

# Kuşaklararası Evlilik Algıları ve Medya Etkisi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerine Nitel Bir Araştırma

Işıl ŞİMŞEK<sup>1</sup>, Ayhan Adnan DALARSLAN<sup>2</sup>

Kuşaklararası Evlilik Algıları ve Medya Etkisi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerine Nitel Bir Araştırma

Generational Perceptions of Marriage and the Influence of Media: A Qualitative Study on Generations X, Y, and Z

## Öz

Bu araştırma, X, Y ve Z kuşaklarının evlilik algıları ile medyanın bu algılar üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Sosyolojik bir yaklaşımla, kuşakların evliliğe yükledikleri anlamlar, evlilik nedenleri ve evlenmeyenlere tutumları 24 katılımcıyla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerle araştırılmıştır. Elde edilen nitel veriler betimsel analizle incelenerek kuşaklar arası benzerlik ve farklılıklar tematik olarak karşılaştırılmıştır. Bulgulara göre, X kuşağı evliliği sorumluluk ve toplumsal gereklilik olarak görürken, Y kuşağı bireysel tercih ve duygusal tatmini öne çıkarmıştır. Z kuşağı ise evliliğe daha esnek ve sorgulayıcı yaklaşmaktadır. Medya, tüm kuşaklarda evliliğe dair idealize beklentiler, hayal kırıklıkları ve kıyaslama baskısı yaratmaktadır. Özellikle Z kuşağı, medyanın evlilik algısına daha eleştirel yaklaşmaktadır. Çalışma, evlilik algısındaki kuşaklar arası farklılıkların sosyokültürel değişimler ve medya etkisiyle şekillendiğini göstermektedir.

## Abstract

This study aimed to examine the marriage perceptions of Generations X, Y, and Z, as well as the influence of media on these perceptions. Using a sociological approach, the meanings attributed to marriage by each generation, their reasons for marrying, and their attitudes toward those who remain unmarried were investigated through semi-structured interviews conducted with 24 participants. The qualitative data obtained were analyzed through descriptive analysis, and intergenerational similarities and differences were compared thematically. According to the findings, Generation X views marriage as a responsibility and a social necessity, whereas Generation Y prioritizes individual preference and emotional satisfaction. Generation Z, on the other hand, approaches marriage with greater flexibility and skepticism. Media influence creates idealized expectations, disappointments, and pressures of comparison across all generations. Notably, Generation Z adopts a more critical stance toward media representations of marriage. The study demonstrates that intergenerational differences in marriage perceptions are shaped by sociocultural transformations and the influence of media.

**Anahtar Kelimeler:** Evlilik Kurumu, Evlenme Algısı ve Medya, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı

**Keywords:** Institution of Marriage, Perception Research, Generation X, Generation Y, Generation Z

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

**Paper Type:** Research Article

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölüm, isilsimsek@sakarya.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5217-7893>

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kültürel Çalışmalar Tezli Yüksek Lisans Bölümü, [ayhan.dalarslan@gmail.com](mailto:ayhan.dalarslan@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-4601-279X>

## 1. Giriş

Evlilik, insanlık varoluşunun temel bir unsuru olarak coğrafi sınırlar ve zaman dilimleri boyunca çeşitlilik gösteren karmaşık bir sosyal kurumdur. Berger ve Luckman'a göre bu kurumun anlaşılması yalnızca bireyler arasındaki özel bağları değil, aynı zamanda toplumların temel yapı taşlarını, değer sistemlerini ve sosyokültürel evrimini kavramak açısından da hayati öneme sahiptir (1991, s. 55).

Kültürel bir olgu olarak evlilik, her toplumun kendine özgü dünya görüşü, inanç sistemi ve gelenekleri doğrultusunda şekillenir. Eş seçimine ilişkin uygulamalar bakımından kimi toplumlarda geleneksel kurallara dayalı görücü usulü yöntemler sürerken, kimilerinde daha modern ve bireysel seçim süreçleri öne çıkar. Evlilik törenlerinin niteliği açısından seküler veya dinî ritüeller belirleyici olabilir. Evlilik içinde rol dağılımları ise kimi zaman otoriter yapıların, kimi zaman da cinsiyete dayalı iş bölümünün hâkim olduğu farklı kurumsal pratiklerle çeşitlenir (Strauss, 1969, s. 118). Örneğin Murdock'a göre, bazı Afrika kabilelerinde çok eşlilik sosyal statünün bir göstergesi olarak kabul edilirken, Asya kültürlerinde ise aile büyüklerinin evlilik kararları üzerinde belirleyici bir etkisi bulunmaktadır (1949, s. 30). Bu kültürel çeşitlilik, evliliğin tek bir evrensel tanımla açıklanamayacağını; aksine bağlamsal, göreceli ve kültürel pratikleri dikkate alan bir yaklaşımın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Tarihsel süreçte evlilik, yalnızca iki kişi ve iki farklı aile arasındaki bir ilişki olmaktan çıkarak, ekonomik ve politik ittifakların kurulmasında merkezi bir rol üstlenmiştir. Feodal toplum yapılarında, toprak mülkiyetini, siyasi gücü ve nüfuzu artırmak ya da genişletmek amacıyla soylu aileler arasında stratejik temelli evliliklerin sıklıkla gerçekleştirildiği görülmektedir (Goody, 1983, s. 103). Orta Çağ Avrupa'sında evlilik kültürel ve sosyolojik boyutlarının yanında dini olarak da denetim altında olan bir yapıdaydı. Kilisenin evlilik ve aile üzerindeki etkisi, kurallara bağlı olarak yürütülmekte, kilisenin belirlediği dini norm ve kanon hukuku evlilik pratiklerinin yanında boşanma aşamasında da düzenleyici bir rol üstlenmekteydi (Duby, 1991, s. 48). Rönesans ve Reform dönemleriyle birlikte, evliliğe dair farklı teolojik ve hukuki yorumlar ortaya çıkmış, bu da evlilik kurumunun zaman içindeki dönüşümünü hızlandırmıştır.

Giddens'a göre modernleşmeyle, evliliğin anlamı bireysel özgürlükler, romantik aşk ve duygusal tatmin gibi kavramlar etrafında yeniden şekillenmeye başlamıştır (1992, s. 41). Aydınlanma düşüncesinin etkisiyle, bireylerin kendi eşlerini seçme hakkı giderek daha fazla kabul görmüş, geleneksel evlilik anlayışları sorgulanmıştır. Foucault'a göre sanayi devrimi ve ulus devletlerin ortaya çıkışı, evliliğin kamu hukuku alanına dahil olmasına yol açmıştır (1990, s. 105). Devletler, evliliği bir sözleşme olarak tanımlayarak, evlilik birliğini düzenleyen yasalar (evlenme yaşı, boşanma koşulları, mal paylaşımı vb.) oluşturmuş ve bu birliğin yasal çerçevesini çizmiştir. Stone'a göre bu yasal düzenlemelerin temel amacı, toplumsal düzeni sürdürmek, bireylerin haklarını korumak ve özellikle çocukların refahını güvence altına almaktır (1990, s. 217).

Küreselleşme, bireysel yaşamın toplumsal yapılarda artan belirleyiciliği ve iletişim ile bilgisayar teknolojilerinde yaşanan hızlı dönüşümün yarattığı normatif farklılaşmalar, günümüz evlilik kurumunun da dönüşümünü tetiklemiştir. Bu süreçle birlikte hem evlilik ve aile yapılarına ilişkin toplumsal işleyişler değişmiş hem de bireylerin evlilik kurumuna yönelik yaklaşımlarında belirgin farklılıklar ortaya çıkmaya başlamıştır (Beck-Gernsheim, 1995, s. 79). Evliliğin meşruiyetinin sorgulanır hale geldiği küresel dünyada evlilik dışı birlikteliklerin daha fazla kabul gördüğü ve yaygınlaştığı görülmektedir (Bumpass & Lu, 2000, s. 33). Doğal toplumsal yapıların temeli olarak kabul edilen ve devletler tarafından da korunan aile (Unicef, 2004), evlilik ve evlenmeye yönelik toplumsal kuralların sorgulanır ve eleştiril hale gelmesiyle *tehdit* altında ve korunması gereken bir özellik kazanmaktadır. Kıray'ın "toplumsal evrimde ortaya çıkabilecek yapısal sorunlara uyum sağlayarak işlevini ve biçimini değiştirebilen ve bireylerin

farklı güvenlik beklentilerini karşılayan, böylece toplumsal değişime aracılık eden bir sosyal kurum” (Aktaran Can, 2011, s. 6) olarak tanımladığı aile, küresel dünyada daha kırılabilir bir özellik taşımaktadır.

Ailenin oluşumunda önemli bir aşama olan evlilik, tarihsel olarak kültürel ve ekonomik koşullara bağlı olarak değişim ve dönüşüm göstermektedir. Geleneksel toplumsal yapılarda aile büyüklerinin belirlediği, daha geleneksel ritüel ve kurallara bağlı olarak şekillenen ekonomik ve sosyolojik temelleri olan evlilik, modern toplumsal yapılarda bireysel tercihlerin, duygusal tatmin ve uyumun, özgür iradenin öne çıkarıldığı değer sistemleri etrafında şekillenmektedir (Giddens, 1992, s. 248). 2000’lerde sonra genişleyen küreselleşmenin getirdiği dijitalleşme süreciyle kentleşme oranının büyümesi, aile bireylerinin çalışma hayatına aktif katılımlarının artması, ben merkezli bireyselliğin yaygınlaşması hem evliliğe hem de aileye bakış açısını önemli ölçüde etkilemiştir. Bu dönüşümler içinde öne çıkan bireyselleşme Bauman’a göre aile yapısını etkileyen en önemli değişkenlerin başında gelmektedir. Modern toplumda yer alan bireyler aile yapısına katkıda bulunmak ve aile kurmak yerine çoğunlukla kendi bireysel gelişimlerini ve mutluluklarını ön planda tutmaktadırlar (2011, s. 47). Yine aynı çerçevede ekonomik sebepler de bu değişimi sağlayan önemli değişkenlerden biridir. Zaman içerisinde hayatın pahalılaşması ve buna bağlı gelişen kariyer odaklı yaşam stili bireylerin dünyayı anlamlandırmalarında önemli farklılıklar yaratmaktadır.

Giddens’a göre gelenekçi toplumsal yapıdan bireyselliğe doğru yaşanan kayma, aile kurumu üzerinde belirleyici bir faktör olmaktadır (1992, s. 68). Dijitalleşme hem bireyler arası hem de toplumsal yaşamdaki ilişkileri dönüştürmekte, geleneksel aile kavramına bakışı farklılaştırmaktadır (Aksoy, 2019, s. 154). Türkiye’de aile kurumu, tarihsel süreç içerisinde çeşitli dönüşümler geçirmiş, geleneksel değerler ile modern hayat arasında bir denge kurulmaya çalışılmıştır. Gözlemlenen demografik ve toplumsal değişimler, aile yapısındaki dönüşümleri daha belirgin hale getirmiştir. TÜİK’in 2024 yılı raporuna göre Y ve Z kuşakları evliliklerini sürdürme konusunda önceki nesillere kıyasla daha fazla güçlük çekmekte ve bu durum boşanma sayılarının yükselmesine yol açmaktadır (2024, s. 17).

“Belirli bir zaman diliminde doğmuş, benzer tarihi, sosyal, ekonomik ve kültürel deneyimleri paylaşan insan gruplarını ifade eden bir olgu” (Mannheim, 1952, s. 288) olarak kuşak yalnızca doğum yıllarıyla değil, aynı zamanda içinde buldukları dönemin belirleyici olayları, teknolojik gelişmeler ve toplumsal değişimleri tarafından da şekillenir (Pilcher, 1999, s. 492). Kuşaklar bu ortak deneyimleri, değerleri, inançları, tutumları ve davranışları anlamak için bir çerçeve sunar. Sosyal bilimler alanında bu ortak çerçevelenmeye bağlı olarak kuşak adlandırmaları da yapılmaktadır. Örneğin I. Dünya Savaşı öncesi ve savaşı deneyimleyen, geleneksel değerlerin sarsıldığı dönem (yaklaşık 1883-1900) *kayıp kuşak* (Stein, 1926, s. 43), Büyük Buhran öncesini ve II. Dünya Savaşı’nı yaşamış sorumluluk, vatanperverlik gibi değerlerin öne çıktığı dönem (yaklaşık 1901-1927) *büyük kuşak* (Brokaw, 1998, s. 342), çocukluk ve gençlik dönemlerinde Büyük Buhran’ın etkilerini yaşamış, savaş sonrası yeniden yapılanma dönemi (yaklaşık 1928-1945) *sessiz kuşak* (Jones, 1999, s. 34), II. Dünya Savaşı sonrası refahın ve doğum oranlarının arttığı sosyal hareketlilikler yaşandığı ve protestoların yapıldığı (yaklaşık 1946-1964) dönem de *bebek patlaması kuşağı* (Lancaster & Stilman, 2002, s. 44) gibi adlandırmalar almıştır.

Günümüze yaklaştıkça kuşaklar X, Y ve Z şeklinde harflerle isimlendirilmekte her döneme özgü tanımlamalar yapılmaktadır. *X kuşağı* (yaklaşık 1965-1980) Soğuk Savaş’ın son döneminde ekonomik belirsizliklerin, teknolojik değişimlerin yaşandığı bağımsız ve bireyci bir kuşağı ifade ederken (Coupland, 1991, s. 21); *Y kuşağı* (yaklaşık 1981-1996) teknolojiye daha yatkın, internetin yaygınlaştığı küresel dünya dinamiklerini kavrayabilen, deneyim odaklı ve sosyal sorumluluk sahibi bir nesli (Howe & Strauss, 2000, s. 17); *Z kuşağı* ise (yaklaşık 1997-2012 / 2013 sonrası) dijital teknolojinin içine doğan, sosyal medya ile sürekli etkileşim halinde olan çeşitlilik ve hıza önem veren, değişimlere daha hızlı uyum gösteren kuşakları ifade etmektedir (Seemiller & Grace, 2016, s. 55).

Türkiye’de kuşaklar arası aile ve evlenme algılarını inceleyen çalışmaların yoğunlukla toplumsal dönüşüm süreçlerini merkezlerine aldıkları görülmektedir. Bu çalışmalarda, kültürel değerlerin kuşaklara aktarımında kentleşme, eğitim, modernleşme (Çelik, 2011, s. 95), kadınların çalışma hayatına katılımı ve toplumsal cinsiyet eşitliği gibi unsurların evlenme kararlarını şekillendiren önemli değişkenler olduğu vurgulanmaktadır (Kavut, 2015, s. 32). Bu yeni toplumsal dinamiklerle birlikte evlilik, artık ekonomik ya da sosyal bir zorunluluk olmaktan çıkarak bireysel tercihlere dayalı bir kurum niteliğine doğru dönüşmektedir. Söz konusu dönüşüm, aynı zamanda kuşaklar arasındaki farklılaşmalar biçiminde de kendini göstermektedir.

X kuşağının içine doğduğu ve yetiştiği sosyo-politik koşullar, onları geleneksel aile yapısına daha yakın kılmakta; evlilik kurumunu sorumluluk gerektiren ve aile yapısının inşasında bir zorunluluk olarak görme eğilimlerini güçlendirmektedir. Y kuşağında ise bireysel tatmin daha fazla ön plana çıkmakta, evliliğe ilişkin kararlar çoğunlukla ekonomik bağımsızlığın kazanılmasıyla bağlantılı biçimde alınmaktadır. Bu kuşak, duygusal tatmine dayalı ilişki modelleri ve daha eşitlikçi yapı arayışlarıyla önceki kuşaktan ayrılmaktadır (Aydın, 2022, s. 61). Z kuşağı ise dijitalleşmenin etkisiyle aile ve evlilik kurumuna daha esnek, değişebilen ve bireyselleşme temelli bir yaklaşımla yaklaşmakta; aileden ziyade bireysel gelişim, özgürlük ve çoklu kimlikler bu kuşağın değerlerinde daha görünür hâle gelmektedir (Demir, 2024, s. 38; Yıldırım, 2023, s. 77). Kuşaklar arası karşılaştırmada, X kuşağının güvenlik, istikrar ve aile değerlerine öncelik verdiği; Y kuşağının bireysel tatmin, özgürlük ve eşitlik gibi değerlere yöneldiği; Z kuşağının ise aile kavramına ve ilişkilere daha esnek, sorgulayıcı ve değişime açık bir yaklaşım sergilediği belirtilmektedir (Ting, 2020, s. 682) Ayrıca bu süreçte evlilik dışı birlikte yaşam biçimlerinin toplumda giderek daha fazla meşruiyet kazandığı görülmektedir (Cherlin, 2010, s. 232).

Geleneksel kitle iletişim araçlarının ve yerleşik kültürel değerlerin içinde yetişen X kuşağı evliliği toplumsal bir gereklilik, aileyi de değerler sistemiyle inşa edilmiş bir yaşam tarzı olarak benimsemektedir (Inglehart, 1990, s. 105). X kuşağının medya ilişkisinde uzun süreli romantik ilişkiler, geleneksel anlatılar, ailenin ve evliliğin kutsanması öne çıkmaktadır. Sinema filmlerinde, televizyon dizilerinde evlilik algısı medya ile kurulan ilişkide ahlaki normlar ile inşa edilir (Gürel, 2019, s. 196). Y kuşağını şekillendiren ekonomik krizler, dijitalleşmenin başlaması gibi değişkenler (Twenge J. , 2018, s. 212), bu nesilde evlilik ve aile kavramlarının anlamlarını değiştirmiştir. Bu nesil, evliliğe geleneksel bir zorunluluk olarak bakmamakta, daha çok kariyere ve bireysel mutluluğa odaklanmakta, evlilik kararları kariyer hedefleri, kişisel gelişim ve ekonomik bağımsızlığa bağlı olarak şekillenmektedir (Bauman, 2001, s. 233). Türkiye’de Y kuşağı, evlilik kararlarını daha geç almakta ve ekonomik faktörler nedeniyle evliliği ertelemektedir. Bu kuşağın evlilik algısı, medya içeriklerinde de farklı bir şekilde temsil edilmektedir. Dijital platform içeriklerinde evlilikte özgürlük öne çıkarılarak bireysel başarıya bağlı olarak bir zorunluluk yerine tercih olarak sunulmaktadır (Akçay, 2011, s. 135). Dijital çağın içinde büyümüş ve sosyal medyanın etkisi altında şekillenmiş Z kuşağında ise evlilik bireysel tercihlere bağlı olarak şekillenen bir olgu (Robinson & Smith, 2020, s. 224), evliliğe olan ilgi de önceki nesillere göre daha az, geç yaşlara ötelenen, kimi bireyler için yaşam amacı olmaktan çıkan bir olgu (Baş, 2021, s. 24) özelliği taşımaktadır. Söz konusu eğitim, evlilik sayılarında önemli bir azalmaya yol açmaktadır.

Ailenin oluşumunda sosyal ve kültürel bir olgu olarak evlilik kuşaklar arasında farklı anlam ve değer sistemleri de taşıma özelliğine sahiptir. Bu bağlamda çalışmada, Türkiye'deki X, Y ve Z kuşaklarının evlilik kurumuna yönelik algı farklılıklarını ve medyanın bu algıların şekillenmesindeki etkilerini nitel bir yaklaşımla derinlemesine incelemeyi hedeflemektedir. Türkiye bağlamında kuşaklararası evlilik algılarını ve medyanın rolünü ele alan bu nitel çalışma, literatürdeki boşluğu doldurmaya ve güncel sosyolojik tartışmalara zengin bir bakış açısı sunmaya yöneliktir. Elde edilecek bulgular, aile sosyolojisi alanına önemli katkılar sunarak, değişen toplumsal yapı ve kuşaklararası dinamikler hakkında daha kapsamlı bir anlayış sağlamayı hedeflemektedir. Bu sonuçlar, yalnızca akademik literatüre değil, aynı

zamanda aile politikaları, toplumsal uyum ve medya okuryazarlığı konularına yönelik gelecek araştırmalar ve uygulamalar için de ipuçları sunacaktır.

## **2.Kültürel Bir Olgu Olarak Evlilik ve Medya**

Toplumun kültürel yapısını yansıtan bir olgu olarak evlilik, tarihsel süreç içerisinde çeşitli dönüşümler geçirmiştir. Giddens'in geleneksel toplumlarda evliliğin aile büyükleri tarafından belirlenen ekonomik ve sosyal temellere dayalı bir birliktelik olarak görülen anlamı modern toplumlarda duygusal uyum, bireysel tercihler ve özgür irade temelinde şekillenen bir özellik (1992, s. 157) göstermiştir. 21. yüzyılın ilk çeyreğinde küreselleşme, kentleşme, bireyselleşme ve dijitalleşme süreçleriyle birlikte evlilik algılarında belirgin değişimler yaşanmaktadır. Aile, evlilik ve kültürel olarak evlenme ritüellerinin değişimde taşımış olduğu imkân ve olanaklarla dönüştürücü bir özellik taşımaktadır. Bireylerin değer algılarını şekillendiren önemli araçlardan biri olarak medya, Türkiye özelinde televizyon dizileri ve dijital platform içerikleri gibi farklı format özellikleriyle evlilik ve aile yapısına yönelik yeni bakış açılarının gelişmesine neden olmaktadır (Gürel, 2019, s. 189).

Medya, bireylerin dünyayı algılama biçimlerini etkileyen en önemli araçlardan biridir (McLuhan, 1964, s. 121). Dönem dizileri, sinema filmleri, reklamlar ve dijital platformlar, toplumsal normları yeniden üretirken aynı zamanda bireylerin değer algılarında dönüşüme yol açmaktadır. Couldry'e göre medya, toplumsal normların yeniden üretilmesinde ve bireylerin davranışlarını yönlendirmede güçlü bir etkiye sahiptir (2012, s. 88). Medya pasif değil, toplumsal yapıları dönüştürmede aktif bir aktör olarak görülmektedir (Hall, 1997, s. 82). 1980 ve 1990'larda geleneksel televizyon yayıncılığında üretilen başta diziler olmak üzere çeşitli program içerikleri, 2000'li yıllardan itibaren sosyal medya ortamlarının ve dijital televizyon platformlarının sunduğu yeni imkânlar doğrultusunda çeşitlenmiş; bu dönüşüm aile, evlilik ve evlenme ritüellerine ilişkin toplumsal tartışmaları da beraberinde getirmiştir.

"Ev ortamı aracı" olarak da tanımlanan televizyon, yalnızca bireysel davranışları değil, aynı zamanda alışkanlıkların şekillenmesini ve zihniyet dünyalarının oluşumunu etkileyen güçlü bir iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Türk televizyon programcılığında bir format olarak yer alan ve çeşitli tartışmalara konu olan evlenme programları, izleyiciler tarafından gelenek-kültür uyumsuzluğu, "aile sırrı" niteliğindeki ilişkilerin kamusal alana taşınması ve kutsallıkla özdeşleştirilen aile kavramının program içerikleri içinde zarar gördüğü yönündeki eleştirilerle değerlendirilmektedir. Bu tür programlar, televizyonun dramatisasyon ve kurgu tekniklerinden yararlanarak hikâyeye üretme biçimleriyle evlenme olgusunu gerçeklikten uzaklaştırmakta ve onu bir tür "reality show" formatına dönüştürmektedir (Polat & Karslı, 2012). 2007 yılından itibaren Türk televizyonlarında yayınlanan evlendirme programları, her ne kadar evlendirme pratiklerini "özgür eş seçimi söylemi" üzerine kurguluyor gibi görünse de yapılan araştırmalar bu programların toplumsal cinsiyet rollerini yeniden ürettiğini, evlilikte çoğunlukla dışlanmış aktörler üzerinden bir "evlilik piyasası" oluşturduğunu ve standart evlilik kalıplarının yanı sıra yeni evlilik pratikleri üreterek evliliği teknik bir bilgi alanına dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Bu bağlamda evlendirme programları, modern özgür eş seçimi modelini geleneksel evlilik pratiklerinden beslenerek televizyon ortamında yeniden üretmektedir (Aytemur Nüfusçu & Yılmaz, 2012). 2017 yılına kadar devam eden evlendirme programları, kültürel bir olgu olarak evlenme kültürünün popüler kültür endüstrisi içinde yeniden üretildiği bir alan hâline gelmiş; yüksek izlenme oranlarına rağmen Türk aile ve ahlak yapısına uygun bulunmadığı gerekçesiyle 690 sayılı KHK kapsamında yayından kaldırılmıştır. İzleyici kitlesi üzerine yapılan araştırmalar, bu programların içeriklerinin ağırlıklı olarak eğlence, sosyal kaçış, rahatlama ve boş zaman değerlendirme amaçlı tüketildiğini göstermektedir. Ayrıca izleyicilerin yaş aralığı yükseldikçe programların sunduğu doyumun arttığı bulgulanmıştır (Eroğlu & Karakoç, 2019). Televizyonda temsil edilen evlenme kültürü, geleneksel evlenme değerlerini geniş bir izleyici kitlesine popüler kültürün bir metası olarak sunmuş; eğlence ve magazin unsurlarına dönüştürmüştür. Programlarda düşük kültür seviyesine sahip

katılımcılar arasında geçen diyalog ve davranışların izleyici açısından bir boş zaman etkinliği hâline geldiği de belirtilmektedir (Kanipek, 2021, s. 143).

Evlendirme programları, evlenme kültürünü televizyonda yeniden üretirken kadın ve erkek rollerini de ataerkil ideolojiler doğrultusunda kurgulamaktadır. Bu programlarda kadın, duygusal, şefkatli, fedakâr, bakımlı, ev işlerini bilen, yaşı erkekten küçük ve çocuk bakımından sorumlu bir stereotip olarak sunulurken; erkek güçlü, ailenin ihtiyaçlarını karşılayan, mantıklı, otoriter, koruyucu, dayanıklı, çalışkan ve disiplinli, ayrıca yaşı kadından büyük bir figür olarak temsil edilmektedir. Programlarda evlilik, kadının baba evinden ayrılıp başka bir erkeğin himayesine girmesi şeklinde tanımlanmakta; kadın için “kurtuluş”, erkek için ise karısı, çocukları ve ailesine sahip çıktığı aktif bir toplumsal alan olarak konumlandırılmaktadır (Akıner & Eren, 2013). Bu bağlamda, evlendirme programlarındaki kadın ve erkek rol dağılımları ataerkil evlenme kültürünün temel öğelerini yeniden üretmektedir: erkek karar veren, seçen, sahiplenen, güç ve tahakküm uygulayan aktör olarak; kadın ise savunulan, itaat eden, izin alan, ev içi işleri üstlenen ve “seçilen” pasif bir konumda temsil edilmektedir (Yeşil & Yıldırım, 2019). Gündüz kuşağı programları olarak yayınlanan izdivaç formatlarında evlenme, aile kurma, evlilik ve gelin–kaynana ilişkileri çoğunlukla çatışmacı bir anlayışla ele alınmakta; toplumsal değerler sistemine ait kültürel olgular reality TV estetiği içinde eğlenceye dönüştürülmektedir. Evlilik ve kadın–erkek ilişkileri temelinde şekillenen bu programların hem aileyi hem de evlenme kurumunu muhafazakâr-ataerkil ideoloji doğrultusunda yeniden yapılandığı görülmektedir (Yıldırım & Esen, 2018).

Geleneksel televizyon yayıncılığının önemli bir ürünü olan diziler de evlenme, evlilik ve aile gibi kültürel unsurlara ilişkin popüler içerikler üretmektedir. Özel televizyonların yaygınlaşması ve farklı kültürlerde üretilmiş yabancı dizilerin yayınlanmasıyla birlikte, toplumda yerleşik kültürel değerlerden farklı temsil biçimlerinin öne çıktığı; özellikle aile kurumu açısından önemli görülen evliliğin dizi kültürü içinde değersizleştirildiği ve evlilik dışı birlikteliklerin normalleştirilerek sunulduğu yönünde eleştiriler artmaktadır (Pekdemir & Yılmaz, 2022). Geleneksel ve modern kalıpların bir arada sunulduğu dizilerde evlilik ve aile olgularının inşasında kadına atfedilen roller belirleyici olmaktadır. Ailesine yeterli ilgiyi göstermeyen ya da evlilik dışı ilişkileri bulunan kadın karakterlerin çoğunlukla “kötü” olarak temsil edildiği; buna karşın tek ebeveynli ailelerin anlatı akışı içinde evlenerek “mutlu bir yuvaya” kavuştuğu görülmektedir. Hem aile kurma hem de evlilik kurumunun işlenişinde ana ve yan kadın karakterlere verilen roller, dizilerin değer aktarımında merkezi bir konum taşımaktadır (Ünlü & Aslan, 2016). Dizi türleri arasında yer alan ve ev içi alanı, aile ilişkilerini ve evlilik problemlerini merkezine alan soap operalarda (pembe diziler) ise aile içi ilişkiler karmaşık, zorlayıcı ve çatışmalı bir yapı içerisinde ilerlemektedir. Diğer türlere kıyasla daha fazla ahlaki mesaj üreten bu yapımlarda son yıllarda evlilik dışı ilişkilerin, aynı karakterin birden fazla romantik ilişki yaşamasının, aşk evliliği dışında kariyer odaklı evliliklerin ve sorunlu ebeveyn–çocuk dinamiklerinin daha görünür hâle geldiği görülmektedir (Kula, 2012). Yerli yapımlar aile dizilerinde ise reyting kaygılarının etkisiyle ailenin maddileştirilmesi dikkat çekmektedir. Evlilik, kadınlar için yeni sosyal kimliklerin kazanıldığı, statü atlamaya olanak sağlayan, sevgi ve saygıdan çok maddi çıkarılara dayalı bir kurum olarak temsil edilmekte; eşlerin birbirini aldatması ve aile içi çarpık ilişkiler normalleştirilmektedir (Genel & Gözetlik, 2022).

Medya ve dijital kültürün evlilik kurumuna etkisi bağlamında; geleneksel medya (TV, gazeteler), evliliği aile değerleriyle ilişkilendiren ve uzun vadeli birliktelikleri teşvik eden bir yapı sunmasına rağmen, dijital medya (Netflix, YouTube, sosyal medya), evliliği bireysel tercihlere bırakan ve farklı ilişki biçimlerini normalleştiren içeriklere yer vermektedir. Online arkadaşlık platformları, evlilik öncesi ilişkilerin doğasını baştan yazarak, bireylerin uzun süreli ilişkilere yönelik algılarını dönüştürmektedir. Akçay’a göre televizyon dizileri, dijital platformlar ve sosyal medya evliliği geleneksel bir zorunluluk değil, bir tercih meselesi olarak göstermekte, bireysel özgürlüğü öne çıkarmaktadır (Akçay, 2011, s. 133).

Türkiye’de gençlerin evlilik konusundaki tercihlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri dijital ortamlardır (Kaya, 2020, s. 118). Televizyon dizileri ve sosyal medya platformları üzerinden yapılan analizler, evlilik ve aile kavramlarının giderek daha bireyselleşmiş ve özgürlükçü bir perspektiften ele alındığını göstermektedir. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte evlilik ve ilişkiler de farklı bir boyut kazanmıştır. Bireylerin eş seçimi süreçlerinde çevrimiçi tanışma platformları, sosyal medya ve dijital iletişim araçlarının yoğun biçimde kullanılması, geleneksel normlardan sapmalara yol açmaktadır. Tinder, Bumble ve Hinge gibi dijital flört uygulamaları, bireylere sosyokültürel bağlamdan bağımsız partner seçme imkânı sunmakta; geçici ve kısa süreli ilişki modellerinin yaygınlaşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu uygulamaların popülerleşmesi, evliliğe yönelik tutumları ve evlilik öncesi ilişkilerin karakterini de önemli ölçüde dönüştürmektedir (Finkel, 2012, s. 44). YouTube, Netflix, Facebook ve Instagram gibi küresel dijital platformlarda üretilen içeriklerde bireysel kimlikler öne çıkarılmakta; aile yapısını zayıflatan söylemler daha görünür hâle gelmektedir. Bu platformlarda tüketim ve haz odaklı bireysel yaşam tarzları, zayıf aile bağları, eşcinsel yaşam pratikleri, evlilik dışı ilişkiler, anlık haz ve bireysel çıkar merkezli ilişki biçimlerinin “normal” olarak üretildiği görülmektedir (Zorlu, 2025). İnternet üzerinden kurulan duygusal ilişkilerin yanı sıra, aile kurumu ve evlilik süreçleri de dijital medya kullanım alışkanlıklarından etkilenmektedir. Sosyal ağlarda kurulan ilişkiler kadar dijital medyanın aşırı ve kontrolsüz biçimde kullanılması, aile bireylerine ve çocuklara yeterli zaman ayrılmaması ve dijital bağımlılıklar da evlilik süreçlerine ve aile yapılarının işleyişine zarar veren unsurlar arasında gösterilmektedir (Yıldırım 2021)

Aile yapısı ve değerler üzerinde etkili olan temel unsurlardan biri kültürdür. Toplumların benimsediği değerler sistemi, gelenekler ve inanç yapısı, aile içindeki rollerin dağılımını ve ilişkilerin biçimini doğrudan belirlemektedir. Küreselleşme, modernleşme ve teknolojik gelişmeler kültürün aile üzerindeki etkisini dönüştürse de aile yapısı hâlâ büyük ölçüde kültürel normlar tarafından şekillenmeye devam etmektedir. Sanayileşme, iç ve dış göç hareketleri, kadının çalışma yaşamına katılım oranındaki artış, teknolojik yenilikler ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması aile içi rollerde ve değerlerde önemli değişimlere yol açmıştır. Bu çerçevede geleneksel aile modelinin geleceğe aktarımı, günümüz toplumlarında tartışılan temel konulardan biri hâline gelmiştir (Yılmaz, 2021, s. 71). Ailenin kurumsal varlığını sürdüren evlilik olgusu hem bireysel hem de toplumsal birçok değişken doğrultusunda şekillenmektedir. Kuşaklar arası değer sistemlerinin aktarımı süreklilik taşısa da zaman içinde bu değerlerde farklılaşmaların yaşandığı gözlenmektedir. Medyanın günümüz iletişim teknolojileri aracılığıyla farklı kültürel unsurları küresel ölçekte dolaşıma sokabilmesi, modern yaşam koşullarının bireyler üzerinde yarattığı değişimlerle birleşerek hem evliliğe hem de aileye yönelik bakış açılarını dönüştürmektedir. Bu durum, kuşaklar arasında birbirinden farklı değer algılarının oluşmasında önemli bir belirleyici olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital dönemin etkisiyle hem geleneksel hem de dijital medya ortamlarında üretilen içerikler çeşitlenmiş, etkileşime dayalı medya platformları farklı kültürel geçmişlere sahip bireylerin karşılaşma ve iletişim olanaklarını artırmıştır. Söz konusu çeşitlilik, kuşaklar arası değer algılarının dönüşmesine ve kültürel normların daha esnek bir biçimde değerlendirilmesine zemin hazırlamaktadır.

### **3. Araştırma Bölümü**

Bu çalışma, farklı kuşakların (X, Y ve Z kuşağı) evlilik kurumuna yönelik algılarını, bu algıların gelenekselden moderne uzanan dönüşümünü ve medyanın -özellikle sosyal medya platformları ile televizyon dizilerinin- bu algılar üzerindeki etkisini derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgularla, Türkiye’de kuşaklararası evlilik dinamiklerinin görünür kılınması ve medyanın sosyal bir kurum olarak evlilik algısını nasıl şekillendirdiğinin ortaya konulması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda çalışma, aşağıdaki temel araştırma sorularına yanıt aramaktadır:

**A.S.1:** Farklı kuşaklarının evlilik kurumuna yönelik olarak ürettikleri anlamlar ve bu kuruma yönelik bakış açıları nelerdir?

**A.S.2:** Farklı kuşakların evlilik kurumuna yönelik algılarının şekillenmesinde medyanın yarattığı etki ve bu etkinin özellikleri nelerdir?

Bu çalışmada veri elde etmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme metodu uygulanmıştır. “Esnek bir teknik olan yarı yapılandırılmış görüşmeler, araştırmacının önceden hazırladığı temel soruların yanı sıra, katılımcıların serbestçe konuşarak düşünce ve deneyimlerini aktarmalarına olanak tanır” (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 121). Görüşme protokolünde, araştırmacının amaç ve araştırma soruları doğrultusunda evlilik kurumuna yüklenen anlamlar, evliliğe bakış açıları, ailelerin evlilik yapıları, kuşaklar arası farklılıklar, medyanın evlilik temsili başlıklarını içeren ve katılımcıların kendi ifadeleriyle cevaplayabileceği açık uçlu sorular kullanılmıştır.

Araştırmada elde edilen nitel veriler, betimsel analiz tekniği kullanılarak çözümlenmiştir. Betimsel analiz, elde edilen verilerin tematik olarak sınıflandırılmasını ve verilere bağlı olarak yorum yapmayı sağlayan bir yaklaşımdır (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 153). Bu yöntem, verilerdeki ana temaları ve desenleri ortaya çıkarmayı, katılımcıların bakış açılarını betimlemeyi ve kuşaklararası karşılaştırmalar yapmayı sağlamıştır. Kodlanan veriler, oluşturulan tematik çerçeveler altında gruplandırılmıştır. Her bir temanın altında yer alan katılımcı ifadeleri gruplandırılarak ortak noktalar, tekrar eden desenler ve belirgin farklılıklar belirlenmiştir. Bu aşamada, özellikle X, Y ve Z kuşakları arasındaki algı farklılıkları ve medyanın etkisi bağlamında kuşaklar arası karşılaştırmalar yapılarak elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Katılımcıların ifadelerinden doğrudan alıntılar, yorumları desteklemek ve bulguların geçerliliğini artırmak amacıyla kullanılmıştır. Bu süreçte, deşifre edilen görüşme metinleri dikkatlice okunmuş, tekrar eden temalar ve örüntüler belirlenmiş ve bu temalar altında katılımcıların ifadelerinden doğrudan alıntılar yapılarak bulgular desteklenmiştir. Kuşaklar arası karşılaştırmalar ve medyanın etkisine dair algılar da bu tematik analiz çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmada, katılımcıların deneyimlerini ve bakış açılarını zengin ve ayrıntılı bir şekilde anlamak amacıyla fenomenolojik bir yaklaşım benimsenmiştir. Fenomenoloji, bireylerin belirli bir olguya (bu çalışmada evlilik kurumu ve medyanın etkisi) ilişkin bilinçli deneyimlerini ve bu deneyimlere yükledikleri anlamları incelemeye odaklanan bir araştırma desendir (Creswell, 2014, s. 87). Bu yaklaşım, katılımcıların evlilik kurumu hakkındaki algılarını ve medya tüketimlerinin bu algılar üzerindeki etkilerini bizzat kendi anlatımlarıyla ortaya çıkarma fırsatı vermektedir.

Araştırmacının geçerliliğini artırmak amacıyla, görüşme soruları alandaki uzman görüşler dikkate alınarak düzenlenmiş; soruların son hali bilimsel ve etik açıdan Sakarya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 23.07.2025 tarihli 88 sayılı 12 nolu toplantı ve karar tutanağı ile uygun bulunmuştur. Katılımcıların ifadelerinin doğru bir şekilde yansıtılması için ses kayıtları titizlikle deşifre edilmiştir. Güvenilirliği sağlamak için, elde edilen verilerin analiz süreci detaylı bir şekilde açıklanmış ve benzer temaların farklı araştırmacılar tarafından da tutarlı bir şekilde kodlanıp kodlanamayacağı değerlendirilmiştir. Ayrıca, katılımcı alıntılarının doğrudan verilmesi de bulguların güvenilirliğini artırmıştır.

Araştırmacının bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Bu nitel çalışma, nicel bir genelleme hedeflememekle birlikte, belirli kriterlere göre seçilmiş 24 katılımcıyla yapılan görüşmeleri içermektedir. Bu durum, bulguların genel popülasyona doğrudan genellenmesini sınırlamaktadır. Ayrıca, eşit şartlarda cevaplar elde etmek amacıyla örneklem sadece üniversite mezunu ve orta gelir düzeyine sahip bireylerle sınırlandırılmıştır. Bu seçim kriterleri, farklı eğitim ve sosyoekonomik düzeydeki bireylerin evlilik algıları ve medyanın etkisine dair görüşlerinin kapsam dışı kalmasına neden olmuştur. Gelecekteki araştırmalarda daha geniş ve farklı sosyoekonomik grupları içeren örneklemlemlerle bu konunun daha kapsamlı bir şekilde incelenmesi önerilmektedir. Araştırmaya dahil edilen katılımcılar, farklı kuşakları temsil etme kriterine göre belirlenmiştir. Bu bağlamda, X kuşağı (1965-1979), Y kuşağı (1980-1994) ve Z kuşağı (1995-2012) olmak üzere üç farklı kuşaktan toplam 24 gönüllü katılımcı ile görüşmeler

gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ve kuşaklara göre dağılımları Tablo 1’de sunulmuştur;

**Tablo 1:** Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı	Kuşak	Cinsiyet	Medeni Durum	Yaş	Eğitim	Meslek	Gelir Düzeyi
K1	X	Kadın	Evli	49	Lisans	Memur	Orta
K2	X	Erkek	Evli	52	Lisans	Satış uzmanı	Orta
K3	X	Kadın	Bekar	42	Lisans	Kafe işletmecisi	Orta
K4	X	Erkek	Bekar	43	Lisans	Proje yöneticisi	Orta
K5	Y	Kadın	Evli	38	Lisans	İK yöneticisi	Orta
K6	Y	Erkek	Evli	35	Lisans	Mühendis	Orta
K7	Y	Kadın	Bekar	36	Lisans	Pazarlama	Orta
K8	Y	Erkek	Bekar	37	Lisans	Çalışmıyor	Orta
K9	Z	Kadın	Evli	25	Lisans	Dijital satış	Orta
K10	Z	Erkek	Evli	27	Lisans	Yazılımcı	Orta
K11	Z	Kadın	Bekar	26	Lisans	Tasarım	Orta
K12	Z	Erkek	Bekar	24	Lisans	İşletmeci	Orta
K13	X	Kadın	Evli	51	Lisans	Kamu çalışanı	Orta
K14	X	Erkek	Evli	54	Lisans	Emekli öğretmen	Orta
K15	X	Kadın	Bekar	39	Lisans	Muhasebeci	Orta
K16	X	Erkek	Bekar	37	Lisans	Bilgi işlem uzmanı	Orta
K17	Y	Kadın	Evli	26	Lisans	Müşteri temsilcisi	Orta
K18	Y	Erkek	Evli	28	Lisans	Yazılım geliştirici	Orta
K19	Y	Kadın	Bekar	48	Lisans	İdari işler şefi	Orta
K20	Y	Erkek	Bekar	45	Lisans	Bankacı	Orta
K21	Z	Kadın	Evli	36	Lisans	Halkla ilişkiler	Orta
K22	Z	Erkek	Evli	34	Lisans	Bankacı	Orta
K23	Z	Kadın	Bekar	23	Lisans	Reklam yazarı	Orta
K24	Z	Erkek	Bekar	25	Lisans	Veri analisti	Orta

Araştırmanın iç geçerliliğini artırmak amacıyla, görüşmelerden elde edilen bulgular doğrudan katılımcı alıntlarıyla desteklenmiş; böylece okuyucunun katılımcı ifadelerini bağlamından kopmadan, olduğu gibi değerlendirebilmesi sağlanmıştır. Dış geçerliliğin güçlendirilmesi için araştırma süreci, katılımcı seçim kriterleri, veri toplama teknikleri ve analiz adımları ayrıntılı biçimde açıklanmıştır. Güvenilirliği sağlamak amacıyla ise veri toplama ve analiz süreçleri şeffaf bir biçimde sunulmuş, kodlama aşamasında tutarlılığın korunmasına özel önem verilmiştir.

## 5. Bulgular

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde elde edilen nitel veriler, X, Y ve Z kuşaklarının evlilik kurumuna yükledikleri anlamlar ve evlenmeme nedenleri arasında belirgin farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Medyanın evlilik algıları üzerindeki etkisi de kuşaklararası çeşitlilik göstermektedir. Bu bulgular, katılımcıların doğrudan ifadeleriyle desteklenerek detaylandırılmıştır.

### 5.1. Kuşakların evlilik kurumuna yükledikleri anlamlar

Evlilik kurumuna atfedilen anlamlar, kuşaklar arası belirgin farklılıklar sergilerken, medeni durumun da bu algıları şekillendirdiği gözlemlenmektedir. Katılımcıların evlilik kurumuna atfettikleri anlamlar ve bu kuruma dair bakış açıları incelenmiş, elde edilen temalar ve frekansları Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2:** Evlilik kurumuna yüklenen anlam

KATEGORİ	KODLAR	X	Y	Z	TOPLAM
Evliliğin anlamı	Ortaklık ve birliktelik	5	6	4	15
	Sorumluluk ve sadakat	7	5	2	14
	Bireysel bir tercih/zorunluluk değil	4	7	7	18
	Hayatı paylaşma ve yoldaşlık	5	7	6	18
	Aile kurma ve çocuk sahibi olma	4	3	2	9
	Ekonomik güvence (geçmişte)/destek (şimdi)	5	2	1	8
	Formalite/gereksiz	0	1	4	5
Evliliğe bakış açısı	Önemli ve değerli bir kurum	7	4	3	14
	Bireysel özgürlüğe engel değil	2	6	7	15
	Sorgulayıcı ve temkinli yaklaşım	5	7	7	19
	Geleneksel değerlere saygı	6	5	2	13
	Değişen anlam ve değerler	8	8	8	24

### 5.1.1. Evliliğin anlamı

Katılımcıların evliliğe atfettikleri anlamlara ilişkin kodlar; *geleneksel güvence ve toplumsal uyum*, *bireysel tatmin ve gelişim odaklı ortaklık* ile *özgür seçim ve koşulsuz uyum* temaları altında sınıflanmaktadır.

#### 5.1.1.1. Geleneksel güvence ve toplumsal uyum (X kuşağı)

X kuşağı katılımcıları, evliliği genel olarak ortaklık ve birliktelik temelinde anlamlandırmaktadır. Bu kuşak için evlilik, hayatı paylaşma, bir yoldaş edinme ve birlikte geleceğe yürüme anlamına gelmektedir. Bu temayı 5 katılımcı vurgulamıştır. Özellikle sorumluluk ve sadakat (7 katılımcı) evliliğe atfedilen en temel değerlerden biridir. X kuşağı, evliliği karşılıklı görevlerin olduğu, fedakârlık gerektiren ve ömür boyu sürmesi gereken bir kurum olarak tanımlamıştır. K1 (X kuşağı, evli kadın): "*Evlilikte en önemli şey sorumluluktur, birbirine karşı sadık olmak da bunun ayrılmaz bir parçası*" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. K13 (X kuşağı, evli kadın) ise, "*Sorumluluklar olmadan evlilik yürümez, karşılıklı bir anlaşmadır*" yorumunu eklemiştir.

Aile kurma ve çocuk sahibi olma isteği (4 katılımcı), geleneksel evlilik algısının önemli bir parçası olarak bu kuşakta belirgindir. Ayrıca, ekonomik güvence (5 katılımcı) geçmişte evlilik için önemli bir motivasyon olarak görülmekle birlikte, günümüzde yerini karşılıklı desteğe bırakma eğilimindedir. K3 (X kuşağı, bekar kadın): "*Bizim zamanımızda evlilik biraz da güvence demektir, şimdi gençler daha farklı bakıyor*" yorumunda bulunmuştur. K14 (X kuşağı, evli erkek) ise, "*Eskiden daha çok ekonomik sebeplerle evlenilirdi, şimdi işler değişti*" diyerek değişime dikkat çekmiştir. Evliliğe önemli ve değerli bir kurum olarak bakış açısı (7 katılımcı) bu kuşakta oldukça yaygındır ve evliliğin toplumsal düzenin ve ailenin temel taşı olduğu düşüncesi hâkimdir. K13 (X kuşağı, evli kadın): "*Evlilik, toplumun temelidir, değerini bilmek lazım*" diyerek geleneksel bakış açısını pekiştirmiştir.

#### 5.1.1.2. Bireysel tatmin ve gelişim odaklı ortaklık (Y kuşağı)

Y kuşağı katılımcıları için evlilik, özellikle ortaklık ve birliktelik (6 katılımcı) temasıyla güçlü bir şekilde ifade edilmiştir. Evlilik hayatı paylaşmak, bir yoldaş edinmek olarak tanımlanmıştır. K5 (Y kuşağı, evli kadın) "*Hayat arkadaşım olması, her anımı onunla paylaşmak benim için evlilikte çok önemli*" şeklinde görüş belirtmiştir. K15 (Y kuşağı, evli erkek) de bu görüşe katılarak, "*Evlilik, yalnızlığı bitirip hayatı ortak bir zeminde sürdürmektir*" demiştir. Sorumluluk ve sadakat (5 katılımcı) hala önemli olmakla birlikte, X kuşağına göre daha esnek bir yapıya sahiptir.

Y kuşağında evlilik bireysel bir tercih/zorunluluk değil (7 katılımcı) algısı oldukça belirgindir. Evliliğin toplumsal bir baskı unsuru olmaktan çıkarak, kişisel mutluluk ve özgürlükle daha fazla ilişkilendirildiği görülmektedir. Hayatı paylaşma ve yoldaşlık (7 katılımcı) bu kuşakta da yüksek bir frekansa sahiptir; bu da evliliğin duygusal ve sosyal boyutunun önemli olduğunu vurgulamaktadır. K8 (Y kuşağı, bekar erkek) "*Evlilik dediğin, en iyi arkadaşınla hayatı paylaşmaktır, birlikte gülebilmek, ağlayabilmek*" yorumunu yapmıştır. K18 (Y kuşağı, evli kadın) da "*Hayatımda her şeyi paylaşabileceğim biri olması evliliğin anlamı*" diye eklemiştir. Evlilik bireysel özgürlüğe engel değil (6 katılımcı) bakış açısı Y kuşağında öne çıkarak, evliliğin bireyin gelişimini kısıtlamaması gerektiği vurgulanmıştır. K5 (Y kuşağı, evli kadın): "*Evlilik kısıtlamak değil, aksine birbirini destekleyip daha özgürleştirmeli*" diyerek bu beklentiyi dile getirmiştir. K16 (Y kuşağı, bekar erkek): "*Evlensem bile kendi alanıma saygı duyulmalı*" diye eklemiştir. Evliliğe karşı sorgulayıcı ve temkinli yaklaşım (7 katılımcı) Y kuşağında belirgin bir özelliktir; boşanma oranları ve kişisel beklentilerin karşılanması bu kuşak için önemli unsurlardır.

### 5.1.1.3. Özgür bir seçim ve koşulsuz uyum (Z kuşağı)

Z kuşağı katılımcıları için evlilik, bireysel bir tercih/zorunluluk değil (7 katılımcı) algısıyla en yüksek frekansa sahiptir. Bu kuşak, evliliği bireysel mutluluğun bir aracı olarak görmekle birlikte, bir zorunluluk olarak algılamamaktadır. K11 (Z kuşağı, bekar kadın): "*Evlilik artık bir zorunluluk değil, tamamen bir tercih. Mutlu değilsen olmak zorunda değilsin*" ifadesiyle bu bakış açısını netleştirmiştir. K24 (Z kuşağı, bekar erkek) ise, "*İlla evlenmek zorunda değiliz, önemli olan anlaşmak ve mutlu olmak*" şeklinde vurgulamıştır.

Hayatı paylaşma ve yoldaşlık (6 katılımcı) hala önemli bir tema olmakla birlikte, formalite/gereksiz (4 katılımcı) kodu bu kuşakta belirginleşmektedir. Evliliğin yasal veya toplumsal bir formalite olarak algılanma eğilimi yüksektir. K12 (Z kuşağı, bekar erkek): "*İmzaya ne gerek var ki? Zaten birlikte yaşıyoruz, evlilik formalite gibi geliyor*" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. K23 (Z kuşağı, bekar kadın) ise, "*Bir kâğıt parçası için hayatımı kısıtlamak istemem*" diyerek bu görüşü desteklemiştir.

Bireysel özgürlüğe düşkünlük ve sorumluluktan kaçınma (7 katılımcı) bu kuşakta zirveye ulaşmaktadır. Evliliğin kişisel özgürlükleri kısıtlayacağı endişesi yaygındır ve sorumlulukların getirdiği yükten çekinme eğilimi vardır. Evliliğe karşı sorgulayıcı ve temkinli yaklaşım (7 katılımcı) bu kuşakta da güçlüdür. K22 (Z kuşağı, evli erkek): "*Evlilik ciddi bir müessese, her şeyi iyi düşünmek gerekir*" diyerek bu temkinliliği paylaşmıştır. Geleneksel değerlere saygı (2 katılımcı) bu kuşakta en düşük seviyededir.

### 5.1.2. Kuşakların evliliğe bakış açıları

Evliliğe bakış açıları incelendiğinde, her kuşakta farklı öncelikler olduğu görülmüştür. Ortak temalar bulunmakla birlikte, kuşaklararası belirgin farklılıklar dikkat çekmektedir.

#### 5.1.2.1. Ekonomik kaygılar ve yaşam maliyeti (X ve Y kuşağında belirgin)

Ekonomik kaygılar ve yaşam maliyeti, özellikle X kuşağında (5 katılımcı) ve Y kuşağında (5 katılımcı) evlenmeme nedenleri arasında öne çıkmaktadır. Geçmişte ekonomik güvence aracı olarak görülen evlilik, günümüzde ekonomik yükümlülükler nedeniyle ertelenebilmekte veya vazgeçilmesine neden olabilmektedir. K14 (X kuşağı, evli erkek): "*Şimdiki gençler haklı, ev kurmak çok zor*" diyerek ekonomik zorlukları vurgulamıştır. K16 (Y kuşağı, bekar erkek): "*Evlilik masrafları çok arttı, bu yüzden ertelemek zorunda kalıyorum*" şeklinde görüş belirtmiştir. Z kuşağında da (3 katılımcı) ekonomik kaygılar mevcut olmakla birlikte, diğer nedenler daha baskın çıkmıştır.

#### 5.1.2.2. Bireysel özgürlüğe düşkünlük ve sorumluluktan kaçınma (Y ve Z kuşağında yoğun)

Bireysel özgürlüğe düşkünlük ve sorumluluktan kaçınma, özellikle Y kuşağında (6 katılımcı) ve Z kuşağında (8 katılımcı) evlenmeme nedenleri arasında yüksek frekansa sahiptir. Bu kuşaklar, evliliğin bireysel özgürlüklerini kısıtlayacağı, hobilerinden veya kariyer hedeflerinden feragat etmek zorunda

kalacakları endişesini taşımaktadır. K16 (Y kuşağı, bekar erkek): "*Evlenince her şeye karışılacak diye korkuyorum*" ifadesiyle bu kaygısını dile getirmiştir. K24 (Z kuşağı, bekar erkek): "*Bekar olmak daha rahat, kimseye hesap vermek zorunda kalmıyorsun*" yorumunu yapmıştır. X kuşağında bu nedenin frekansı daha düşüktür (2 katılımcı).

### 5.1.2.3. İdeal partner bulamama ve ilişkilere güven(sizlik) (Tüm kuşaklar, Z kuşağında en yoğun)

İdeal partner bulamama ve ilişkilere güven(sizlik) teması, tüm kuşaklarda (X kuşağı 4, Y kuşağı 6, Z kuşağı 8 katılımcı) evlenmeme nedeni olarak belirtilmiştir. Ancak Z kuşağında bu kaygı en yoğun şekilde hissedilmektedir. Medya temsillerinin de etkisiyle, bireylerin partnerlerinden beklentileri yükselmekte ve gerçek hayatta doğru kişiyi bulmakta zorlandıkları ifade edilmektedir. Boşanma oranlarının yüksekliği ve aldatma gibi durumlar da ilişkilere olan güveni sarsmaktadır. K7 (Y kuşağı, bekar kadın): "*Herkes çok çabuk ayrılıyor, kime güveneceğimi bilemiyorum*" şeklinde bir endişe dile getirmiştir. K21 (Z kuşağı, bekar kadın) "*Sosyal medyada görüyorum, herkesin ilişkisi sahte, ideal birini bulmak imkânsız gibi*" yorumunu yapmıştır.

Bu bulgular, evliliğe yönelik beklentilerin yükselmesiyle birlikte, bu beklentileri karşılayacak ideal partneri bulma zorluğunun ve modern ilişkilerin kırılabilirliğine dair duyulan yaygın endişenin, özellikle genç kuşakların evlenmeme kararlarında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. İlişkilerdeki samimiyetsizlik ve güvensizlik algısı, evlilik kurumuna olan inancı aşındırmaktadır.

Katılımcıların evlilik kurumuna yükledikleri anlamlar incelendiğinde, ortaklık ve birliktelik teması öne çıkmaktadır. Bu tutum, Giddens'in evliliğin modern toplumlarda giderek daha fazla bireysel bir tercih ve ortak yaşam biçimi olarak algılandığını gösteren söylemi ile de örtüşmektedir (1992, s. 5). Evlilikte resmiyetin, imzanın bir önemi olmadığı; önemli olanın birlikte yaşama kararı olduğu vurgusu kuşaklar gençleştikçe daha anlam kazanmaktadır. Bu durum, Twenge'nin özellikle genç kuşakların evliliğin geleneksel yapısına yönelik artan sorgulayıcı tutumunu yansıtmakta olduğu görüşüyle açıklanabilir (2009, s. 89). Sorumluluk ve sadakat teması özellikle X kuşağı katılımcıları tarafından vurgulanmıştır. Bu değerler, Fincham ve Beach'in de belirttiği üzere evliliğin temel taşları olarak kabul edilmekte ve uzun süreli ilişkilerin sürdürülmesinde kritik rol oynamaktadır (2010, s. 633). Y ve Z kuşağı katılımcıları arasında "bireysel bir seçimdir/zorunluluk değildir" düşüncesi yaygın olarak görülmektedir. Bu durum, Beck-Gernsheim'in tezinde de belirtildiği gibi, bireyselleşme ve kişisel özgürlüğün öne çıktığı modern yaşamda evliliğin zorunlu bir toplumsal kurum olma özelliğini yitirmeye başladığını göstermektedir (1995, s. 67). Evliliğe bakış açısı bağlamında, X kuşağı katılımcıları evliliği daha çok "önemli ve değerli bir kurum" olarak görmektedir. Bu durum da Lancaster ve Stillman'ın görüşleriyle uyumlu olarak, X kuşağının evliliğe daha geleneksel bir bakış açısıyla yaklaştığını göstermektedir (2002, s. 45). Y ve Z kuşağı katılımcıları ise evliliğe daha sorgulayıcı ve ihtiyatlı yaklaşmaktadır. Bu durum, Arnett'in de savunduğu gibi; genç kuşakların evliliğe yönelik beklentilerinin ve motivasyonlarının önceki kuşaklardan farklılaştığını ortaya koymaktadır (2015, s. 141). Tüm kuşaklar, evliliğin anlam ve değerlerinin geçmişten bugüne değiştiği konusunda hemfikirdir.

### 5.2. Medyanın kuşakların evlilik kurumuna yükledikleri anlamlar üzerindeki etkileri

Medyanın kuşakların evlilik algıları üzerindeki etkisi incelendiğinde, bu etkinin kuşaklar arasında farklılaşsa da genel olarak idealize edilmiş ve gerçek dışı evlilik temsilleri, alternatif yaşam biçimlerinin normalleşmesi ve sosyal kıyaslama ile tüketim odaklı beklentiler başlıkları altında toplandığı görülmüştür. Tüm katılımcılar, medyanın evlilik algıları üzerinde kayda değer bir etkisi olduğu konusunda hemfikirdir. Bu kapsamda, katılımcıların medya tüketim alışkanlıkları ve medyanın evlilik algıları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Elde edilen temalar ve frekansları Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo 3:** Medyanın evlilik algısına etkileri

KATEGORİ	KODLAR	X	Y	Z	TOPLAM
Medya Tüketim Alışkanlıkları	Nadiren/ara sıra tüketim	5	4	2	11
	Sık/yoğun tüketim (sosyal medya odaklı)	1	4	6	11
	Eleştirel yaklaşım	2	4	6	12
Medyanın Evlilik Temsili	İdealize edilmiş/romantik temsil	8	8	8	24
	Gerçek dışı/yapay temsil	6	8	8	22
	Gösteriş ve abartı odaklı temsil	4	6	8	18
	Dramatik/sorunlu ilişki temsili	4	4	2	10
Medyanın Algı Üzerindeki Etkisi	Beklentileri yükseltme	6	8	8	22
	Hayal kırıklığına neden olma	4	6	6	16
	Kıyaslama ve baskı yaratma	2	6	8	16
	Evliliğe karşı olumsuz algı oluşturma	0	2	4	6
	Farkındalık ve eleştirel bakış geliştirme	2	4	6	6

### 5.2.1. İdealize edilmiş ve gerçek dışı evlilik temsilleri (Tüm Kuşaklar)

Medyanın evlilik temsilleri incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğu bu temsillerin idealize edilmiş ve romantik (tüm 24 katılımcı; her kuşaktan 8'er katılımcı) olduğunu belirtmiştir. Özellikle dizilerde ve filmlerde sunulan masalsi evlilik imajları vurgulanmıştır. K6 (Y kuşağı, evli erkek): "*Dizilerde hep mükemmel aşklar, sorunsuz evlilikler gösteriliyor, gerçek hayatta öyle değil*" yorumunu yapmıştır. K17 (Y kuşağı, bekar kadın) da "*Romantik komedilerdeki evlilikler gerçek hayatta yok*" diyerek bu idealize durumu vurgulamıştır.

Bu idealizasyonun bir sonucu olarak, katılımcılar medyadaki evlilik temsillerinin gerçek dışı ve yapay olduğunu (Y ve Z kuşaklarında 8'er, X kuşağında 6 katılımcı) düşünmektedir. Medyanın evliliğin gerçek zorluklarını ve günlük rutinlerini yansıtmadığı, yapay bir tablo çizdiği ifade edilmiştir. K19 (X kuşağı, evli erkek) "*Televizyonda gördüğünle gerçek hayat çok farklı, her şey ballı börek değil*" şeklinde bir gözlem paylaşmıştır. Medyanın bu temsillerinin algı üzerindeki en önemli etkisi ise beklentileri yükseltmesidir (Y ve Z kuşaklarında 8'er, X kuşağında 6 katılımcı). Katılımcılar, medyanın sunduğu "mükemmel" evlilik tablolarının gerçek hayatta ulaşılamaz beklentiler yarattığını ifade etmişlerdir. K7 (Y kuşağı, bekar kadın) "*Dizilerdeki o kusursuz erkek/kadın figürleri, insanı gerçek hayatta çok beklentili yapıyor*" şeklinde bir örnek vermiştir. K17 (Y kuşağı, bekar kadın) ise, "*Sürekli mutlu çiftler görmek, kendi ilişkini sorguluyor*" diye eklemiştir.

### 5.2.2. Alternatif yaşam biçimlerinin normalleşmesi (Y ve Z kuşağı yoğun)

Medya, özellikle Y ve Z kuşaklarında alternatif yaşam biçimlerinin normalleşmesinde etkili olmaktadır. Z (6 katılımcı) ve Y kuşağında (4 katılımcı) görülen sık/yoğun medya tüketimi (sosyal medya odaklı), bireylerin farklı ilişki modellerine ve evlilik dışı yaşam biçimlerine daha fazla maruz kalmasını sağlamaktadır. Özellikle Z kuşağı katılımcıları, sosyal medya algoritmalarının kendilerine sadece evlilik değil, aynı zamanda bekar yaşamın avantajları veya evlilik dışı ilişkileri konu alan içerikleri de sunduğunu belirtmişlerdir. K21 (Z kuşağı, bekar kadın): "*Sosyal medyada evlenmeden de mutlu olan birçok insan görüyorum, bu beni rahatlatıyor*" şeklinde bir görüş dile getirmiştir. Medyanın sunduğu dramatik/sorunlu ilişki temsilleri (X ve Y kuşaklarında 4'er, Z kuşağında 2 katılımcı) de, evliliğe karşı genel bir olumsuz algı oluşturma eğilimindedir. Özellikle Z (4 katılımcı) ve Y kuşağında (2 katılımcı) medyadaki bu olumsuz örneklerin evlilik kurumuna karşı güvensizlik yarattığı ifade edilmiştir. K24 (Z kuşağı, bekar erkek) "*Dizilerdeki aldatmalar, kavgalar evliliğe bakışımı olumsuz etkiliyor*" şeklinde bir örnek vermiştir. Bu durum, bireylerin evliliğin tek ve zorunlu bir yaşam biçimi olmadığına dair inançlarını pekiştirebilir.

### 5.2.3. Sosyal kıyaslama ve tüketim odaklı beklentiler (Tüm kuşaklar, Z kuşağında daha eleştirel farkındalık)

Medyanın bir diğer önemli etkisi, bireyler üzerinde kıyaslama ve baskı yaratmasıdır. Bu durum, özellikle Y ve Z kuşaklarında (altışar ve sekizer katılımcı) güçlü bir şekilde vurgulanmıştır. Sosyal medyadaki kusursuz çift imajlarının, bireylerin kendi ilişkilerini sorgulamalarına ve kendilerini yetersiz hissetmelerine neden olduğu belirtilmiştir. K11 (Z kuşağı, bekar kadın): "*Instagram'da herkesin ilişkisi mükemmel görünüyor, ister istemez kendi ilişkiyi sorguluyorsun, bir baskı oluyor*" yorumunu yapmıştır. K21 (Z kuşağı, bekar kadın) ise, "*Evlenme yaşına geldim, sosyal medyada herkes evleniyor diye üzerimde baskı hissediyorum*" diye eklemiştir.

Medya ayrıca, gösteriş ve abartı odaklı evlilik temsilleriyle (Z kuşağında 8, Y kuşağında 6, X kuşağında 4 katılımcı) tüketim odaklı beklentileri artırmaktadır. Özellikle sosyal medyada yer alan düğün ve evlilik teklifi videolarının aşırı gösterişli olduğu ve şov amaçlı yapıldığı düşüncesi yaygındır. K23 (Z kuşağı, bekar kadın) "*Herkes ne kadar zengin olduğunu sergilemeye çalışıyor*" yorumunu eklemiştir. Ancak tüm bu etkilere rağmen, katılımcılarda medyanın etkisine karşı bir farkındalık ve eleştirel bakış açısı geliştiği gözlemlenmiştir. Özellikle Z kuşağında (6 katılımcı) ve Y kuşağında (4 katılımcı) bu eleştireliliğin daha yüksek olduğu, medyadaki içeriklerin filtrelenerek tüketilmesi gerektiği yönünde görüşler belirtilmiştir. K22 (Z kuşağı, evli erkek) "*Sosyal medyadakilerin çoğu kurgu, buna göre hareket etmemek lazım*" diye eklemiştir.

Medyanın kuşakların evlilik kurumuna yükledikleri anlamlar üzerindeki etkileri teması medyanın idealize edilmiş temsilleri aracılığıyla bireylerin kendi evliliklerini veya potansiyel ilişkilerini başkalarının "mükemmel" görünen yaşamlarıyla kıyaslama eğilimini güçlendirdiğini göstermektedir. Bu durum, beklentilerin artmasına, evliliğe karşı hem büyük bir arzu hem de büyük bir korku ve şüphe duymalarına yol açmaktadır. Özellikle Z kuşağı, medyanın bu manipülatif etkisinin farkında olsa da dijital çağın getirdiği bu kıyaslama döngüsünden tamamen kendilerini soyutlayamadıklarını belirtmektedirler. Medya, evliliği giderek bir hikâye ve görsel estetik üzerine kurulu bir gösteriye dönüştürmektedir.

Prensky'e göre, X kuşağının medya içeriklerini daha özenli bir şekilde değerlendirdiği ve sosyal medya platformlarının bu nesil için daha az önemli bir yere sahip olabileceği vurgulanmıştır (2001, s. 133). O'Neil'e göre algoritmaların bireye özel içerik sağlaması, gençlerin belirli konularla ilgili medya etkileşimini yükseltebilmektedir (2017, s. 115). Eleştirel yaklaşım konusunda "Tüketiyorum ama eleştirel bir gözle" bakışında Livingstone ve Helsper'e göre şöyle bir yargıya varılabilir; gençlerin medya okuryazarlığı becerilerinin gelişimi, medya içeriğini daha bilinçli bir şekilde değerlendirmelerine olanak tanıyabilir (2018, s. 687). Medyanın evlilik temsili konusunda tüm kuşaklar hemfikirdir. Gerbner'e göre medyanın sıklıkla gerçekçi olmayan evlilik tasvirleri sunması, literatürde de sıklıkla vurgulanan bir konudur (1994, s. 26).

Dijck'e göre sosyal medyanın görsel içeriğe ağırlık vermesi gücü, evlilik tekliflerinin ve düğün törenlerinin abartılı ve şatafatlı bir biçimde sergilenmesine olanak tanıyabilmektedir (2013, s. 79). Buss'a göre medyanın idealize edilmiş ilişkileri sunması, bireylerin kendi ilişkilerini değerlendirme biçimlerini olumsuz etkileyebilmektedir (1997, s. 35). Hayal kırıklığına yol açma bağlamında; Oliver ve Hyde'a göre medyanın oluşturduğu idealize edilmiş beklentiler ile gerçek yaşamdaki tecrübeler arasındaki farklılık, hayal kırıklığına zemin hazırlayabilmektedir (1993, s. 29). Kıyaslama ve baskı yaratma etkisine ilişkin olarak Festinger'e göre sosyal medyanın karşılaştırmaya dayalı yapısı, bireylerin kendi ilişkilerini de sürekli başkalarınınkiyle karşılaştırmasına neden olabilir (1954, s. 117). Z kuşağına mensup bazı katılımcılar medyanın evliliğe yönelik negatif bir imaj yarattığını ifade ederken, bir kısmı da medyanın etkisiyle birlikte bilinçlenme ve eleştirel bir perspektif kazanmanın mümkün olduğunu belirtmişlerdir.

## **6. Tartışma ve Sonuç**

Araştırma bulguları, kuşakların evlilik kurumuna atfettikleri anlamları, evlenmeme sebeplerini ve medyanın bu algılar üzerindeki tesirini aydınlatmaktadır. Veriler, kuşaklararası dikkat çekici farklılıkların yanı sıra, medyanın bu dönüşümdeki katkısını da ortaya koymuştur.

Evlilik kurumuna yüklenen anlamlar: Araştırma, X kuşağının evliliği daha çok geleneksel bir güvence ve toplumsal uyum aracı olarak gördüğünü ortaya koymuştur. Bu bulgu, önceki jenerasyonların evliliğe atfettiği normatif değerlerle tutarlıdır. X kuşağı katılımcıları için evlilik; aile kurma, sadakat ve toplumsal beklentileri karşılama bağlamında önemli bir adımdır. Öte yandan, Y kuşağı evliliği bireysel tatmin ve gelişim odaklı bir ortaklık olarak tanımlamıştır. Bu, Y kuşağının daha bireyselci ve kişisel mutluluğa odaklı değerleriyle örtüşmektedir. Partnerle duygusal bağ, karşılıklı destek ve kişisel gelişim bu kuşak için evliliğin temelini oluşturmaktadır. Z kuşağı ise evliliği tamamen özgür bir seçim ve koşulsuz uyum gerektiren bir birliktelik olarak algılamaktadır. Onlar için evlilik, bireysel özgürlüğü kısıtlamamalı ve en yakın arkadaşlık ilişkisi gibi derin bir uyum içermelidir. Bu bulgu, Z kuşağının bireysel özerkliğe verdiği değeri ve geleneksel kurumlara yönelik daha sorgulayıcı tutumlarını yansıtır. Medeni durumun da bu algıları etkilediği görülmektedir. Evli katılımcılar genellikle evliliğin getirdiği sorumlulukları ve faydaları daha somut deneyimler üzerinden aktarırken, bekar katılımcılar daha çok potansiyel beklentiler ve endişeler üzerinden konuşmuştur.

Evlenmeme nedenleri: Evlenmeme nedenleri incelendiğinde, ekonomik kaygıların ve yaşam maliyetinin özellikle X ve Y kuşakları için belirleyici bir faktör olduğu görülmüştür. Bu bulgu, yükselen yaşam maliyetleri ve ekonomik belirsizliğin evlilik kararlarını ertelediği veya engellediği yönündeki genel toplumsal gözlemlerle paraleldir. Düğün maliyetleri, ev kurma masrafları ve genel geçim zorlukları, evliliğin artık lüks olarak algılanabileceğini göstermektedir. Bireysel özgürlüğe düşkünlük ve sorumluluktan kaçınma ise Y ve özellikle Z kuşağında yoğun olarak gözlemlenmiştir. Bu kuşaklar, evliliğin kişisel hedeflerini, kariyerlerini veya bağımsız yaşam tarzlarını kısıtlayacağı endişesini taşımaktadır. Bu, modern toplumlarda bireyselliğin yükselişi ve kariyer odaklı yaşam biçimlerinin yaygınlaşmasıyla açıklanabilir. Son olarak, tüm kuşaklarda, ancak en yoğun Z kuşağında görülen ideal partner bulamama ve ilişkilere güvensizlik, evlenmeme nedenleri arasında önemli bir yer tutmaktadır. Boşanma oranlarının yükselmesi, aldatma vakaları ve yüzeysel ilişkiler, evlilik kurumuna duyulan inancı zayıflatmaktadır. Sosyal medyanın dayattığı mükemmel ilişki algısı da bu güvensizliği pekiştirebilir. Bu durum, toplumsal değerlerdeki değişimin ve ilişkilerdeki güven erozyonunun bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Medyanın evlilik algıları üzerindeki etkileri: Medyanın evlilik algıları üzerindeki etkisi, özellikle idealize edilmiş ve gerçek dışı evlilik temsilleri yoluyla belirgindir. Katılımcılar, medya aracılığıyla sunulan peri masalı evlilik imgelerinin gerçek dışı beklentiler yarattığını ve hayal kırıklıklarına yol açabileceğini ifade etmişlerdir. Bu durum, medya tüketiminin bireylerin beklentilerini nasıl şekillendirdiğini gösteren psikolojik ve sosyolojik çalışmalarla uyumludur. Medyanın alternatif yaşam biçimlerini normalleştirilmesi de özellikle Y ve Z kuşakları için evliliğin tek geçerli yaşam yolu olmadığı algısını pekiştirmiştir. Bu, dijital çağda farklı yaşam tarzlarının daha görünür hale gelmesiyle açıklanabilir. Son olarak, sosyal kıyaslama ve tüketim odaklı beklentiler, medyanın evlilik üzerinde yarattığı önemli bir etkidir. Sosyal medyadaki gösterişli düğünler ve mutlu çift paylaşımları, bireyler üzerinde bir performans baskısı yaratmakta ve evliliği bir statü veya tüketim nesnesi haline getirmektedir. Z kuşağı bu duruma karşı daha eleştirel bir yaklaşım sergilese de bu etkinin dışında kalamadıkları görülmektedir. Bu bulgu, kitle iletişim araçlarının tüketim kültürünü nasıl beslediği ve bireylerarası kıyaslamayı nasıl tetiklediği yönündeki eleştirel medya teorileriyle örtüşmektedir.

Bu araştırmada, X, Y ve Z kuşaklarının evlilik kurumuna yönelik algılarında ve evlenmeme nedenlerinde belirgin kuşaklararası farklılıklar olduğu ortaya konulmuştur. X kuşağı evliliğe daha

geleneksel bir bakış açısıyla yaklaşırken, Y kuşağı bireysel tatmini ön planda tutmaktadır. Z kuşağı ise özgürlükçü ve koşulsuz uyumu merkeze alan bir evlilik anlayışına sahiptir. Ekonomik kaygılar, bireysel özgürlüğe düşkünlük ve ilişkilere güvensizlik, evlenmeme kararlarında öne çıkan ortak ve farklılaşan nedenlerdir. Medya ise evliliğin idealize edilmesi, alternatif yaşam biçimlerinin normalleşmesi ve sosyal kıyaslanmanın tetiklenmesi yoluyla bu algıları önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle Z kuşağı, medyanın bu etkilerine karşı daha eleştirel bir duruş sergilese de dijital dünyanın getirdiği beklentilerden tamamen bağımsız olamaz. Genel olarak, evlilik kurumu, geleneksel bağlarından giderek koparak daha bireyselleşmiş, seçici ve beklentilerin yükseldiği bir yapıya dönüşmektedir. Modern yaşamın getirdiği belirsizlikler, bireysel özgürlük arayışı ve dijital medyanın sürekli değişen imgeleri, bu dönüşümde merkezi bir rol oynamaktadır.

Bu araştırmanın en önemli kısıtlılığı, örneklem büyüklüğünün nispeten sınırlı olmasıdır (n=24). Nitel bir çalışma için derinlemesine analiz sağlansa da bulguların daha geniş popülasyonlara genellenebilirliği konusunda dikkatli olmak gerekmektedir. Ayrıca, katılımcıların belirli bir coğrafi bölgeden (Sakarya) seçilmiş olması da bulguların genel geçerliliğini etkileyebilir. Medeni durum çeşitliliği (sadece bekar ve evli) sağlanmış olsa da boşanmış veya dul katılımcıların perspektifleri dahil edilmemiştir. Bu kapsamda gelecek araştırmalar için aşağıdaki öneriler sunulabilir:

Evlilik algılarındaki kuşaklararası farklılıkları daha kapsamlı anlamak için, farklı sosyoekonomik düzeylerden, kültürel arka planlardan ve coğrafi bölgelerden daha fazla katılımcıyla (özellikle Z kuşağından daha fazla bekar katılımcı dahil edilerek) nicel veya karma yöntem araştırmaları yapılabilir. Kuşakların evlilik algılarındaki değişimi zaman içinde takip etmek amacıyla boylamsal araştırmalar tasarlanabilir. Boşanmış veya dul bireylerin evlilik kurumuna bakış açıları, mevcut bulguları zenginleştirecek önemli içgörüler sunabilir. Medyanın hangi tür içeriklerinin (diziler, filmler, sosyal medya fenomenleri, haberler vb.) evlilik algıları üzerinde daha belirgin etkiler yarattığına odaklanan daha spesifik çalışmalar yapılabilir. Araştırma bulguları, bireyselleşme teorileri, tüketim kültürü teorileri veya medya etki modelleri gibi daha kapsamlı sosyolojik ve psikolojik teorik çerçevelerle ilişkilendirilerek tartışılabilir. Evlilik dışı birliktelikler, çocuksuz yaşam tercihleri gibi alternatif yaşam biçimlerinin artışıdaki motivasyonlar ve toplumsal etkileri üzerine odaklanılabilir. Bu öneriler, evlilik kurumunun modern toplumdaki dönüşümünü ve kuşaklararası algı farklılıklarını daha derinlemesine anlamaya yönelik çalışmalara katkı sağlayacaktır.

#### **Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı**

Bu çalışma Sakarya Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'nun 23.07.2025 tarih ve 88 sayılı 12 nolu Etik Kurul Onay Belgesi ile bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

#### **Yazarların Makaleye Olan Katkıları**

Makaleye birinci yazarın katkısı %50, ikinci yazarın katkısı %50'dir.

#### **Destek Beyanı**

Araştırma, herhangi bir kurum veya kuruluş tarafından desteklenmemiştir.

#### **Çıkar Beyanı**

Çalışmada kişi veya kurumlar ile herhangi bir çıkar çatışması mevcut değildir.

## Kaynakça

- Akçay, P. (2011). Onarıcı adalet modeli çerçevesinde uzlaştırma ve çocuk mahkemelerinde uygulanması. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), 129-144.
- Akiner, N., & Eren, Ş. (2013). Toplumsal cinsiyet bağlamında evlilik programları. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3(1,2),2-20.
- Aksoy, N. C. (2019). Matematik öğretiminde dijital oyun tasarlamının öğretmen adaylarının yaratıcılıklarına etkisi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(1),147-169.
- Arnett, J. (2015). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties*. Oxford Press.
- Aydın, H. (2022). Kuşaklararası değişim ve aile kurumuna yaklaşım. *Toplum ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(2), 55-74.
- Aytemur Nüfusçu, G., & Yılmaz, A. (2012). Evlilik pratiklerinin dönüşüm/yeniden üretim sürecinde evlendirme programları. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (16), 23-48.
- Baş, D. (2021). Evlilik: Modernleşme sürecinde kuşaklar arasında yaşanan değişim, [Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi ].
- Bauman, Z. (2001). *Parçalanmış hayat, postmodern ahlak denemeleri*. Ayrıntı Yayınları.
- Baumann, C. (2011). *Postmodern etik*. Ayrıntı Yayınları.
- Beck-Gernsheim, E. (1995). *The normal chaos of love*. Polity.
- Beck-Gernsheim, E. (1995). *The Normal Chaos of Love*. Polity Press.
- Berger, P. L., & Luckman, T. (1991). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Penguin.
- Brokaw, T. (1998). *The greatest generation*. Diversified Publishing.
- Bumpass, L., & Lu, H.-H. (2000). Trends in cohabitation and implications for childrens family contexts in the United States. *Population Studies*, 54(1), 29-41.
- TÜİK. (2024). *Evlenme ve boşanma istatistikleri*. TÜİK. <https://raporbulteni.com/tuik-evlenme-ve-bosanma-istatistikleri-2024/>
- Buss, D. M. (1997). Susceptibility to infidelity in the first year of marriage. *Journal of Research in Personality*, 31(1), 19-37.
- Can, B. (2011). *Türkiye'de aile*. Sosyal Ekonomik ve Kültürel Araştırmalar Merkezi.
- Cherlin, A. (2010). *The marriage go round*. Vintage Book.
- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World*. Pandora.
- Coupland, D. (1991). *Generation X: Tales for an accelerated culture*. London: Abacus.
- Creswell, J. W. (2014). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. Siyasal Kitabevi.

- Çelik, M. (2011). Türkiye'de aile yapısında dönüşüm. *Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 88-103.
- Demir, E. (2024). Z kuşağının aile ve evlilik algısı. *Yeni Nesil Sosyoloji Dergisi*, 3(1), 33-49.
- Dijck, J. V. (2013). *The Culture of Connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Duby, G. (1991). *Medieval marriage: Two models from twelfth-century France*. Johns Hopkins University Press.
- Eroğlu, E., & Karakoç, E. (2019). Popüler kültür ürünü olarak evlilik programları. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 159-181.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Fincham, F. D., & Beach, S. (2010). Marriage in the new millenium. *Journal Of Marriage And Family*, 72(3), 630-649.
- Finkel, E. J. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science*, 13(1), 3-66.
- Foucault, M. (1990). *The history of sexuality: An introduction: 1*. Vintage.
- Genel, M. G., & Gözetlik, E. (2022). Yasak Elma dizisinin Türk aile yapısına uygunluğu ve kültürel yozlaşmaya etkileri. *6th International Education and Innovative Sciences Congress (November 24-25, 2022 / Burdur Mehmet Akif Ersoy University)*.
- Gerbner, G. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. *American Psychological Association*, 37(4), 17-41.
- Giddens, A. (1992). *Mahremiyetin dönüşümü: Modern toplumlarda cinsellik, aşk ve erotizm*. Atom Yayınları.
- Goody, J. (1983). *The development of the family and marriage in Europe*. Cambridge University Press.
- Gürel, E. (2019). Dijital aktivizm: Change.org kampanyaları üzerine bir analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 187-206.
- Hall, S. (1997). *İdeoloji ve iletişim kuramı*. Ark Yayınları.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Inglehart, R. (1990). *Modernization and postmodernization*. Princeton University Press.
- Jones, B. (1999). *The silent generation*. Twayne Publisher.
- Kanipek, K. (2021). *Türk popüler tarihinde evlilik programları*. İksad Yayınevi.
- Kavut, T. (2015). Kuşaklararası iletişim farklılıklarının aile içi iletişime etkisi. [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Kaya, S. (2020). *Umursama*. Arunas.

- Kula, N. (2012). TV dizileri yoluyla yeniden üretilen tüketim kültürü. *Journal of History Culture and Art Research*, 1(4), 507-530.
- Lancester, L., & Stilman, D. (2002). *When generations collide: Reverse mentoring*. Harper Collins Publisher.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2018). Social inclusion and equity in modern information and knowledge societies. *Journal of Sociology and Anthropology*, 9(7), 671-696.
- Mannheim, K. (1952). The problem of generations. K. Paul (Ed.) in, *Essays on the sociology of knowledge* (pp. 276-322). Oxford University Press.
- McLuhan, M. (1964). *Medyayı anlamak*. Signet Books.
- Murdock, G. P. (1949). *Social structure*. The Macmillan Company.
- Oliver, M. B., & Hyde, J. (1993). Gender differences in sexuality: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 114(1), 29-51.
- O'Neil, C. (2017). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Penguin.
- Pekdemir, G., & Yılmaz, Y. (2022). Televizyon dizilerinde ailenin kültürel temsilinin kurgusal dönüşümü: 'Yasak Elma' dizisi örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 7(14),6-25.
- Pilcher, J. (1999). The meaning of generations. *British Journal of Sociology*, 50(3), 481-499.
- Polat, F., & Karslı, B. (2012). Evliliğe ilişkin Türk televizyon programlarının sosyolojik analizi. *Ekev Akademi Dergisi*, 16(51),32-44.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On The Horizon*, 9(5), 132-140.
- Robinson, E., & Smith, E. (2020). *The loss of a minute is just so much loss of life*. Brepols.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. John Willey & Son.
- Stein, G. (1926). *Tender buttens*. Charles Scribner's Sons.
- Stone, L. (1990). *Road to divorce: England, 1530-1987*. Oxford University Press.
- Strauss, C. L. (1969). *Elementary structures of kinship, a study guide*. Beacon Press.
- Ting, R. (2020). Youth and family norms in the digital age. *Journal of Youth Studies*, 23(5), 678-695.
- Twenge, J. (2018). *İ nesli*. Kaknüs Yayınları.
- Twenge, J. M. (2009). *Ben nesli*. Kaknüs Yayınları.
- Unicef. (2004). *İnsan hakları evrensel bildirgesi*.
- Ünlü, D. G., & Aslan, P. (2016). Türk televizyon dizilerindeki kadın rollerine kadınların gözünden bakmak. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 1(2), 191-206.
- Yeşil, F., & Yıldırım, A. (2019). Toplumsal cinsiyet ve medyadaki söylemi: Evlilik programları. *Selçuk İletişim*, 12(1), 232-254, <https://doi.org/10.18094/josc.412189>.

- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, H. (2023). Dijitalleşme ve aile. *Toplum ve Medya Araştırmaları*, 5(1), 71-86.
- Yıldırım, İ. (2021). Sosyal medya, dijital bağımlılık ve siber zorbalık ekseninde değişen aile ilişkileri. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(5) 1237-1258. <https://doi.org/10.18506/anemon.892144>.
- Yıldırım, S., & Esen, H. (2018). Reality TV programları bağlamında Türk televizyon kültürünün dönüşümü. *Kurgu*, 26(3),486-501.
- Yılmaz, S. (2021). Türk aile değerlerinin gelecek kuşaklara aktarılmasında ders kitaplarındaki görsellerin rolü. *Sanat Eğitimi Dergisi*, 9(2), 67-82.
- Zorlu, Y. (2025). Sosyal ve dijital medyanın aile içi iletişim üzerindeki olumsuz etkileri ve toplumsal sonuçları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 12(2), 599-620. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1637314>.

### Extended Summary

This study explores how three generations—Generation X, Generation Y (Millennials), and Generation Z—perceive marriage, and the significant role media plays in shaping these views in modern Turkish society. Utilizing qualitative, semi-structured interviews with university graduates from each cohort, the research offers nuanced insights into the transformations of this fundamental social institution.

Today, global forces like globalization, individualism, and shifting societal norms are transforming marriage. The rise of non-marital cohabitation challenges its traditional status. The family, recognized as the most fundamental social unit, continually adapts to societal evolution. Since the 2000s, rapid digitalization and individualism have profoundly altered marriage perceptions. Individualization prioritizes personal development, while economic factors, such as rising living costs and career focus, also influence views. The pervasive influence of media is undeniable, increasingly portraying marriage as a personal choice rather than a traditional obligation.

In Turkey, the family institution balances traditional values with modern life. Demographic shifts and urbanization lead to delayed marriages among younger individuals, often due to career goals and economic concerns. Generations Y and Z face greater challenges in sustaining marriages, contributing to rising divorce rates. The shift towards individualism, particularly in a digitized world, fundamentally reshapes approaches to relationships and the traditional concept of family.

The 21st century has seen significant changes in marriage perceptions, largely driven by globalization, urbanization, individualism, and digitalization. Media plays a pivotal role in this transformation, shaping individual values. In Turkey, television series, romantic comedies, and digital platforms actively foster new perspectives on marriage and family. Platforms like Netflix portray alternative lifestyles emphasizing individual freedom, while dating apps like Tinder are fundamentally altering pre-marital relationships. While traditional media tends to link marriage to established family values, digital media presents it as an individual choice, normalizing diverse relationship forms.

Media's influence on perception is substantial; it not only reproduces social norms but also actively alters value perceptions. Since the 2000s, media increasingly portrays marriage as a personal choice. Digital media, in particular, is crucial in shaping contemporary views on marriage and relationships, with Turkish series and social media platforms adopting more individualized and liberal perspectives. The widespread use of online dating platforms and digital communication tools represents a significant departure from traditional partner selection, making relationships more fluid and independent of immediate socio-cultural contexts. This study specifically examines if Generation Z, shaped by the digital age, adopts more individualistic and flexible relationship styles compared to traditional marriage concepts.

Studies on intergenerational family perceptions in Turkey link changes to modernization, urbanization, and education. Generation X, influenced by its socio-political upbringing, aligns with traditional family structures, viewing marriage as a responsibility. Generation Y prioritizes individual satisfaction and economic independence, favoring egalitarian relationships. Generation Z, shaped by digitalization, perceives family as flexible, prioritizing individual development and freedom, often exhibiting lower interest in traditional marriage. Individualization theory suggests loosening family ties as individuals construct personal identities, leading younger generations (Y and Z) to emphasize personal choice in marriage.

Generation X generally holds more traditional, family-oriented values, valuing security. Generation Y leans towards individualistic tendencies, emphasizing personal fulfillment. Generation Z, having grown up in a pluralistic, digitally interactive environment, exhibits a more flexible and questioning approach to relationships and family. The increasing legitimization of non-marital cohabitation influences younger generations even in Turkey. Generation X views marriage as a societal necessity, influenced by traditional media portraying long-term commitments.

Generation Y, shaped by economic crises and digitalization, doesn't see marriage as a traditional obligation, prioritizing career and individual happiness, often marrying later due to economic factors. Digital media portrays marriage for them as a choice. Generation Z, fully digital-native and influenced by social media, views marriage firmly as an individual choice, with research suggesting lower overall interest. Historical turning points in Turkey, like the 1980 coup and 2000s digitalization, have profoundly shaped generational values and family perspectives.

This research aimed to measure generational differences in marriage perceptions and media's impact. It sought to answer: (1) What are different generations' meanings and perspectives on marriage? and (2) How does media shape these perceptions? The study used semi-structured interviews, allowing participants to express thoughts in depth through open-ended questions covering marriage meanings, general perspectives, family structures, intergenerational differences, and media influence.

Qualitative data was analyzed using descriptive analysis to summarize and interpret transcribed interviews, identifying recurring themes and patterns supported by direct participant quotes. Intergenerational comparisons and media influence were evaluated thematically. A phenomenological approach provided a rich understanding of participants' lived experiences and subjective meanings regarding marriage and media's impact.

Validity was ensured through expert consultation and pilot interviews for question development. Reliability was ensured by explaining the data analysis process and evaluating coding consistency. Direct participant quotes strengthened credibility. Strict ethical principles were followed, including

informed consent, voluntary participation, and rigorous confidentiality for all 24 university-graduate, middle-income participants (both married and single) from Generations X, Y, and Z. Study limitations include its qualitative nature and small sample size (24 participants), limiting generalizability to wider populations. The focus on university graduates and middle-income individuals excludes other educational and socioeconomic groups. Future research should use larger, more diverse samples and compare intergenerational marriage perceptions across different cultural contexts for broader contributions.

Analysis revealed compelling findings regarding family values among married and single university graduates. Significant intergenerational differences and similarities emerged across themes: meaning of marriage, reasons for marrying, and attitudes towards unmarried individuals. "Partnership and union" consistently emerged as a prominent aspect of marriage, aligning with modern views of it as an individual choice for shared living. "Sharing life and companionship" also resonated, but younger participants notably expressed diminishing necessity for formal marriage, viewing it as a formality. "Responsibility and loyalty" were emphasized by Generation X. Among Generation Y and Z, marriage as an "individual choice/not an obligation" was prevalent, reflecting a loss of its mandatory social status in an individualized, freedom-prioritizing modern life.

Generation X predominantly viewed marriage as an "important and valuable institution," while Generation Y and Z adopted more "questioning and cautious" approaches, prioritizing individual happiness over traditional expectations. All generations agreed on the "changing meanings and values" of marriage over time. Generation X associated family with responsibility and unity, emphasizing societal norms and child-rearing. Generation Y saw family based on friendship and emotional intimacy, valuing love and mutual growth, with more respectful views on not marrying. Generation Z perceived family as a partnership supporting individual happiness, prioritizing love and personal compatibility, and highly accepting of not marrying, adopting fluid spousal roles.

Regarding media's influence, consumption varied; younger generations had more exposure via social media. A "critical approach" to media was evident. All generations reported media often portrays marriage as either "idealized/romanticized" or "dramatic/problematic." Generation Z particularly highlighted the "show-off and exaggeration-focused representation" of grand proposals over realistic portrayals. Media notably "raised expectations" and created "comparison and pressure," leading to disappointment. While some felt media negatively impacted marriage views, others acknowledged its role in fostering awareness.

In conclusion, marriage is taking on different meanings across Generations X, Y, and Z, driven by modernization, individualism, and media. Generation X maintains stronger adherence to traditional values, while Generations Y and Z increasingly view marriage as an individual choice, based on emotional harmony and shared life. Despite media's idealized representations influencing all, younger generations show a more conscious and critical engagement. This transformation has significant implications for future family structures and social relationships in contemporary Turkish society.