüm ölçekler toplanabilirlik varsayımını sağladığı için ölçeklerin toplam skor puanları elde edilmiş ve

istatistiksel analizler bu çerçevede uygulanmıştır.

6. BULGULAR

Katılımcılara ait demografik bilgiler incelendiğinde: Katılımcıların %55,1'i kadınlardan, %44,9'u erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %35,8'i üniversite, %25,3'ü lise, %22'si ilkokul ve %10,1'i lisansüstü eğitim düzeyindedirler.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Eğitim	Frekans	Yüzde
Üniversite	106	35,8
Lise	75	25,3
İlkokul	65	22
Lisansüstü	30	10,1
Ortaokul	20	6,8

Aylık Ortalama Gelir	Frekans	Yüzde
0-1500 TL Arası	10	3,4
1501-2500 TL Arası	128	43,2
2501-3500 TL Arası	61	20,6
3501-4500 TL Arası	50	16,9
4501-50000 TL Arası	47	15,9

Evlilik Yılı	Frekans	Yüzde
1-5 Yıl Arası	111	37,5
5-10 Yıl Arası	60	20,3
10-15 Yıl Arası	65	22
15-20 Yıl Arası	60	20,3

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Erkek	133	44,9
Kadın	163	55,1

Yaş	Frekans	Yüzde
18-24 Yaş Arası	13	4,4
25-29 Yaş Arası	59	19,9
30-34 Yaş Arası	88	29,7
35-39 Yaş Arası	110	37,2
40 Yaş Ve Üstü	26	8,8

Katılımcıların gelir düzeyi, %43,2'lik oran ile 1501-2500 TL, %20,6'lık oranla 2501-3500 TL ve

%16,9'luk oranla 3501-4500 TL aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %37,5'i 1-5 yıl, %20,3'ü 5-10 yıl, %22'si 10-15 yıl ve %20,3'ü 15-20 yıl arası evlilik süresine sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde, %37,2'lik oranla 35-39 yaş arası ve %29,7'lik oranla 30-34 yaş arası, %19,9'luk oranla 25-29 yaş arası, %8,8'lik oranla 40 yaş ve üstünde katılımcıların olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Sıklığı

Facebook	Frekans	Yüzde
Hiç	0	0
Haftada 1-2 Gün	29	9,8
Haftada 3-4 Gün	30	10,1
Haftada 5-6 Gün	15	5,1
Her gün Düzenli	222	75,0
Instagram	Frekans	Yüzde
Hiç	95	32,1
Haftada 1-2 Gün	29	9,8
Haftada 3-4 Gün	25	8,4
Haftada 5-6 Gün	30	10,1
Her gün Düzenli	117	39,5
Twitter	Frekans	Yüzde
Hiç	187	63,2
Haftada 1-2 Gün	5	1,7
Haftada 3-4 Gün	25	8,4
Haftada 5-6 Gün	30	10,1
Her gün Düzenli	49	16,6
Swarm	Frekans	Yüzde
Hiç	201	67,9
Haftada 1-2 Gün	5	1,7
Haftada 3-4 Gün	20	6,8
Haftada 5-6 Gün	20	6,8
Her gün Düzenli	50	16,9
Snapchat	Frekans	Yüzde
Hiç	201	67,9
Haftada 1-2 Gün	20	6,8
Haftada 3-4 Gün	20	6,8

Whatsapp	Frekans	Yüzde
Haftada 5-6 Gün	15	5,1
Her gün Düzenli	40	13,5
Hiç	5	1,7
Haftada 1-2 Gün	10	3,4
Haftada 3-4 Gün	30	10,1
Haftada 5-6 Gün	15	5,1
Her gün Düzenli	236	79,7

Katılımcıların sosyal medya araçlarını kullanım sıklıklarının incelendiğinde, her gün düzenli olarak kullanım sıklığı en yüksekten- düşüğe doğru sıralandığında; %79,7'lik oranla en çok Whatsapp'ın, %75,0'lık oranla Facebook'un, %39,5'lik oranla Instagram'ın tercih edildiği, en az tercih edilen sosyal medya araçlarının ise %16,9'luk oranla Swarm, %16,6'lık oranla Twitter, %13,5'lik oranla Snapchat olduğu görülmektedir.

Tüm ölçekler toplanabilirlik varsayımını sağladığı için ölçeklerin toplam skor puanları elde edilmiş ve istatistiksel analizler uygulanmıştır. Bireylerin eşlerine karşı olan düşünceleri, evlilikleri hakkındaki düşünceleri ve yaşam doyumlarına yönelik düşüncelerine ait ölçekler ile sosyal medya araçları olan Facebook, Instagram, Twitter, Swarm, Snapchat, Whatsapp ve günlük ortalama geçirilen süreler arasındaki normallik varsayımını incelenmiş ve tamamı için normallik varsayımı sağlandığı görülmüştür ($p < 0,05$). Veriler normal dağılıma uygun bulunduğu için ölçeklere varyans analizi uygulanmıştır.

Bireylerin eşlerine karşı olan düşünceleri, evlilikleri hakkındaki düşünceleri ve yaşam doyumlarına yönelik düşüncelerine ait ölçekler ile sosyal medya araçları olan Facebook, Instagram, Twitter, Swarm, Snapchat, Whatsapp ve günlük ortalama geçirilen süreler arasındaki normallik varsayımını incelenmiş ve tamamı için normallik varsayımını sağlandığı görülmüştür ($p < 0,05$). Veriler normal dağılıma uygun olduğundan ölçeklere varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 3. Facebook Kullanım Sıklığına Göre Katılımcıların Düşünceleri Arasındaki İlişkiye Ait Varyans Analizi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)						
Facebook Kullanım Sıklığı	N	Mean	SS	min	max	P
Hiç	0					0,000*
Haftada 1-2 Gün	29	21,28	5,55 ^a	18	33	
Haftada 3-4 Gün	30	23,17	5,68 ^a	19	34	
Haftada 5-6 Gün	15	29,67	1,76 ^b	28	32	
Her gün Düzenli	222	21,47	6,89 ^a	17	45	
Anova (Evlilik Yaşam Doyumu)						
Facebook Kullanım Sıklığı	N	Mean	SS	min	max	P
Hiç	0					0,663

Haftada 1-2 Gün	29	22,34	8,42	12	39
Haftada 3-4 Gün	30	22,00	4,03	18	30
Haftada 5-6 Gün	15	24,67	5,75	17	30
Her gün Düzenli	222	22,13	8,02	10	46

Anova (Yaşam Doymumu)

Facebook Kullanım Sıklığı	N	Mean	SS	min	max	P
Hiç	0					0,015*
Haftada 1-2 Gün	29	14,48	2,85 ^{ab}	11	18	
Haftada 3-4 Gün	30	17,00	3,76 ^b	10	21	
Haftada 5-6 Gün	15	13,67	2,13 ^a	11	16	
Her gün Düzenli	222	16,63	5,12 ^{ab}	4	25	

Evli bireylerin Facebook kullanım sıklıklarına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasındaki ilişki incelendiğinde, Facebook kullanım sıklığına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Facebook kullanımı haftada 5-6 gün olan katılımcılar ile diğer düzeylerde kullanan katılımcıların eşlerine karşı olan güvenleri farklılık göstermektedir.

Evli bireylerin Facebook kullanım sıklıklarına göre evlilik yaşam doyumları arasındaki ilişki incelendiğinde, Facebook kullanım sıklığına göre evlilik yaşam doyumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0,05$).

Evli bireylerin Facebook kullanım sıklıklarına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasındaki ilişki incelendiğinde, Facebook kullanım sıklığına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Facebook kullanımı haftada 3-4 gün olan ile haftada 5-6 gün olan katılımcıların eşlerine karşı olan düşünceleri farklılık göstermektedir.

Tablo 4. Instagram Kullanım Sıklığına Göre Katılımcıların Düşünceleri Arasındaki İlişkiye Ait Varyans Analizi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)

Instagram Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	95	22,32	5,74 ^{ab}	17	37	0,001*
Haftada 1-2 Gün	29	19,93	5,66 ^{ab}	17	32	
Haftada 3-4 Gün	25	19,80	2,84 ^{ab}	17	25	
Haftada 5-6 Gün	30	19,00	3,71 ^a	17	27	
Her gün Düzenli	117	23,60	8,26 ^b	17	45	

Anova (Evlilik Yaşam Doymumu)

Instagram Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	95	25,00	8,96 ^b	14	46	0,000*
Haftada 1-2 Gün	29	23,62	5,16 ^{ab}	15	32	

Haftada 3-4 Gün	25	21,00	3,23 ^{ab}	17	26
Haftada 5-6 Gün	30	24,00	5,60 ^{ab}	15	30
Her gün Düzenli	117	19,53	7,19 ^a	10	35

Anova (Yaşam Doyumu)

Instagram Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	95	16,79	5,47 ^{bc}	5	25	0,000*
Haftada 1-2 Gün	29	15,03	2,73 ^b	11	20	
Haftada 3-4 Gün	25	18,80	1,19 ^c	17	20	
Haftada 5-6 Gün	30	11,83	2,65 ^a	9	17	
Her gün Düzenli	117	16,91	4,62 ^{bc}	6	25	

Evli bireylerin Instagram kullanım sıklıklarına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Instagram kullanım sıklığına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Instagram kullanımı her gün düzenli olan ile haftada 5-6 gün olan katılımcıların eşlerine karşı olan güvenleri farklılık göstermektedir.

Evli bireylerin Instagram kullanım sıklıklarına göre evlilik yaşam doyumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Instagram kullanım sıklığına göre evlilik yaşam doyumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Instagram kullanımı her gün düzenli olan ile hiç kullanmayan katılımcıların evlilik yaşam doyumları farklılık göstermektedir.

Evli bireylerin Instagram kullanım sıklıklarına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Instagram kullanım sıklığına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Instagram kullanımı haftada 1-2 gün olan ile haftada 3-4 gün ve haftada 5-6 gün olan katılımcıların eşlerine karşı olan düşünceleri farklılık göstermektedir. Instagram kullanımı haftada 5-6 gün olan ile hiç kullanmayan ve her gün düzenli kullanan katılımcıların eşlerine karşı olan düşünceleri farklılık göstermektedir.

Tablo 5. Twitter Kullanım Sıklığına Göre Katılımcıların Düşünceleri Arasındaki İlişkiye Ait Varyans Analizi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)						
Twitter Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	Max	P
Hiç	187	21,45	5,69 ^{ab}	17	37	0,040*
Haftada 1-2 Gün	5	17,00	0,00 ^a	17	17	
Haftada 3-4 Gün	25	21,80	5,06 ^{ab}	17	30	
Haftada 5-6 Gün	30	23,67	10,35 ^b	17	45	
Her gün Düzenli	49	23,94	8,08 ^b	17	37	

Anova (Evlilik Yaşam Doyumu)						
Twitter Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	Max	P
Hiç	187	22,41	8,58	10	46	0,419

Haftada 1-2 Gün	5	22,00	0,00	22	22
Haftada 3-4 Gün	25	22,40	3,07	17	26
Haftada 5-6 Gün	30	24,00	4,39	20	30
Her gün Düzenli	49	20,61	7,25	12	35

Anova (Yaşam Doymumu)

Twitter Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	Max	P
Hiç	187	16,68	4,87 ^{ab}	5	25	0,006*
Haftada 1-2 Gün	5	15,00	0,00 ^{ab}	15	15	
Haftada 3-4 Gün	25	15,00	5,70 ^{ab}	6	20	
Haftada 5-6 Gün	30	13,83	3,64 ^a	9	19	
Her gün Düzenli	49	17,37	3,84 ^b	11	24	

Evli bireylerin Twitter kullanım sıklıklarına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Twitter kullanım sıklığına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Twitter kullanımı haftada 1-2 gün olanlar ile haftada 5-6 gün ve her gün düzenli kullanan katılımcıların eşlerine karşı olan güvenleri farklılık göstermektedir.

Evli bireylerin Twitter kullanım sıklıklarına göre evlilik yaşam doyumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Twitter kullanım sıklığına göre evlilik yaşam doyumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0,05$).

Evli bireylerin Twitter kullanım sıklıklarına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Twitter kullanım sıklığına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Twitter kullanımı haftada 5-6 gün olanlar ile her gün düzenli olan katılımcıların eşlerine karşı olan düşünceleri farklılık göstermektedir.

Tablo 6. Swarm Kullanım Sıklığına Göre Katılımcıların Düşünceleri Arasındaki İlişkiye Ait Varyans Analizi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)						
Swarm Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	201	21,41	6,24 ^{ab}	17	45	0,000*
Haftada 1-2 Gün	5	17,00	0,00 ^a	17	17	
Haftada 3-4 Gün	20	23,00	4,97 ^{ab}	18	30	
Haftada 5-6 Gün	20	19,50	4,44 ^{ab}	17	27	
Her gün Düzenli	50	25,70	8,67 ^b	17	37	

Anova (Evlilik Yaşam Doymumu)						
Swarm Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	201	22,76	8,48 ^{ab}	10	46	0,013*
Haftada 1-2 Gün	5	22,00	0,00 ^{ab}	22	22	

Haftada 3-4 Gün	20	22,25	3,43 ^{ab}	17	26	
Haftada 5-6 Gün	20	25,25	4,89 ^b	20	30	
Her gün Düzenli	50	19,10	5,39 ^a	12	30	
Anova (Yaşam Doyumu)						
Swarm Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	201	16,52	4,66 ^{ab}	5	25	0,001*
Haftada 1-2 Gün	5	15,00	0,00 ^{ab}	15	15	
Haftada 3-4 Gün	20	13,75	5,73 ^a	6	20	
Haftada 5-6 Gün	20	13,75	4,44 ^a	9	19	
Her gün Düzenli	50	17,80	4,21 ^b	11	24	

Evli bireylerin Swarm kullanım sıklıklarına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Swarm kullanım sıklığına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Swarm kullanımı her gün düzenli olan ile haftada 1-2 gün olan katılımcıların eşlerine karşı olan güvenleri farklılık göstermektedir.

Evli bireylerin Swarm kullanım sıklıklarına göre evlilik yaşam doyumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Swarm kullanım sıklığına göre evlilik yaşam doyumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Swarm kullanımı her gün düzenli olan ile haftada 5-6 gün kullanan katılımcıların evlilik yaşam doyumları farklılık göstermektedir.

Evli bireylerin Swarm kullanım sıklıklarına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Swarm kullanım sıklığına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Swarm kullanımı her gün düzenli olan ile haftada 3-4 gün ve haftada 5-6 gün olan katılımcıların eşlerine karşı olan düşünceleri farklılık göstermektedir.

Tablo 7. Snapchat Kullanım Sıklığına Göre Katılımcıların Düşünceleri Arasındaki İlişkiye Ait Varyans Analizi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)						
Snapchat Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	201	21,34	6,25 ^a	17	45	0,000*
Haftada 1-2 Gün	20	21,50	5,45 ^a	17	30	
Haftada 3-4 Gün	20	19,75	3,19 ^a	17	25	
Haftada 5-6 Gün	15	20,33	4,88 ^a	17	27	
Her gün Düzenli	40	27,63	8,67 ^b	17	37	
Anova (Evlilik Yaşam Doyumu)						
Snapchat Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	201	22,46	8,42	10	46	0,064
Haftada 1-2 Gün	20	22,25	6,26	13	30	
Haftada 3-4 Gün	20	21,50	3,28	17	26	

Haftada 5-6 Gün	15	26,67	4,88	20	30	
Her gün Düzenli	40	20,00	5,68	12	30	
Anova (Yaşam Doyumu)						
Snapchat Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	201	16,67	4,61 ^b	5	25	0,000*
Haftada 1-2 Gün	20	12,00	4,41 ^a	6	17	
Haftada 3-4 Gün	20	17,00	3,63 ^b	11	20	
Haftada 5-6 Gün	15	12,00	3,68 ^a	9	17	
Her gün Düzenli	40	18,13	4,31 ^b	11	24	

Evli bireylerin Snapchat kullanım sıklıklarına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Snapchat kullanım sıklığına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Bu farklılık Snapchat uygulamasını her gün düzenli olarak kullanan katılımcıların görüşlerinden kaynaklanmaktadır.

Evli bireylerin Snapchat kullanım sıklıklarına göre evlilik yaşam doyumu arasındaki ilişki incelenmiştir. Snapchat kullanım sıklığına göre evlilik yaşam doyumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0,05$).

Evli bireylerin Snapchat kullanım sıklıklarına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Snapchat kullanım sıklığına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Snapchat kullanımını haftada 1-2 gün - haftada 5-6 gün kullanımı olanlar ile hiç kullanmayan – haftada 3-4 gün kullanan ve her gün düzenli olan katılımcıların eşlerine karşı olan düşünceleri farklılık göstermektedir.

Tablo 8. Whatsapp Kullanım Sıklığına Göre Katılımcıların Düşünceleri Arasındaki İlişkiye Ait Varyans Analizi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)						
Whatsapp Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	5	17,00	0,00	17	17	0,053
Haftada 1-2 Gün	10	18,00	1,05	17	19	
Haftada 3-4 Gün	30	20,33	4,54	17	28	
Haftada 5-6 Gün	15	20,33	4,88	17	27	
Her gün Düzenli	236	22,64	7,11	17	45	
Anova (Evlilik Yaşam Doyumu)						
Whatsapp Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	5	27,00	0,00	27	27	0,081
Haftada 1-2 Gün	10	22,00	0,00	22	22	
Haftada 3-4 Gün	30	23,17	5,68	17	32	
Haftada 5-6 Gün	15	26,67	4,88	20	30	

Her gün Düzenli	236	21,78	8,12	10	46	
Anova (Yaşam Doyumu)						
Whatsapp Kullanım Sıklığı	n	Mean	SS	min	max	P
Hiç	5	11,00	0,00 ^a	11	11	0,000*
Haftada 1-2 Gün	10	17,50	2,64 ^{ab}	15	20	
Haftada 3-4 Gün	30	18,00	1,95 ^{bc}	15	20	
Haftada 5-6 Gün	15	12,00	3,68 ^c	9	17	
Her gün Düzenli	236	16,46	4,93 ^c	5	25	

Evli bireylerin Whatsapp kullanım sıklıklarına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Whatsapp kullanım sıklığına göre eşlerine karşı olan güvenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Evli bireylerin Whatsapp kullanım sıklıklarına göre evlilik yaşam doyumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Whatsapp kullanım sıklığına göre evlilik yaşam doyumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Evli bireylerin Whatsapp kullanım sıklıklarına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Whatsapp kullanım sıklığına göre yaşam doyumlarına yönelik düşünceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Whatsapp uygulamasını hiç kullanmayanlar ile haftada 3-4 gün – haftada 5-6 gün ve her gün düzenli olan katılımcıların eşlerine karşı olan düşünceleri farklılık göstermektedir. Whatsapp kullanım sıklığı haftada 1-2 gün olan katılımcılar ile haftada 3-4 gün olan katılımcıların görüşleri arasında da farklılık olduğu görülmektedir.

Evli çiftlerin Facebook kıskançlığı ile eşlerine karşı olan güvenleri, evlilik yaşam doyumları, yaşam doyumları, mutluluk hisleri ve yalnızlık hisleri arasında ilişki olup olmadığını incelemek amacıyla ilişki testleri yapılmıştır. Ölçeklerdeki likert tipleri farklılık göstermesi sebebiyle karşılaştırma yapabilmek için toplam skor puanları elde edilen ölçek verilerine standartlaştırma işlemi yapılarak analiz gerçekleştirilmiştir. Standardize edilmiş veriler ile yapılan çalışma sonuçları Tablo 9'da yer almaktadır.

Tablo 9. Facebook Kıskançlığı ile Evli Bireylerin Görüşleri Arasındaki İlişki

Ölçekler	Facebook Kıskançlığı	
	R	P
Eşlerine Karşı Olan Güvenleri	-0,843**	0,000
Evlilik Yaşam Doyumları	-0,224**	0,000
Yaşam Doyumları	0,058	0,316
Mutluluk Hissi	-0,117**	0,045
Yalnızlık Hissi	0,279**	0,000

Facebook kıskançlıklarına göre evli bireylerin görüşleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Facebook kıskançlığı evli bireylerde;

- Eşlerine karşı olan güven düşünceleri arasında negatif yönde çok yüksek derecede
- Evlilikleri yaşam doyumları arasında negatif yönde zayıf derecede

- Mutluluk hisleri ile arasında negatif yönde çok zayıf derecede
- Yalnızlık hisleri ile arasında pozitif yönde zayıf derecede

İstatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Ayrıca Facebook kıskançlığı ile evli bireylerin yaşam doyumları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0,05$). Bu sonuçlara göre evli bireylerde;

- Eşlerine karşı güvenleri azaldıkça Facebook kıskançlığı artmakta,
- Evlilik yaşam doyumları azaldıkça Facebook kıskançlığı artmakta,
- Mutluluk hisleri azaldıkça Facebook kıskançlığı artmakta,
- Yalnızlık hisleri arttıkça Facebook kıskançlığı artmakta, olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Cinsiyetlere Göre Ölçeklerin İncelenmesi

Eşlerine Karşı Olan Güvenleri (t-testi)						
Cinsiyet	n	Ort.	SS	T	P	
Erkek	133	33,63	11,14	-1,611	0,526	
Kadın	163	34,44	10,74			
Evlilik Yaşam Doyumları (t-testi)						
Cinsiyet	n	Ort.	SS	T	P	
Erkek	133	21,47	7,60	0,546	0,108	
Kadın	163	22,91	7,64			
Yaşam Doyumları (t-testi)						
Cinsiyet	n	Ort.	SS	T	P	
Erkek	133	16,46	5,17	-0,685	0,616	
Kadın	163	16,18	4,45			
Facebook Kıskançlıkları (t-testi)						
Cinsiyet	n	Ort.	SS	T	P	
Erkek	133	80,70	27,49	0,080	0,586	
Kadın	163	78,97	26,82			

Cinsiyetlere göre çiftlerin görüşleri arasında farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Evli çiftlerin eşlerine karşı olan güvenleri, evlilik yaşam doyumları, yaşam doyumları ve Facebook kıskançlıkları cinsiyetleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). Evli çiftlerde cinsiyetler bu görüşlerde farklılık oluşturmamaktadır.

Tablo 11. Eğitim Durumlarına Göre Ölçeklerin İncelenmesi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)						
Eğitim	n	Mean	SS	min	Max	P
İlkokul	65	34,09	11,13	14	48	0,915

Ortaokul	20	34,05	10,43	18	45
Lise	75	34,77	10,08	18	51
Üniversite	106	33,34	11,41	16	48
Lisansüstü	30	34,93	11,50	17	47

Anova (Evlilik Yaşam Doyumu)

Eğitim	n	Mean	SS	min	max	P
İlkokul	65	26,00	9,22 ^b	14	46	0,000*
Ortaokul	20	23,50	6,51 ^b	16	32	
Lise	75	24,07	6,37 ^b	12	39	
Üniversite	106	18,58	6,36 ^a	10	35	
Lisansüstü	30	21,83	6,20 ^a	17	35	

Anova (Yaşam Doyumu)

Eğitim	n	Mean	SS	min	max	P
İlkokul	65	15,46	5,92 ^a	5	24	0,000*
Ortaokul	20	19,00	6,32 ^b	11	25	
Lise	75	14,81	4,69 ^a	4	20	
Üniversite	106	17,41	3,67 ^{ab}	11	25	
Lisansüstü	30	16,17	2,65 ^a	11	19	

Anova (Facebook Kıskançlığı)

Eğitim	n	Mean	SS	min	max	P
İlkokul	65	81,57	30,21	55	165	0,942
Ortaokul	20	81,25	27,25	54	129	
Lise	75	78,20	24,87	57	133	
Üniversite	106	80,02	27,01	61	165	
Lisansüstü	30	77,70	26,95	63	165	

Evli çiftlerin eğitim durumlarına göre düşüncelerinde farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde evlilik yaşam doyumu ve yaşam doyumu görüşleri eğitim düzeylerine göre farklılık gösterdiği görülmektedir ($p < 0,05$). Bu farklılıklar ikili karşılaştırma testleri (Tukey, Duncan, Tamhane) ile incelenmiştir.

Evlilik yaşam doyumları için; üniversite ve lisansüstü eğitim düzeyindeki çiftlerle ilkökul, ortaokul ve lise eğitim düzeylerindeki çiftlerin görüşleri farklılık göstermektedir. Bu sonuca göre eğitim düzeyi yükseldikçe çiftlerin evlilik yaşam doyumları azalmaktadır.

Yaşam doyumları için; ortaokul eğitim düzeyindeki çiftlerin görüşleri ilkökul, lise ve lisansüstü eğitim düzeyindeki çiftlerle farklılık göstermektedir.

Tablo 12. Gelir Durumlarına Göre Ölçeklerin İncelenmesi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)

Aylık Gelir	n	Mean	SS	min	max	P
0-1500 TL Arası	10	36,70	8,51	23	42	0,902
1501-2500 TL Arası	128	33,58	11,42	17	44	
2501-3500 TL Arası	61	34,70	10,74	19	45	
3501-4500 TL Arası	50	33,96	10,61	18	48	
4501 TL ve Üzeri	47	34,19	10,79	18	41	

Anova (Evlilik Yaşam Doyumu)

Aylık Gelir	n	Mean	SS	min	max	P
0-1500 TL Arası	10	20,00	10,54	10	30	0,003*
1501-2500 TL Arası	128	23,95	9,38	11	46	
2501-3500 TL Arası	61	20,41	5,51	13	32	
3501-4500 TL Arası	50	22,90	5,24	12	30	
4501 TL ve Üzeri	47	19,87	4,57	14	31	

Anova (Yaşam Doyumu)

Aylık Gelir	n	Mean	SS	min	max	P
0-1500 TL Arası	10	18,00	1,05	17	19	0,042
1501-2500 TL Arası	128	15,51	5,12	4	25	
2501-3500 TL Arası	61	16,34	5,09	6	25	
3501-4500 TL Arası	50	16,50	4,85	10	23	
4501 TL ve Üzeri	47	17,85	3,22	12	25	

Anova (Facebook Kıskançlığı)

Aylık Gelir	n	Mean	SS	min	max	P
0-1500 TL Arası	10	76,50	24,71	61	116	0,965
1501-2500 TL Arası	128	80,38	29,08	58	165	
2501-3500 TL Arası	61	77,92	25,17	57	133	
3501-4500 TL Arası	50	80,92	27,00	59	133	
4501 TL ve Üzeri	47	79,83	25,34	60	130	

Evli çiftlerin aylık gelir düzeylerine göre görüşlerinde farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde yalnızca evlilik yaşam doyumları görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p < 0,05$).

Tablo 13. Evlilik Yıllarına Göre Ölçeklerin İncelenmesi

Anova (Eşlerine Karşı Olan Güven)

Evlilik Yılı	n	Mean	SS	min	max	P
--------------	---	------	----	-----	-----	---

1-5 Yıl Arası	111	33,36	11,39	17	47	0,818
5-10 Yıl Arası	60	34,98	10,33	18	46	
10-15 Yıl Arası	65	34,32	10,52	18	48	
15-20 Yıl Arası	60	34,23	11,17	17	45	

Anova (Evlilik Yaşam Doyumu)

Evlilik Yılı	n	Mean	SS	min	max	P
1-5 Yıl Arası	111	20,72	8,18 ^a	10	39	0,000*
5-10 Yıl Arası	60	22,17	4,83 ^a	16	30	
10-15 Yıl Arası	65	21,31	6,75 ^a	14	34	
15-20 Yıl Arası	60	26,25	8,53 ^b	16	46	

Anova (Yaşam Doyumu)

Evlilik Yılı	n	Mean	SS	min	max	P
1-5 Yıl Arası	111	16,40	3,60 ^{ab}	11	25	0,011*
5-10 Yıl Arası	60	16,52	5,25 ^{ab}	4	25	
10-15 Yıl Arası	65	17,46	4,92 ^b	5	23	
15-20 Yıl Arası	60	14,67	5,66 ^a	5	24	

Anova (Facebook Kıskançlığı)

Evlilik Yılı	n	Mean	SS	min	max	P
1-5 Yıl Arası	111	80,19	27,55	68	165	0,876
5-10 Yıl Arası	60	77,25	23,84	72	129	
10-15 Yıl Arası	65	80,08	26,49	74	133	
15-20 Yıl Arası	60	81,07	30,28	57	165	

Evli çiftlerin evlilik yıllarına göre düşüncelerinde farklılık olup olmadığı incelenmiştir ve yine evlilik yaşam doyumu ile yaşam doyumu görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$).

Evlilik yaşam doyumları için 15-20 yıl arası evli olan çiftlerin görüşleri diğer evlilik yıllarındaki çiftlerden farklı olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre evli kalma yılı arttıkça evlilik yaşam doyumunun artmaktadır. Yaşam doyumları için 10-15 yıl arası evli olan çiftler ile 15-20 yıl arası evli olan çiftlerin görüşlerinde farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre evlilik yılı 15 yıldan fazla olduğunda yaşam doyumlarında azalmaktadır.

7. SONUÇ

Sosyal medyanın oluşturduğu ilişkiler ağı, yeni ilişkilerin kurulmasına imkan verdiği gibi eski ilişkilerinde tekrar gündeme gelmesini sağlayabilmektedir. Sosyal medya araçları insanların ilişkiler ve yeni davranışlar geliştirmesine sebep olmaktadır. Daha önce yüz yüze gerçekleşen ilişkiler, sosyal medya üzerinden tekrar şekillenmektedir. Burada söz konusu olan kavramlar karşı cinsle olan ilişkiler, kıskançlık, evlilikte güven gibi çok temel konuları merkeze oturtabilmektedir.

Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen iletişimin kolay ve ücretsiz olması, erişim imkanlarının fazla olması, karşılıklı iletişim ve etkileşime fırsat tanınması sosyal medyayı insan ilişkilerinde önemli bir konuma getirmiştir. Bu konum toplumsal kurumların üzerinde etkili olmaktadır. Bu kurumlardan biri de evlilik kurumudur. Evli çiftlerin, sosyal medya aracılığı ile olan ilişkileri çiftler arasında kıskançlığa neden olmaktadır. Özellikle yaygın bir sosyal ağ olan Facebook, yazı ve fotoğraf paylaşımı, canlı yayınlar, mesajlaşma ve paylaşımlar aracılığı ile etkileşim kurmayı sağlamaktadır. Bu da Facebook kıskançlığı olarak adlandırılan bir kavramı ortaya çıkarmaktadır. Kıskançlık gibi, aldatma ve evlilikte güveni sarsabilecek hareketlerin temel aracı da bu dönüşümle birlikte sosyal medya olmuştur.

Sosyal medyanın kullanım amaçlarından biri de kaçıştır, bu kaçışın birçok sebebi olabilmektedir. Evli bireylerin, evliliklerinden elde ettikleri doyumun ve/veya yaşamlarından elde ettikleri doyumun miktarı sosyal medyaya kaçışa sebep olabilmektedir. Bu kaçış sonucu sosyal ağ kullanım miktarlarındaki artışa ve çiftlerin güvensizliğe sürüklenmesine sebep olabilmektedir. Güvensizlik sonucu oluşan kıskançlık ise bir kısır döngüye işaret etmektedir.

Çalışma sonucunda evli bireylerde, sosyal ağlar arasında en çok Whatsapp'ın %75,0'lık oranla, Facebook'un, %39,5'lik oranla da Instagram'ın kullanıldığı bulgulanmıştır. Facebook kıskançlığı temelinde evli bireylerde; eşlerine karşı olan güven düşünceleri arasında negatif yönde çok yüksek derecede, evlilikleri yaşam doyumları arasında negatif yönde zayıf derecede, mutluluk hisleri ile arasında negatif yönde çok zayıf derecede, yalnızlık hisleri ile arasında pozitif yönde zayıf derecede, anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Facebook kıskançlığı ile evli bireylerin yaşam doyumları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre evli bireylerde; eşlerine karşı güvenleri azaldıkça Facebook kıskançlığı artmakta, evlilik yaşam doyumları azaldıkça Facebook kıskançlığı artmakta, mutluluk hisleri azaldıkça Facebook kıskançlığı artmakta, yalnızlık hisleri arttıkça Facebook kıskançlığı artmakta olduğu bulgulanmıştır.

Evlilik yaşam doyumları konusunda, üniversite ve lisansüstü eğitim düzeyindeki çiftlerle ilkökul, ortaokul ve lise eğitim düzeylerindeki çiftlerin görüşleri farklılık göstermektedir. Bu sonuca göre eğitim düzeyi yükseldikçe çiftlerin evlilik yaşam doyumlarının azaldığı görülmektedir. Evlilik yaşam doyumları konusunda, 15-20 yıl arası evli olan çiftlerin görüşleri diğer evlilik yıllarındaki çiftlerden farklı olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre evli kalma yılı arttıkça evlilik yaşam doyumları artmaktadır. 10-15 yıl arası evli olan çiftler ile 15-20 yıl arası evli olan çiftlerin görüşlerinde farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre evlilik yılı 15 yıldan fazla olduğunda yaşam doyumlarında azalma olmaktadır.

Evlilik, toplumdaki temel kurumlardan biridir ve bu kurumla ilgili bozulmalar toplumsal sorunların ortaya çıkmasına sebep olabilir. Sosyal medya kullanımı çerçevesinde, evli bireylerin aile ve toplumsal yapıları bozmamak adına sosyal medya araçlarını dikkatli biçimde kullanmaları ve bu konuda gerekli hassasiyeti göstermeleri bir zorunluluktur.

KAYNAKÇA

- Adams, A. N. (2017). Social Networking Sites and Online Infidelity, Walden University, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Aktaş, A. (2009). Evlilik ve Sadakatsizlik, Ankara: Kanguru.
- Aycanoğlu, C. ve Ünsal, G. (2017). Bağlanma Tarzları ve İnternet Bağımlılığının Evlilik Uyumuna Etkisi, JAREN 3(3), 163-168.
- Balaman, A. (2002). Evlilik Akralılık Türleri, Ankara: Kültür Bakanlığı.

- Birsen, H. vd. (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya, Ed. Mesude Canan Öztürk, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2956, 63-79, Eskişehir.
- Çağ, P. ve Yıldırım İ. (2013). 'Evlilik Doyumunu Yordayan İlişkisel ve Kişisel Değişkenler', Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 4 (39), 13-23.
- Çetinkaya, E. vd. (2008). İkili İlişkiler Güven Ölçeği'nin Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışmaları, Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi 3 (9). s: 65-77.
- Demiröz, T. (2014). 'Evlilikte Güven Duygusunun Önemi', Aile, Sayı: 278, 23-25.
- Demirtaş, A. (2004). Yakın İlişkilerde Kıskançlık (Bireysel, İlişkisel ve Durumsal Değişkenler), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Erbek, E. vd., (2005). 'Evlilik Uyumu', Düşünen Adam, Sayı: 18, Cilt: 1, 39-47.
- Güleç, G. (2012). 'Aile ve Evlilik', Aile Yapısı ve İlişkileri, Ed. Çınar Yenilmez, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2542, 63-79, Eskişehir.
- Hünler, O. ve Gençöz, T. (2003). 'Boyun Eğici Davranışlar ve Evlilik Doyumu İlişkisi: Algılanan Evlilik Problemleri Çözümünün Rolü', Türk Psikoloji Dergisi, Sayı: 18, Cilt: 51, 99-108.
- Kabasakal, Z. ve Soylu, Y. (2016). 'Evli Bireylerin Evlilik Doyumunun Cinsiyet ve Eş Desteğine Göre İncelenmesi', Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 5(4), 208-214.
- Kalaycı, R. (2008). Medya Profesyonellerinin ve Medyanın Aile Algısı, Ankara: Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Kaya, N. (2017). Kırsal ve Kentsel Alanda Yaşayan Evli Kadınların, Evlilik Uyumu, Evlilik Doyumu ve İlişkilerde Mutluluk Düzeylerinin Karşılaştırılması ve İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kışlak, Ş. ve Çabukça, F. (2002). Empati ve Demografik Değişkenlerin Evlilik Uyumu ile İlişkisi, Aile ve Toplum Yıl: 5 Cilt: 2 Sayı: 5.
- Madran, A. (2016). Facebook Kıskançlığı Ölçeğinin Türkçe formu: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması, Anadolu Psikiyatri Dergisi 17, 93-99.
- Russel, B. (1999). Evlilik ve Ahlak, İstanbul: Cem.
- Tarhan, N. (2017). Mutlu Evlilik Psikolojisi Öncesiyle Sonrasıyla Evlilik, İstanbul: Timaş.
- Tezer, E. (1986). Evli Eşler Arasındaki Çatışma Davranışları: Algılama ve Doyum Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Tezer, E. (1997). Evlilik İlişkisinden Sağlanan Doyum: Evlilik Yaşamı Ölçeği, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, Cilt 2 (7), s: 1- 6.
- Özgüven, İ.E (2000). Evlilik ve Aile Terapisi, Ankara: Pdrem.
- <http://www.milliyet.com.tr/guvende-hissetmek-icin-evlenmek-pembenar-yazardetay-iliskiler-2425547/> (Erişim Tarihi 19.03.2018).