



**T.C DOĐUŐ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜŐÜ**  
**PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**ROMANTİK İLİŞKİLERDE ALDATMA EĞİLİMİNİN YORDAYICILARI**  
**OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE TEMEL PSİKOLOJİK**  
**İHTİYAÇLARIN DOYUMU**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Yağmur YILDIRIM**

**20172024011**

**DANIŐMAN:**  
**Dr. Öğr. Üyesi Ezel AVCI**

**İSTANBUL, 2019**



**T.C DOĐUŐ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜŐÜ**  
**PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**ROMANTİK İLİŞKİLERDE ALDATMA EĞİLİMİNİN YORDAYICILARI**  
**OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE TEMEL PSİKOLOJİK**  
**İHTİYAÇLARIN DOYUMU**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Yağmur YILDIRIM**

**20172024011**

**DANIŐMAN:**  
**Dr. Öğr. Üyesi Ezel AVCI**

**İSTANBUL, 2019**

<b>YAĞMUR YILDIRIM</b>	<b>YÜKSEK LİSANS TEZİ</b>	<b>2019</b>
------------------------	---------------------------	-------------

## ÖNSÖZ

Tez konumu belirlerken isteklerimi göz önünde bulundurup yardımını süreç boyunca esirgemeyen ve desteği ile bana her zaman iyi gelen sevgili danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Ezel Avcı'ya,

Bu araştırmada yer almayı kabul eden tüm katılımcılara,

Araştırma sürecinde yanımda olan, sıkıntılarımı paylaşan ve beni motive eden tüm değerli arkadaşlarıma,

Bugün bulunduğum konuma gelmemdeki en büyük destekçim olan ve halen daha yanımdaymış gibi sevgisini ve desteğini hissettiğim sevgili anneannem Nadiye Vardar'a,

Hayatım boyunca her daim yanımda olan, maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen, haklarını ödeyemeyeceğim babam Muhammet Yıldırım, annem Ayla Yıldırım, kız kardeşim Günsu Berika Yıldırım ve buraya adını sığdıramayacağım tüm aile bireylerime teşekkür eder, sevgilerimi sunarım.

**Mayıs, 2019**

**Yağmur YILDIRIM**

## ÖZET

Bu araştırmada aldatma eğilimi üzerinde sosyal medya kullanım düzeyinin ve temel psikolojik ihtiyaçların etkisi incelenmiştir. Bunun yanı sıra aldatma eğilimi, sosyal medya kullanım düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaçların doyumunun, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, çocuk sayısı, maddi durum gibi değişkenlerle olan ilişkileri de araştırılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçekler, İstanbul, İzmir ve Gaziantep illerinde yaşayan 25-45 yaş aralığında bulunan 200 (103 erkek, 97 kadın) kişiye uygulanmıştır.

Çalışmada veri toplamak amacıyla ‘‘Aldatma Eğilim Ölçeği’’, ‘‘İhtiyaç Doyum Ölçeği’’, ‘‘Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu’’ ve ‘‘Sosyo-demografik Bilgi Formu’’ kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyini saptamak amacıyla kullanılmıştır.

Verilerin analizi için SPSS 23.0 paket programı kullanılmıştır. Araştırma verileri değerlendirilirken, korelasyon testi, tek yönlü varyans analizi(ANOVA) ve t testinden yararlanılmıştır.

Yapılan araştırmanın sonucunda, aldatma eğilimi ile sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel olarak pozitif yönde yüksek derecede anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0.619$ ,  $p<0.001$ ), aldatma eğilimi ve temel psikolojik ihtiyaçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamadığı ( $p>0.05$ ). Ancak temel psikolojik ihtiyaçlar alt boyutları değerlendirildiğinde; aldatma eğilimi ile ‘‘Yeterlilik’’ alt boyutu arasında negatif yönde, çok yüksek derecede anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0.-960$ ),  $p<0.001$ ) tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Romantik İlişkiler, Evlilik, Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar, Sosyal Medya

## ABSTRACT

The present study investigated the effects of level of social media usage and basic psychological needs on individuals' infidelity tendencies were investigated. In addition, the relationship of infidelity tendency, level of social media usage and basic psychological needs satisfaction with variables such as gender, age, education level, the number of children, financial situation.

The questionnaires were given to 200 participants (103 male and 97 female) who were living in İstanbul, İzmir and Gaziantep and were at the age range of 25-45.

The data was collected through ‘‘The Infidelity Tendency Scale’’, ‘‘Basic Psychological Needs Satisfaction Scale’’, ‘‘Social Media Addiction Scale’’ and ‘‘Socio-demographic questionnaire’’.

The Social Media Addiction Scale used in the study was used to determine the level of social media use of the participants.

Data analysis was performed via SPSS version 23. The analysis included correlation, One-way ANOVA and T-test.

As a result of the study, there was a significant positive correlation between infidelity tendency and level of social media usage ( $r=0.619$ ,  $p<0.001$ ). On the other hand, there was no significant relationship between infidelity tendency and basic psychological needs ( $p > 0.05$ ). When the sub-categories of basic psychological needs were examined, however, there was a significant negative correlation between infidelity tendency and ‘‘Sufficiency’’ sub-category ( $r=0.-960$ ),  $p<0.001$ ).

**Keywords:** Romantic Relations, Marriage, Infidelity, Basic Psychological Needs, Social Media

# İÇİNDEKİLER

	Sayfa no
ÖZET .....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER .....	v
TABLOLAR DİZİNİ.....	viii
KISALTMALAR.....	x
1.GİRİŞ .....	x
1.1. Araştırmanın Amacı .....	2
1.2. Araştırmanın Önemi.....	3
1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	4
1.4 Sayıtlar .....	4
1.5. Tanımlar .....	4
2.KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR .....	5
2.2. Evlilik ve Evlilik Kavramı .....	7
2.2.1. Evliliklerin sonlanma nedenleri.....	7
2.2.2. Sağlıklı ve sağlıksız evlilik.....	8
2.3. Aldatma Eğilimi .....	9
2.3.1. Aldatmaya zemin hazırlayan faktörler .....	10
2.3.2. Aldatmanın çeşitleri; duygusal, cinsel ve sanal aldatma .....	11
2.3.3. Aldatma eğilimi ile ilgili yapılan bazı çalışmalar.....	12
2.4. Sosyal Medya .....	14
2.4.1. Sosyal Medya Bağımlılığı .....	15
2.4.2. Sosyal medya ve internet bağımlılığı ile ilgili yapılmış bazı araştırmalar ....	16
2.5. Temel Psikolojik İhtiyaçlar .....	17
2.5.1. Öz Belirleme Kuramı .....	18
2.5.2. Temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ile ilgili yapılan bazı araştırmalar ....	19
3.GEREÇ VE YÖNTEM .....	23
3.1. Araştırmanın Modeli .....	23
3.2. Evren ve Örneklem .....	23
3.3. Veri Toplama Araçları .....	23
3.3.1. Onam formu .....	23
3.3.2. Kişisel Bilgi Formu .....	23

3.3.3. Aldatma Eğilimi Ölçeği.....	24
3.3.4 Psikolojik İhtiyaç Doyum Ölçeği .....	24
3.3.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu .....	24
3.4. Verilerin Analizi.....	25
4. BULGULAR.....	26
4.1. Betimleyici İstatistiksel Verilere İlişkin Bulgular.....	26
4.2. Araştırmaya Katılanların Evlilik Süreçleri ve Aile Yapısının İncelenmesi .....	27
4.5. Araştırmaya Katılanların Eşlerinin Eğitim Düzeyi ve Meslek Grupları Açısından İncelenmesi .....	29
4.6. Araştırmaya Katılanların Ve Eşlerinin Yetiştikleri Yerin İncelenmesi .....	29
4.8.Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Psikolojik İhtiyaç Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesi.....	30
4.9. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Psikolojik İhtiyaç Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Yaş Değişkeni Açısından İncelenmesi .....	32
4.10. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Psikolojik İhtiyaç Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Yaşanan Şehir Açısından Değerlendirilmesi.....	34
4.11. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlilik Sayısı Değişkeni Açısından Değerlendirilmesi.....	35
4.12. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlilik Süresi Açısından Değerlendirilmesi .....	36
4.13. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Tanışma Süresi Açısından Değerlendirilmesi ...	37
4.14. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Çocuk Sayısı Açısından Değerlendirilmesi .....	38
4.15. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Eğitim Düzeyi Açısından Değerlendirilmesi.....	40
4.16. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Meslek Grubu Açısından Değerlendirilmesi .....	42
4.17. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Gelir Düzeyi Açısından Değerlendirilmesi .....	44
4.18. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlenme Şekli Açısından Değerlendirilmesi.....	46
4.19. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Eşinin Kişisel Özelliklerini Beğenme Durumuna Göre Değerlendirilmesi .....	48



4.20. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Çalışma Saati Açısından Değerlendirilmesi .....	49
4.21. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Hafta Sonu Çalışma Durumu Açısından Değerlendirilmesi .....	50
4.22. Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin ve Alt Boyutlar Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi .....	52
5.TARTIŞMA .....	54
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	60
KAYNAKÇA.....	62
EKLER.....	72
Ek 1. Onam Formu .....	72
Ek 2. Kişisel Bilgi Formu.....	73
Ek 3. Aldatma Eğilimi Ölçeği .....	75
Ek 4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu .....	76
Ek 5. Psikolojik İhtiyaç Doyum Ölçeği .....	77

## TABLULAR DİZİNİ

Sayfa no

Tablo 4.1.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Frekans Analizi.....	26
Tablo 4.2.1. Araştırmaya Katılanların Evlilik Süreçleri ve Aile Yapısına Ait Bulgular.....	27
Tablo 4.3.1. Araştırmaya Katılanların Hane Halkı ve Sosyoekonomik Durumuna Ait Bulgular.....	28
Tablo 4.4.1. Araştırmaya Katılanların Eğitim Düzeyi, Mesleği ve Çalışma Şartlarına Ait Bulgular.....	28
Tablo 4.5.1. Araştırmaya Katılanların Eşlerinin Eğitim Düzeyi, Mesleği ve Çalışma Şartlarına Ait Bulgular.....	29
Tablo 4.6.1. Araştırmaya Katılanların ve Eşlerinin Yetiştirme Yerine Ait Bulgular.....	29
Tablo 4.7.1. Araştırmaya Katılanların Eşleri ile Akrabalık İlişkisi ve Eşinin Kişisel Özelliklerine Ait Bulgular.....	30
Tablo 4.8.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Cinsiyet Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	30
Tablo 4.9.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Yaş Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	32
Tablo 4.10.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Yaşanılan Şehir Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	34
Tablo 4.11.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlilik Sayısı Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	35
Tablo 4.12.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlilik Süresi Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	36
Tablo 4.13.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Tanışma Süresi Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	37

Tablo 4.14.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Çocuk Sayısı Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	38
Tablo 4.15.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	40
Tablo 4.16.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Meslek Grubu Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	42
Tablo 4.17.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Gelir Düzeyi Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	44
Tablo 4.18.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlenme Şekli Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	46
Tablo 4.19.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Eşinin Kişisel Özelliklerini Beğenme Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	48
Tablo 4.20.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Çalışma Saati Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	49
Tablo 4.21.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Hafta Sonu Değişkenine Ait Analiz Sonuçları.....	50
Tablo 4.22.1. Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyi ve Alt Boyutlar Arasındaki İlişkiye Ait Analiz Sonuçları.....	53

## KISALTMALAR

**N:** Denek Sayısı

**p:** Anlamlılık düzeyi

**r:** Korelasyon katsayı değeri

**t:** t istatistiği



## 1.GİRİŞ

Sosyal bir varlık olarak dünyaya gelen insan biyolojik varlığını sürdürmek ve hayata adapte olabilmek için diğer insanlarla temas halinde olma ihtiyacı duymaktadır. Birey geliştikçe çeşitli ilişkiler kurmaya başlar ve kurulan yakın ilişkilerle birlikte ilişkiler kişinin farklı ihtiyaçlarının doyurulmasına sebebiyet vermeye başlar.

Yakınlık, kişinin bir başkası ile duygusal, bilişsel ve fiziksel olarak temas halinde olmasıdır. Yakın ilişkiler yaşamı anlamlı kılar ve insanlara toplum içerisinde rol kazandırır. Bunun yanı sıra kişinin iyi hissetmesini ve güvenlik, yeterlilik gibi ihtiyaçlarının doyurulmasını sağlar. Bir başkasıyla yakın ilişki kuran birey kendini açar ve duygularını, düşüncelerini paylaşır. Kendini açma duygusu karşısındaki kişiyle bir şeyler paylaşmayı beraberinde getirir ve kişinin benliği etkiye açık hale gelir. Besleyici bir ilişki yaşayan birey anlaşılma, sevmeye, sevilme, değer görme yaşantılarını deneyimler. Yakın ilişkiler bireylerin iyilik hallerine ve psikolojik ihtiyaçlarının doyumlarına önemli katkılar sağlar. Dolayısıyla yakın ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri sürdürmek kişilerin psikolojik iyilik halleri için bir gereklilik olarak görülmektedir (Cox, 2006; Prager, 1995).

Romantik ilişkiler ve beraberinde evlilik yaşamının önemli ve vazgeçilmez unsurlarından biridir. İnsanlara hayatları boyunca, onları mutlu eden yakın ilişkilerden en önemlisinin ne olduğunu sormuşlar ve hiçbir şeyin romantik ilişkiden daha fazla mutlu edemediği cevabını almışlardır. Romantik ilişkiler genellikle bireylerin birbirlerine duydukları aşk ve sevgi duygularıyla başlarlar. Bireyler sahip oldukları bu güçlü hissiyatlarla ilişkiye başlarlar ve bu duygunun hep süreceğini varsayarlar. Bu süreç her zaman böyle işlemeyebilir. Ayrılık, aldatma, ölüm gibi olaylar romantik ilişkilerin gidişatını bozabilmektedir. Bu tür yaşantılar kişilerin travmatize olmasına yol açabilir. Bu sayılanlar arasında ölümden sonra en travmatize edici durum aldatma davranışdır (Hendrick ve Hendrik, 2002).

Hünler ve Gençöz (2003)'e göre evlilik kişinin hayatında olan en önemli yakın ilişkilerden biridir. Evlilik kimi bireyler için doyum ve mutluluk sağlarken, kimileri içinse olumsuz olayları beraberinde getirebilmektedir.

Evlilik dışı ilişkilerin son yıllarda artış göstermesinin boşanmaları beraberinde arttırdığı düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmacılar, yakın ilişkileri bozan unsurları ve aldatma olgusunu araştırmaya yönelmişlerdir.

Literatüre baktığımızda, aldatma eğilimi ile ilgili yapılan çeşitli araştırmalar mevcuttur. Ancak sosyal medya kullanımının ve temel psikolojik ihtiyaç doyumunun aldatma eğilimi üzerindeki etkisinin doğrudan araştırıldığı bir araştırma bulunmamaktadır.

Sosyal medya kullanımının gün geçtikçe artmasının, iletişim kopukluklarına neden olarak çiftler arasında çeşitli sorunlar yaratacağı düşünülmektedir ve sosyal medyanın kolay ulaşılabilir hale gelmesinin aldatmayı kolaylaştıracağı ve arttıracığı tahmin edilmektedir.

Sağlıklı denilebilecek bir evlilikte kişinin psikolojik iyi oluş hali önem arz etmektedir (Yıldırım, 2004). Kişinin öznel olarak iyi olması, psikolojik ihtiyaçlarının doyumu ile bağlantılı olabilmektedir ve öznel iyilik hali bireyin partneriyle olan ilişkisini etkileyebilmektedir.

Tüm bunlardan hareketle, bu araştırma romantik ilişkilerde aldatma eğilimi, sosyal medya kullanımı ve temel psikolojik ihtiyaçların doyumu kavramlarının birbiriyle olan ilişkilerini saptamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek grubu, evlenme şekli, çocuk sayısı, gelir düzeyi gibi değişkenler incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünü kuramsal bilgiler oluşturmaktadır. Üçüncü bölümde araştırmada kullanılan gereç ve yöntemden bahsedilmiştir ve dördüncü bölümde araştırmaya ait bulgulara yer verilmiştir. Çalışmanın beşinci bölümünü tartışma oluşturmaktadır ve altıncı bölüm ise çalışmanın sonuç bölümüdür.

### **1.1. Araştırmanın Amacı**

Sosyal medya kullanımının gün geçtikçe arttığı ve daha kolay ulaşılabilir hale geldiği bilinmektedir. Artan internet ve sosyal medya kullanımı bireylerde belirli bir süreden sonra bağımlılık oluşturabilmektedir. Bu durum sonucunda bireyler gerçek yaşamdaki sorumluluklarını görmezden gelebilmekte ve bu sorunlardan kaçınabilmektedir. Bireylerin, sanal arkadaşlarıyla kurduğu çevrimiçi etkileşimler, bireylerin dikkatini çekmekte ve onları önemli ilişkileriyle vakit geçirmekten alıkoymakta, bu da olumsuz ilişki sonuçlarına yol açabilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı ile ilgili literatür bilgisine de bu araştırmada yer verilecektir.

Diğer yandan, insanların psikolojik olarak doyumlarını ve öznel iyi oluşlarını öz belirleme kuramının konusu olan; özerklik, yeterlik, ilişkili olma olarak isimlendirilen temel psikolojik ihtiyaçlar etkileyebilmektedir. Bu temel ihtiyaçlar kişinin çevresi tarafından yeterli şekilde doyurulursa bireyin öznel iyi oluş hali de o ölçüde iyi olacaktır (Deci ve Ryan 2000).

Kişinin ihtiyaçlarının doyurulmasının ve öznel olarak iyi olmasının partneriyle olan ilişkisini etkileyeceği düşünülmektedir. Bu kapsamda, araştırmanın amacı evli bireylerin aldatma eğilimleri üzerinde bireyin sosyal medya kullanım düzeyinin ve temel psikolojik ihtiyaçları doyum düzeyinin nasıl bir ilişkisi olduğunu araştırmaktır.

Çalışmanın temel hipotezleri doğrultusunda aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur;

1. Aldatma eğilimi sosyal medya kullanım düzeyine göre değişmekte midir?
2. Aldatma eğilimi temel psikolojik ihtiyaçların doyumuna göre değişmekte midir?

Aynı zamanda aldatma eğilimi, sosyal medya kullanım düzeyi ve psikolojik ihtiyaçların doyumunu, kişilerin demografik bilgilerine (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek grubu, evlilik süresi ve sayısı, evlenme biçimi) gibi değişkenlere göre incelenecektir.

## **1.2. Araştırmanın Önemi**

Ülkemizde evlilik kurumuna önem verilmesine rağmen son zamanlarda boşanmalarda artış gözlemlenmektedir. Boşanmalar sonucunda aileler ve çocuklar olumsuz problemlerle yüzleşmek zorunda kalabilmektedir. Bu tip sonuçları olduğundan, evliliklerin sonlanmasında önemli rol oynayan aldatma ve aldatma ile ilgili diğer sebeplerin araştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Kantarıcı, 2009).

Diğer yandan, bireyin temel psikolojik ihtiyaç doyum düzeyinin tatminsizliği bireyi öznel iyilik halinden uzaklaştırabilmektedir. Bu durumda bireyin bu ihtiyaçlarını karşılamak ve öznel iyilik halini sağlamak için bir başka partner arayışına girebileceği düşünülmektedir.

Aldatma nedenlerini sosyal medya kullanımı ve temel psikolojik ihtiyaçlar doyumunda tespit etmek, aldatma sorunlarını ortadan kaldırmak için daha etkili çözümler sunmada yardımcı olabilir. Bireyin sosyal medya kullanım oranı ve sıklığının ya da temel

psikolojik ihtiyaçlarının tatmin düzeyinin bilinmesi de bireyin aldatma eğilimini kontrol etmesi için yapılması gerekenler hakkında bilgiler sunabilir.

### 1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

1.Bu araştırma İstanbul, İzmir ve Gaziantep illerinde yaşayan ve gönüllülük esasına göre rastlantısal olarak seçilen, 25-45 yaş aralığındaki 200 evli birey ile sınırlıdır.

2.Bu araştırma evlilik süresi en az bir yıl olan katılımcılarla sınırlıdır.

3.Bu araştırma okuma yazma bilen ve eğitim düzeyi en az ilköğretim olan kişilerle sınırlıdır.

3.Araştırmada incelenen evli bireylerin aldatma eğilimi verileri, yalnızca Aldatma Eğilim Ölçeği'nin ölçtüğü maddelerle sınırlıdır.

4.Araştırmada incelenen evli bireylerin psikolojik ihtiyaçlarının doyumunu verileri, yalnızca Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği'nin ölçtüğü maddelerle sınırlıdır.

5.Araştırmada incelenen evli bireylerin sosyal medya kullanım oranlarının verileri, yalnızca Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin ölçtüğü maddelerle sınırlıdır.

### 1.4 Sayıltılar

Katılımcıların verdikleri yanıtları, bireysel ve zgr iradeleriyle verdikleri ve örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmıştır.

Araştırmaya katılan bireylerin, Sosyo-demografik Bilgi Formu'na, Aldatma Eğilimi Ölçeği'ne, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği'ne ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'ne samimi ve gerçeği yansıtacak cevaplar verdikleri varsayılmaktadır.

Araştırmada bireylere verilen Sosyo-demografik Bilgi Formu'nun, bireylerin demografik özelliklerini ölçtüğü, Aldatma Eğilimi Ölçeği'nin, aldatma eğilimini ölçtüğü, Temel Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği'nin, psikolojik ihtiyaçları ölçtüğü, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin, sosyal medya kullanım düzeyini ölçtüğü varsayılmıştır.

### 1.5. Tanımlar

**Aldatma:** Drigotas ve Barta (2001) aldatma kavramını, ikili bir ilişki içerisinde olan taraflardan birinin duygusal ya da fiziksel yakınlık düzeyini düzenleyen normları bir başkasıyla ihlal etmesi şeklinde tanımlamaktadır. (Kankaya, 2015)



**Temel Psikolojik İhtiyaçlar:** Öz Belirleme Kuramı içerisinde bulunan, kişisel bütünlük, gelişim ve iyi oluşun sağlanması için karşılanması gereken; özerklik, yeterlilik ve ilişki ihtiyacı olarak tanımlanan evrensel psikolojik ihtiyaçlardır. (Deci ve Ryan, 1985; Ryan, 1995;2000a).

**Sosyal Medya:** Sosyal medya bireylerin kaynak konumunda yer alıp fotoğraf, video ve daha fazlasıyla kendi içeriğini oluşturarak belirli bir hedef kitleye ulaştırdığı ve geri dönüt olarak karşılıklı etkileşimin sağlandığı canlı bir platformdur (Biliciler, 2018).

**Sosyal Medya Bağımlılığı:** Sosyal medya uygulamalarını (Facebook, Instagram, Twitter) ve daha fazlasına çok fazla zaman ayırarak kullanan bireylere atıfta bulunmak için kullanılan bir ifadedir.

## 2.KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde araştırmanın ilgili değişkenleriyle ilgili literatür bilgileri verilmektedir.

### 2.1.Romantik İlişki Kavramı

Furman (2002) romantik ilişkilerin insan yaşamında merkezi rolde olduğunu ve sosyo-duygusal gelişim açısından insanlar üzerinde büyük bir etkisi olduğunu açıklar (Scharf &Mayseless,2008).

Collins (2003) ise romantik ilişkilerde gönüllülüğün yanında karşılıklılığın ve yoğunluğun olduğunu söyler. Sevginin ve aşkın varlığı, başarılı bir ilişki için temel unsurdur. Aşk, yakın romantik ilişkilerde çok önemli bir rol oynayan duyguların, bilişlerin ve davranışların birleşimidir. Araştırmacılar her zaman bu konuyla ilgilenmişlerdir ve samimi bir aşk ilişkisinin hemen her yönü üzerinde geniş çapta çalışmışlardır.

Aşk biyolojik temellere dayanan, evrensel bir duygudur. Romantik aşk genellikle duygusal ve cinsel istekleri bir arada barındırır. Duygular, fiziksel zevkten daha ön plandadır. Tutku romantik ilişkinin en önemli öğelerinden biri olup, kültürden kültüre farklılık göstermektedir (Karandeshev, 2015). Kültür, kadının ve erkeğin aşkı ve de ilişkiyi yaşamasını hatta ifade etmesini farklı şekillerde etkilemektedir. Çoğu erkek cinsellik ve aşkı birbirinden ayırırken, kadınlara bu iki kavramın birbiriyle bağlantılı olduğu öğretilmektedir (Buunk, Dijkstra, Fetchenhauer ve Kenrick,2002).

Romantik bir ilişkinin kalitesi, ilişkinin genel olarak yararlı deneyimler sağlama derecesini ifade eder. Collins (2003), yüksek kaliteli romantik ilişkilerin, bireylerin yakınlık, şefkat gibi duygular gösterdiği; düşük kaliteli ilişkilerdeki bireylerin tahriş, antagonizm ve özellikle yüksek düzeyde çatışma ve /veya kontrol davranışını gösterdiğini belirtmektedir.

Sağlıklı ilişkiler insanların kimlik duygularını geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. İlişkilerdeki psikolojik bir takım karşılıklı etkiler o ilişkiyi güvenli veya güvensiz şeklinde tanımlamada rol oynayabilmektedir. Örnek olarak kişilerdeki endişeli-kaçınma (kaçma, terk etme), endişeli belirsizlik (meşgul, ilgisiz) ve düzensiz (sorumsuz) gibi bir takım tavırlar çeşitli psikolojileri ifade edebilmektedir. (Furman ve diğerleri, 2002). Öte yandan bunların karşısında partnerin bir takım psikolojik ihtiyaçları mevcuttur. Her ilişki

en başta emek ister. Birincil psikolojik ihtiyaç için değer görme ve sevilme demek yanlış olmayacaktır (Simon ve diğ., 1998).

## **2.2. Evlilik ve Evlilik Kavramı**

Evlilik iki insanın toplum tarafından onaylanan birlikteliğidir. Duyusal anlamda bakıldığında evlilik, çiftlerin karşılıklı sevgi duygusu besleyerek yaşamlarını bir araya getirmesidir (Meriç, 2010).

Fowers (1993) evliliği, kişinin kimliğini geliştirmesini ve mutlu olmasını sağlayan bir olay olarak tanımlamaktadır (Kankaya,2015).

Batı toplumlarında evlilik tek eşlilik esasına dayanmaktadır ve çoğu ülkede erkek ya da kadının birden fazla kişi ile evlilik akdini gerçekleştirmesi yasal değildir. Ancak bu duruma rağmen çok eşliliğe dünya genelinde sıklıkla rastlanmaktadır (Giddens, 2000). Bu durumu açıklayabilmek adına, ikili ilişkilerin pek çok araştırmaya temel oluşturduğu görülmektedir.

Türk toplumuna bakıldığında, evliliklerin ikiye ayrıldığı görülmektedir; görücü usulü ile evlenme ve severek evlenme toplumumuzda sıklıkla karşılaşılan iki evlenme şeklidir. Görücü usulü ile evlenme; kişilerin genellikle aracılar tarafından konuşulup anlaşarak, flört etmeksizin hayatlarını birleştirmesidir. Severek evlenme kavramı ise; iki insanın, birbirlerini severek ve anlaşarak, bir baskı altında kalmaksızın hayatlarını birleştirmesi olarak tanımlanabilir. Evliliklerden önce, eşler birbirlerini tanıma fırsatını bazen çok az bulmakta ya da hiç bulamamaktadırlar. Bu durum kimi evliliklerde probleme yol açarken, kimi evliliklerde bir sorun teşkil etmemektedir (Tarhan, 2011).

Bireylerin evlenmeye neden ihtiyaç duyduğuna bakıldığında, evlilik sebeplerinin çeşitli olduğu görülmüştür. Bireylerin evlenme nedenleri arasında, toplumu oluşturan kişilerin büyük çoğunluğunun evli olması, ekonomik sebepler, yalnız kalmama isteği, cinsel doyumun meşru şekilde sağlanması, çocuk sahibi olmak, statü ve bağımsızlık elde edebilmek gibi çeşitli nedenler bulunmaktadır (Kephart, 1966; Kubat, 2012).

### **2.2.1. Evliliklerin sonlanma nedenleri**

Evliliklerin sorunsuz şekilde sürdürülmesi mümkün olabildiği gibi her evlilik için bu durum söz konusu değildir. Kimi evlilikler çeşitli nedenlerle sonlanabilmektedir.

Evlilik kurumunda, çiftler arasında belirli sorunlar baş gösterebilmektedir. Bu sorunlar evliliğin bitmesine veya eşlerin mutsuz şekilde evliliklerini sürdürebilmesine yol açabilmektedir (Kersten, 1990).

Özgüven (2000)'e göre, çiftlerin iletişim sorunları, cinsel ilişki problemleri, zararlı alışkanlıklar, eşlerin kişilik bozuklukları, çocuk sahibi olamama, maddiyatla ilgili sorunlar, aldatma, aşk kavramına ait farklı görüşler, eşlerin aileleriyle ilgili problemler eşler arasında sorunlar yaşanmasına ve evlilikte mutluluğun, huzurun bozulmasına yol açmaktadır (Kankaya, 2015).

Aldatmayla beraber evlilik dışı ilişkilerin ve boşanmaların artması, aldatma kavramının romantik ilişkileri etkilemesi araştırmacıları, aldatma olgusunu ve evlilik dışı ilişkileri araştırmaya yönlendirmiştir (Çavuşoğlu, 2011).

### **2.2.2. Sağlıklı ve sağlıklı evlilik**

Yıldırım (2004)'a göre, sağlıklı denilebilecek bir evlilikte, kişilerin psikolojik iyi hali önem taşımaktadır. Yani kişinin psikolojik olarak iyi oluşu doğrudan veya dolaylı yolla ilişkinin kalitesini etkileyen bir durumdur. Literatürdeki bazı araştırmalar eşinden destek gören bireyin daha iyi bir ruh haline sahip olduğunu ve depresyona girme riskinin, eşinden destek görmeyen bireylere göre daha düşük olduğunu göstermektedir (Kankaya, 2015).

Gleen (1975) çalışmasında mutlu bir evlilik yaşamı olmayan bireylerin, genel mutluluk düzeylerinin de düşük olduğunu saptamıştır (Timur, 2008).

Hawkins ve Booth (2005), evlilik ve psikolojik olarak iyi oluş arasındaki bağlantıyı araştırdıkları çalışmalarında, evlilikteki huzur bozuldukça, kişinin iyi oluş halinin de olumsuz yönde etkilendiğini belirtmektedirler (Timur, 2008).

Evlilik hayatının bozulmasıyla beraber, kalitesiz olarak nitelendirilebilecek bir evliliğin önemli bir stres etmeni olabileceği ve bireyler üzerinde olumsuz etkiler yaratarak, psikolojik iyi oluşlarını etkileyeceği belirtilmektedir (Fincham ve Bradbury, 1990).

Burton (1998) yapmış olduğu bir çalışmada, evliliğin, insanların sosyal rollerini genişletip, hayatlarına anlam katmalarına vesile olarak ruh sağlığını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur (Kankaya, 2015).

### 2.3. Aldatma Eğilimi

Aldatma romantik ilişki içerisinde bulunan her bireyin yaşama ihtimali olan olumsuz bir yaşantıdır. Bu yaşantı ile karşı karşıya geldikten sonra bireyde belirsizlik hissi, kıskançlık, öfke, kızgınlık, yetersizlik, incinmişlik ve güvensizlik gibi olumsuz ve travmatize edici duygular ortaya çıkmaktadır (Thompson, 1982; Müezzinoğlu, 2014).

Evlilik kurumunda eşleri birbirine bağlayan en önemli etken sadakat duygusudur. Ancak evlilikte sadakati zayıflatan ya da tamamen ortadan kaldıran durumlar yaşanabilmektedir. Sadakatsizlik, mevcut olan partner dışındaki kişi ya da kişilerle yaşanan duygusal ve/veya fiziksel ilişki sonucu mevcut birlikteliğin çığnemesi durumudur (Sungur, 2009; Drigotas ve Barta, 2001). Aldatma ise sadakatten farklı olarak ve sadakatsizlik sonucu ortaya çıkan, dürüstlüğü zedeleyen söylem ve davranışlardır. Sadakatsizlik bir seçimken, aldatma bu seçim sonrası ortaya çıkan ve sadakatsizliğin kaçınılmaz bir parçası olan eylemdir (Sungur, 2009).

Romantik ilişkilerde partneri aldatma, çift terapistleri tarafından bir ilişkiyi olumsuz anlamda en fazla etkileyen ve de çalışılması oldukça zor olan konulardan biri olarak tanımlamaktadırlar (Özgün, 2010).

Aldatma ve/veya aldatılma, bireylerin çift terapisine sıklıkla gitme nedenleri arasındadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2016 senesinde yapmış olduğu araştırmada, boşanma nedenlerinin en başını aldatma ve aldatılmanın çektiği görülmektedir (Tortamış, 2014).

Treas ve Giesen (2000), Amerika'da yaşamakta olan 18-59 yaş arası evli olan ya da romantik ilişkisi olup da beraber yaşamakta olan 2598 kişi ile bir araştırma yürütmüşlerdir. Bu araştırma sonucunda aldatmayı azaltan ve arttıran çeşitli etmenlere ulaşmışlardır. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre; şehir merkezinde yaşıyor olmak, daha önce çok sayıda cinsel partnere ve cinsel deneyime sahip olmak, farklı zamanlarda sıklıkla cinselliği düşünüyor olmak, partnerle uzun süredir beraber olmak, çeşitli aldatma fırsatlarının olduğu bir iş sahibi olmak aldatma eğilimini arttıran risk faktörleri arasında yer almaktadır. Partnerle aynı iş ve sosyal ortamı paylaşıyor olmak ve farklı cinsel birlikteliklerin onaylanmaması aldatma riskini azaltan faktörler arasında yer almaktadır.

Toplum tarafından yanlış ve dini açıdan günah olarak görülen aldatma olgusu günümüz evliliklerinde sıklıkla yaşanan bir durumdur ve yapılan araştırmalar

sadakatsizliğin boşanma sebepleri arasında ilk üçte yer aldığını göstermektedir (Kubat, 2012).

Aldatma, görülme oranının sıklığı ve bireylerde yarattığı travmatik duygular göz önünde bulundurulduğunda araştırılması gereken önemli bir konu olarak görülmektedir. (Beard, 1996; Berman, 1985; Cann ve Baucom, 2004; Hall, ve Fincham, 2006; Klacsmann, 2008).

### **2.3.1. Aldatmaya zemin hazırlayan faktörler**

Literatüre baktığımızda aldatmayı etkileyen faktörlerin 3 ana başlık halinde incelendiğini görmekteyiz. Bunları kişisel etkenler, dışsal etkenler ve ilişki faktörleri olarak sıralamak mümkündür (Duba, Kindsvatter ve Lara, 2008).

Kişisel etkenler; ilişkideki tatmin, merak, doyum alınmayan cinsel ilişki gibi nedenlerdir. Glass ve Wright (1992)'e göre kadınlar için ilişkideki tatminin aldatma eğilimine önemli derecede etkisi vardır. Yaptıkları araştırmada %66 oranında kadınların aldatma davranışı göstermeden önce mutsuz olduklarını bulurlarken, erkeklerin ise %30'u aldatma davranışı göstermeden önce mutsuz olduklarını belirtmişlerdir.

Dollahite ve Lambert (2007)'e göre ise cinsel ilişkiden doyum alamamak da aldatma davranışı göstermede önemli rol üstlenebilir. Bu konuda, erkeklerin ilişkilerinde cinsel doyum alamamaları veya cinsel doyumun düşük olması aldatma eğilimini arttırmaktadır (Liu, 2000).

Psikoanalitik ve sosyolojik literatüre göre insanlar aşkı olumlu değerlendirirken, cinsellik olgusunu olumsuz değerlendirmektedirler ve bu durum sosyalizasyon aracılığıyla nesiller arası aktarılmaktadır. Çocuklar cinselliğin ve cinsel partnerin kötü bir şey olduğunu ancak cinselliğin gerekli olduğunu zaman içinde öğrenirler. Yani birey, çocukluğunda aşk ve cinselliği iki farklı element olarak öğrenir. Kişi yetişkin olup, evlendiğinde bu iki olguyu birleştirmesi ve evlendiği eşi ile yaşaması beklenir. Ancak her birey, eşi ile yaşadığı cinsellikten doyum almayabilir ve cinselliği bir başka kişi ile yaşama arzusu taşıyabilir. Birey, aşk ve sevgi duygusunu eşinde yaşarken, cinselliği bir başka partnerde yaşama eğilimi gösterebilir (Weil, 1975).

Polat (2006) yapmış olduğu bir araştırmada, aldatmanın yaşanmasına neden olan en yaygın nedenlerden birinin evlilikteki mutsuzluk ve çiftlerin birbirleriyle olan

çatışması olduğunu söylemiştir. Aldatma eğilimi yüksek olan kadın ve erkeklerin, çatışma eğilimlerinin de yükseldiği görülmüştür.

Aldatmayı etkileyen kişisel nedenlerden bir diğeri bireylerin dini inançlarıdır. Birçok dinde aldatma yasak olan ve haram olarak nitelendirilen bir kavramdır. Kimi bireyleri aldatmadan uzak tutan faktör dini inançları olarak görülebilmektedir (Dorff, 2008; Duba, 2006; Zink, 2008).

### **2.3.2. Aldatmanın çeşitleri; duygusal, cinsel ve sanal aldatma**

Bireyin devam eden bir ilişkisi ve partneri varken bir başka kişi ile duygusal anlamda yakınlık kurması, bir başka kişiye bazı duygular hissetmesi ve paylaşımlarda bulunması duygusal aldatma olarak adlandırılırken; yine hali hazırda devam eden bir birlikteliği varken bir başkasıyla cinsel anlamda temasta bulunması cinsel aldatma olarak adlandırılmaktadır (Yeniçeri ve Kökdemir, 2004).

Erkeklerde cinsel aldatma daha sık rastlanan bir olgu olurken, kadınlarda duygusal ve cinsel aldatma daha fazla görülmektedir (Kantarıcı, 2009).

Kadınların, aldatma davranışı göstermelerinin altında duygusal yakınlık ihtiyacı yatarken, erkeklerin aldatma davranışlarının rastlantısal olduğu ve duygusallık içermemesi, cinsiyete göre aldatmanın sebeplerinin farklılaştığını göstermektedir (Allen ve Baucom, 2004).

Psikoanalitik kurama göre, birey çocukluk döneminde aşk duygusu taşıdığı karşı cins ebeveynine benzeyen bir kişiyi eş olarak seçer. Ancak Oedipus ve Electra komplekslerinin sağlıklı çözümlenmemesinden ötürü, birey bilinç dışı olarak geliştirdiği tabuları nedeniyle eşiyle tatminkar bir cinsellik yaşayamaz. Cinsellik olgusunu çocukluğunda kötü olarak öğrenmiş olan birey, bu tatmini eşinden ziyade daha az değer biçtiği ve daha alt statüde gördüğü bir başka kişi ile yaşama isteği duyar (Freud, 1938).

Sanal aldatma ise yeni gelişen bir kavramdır. İnternetin günlük hayata tamamen girmesinden sonra artık sanal ilişki kavramı da gündemi meşgul etmeye başlamıştır. Fiziksel dünyasından bir sevgilisi olan ya da evli olan bir bireyin sanal ortamda başkaları ile iletişim kurması sanal aldatma olarak nitelendirilmektedir. Sanal ihaneti ortaya çıkan birçok kişi bu kapsamda gerçek bir ilişki olmadığını savunarak kendilerini korumaya çalışmaktadırlar. Ancak sanal aldatmanın gerçek bir ihanet olarak ele alınıp alınmayacağı aslında bireylerin kişisel yargılarıyla ilişkilidir Teknoloji ve internet, dünyamızda insan

iletişimi ve ilişkiler de dahil olmak üzere pek çok şeyi değiştirmiştir. Bunun sonucunda günümüzde sanal ilişki olarak nitelendirilen, yüz yüze görüşmeye dayanmayan, farklı mekanlarda gerçekleşen ve internet araçları vasıtasıyla gerçekleştirilen bir ilişki türü olan sanal aldatma ortaya çıkmıştır. Dünyanın global bir hale geldiği akıllı telefonlar ve internet sayesinde sanal ilişkiler çok yaygınlaşmıştır (Ögel, 2012, s. 74).

Bireyin sahip olduğu en önemli özelliklerden birisi arzularıdır. Bu arzular sürekli tatmin edilmek ister. Bu arzulardan birisi de karşı cins arzudur. Bireyler karşı cinsle konuşmak, onu yanında hissetmek isterler. Bu sayede kendi arzularını tatmin etmeye çalışır. Sanal ilişkide de aynı durum söz konusudur. Birey, karşısındakini içselleştirmektedir. Diğer bir ifadeyle birey, karşısındaki kişiye bir benlik yükler ve onu zihninde canlandırır. İnternetin yaygınlaşması ile artık çok kolay bir olgu haline gelen sanal ihanet, birçok evli bireyin evliliğine zarar vermektedir. Sanal ihaneti ortaya çıkan birçok kişi bu kapsamda gerçek bir ilişki olmadığını savunarak kendilerini korumaya çalışmaktadırlar. Ancak sanal ihanetin gerçek bir ihanet olarak ele alınıp alınmayacağı aslında bireylerin kişisel yargılarıyla ilişkilidir (Ögel, 2012, s. 77).

Yücel (2017)'e göre, sanal ilişkiler zaman içerisinde aile içindeki güven duygusunu zedeleyip, giderek yok olmasına sebebiyet vermektedir. Eşler arasındaki beraberliğin sürmesi için güven duygusu en önemli faktörlerden biridir. İletişimin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi ilişkinin yürümesi için önem taşımaktadır. Ancak sanal ilişkiler sonucunda, eşinden uzaklaşmaya veya yalan söylemeye başlayan kişi, güven duygusunu derinden sarsarak, ilişkinin bozulmasına ve hatta evliliğin bitimine neden olabilmektedir (Yarımca, 2017).

### **2.3.3. Aldatma eğilimi ile ilgili yapılan bazı çalışmalar**

Son zamanlarda aldatmaların ve buna paralel olarak meydana gelen boşanmaların sayısındaki artış, aldatma ile ilgili araştırmaları önemli bir hale getirmektedir (Beach ve diğerleri, 1985). Aldatma ile ilgili yapılan birçok çalışma mevcut olmasına rağmen, konunun mahrem olması nedeniyle yapılan çalışmaların kapsamı geniş değildir (Kantarcı, 2009). Atkins ve diğerlerine (2001) göre de, aldatma alanıyla ilgili yapılan çalışmalar yöntemsel problemlere sahiptir.

Aldatma ile ilgili yapılan çalışmaların çoğu aldatmayı cinsiyetler açısından ele almıştır (Cann ve diğerleri, 2001; DeStano ve diğerleri, 2002). Söz konusu çalışmalarda erkeklerin aldatmaya daha meyilli olduğu tespit edilmiştir (Thompson, 1984; Atkins ve



diğerleri, 2001). Kadınların ise erkeklere oranla çok daha fazla aldatma korkusu taşıdığı tespit edilmiştir (Thompson, 1984; Atkins ve diğerleri, 2001; Green ve Sabini, 2006).

Yine Kantarcı (2009) çalışmasında erkeklerin kadınlara göre daha yüksek aldatma eğilimine sahip olduğunu saptamıştır.

Bunun yanında aldatmayı yaş açısından ele alan çalışmalar da bulunmaktadır. Wiederman (1997) yaptığı çalışmada aldatma ile yaş arasında bir ilişki olmadığını vurgulamıştır (Polat, 2006).

Polat (2006) ise aldatmanın daha çok cinsel sadakatsizlik nedeniyle gerçekleştiği sonucuna ulaşmıştır.

Aldatmayı bazı araştırmacılar bağlanma stili üzerinden ele almıştır. Örneğin, Hatamy ve diğerleri (2011), kaçınan bağlanma stiline sahip bireylerin aldatmaya daha meyilli olduğunu tespit etmiştir. Fricker (2006) ise, benzer şekilde kaçınan ve kaygılı bağlanma stiline sahip bireylerin aldatmaya daha meyilli olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanında Bogaert ve Sadava ise (2002) sadece kaygılı bağlanma stiline sahip bireylerin aldatmaya meyilli olduğunu ifade etmiştir.

Kubat (2012) çalışmasında aldatma eğilimi ve evlilik doyumu ilişkisine bakmıştır ve aldatma eğilimi ile evlilik doyumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sonuca göre, aldatma eğilimi arttıkça, evlilikten alınan doyum azalmaktadır.

Kankaya (2015) yapmış olduğu çalışmada aldatma eğilimi ile cinsel doyum arasındaki ilişkiye bakmıştır. Araştırmanın sonucunda, cinsel doyum azaldıkça aldatma eğiliminin arttığını saptanmıştır.

2011 yılında Treger ve Sprecher, bağlanma stilleri ile aldatma eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Buna göre, erkeklerin sahip olduğu saplantılı bağlanma stillerinin aldatmayı daha stres verici bulduğu; kadınların sahip olduğu saplantılı ve korkulu bağlanma stillerinin ise aldatmayı daha az stres verici bulduğu saptanmıştır.

Quinlan ve Quinlan tarafından 2017 yılında yapılan bir çalışmada ise, bağlanma stilleri ile aldatmanın da yer aldığı birçok değişken karşılaştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, ulaşılabilir ve cevap verici özelliklere sahip ailelerde yetişen çocukların aldatmaya daha az meyilli olduğu tespit edilmiştir.

2006 yılında Polat tarafından yapılan çalışmada evlilik uyumu ile aldatma ve çatışma eğilimleri arasındaki ilişki 204 evli birey üzerinde analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre çatışma eğilimi ve evlilik uyumu arasında ters ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, evlilik uyumu yüksek olan evli çiftlerin daha az çatışma yaşadığı gözlemlenmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında bireylerin aldatma eğilimleri ile evlilik uyumları ilişkisi de incelenmiştir. Buna göre evlilik uyumu yüksek olanların düşük bir aldatma eğilimine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2009 yılında Kantarcı tarafından yapılan çalışmada ise, evli bireylerin aldatma eğilimleri bağlanma stilleri açısından incelenmiştir. Bu kapsamda, 200 evli kişinin katıldığı bir anket uygulanmıştır. Ankette aldatma eğilimi ölçeği kullanılarak bireylerin aldatma eğilimleri tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, aldatma eğiliminin bireylerin bağlanma stiline göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Güvenli bağlanma stiline sahip olanlarda aldatma eğiliminin düştüğü gözlemlenmiştir.

2010 yılında Kahraman ve arkadaşları tarafından yapılan bir çalışmada bireylerin ahlaki çatışmaları nitelendirmesinin boyutu incelenmiştir. Buna göre, bireylerin aldatmayı da içeren bir takım kategorilerde çatışma puanı elde edilmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırma sonucuna göre, erkeklerin aldatmayı daha önemsiz bir çatışma olarak gördükleri tespit edilmiştir.

2011 yılında Pronk, Karremans ve Wigboldus tarafından yapılan bir çalışmada ise, bilişsel kontrolün sadık kalma üzerindeki etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, üç farklı araştırma yapılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlara göre, bilişsel kontrol düzeyi ile aldatma eğilimi arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, yüksek düzeyde bilişsel kontrole sahip olan bireylerin aldatma eğilimlerinin daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

#### **2.4. Sosyal Medya**

Literatüre baktığımızda, sosyal medyayı tanımlayan birden çok tanım vardır. Tektaş (2004)'a göre sosyal medya, günümüzde hızla gelişmeye devam eden bir iletişim kanalıdır. İnternet ve sosyal platformların kullanımı ve üyelik sayıları günden güne artış göstermektedir. Kişiden kişiye sosyal medya kullanımının amacı farklılık göstermektedir, kimisi sosyal medyayı eğlence ve zaman geçirmek için bir kanal olarak görürken, kimisi yalnızlık hissiyatından kurtulmak adına bir araç olarak görmektedir (Karaçor, 2018).

Bir diğerk tanıma göre sosyal medya, kişinin sosyal platformlarda sergilediği kimliği ile statüsünü arttırma kanalıdır (Toprak ve diğ., 2009).

Henry (2012)'nin yaptığı bir araştırmada, sosyal medyanın kullanılmasının bir nedeni olarak kişilerin stresle başa çıkmasında aracı rol üstlendiği görülmektedir ve sosyal medya, bireylerin kişilerarası ilişkilerde işlevsellik sağlamayan sosyal beceriler kazanmasına sebebiyet vermektedir (Akbulut, 2018).

Günümüzde sosyal medya kullanımı, akıllı telefonların hayatımıza girmesi ve internetin kolay ulaşılabilir hale gelmesiyle artmıştır. ‘‘We are social’’ tarafından hazırlanmış olan 2018 yılı istatistiklerine bakıldığında, dünya nüfusunun yüzde 53’ü internet kullanmaktadır. Sosyal medyayı ise dünya nüfusunun yüzde 42’sine karşılık gelen 3 milyar 200 bin kişi kullanmaktadır (Çakır, 2018).

En sık kullanılan sosyal ağ hesaplarına bakıldığında akla ilk gelenler, Facebook, Twitter, Instagram gibi sitelerdir. Bunları, youtube, profesyonel sosyal ağlar ve bloglar izlemektedir (Lenhart ve Madden, 2007).

Dellaloğlu (2015)'na göre sosyal medya ‘mesafeli yakınlık’ tır. Sosyal medya sayesinde, uzağımızdaki kişiler yakınıımız olabilirken, yakınıımızdaki kişiler bize uzak konumda olabilmektedir (Akbulut, 2018).

#### **2.4.1. Sosyal Medya Bağımlılığı**

Harris (2004)'e göre kontrolü sağlanamayan ve müdahale edilemeyen davranışlar bağımlılıktır (Çakır, 2018).

Bağımlılık denildiğinde akla ilk olarak madde kullanımı gelse de, bağımlılık çok yönlü anlamlar taşımaktadır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 1964’de bağımlılığı psikolojik ve fizyolojik olmak üzere ikiye ayırmıştır (Ateş, 2018).

Bununla birlikte, davranışsal bağımlılıktan söz edilmektedir. Yeni bir tanım olduğundan dolayı madde bağımlılığı kadar çok çalışılmamıştır. Davranışsal bağımlılık, kişinin kendisine veya diğerklerine zararı dokunacak bir eylemi gerçekleştirmek için şiddetli bir dürtü duymak olarak tanımlanmaktadır (Grant ve diğ., 2010).

Ögel (2014)'e göre teknoloji ve internet bağımlılığı önemli davranışsal bağımlılıklardandır. Teknolojinin bu denli gelişip, yaygınlaşmasıyla beraber insan hayatında da önemli değişimler olmuştur. Hayatı kolaylaştıran teknolojinin sunduğu

imkanlar insanoğlu için vazgeçilemez bir unsur haline gelmiştir. Hatta öyle ki; teknoloji, insanların varoluşunu teslim alan bir araca dönüşmüştür.

Bağımlılık, dürtülere teslim olmak olarak tanımlanabilir. İnsanlar dürtüleriyle başa çıkmakta zorlanır. İnternet, diğer bağımlılıklardan çok farklı bir kavramdır. Sosyal iletişimi arttırdığı gibi sosyal izolasyona da neden olmaktadır ve bir yandan iletişimi kolaylaştırırken, diğer yandan iletişim kopukluğuna neden olarak ilişkileri zedelemektedir (Ögel, 2014, s. 211).

İnternet bağımlılığı ile yakından ilişkili olduğu düşünölen sosyallik ihtiyacı bireyi internet kullanımına itmektedir. Bireyin günlük hayatında, yakın çevresi ve sosyal çevresi ile kuramadığı iletişimi internet ortamında sosyal medya kanallarıyla kurması, internetin daha çekici bir hale gelmesine sebebiyet vermektedir (Grohol, 1999; Güniç ve Kayri, 2010). Sosyal hayatında iletişim zorluğu yaşıyan kişilerin sanal dünyada daha rahat iletişim kurdukları ve rahat hissettikleri tespit edilmiştir (Caplan, 2002).

İnternet ve sosyal medya bağımlılığında cinsiyetler arasında belirgin farklılıklar vardır. Kadınlar ilişkişel bağlantıları daha sık tercih ederlerken, erkekler görsel uyarınları tercih etmektedir ve kadınlar daha çok chat yaparken, erkekler daha çok online oyunlara, kumara, pornografiye vakit ayırmaktadır (Ögel, 2014, s. 215)

Öztürk'ün 2016 yılında boşanma sürecindeki kadınlarla yaptığı çalışmada, katılımcı kadınların %43.3'ünün aldatmayı boşanma nedeni olarak gördüğu saptanmıştır. Bu kapsamda konuyla ilgili yapılan araştırmalar, boşanma sebebi olarak iletişimsizliğin önemli bir neden olduğunu göstermektedir. Günümüzde artmakta olan boşanmaların nedenleri incelendiğinde, bu nedenlerin altında sosyal medyanın önemli bir rol oynadığı görölmektedir. Uzmanlar sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle aile hayatının etkilendiğini ve iletişimsizliğe yol açan sosyal medyanın boşanmayı tetiklediğini iddia etmektedir (Meclis Araştırma Komisyon Raporu, 2016; Öngören, 2017, s. 75).

#### **2.4.2. Sosyal medya ve internet bağımlılığı ile ilgili yapılmış bazı araştırmalar**

Balta ve Horzum'un (2008) yapmış olduğu bir çalışmada erkek öğrencilerin, kız öğrencilere göre internet bağımlılığı düzeyi daha yüksek bulunmuştur. Bu çalışma Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Faköltesi'nde 292 öğrenci ile yapılmıştır.

Young'un internet bağımlılığı ile ilgili yapmış olduğu bir çalışmada çıkan sonuçlara göre, internet bağımlılığının tıpkı diğer bağımlılıklar gibi bazı sorunlara yol açtığı tespit

edilmiştir. Bu sorunlar, bireysel ve ailevi olabileceği gibi mesleki ve sosyal sorunlar da olabilmektedir. Ancak sorunlar arasındaki en belirgin olanlar uykusuzluk ve fiziksel yorgunluktur (Gülner ve Balcı, 2009).

Ozer (2014) tarafından 226 Amerikalı ve 200 Türk öğrenci ile Facebook bağımlılıkları ve akademik performansları arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırma yapılmıştır ve Amerikalı öğrencilerin akademik performanslarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İki ülkenin öğrencilerinin %70'inin akıllı telefon sahibi olduğu ve uykudan kalktıktan sonraki ilk yarım saat içerisinde telefonlarını ve sosyal medya hesaplarını kontrol edildiği görülmüştür. Türk öğrencilerin sosyal medya kullanımları arttıkça akademik performansları düşerken, Amerikalı öğrenciler için bu geçerli değildir.

Çakır (2018) 1127 kişi ile yapmış olduğu çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile narsizm arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulmuştur. Araştırmanın sonucuna göre, kişilerin narsizm düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılıkları da o derece artmaktadır. Bunun yanında empati düzeyi düşük olan bireylerin sosyal medya kullanımlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Ünlü (2018) yapmış olduğu çalışmada sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik dayanıklılık arasındaki ilişkiye bakmıştır. Araştırmanın sonucunda, sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik dayanıklılık arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulmuştur. Buna göre, psikolojik dayanıklılık düştükçe, sosyal medya bağımlılık puanı artmaktadır.

## **2.5. Temel Psikolojik İhtiyaçlar**

Budak (2003)'ın tanımına göre ihtiyaç, "insan tabiatında var olan bir etmenin eksiliğinin hissedilmesiyle oluşan ve kişiden kişiye farklılık gösteren biyolojik, fiziksel ve psikolojik olabilen örüntülerdir." Fizyolojik gereksinimler birincil ihtiyaçlar olurlarken, ikincil ihtiyaçlar psikolojik gereksinimler olabilmektedir (Karaburç, 2017).

Bir başka tanıma göre, ihtiyaçlarımız; organizmamızın doğrultusunda olup; hayatımızı devam ettirebilmek ve gelişimimizin sağlanması için meydana gelen arzu ve isteklerimizden oluşmaktadır (Zhang, 2008).

Temel psikolojik ihtiyaçlarla ilgili yapılan çalışmaların sonucu bizlere, bireyin sosyal çevresi tarafından destek görmesi için psikolojik ihtiyaçlarının belirli bir noktaya kadar doyurulması gerektiğini göstermektedir. Öz belirleme kuramının konusu olan temel psikolojik ihtiyaçların alt başlıkları; özerklik, yeterlilik ve ilişkili olma olarak adlandırılır.

Birey, yakınları ve sosyal çevresi tarafından ne kadar destek görürse, psikolojik ihtiyaçlarının doyumu da o doğrultuda artmaktadır ve bu bağlamda, bireyin fiziksel ve ruhsal gelişimi de yükselmektedir (Deci ve Ryan, 2000).

Psikolojik ihtiyaçlar, fiziksel ihtiyaçlardan farklılaşarak ait olunan toplumun etkisiyle değişebilmektedir. Bundan dolayı psikolojik ihtiyaçlar kişilerde bireysel farklılıkların ortaya çıkmasını getirmektedir (Baymur, 1994). Psikolojik ihtiyaçların anlaşılması, insanların davranış örüntülerini anlamlandırmamızda yardım sağlayacaktır.

Psikolojik ihtiyaçlarında doyum yaşayan kişilerin motivasyonlarında artış görülmektedir. Motivasyonu yüksek kişiler hayattan keyif alan ve özgüven problemi yaşamayan bireylerdir. Bunun aksine, psikolojik ihtiyaçları yeterli ölçüde karşılanmayan kişiler ise çeşitli problemler yaşamakla beraber çevreleri tarafından özgüven problemi yaşayan bireyler olarak adlandırılabilirler. Bunu yaşayan kişilerin yeterlilik duygularında zedelenmeler olacaktır (Ryan ve ark., 2011).

### **2.5.1. Öz Belirleme Kuramı**

Öz belirleme; kişinin davranışlarını, toplum kurallarını ekarte ederek kendi kişisel inanç ve istekleri doğrultusunda belirlemesi, kararlarını kendi özgür iradesiyle vermesi olarak tanımlanmaktadır. Kişiler baskı olmaksızın, kendi hür iradelerine ve değer yargılarına göre karar verdiklerinde öz belirleme gerçekleşmiş olacaktır (Cihangir Çankaya, 2005). Kurama göre bireyler öznel iyi hal ve sağlıklı bir psikoloji için üç temel psikolojik ihtiyaca gereksinim duymaktadır. Bu psikolojik ihtiyaçlar; yeterlik, özerklik ve ilişkili olma gereksinimidir (Deci ve Ryan, 2000).

#### **2.5.1.1. Yeterlik**

Yeterlik, kişinin kendini geliştirebilmesi ve yaptığı şeylerden doyum alıp haz duygusuna ulaşabilmesi için önemlidir (Deci ve Ryan, 1985). Yeterlik, bireyin yeterliklerini iyi düzeyde kullanarak olaylarla baş edebilmesi olarak tanımlanabilir.

Bireyin fizyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarının doyuma ulaşması yeterlik duygusunun oluşmasına zemin hazırlar. Çocuklar yeni deneyimledikleri bir şeyi sürekli olarak tekrar ederek yeterlik duygusuna ulaşırlar (Deci ve Ryan, 1985). Çocukluktan itibaren başarıyı hissedebilmek için yeterlik algısına ulaşmış olmak gerekir (Deci ve Ryan, 2000).

Yeterlik ve özerklik ihtiyaçlarının arasında bağlantı vardır. Kişinin olay ve durumlardan zevk duyabilmesi için özerklik ihtiyacının desteklenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Yani yeterlik ve özerklik kavramları birbirinden ayrı düşünülmemelidir (Sheldon, Ryan ve Reis, 1996).

### **2.5.1.2. Özerklik**

Öz belirleme kuramına göre özerklik, kişinin kendi davranışlarını seçebilmesi, hür iradesiyle karar verebilmesi anlamı taşımaktadır (Deci ve Ryan, 1987).

Özerklik, duygusal ve davranışsal ve değerler bağlamında özerklik olarak kendi içinde ayrılmaktadır. Duygusal özerklik, kişinin yakın çevresiyle olan ikili ilişkilerinde ne derecede kendi iradesi ve kendi fikirleriyle durabildiğine bakarken, davranışsal özerklik, kişinin karar verme süreci ve seçimlerine bakmaktadır. Değerler bağlamında özerklik ise; kişinin sosyal çevresini ve etrafındaki değer yargılarını bir zorlamaya maruz kalmadan kendi değerleriyle bağdaştırabilmesidir (Ryan ve Lynch, 1989).

### **2.5.1.3. İlişkili Olma**

İlişkili olma, ait hissetmeyi beraberinde getiren bir ihtiyaçtır. Her insan bir yere ya da bir şeye ait olma ihtiyacı hissedebilmektedir.

Öz belirleme kuramına göre ilişkili olma, kişinin yaşamakta olduğu çevreye ve yakın ilişkiler geliştirmiş olduğu kişilere karşı aidiyet duygusu taşımasıdır (Reis ve ark., 2000).

Kurama göre; yeterlik, özerklik ve ilişkili olma birbiriyle bağlantılı üç ihtiyaçtır. İhtiyaçların doyumu, bir diğerinin doyumuna bağlıdır. Yani kişi ilişkide özerklik ihtiyacının doyurulduğunu hissediyorsa, partnerine duyduğu güvenin artması beklenmektedir. Yapılmış araştırmalarda ilişki ihtiyacı karşılanmış olan bireylerin özerklik ihtiyaçlarının da aynı oranda arttığı görülmektedir (Sheldon ve Bettencourt, 2002).

## **2.5.2. Temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ile ilgili yapılan bazı araştırmalar**

1999 yılında Cengiz, lise öğrencileriyle yaptığı bir çalışmada, uyum düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlar arasında ilişki kurmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, kişisel uyum düzeyi yüksek olan bireylerde yakınlık kurma ihtiyacının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, kişisel uyum düzeyi düşük olan bireylerde kendini suçlama ve

saldırganlığın yüksek olduğu, yakınlık kurma ihtiyacının ise düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Cengiz, 1999).

Sheldon ve Bettencourt tarafından 2002 yılında yapılan bir araştırmada, beş kişi, psikolojik ihtiyaç doyumu, grup içinde yüksek pozitif ve düşük olumsuz ruh hali, grup etkinlikleri için içsel motivasyon ve gruba yüksek bağlılığın belirleyicileri açısından değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda özerklik ile kişilerarası ilişki arasında ilişki tespit edilmiştir (Sheldon ve Beetencourt, 2002).

Baard, Ryan ve Deci tarafından 2004 yılında yapılan bir çalışmada iki farklı örgütte bulunan bireylerin ihtiyaç doyumları ele alınmıştır. Araştırma kapsamında bireylerin kendini özerk hissetmesinin sonucu olarak ortaya çıkan yönelimler ile özerklik ilişkisi analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, kadın ve erkeklerin özgürlük ve seçim yapma özgürlüğünün (özerklik) değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir.

2004 yılında Kuru tarafından yapılan bir çalışmada, 30 Kazak ve 40 Türk üniversite öğrencisinin temel psikolojik ihtiyaçları 15 farklı boyutta karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, iki öğrenci grubu arasında değişiklik ihtiyacı açısından farklılık bulunmuş olup, diğer 14 boyutta (düzen, gösteriş, başarıma, özerklik gibi) farklılık tespit edilememiştir (Kuru, 2004).

Çelikkaleli ve Gündoğdu tarafından 2005 yılında yapılan bir çalışmada ise, 380 öğrencinin özerklik ve ilişki ihtiyaçları karşılaştırılmıştır. Bu kapsamda, öğrencilerin özerklik ve ilişki ihtiyaçlarının cinsiyetlere göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Araştırma sonucuna göre kızların erkeklere göre öznel iyi oluş düzeyi daha yüksek bulunmuştur (Çelikkaleli ve Gündoğdu, 2005).

2005 yılında Çelikkaleli, Gökçakan ve Çapri tarafından yapılan bir çalışmada lise öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının cinsiyet, okul ve ebeveynlerin eğitim durumuna göre değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir (Çelikkaleli, Gökçakan ve Çapri, 2005).

Hahn ve Oishi tarafından 2006 yılında yapılan bir çalışmada ise, iki kültürde yaşayan (ABD ve Güney Kore) yaşlı ve genç yetişkinler arasında on psikolojik ihtiyacın duygusal iyilik ile ilişkisi test edilmiştir. Sonuçlara göre bireylerin kültürleri ile temel psikolojik ihtiyaçları arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte,



Amerikalılar için benlik saygısı hem genç hem de yaşlı grupları için en önemli ihtiyaç olarak tespit edilmiştir. Koreliler için özerklik genç yetişkinlerde en göze çarpan ihtiyaç iken; kendi kendini gerçekleştirme ve popülerlik yaşlı yetişkinler için en önemli ihtiyaç olarak tespit edilmiştir (Hahn ve Oishi, 2006).

Evans ise 2009 yılında müzik etkinliklerinin temel psikolojik ihtiyaçlar üzerindeki etkisini analiz etmiştir. Müzik etkinlikleriyle genç yaşlardan itibaren ilgilenen bireylerde temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutları olan özerklik, yeterlik ve ilişkide olma düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle, müzik etkinlikleriyle ilgilenen bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarını tatmin ettiği sonucuna ulaşılmıştır (Evans, 2009).

2009 yılında Şad ve Gürbütürk tarafından yapılan bir çalışmada ise, üniversite hazırlık öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçları incelenmiştir. Buna göre, öğrencilerin yüksek derecede dışsal motivasyona sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, kız öğrencilerin içsel motivasyonlarının erkek öğrencilerden yüksek olduğu tespit edilmiştir (Şad ve Gürbütürk, 2009).

Yine 2009 yılında Şahin ve Owen, lise öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarını saldırganlık puanları üzerinden incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin saldırganlık puanları ile temel psikolojik ihtiyaç alt boyutu olan ilişkili olma ve yeterlik ihtiyacı arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. İlişki ve yeterlik ihtiyacını alt seviyede hisseden öğrencilerin saldırganlık düzeyi yüksektir (Şahin ve Owen, 2009).

2010 yılında Bell tarafından yapılan araştırmada içsel motivasyon ile temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutları arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, temel psikolojik ihtiyaçların tüm alt boyutlarının içsel motivasyon üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ancak içsel motivasyonun yeterlik ve ilişkili olma alt boyutu üzerindeki etkisinin, özerklik alt boyutundan daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Bell, 2010).

2010 yılında Chiang ve Sunny, online tabanlı oyunlarla temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutları arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, online tabanlı oyunların temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutları olan özerklik, yeterlik ve ilişkili olma üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucuna göre online oyunların en çok özerklik alt boyutu üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir (Chiang ve Sunny, 2010).

2011 yılında Howell ve diğeri tarafından yapılan bir çalışmada, temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutlarından olan özerklik ve ilişkili olma ile anlık mutluluk arasında pozitif ilişki olduğunu tespit etmiştir. Howell ayrıca yaptığı çalışmada yeterlik ile anlık mutluluk arasında negatif bir ilişki olduğunu saptamıştır (Howell, 2011).

2011 yılında Eşici tarafından yapılan bir çalışmada ise, psikolojik ihtiyaçların doyumu ile romantik ilişki kalitesi karşılaştırılmıştır. Buna göre, psikolojik ihtiyaçların doyumu ile romantik ilişki kalitesi arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre, psikolojik ihtiyaç doyumu arttıkça romantik ilişkinin kalitesi de artmaktadır (Eşici, 2011).

2012 yılında Doğan ve Eryılmaz tarafından yapılan çalışmada, farklı üniversitelerde bulunan 215 akademisyenin temel psikolojik ihtiyaçları incelenmiştir. Buna göre, öznel iyi oluş ile temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Doğan ve Eryılmaz, 2012).

2012 yılında Çivitçi ise, 376 üniversite öğrencisinin yeterlik ve özerklik ihtiyaçları ile yaşam doyumu arasındaki ilişki ele alınmıştır. Araştırma sonucuna göre, öğrencilerin yeterlik ve özerklik ihtiyaçları ile yaşam doyumu arasında ilişki tespit edilmemiştir. Ancak erkeklerin özerklik ve yeterlik ihtiyaçlarının kızlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çivitçi, 2012)

### 3.GEREÇ VE YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, araştırmada kullanılan ölçekler ve araştırmanın süreci ile yapılan istatistiksel işlem hakkında bilgiler yer almaktadır.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma kapsamında, evli bireylerin aldatma eğilimleri sosyal medya kullanım düzeyi ve temel ihtiyaçların karşılanma düzeyi açısından incelenmiştir. Araştırma için öncelikle betimsel araştırma metodu kullanılmış ve ardından bağlantısal araştırma metodundan yararlanılmıştır.

#### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma evreni İstanbul, İzmir ve Gaziantep'te ikamet eden 200 evli bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların 103'ü erkek, 97'si kadındır. Başka bir zamanda, bir yerde yapılacak anket farklı sonuçlar doğurabilecektir. Katılımcıların anket sorularına verdikleri cevaplar kendilerinin özgür iradeyle vermiş oldukları cevaplardır. Araştırma örnekleminin seçiminde tesadüfi örneklem yöntemi izlenmiştir.

Evlilik süresi 1 yılın altında olan bireyler araştırmaya dahil edilmemiştir. Bunun nedeni evlilikteki ilk yılın genellikle çiftlerin birbirine alışma dönemi olarak nitelendirilmesidir (Tarhan, 2012).

#### 3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada evli bireylerin aldatma eğilimlerini ölçmek için, Aldatma Eğilimi Ölçeği (AEÖ), temel psikolojik ihtiyaçların doyumunu ölçmek için Temel Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği (TPIÖ), sosyal medya kullanımını ölçmek için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) ve Sosyo Demografik bilgi formu kullanılmıştır.

##### 3.3.1. Onam Formu

Araştırmada yer almayı kabul eden tüm katılımcılara onam formu imzalatılmıştır (Ek-1).

##### 3.3.2. Sosyo-demografik Bilgi Formu

Araştırmaya katılan kişilere, araştırmacı tarafından hazırlanan 26 sorudan oluşan kişisel bilgi formu uygulanmıştır. Etik kurallar gereği ve gerçekçi yanıtlar alabilmek

adına araştırma sırasında katılımcılara kimlik bilgilerini içeren sorular yöneltilmemiştir (Ek-2).

### **3.3.3. Aldatma Eğilimi Ölçeği**

Aldatma Eğilimi Ölçeği (AEÖ) 2006 senesinde Polat tarafından geliştirilmiştir. 30 maddeden oluşmaktadır ve 30 maddeden 18'i pozitif (aldatma eğilimini ölçen) 12' si ise negatiftir (aldatma sayılmayan davranışlar) ve ters puanlanmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.95 olarak bulunmuştur (Ek-3).

### **3.3.4 Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği**

Araştırmaya katılanların temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyini ölçmek amacıyla Deci ve Ryan (1991) tarafından geliştirilip; Kesici ve arkadaşları (2003) tarafından uyarılma çalışması yapılan Temel Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu ölçek 21 maddeden oluşmakta olup katılımcılar Likert ölçeğinde sorulara 1 – 5 arası değer vermektedir. Temel Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği üç alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar özerklik ihtiyacı, yeterlik ihtiyacı ve ilişkili olma ihtiyacı şeklindedir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.76 olarak bulunmuştur (Ek-4).

1. Özerklik ihtiyacı: 1., 4., 8., 11., 14., 17., 20. maddeler olmak üzere toplam 7 maddeden oluşmaktadır.
2. Yeterlilik ihtiyacı: 3., 5., 10., 13., 15. ve 19. maddeler olmak üzere toplam 6 maddeden oluşmaktadır.
3. İlişki ihtiyacı: 2., 6., 7., 9., 12., 16., 18., ve 21. maddeler olmak üzere toplam 8 maddeden oluşmaktadır.

### **3.3.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu**

Araştırmaya katılanların sosyal medya bağımlılıklarının tespiti için de Şahin ve Yağcı tarafından 2017 yılında oluşturulan Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte 20 madde bulunmakta olup bu maddeler sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutlarında sorulara sahiptir. Araştırmada katılımcılar Likert ölçeğinde sorulara 1- 5 arası değer vermektedir. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin güvenilirliğine ilişkin iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığını gösteren Cronbach Alfa katsayısı, ölçeğin tamamı için .95, kontrol güçlüğü ve yoksunluk alt boyutu için .92, işlevsellikte bozulma alt boyutu için .91 ve son olarak sosyal izolasyon alt boyutu için ise

.81 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin 1. ve 11. Maddeleri sanal tolerans alt boyut maddeleri olurken, 12. ve 20. maddeler sanal iletişim alt boyut maddeleridir (Ek-5).

### **3.4. Verilerin Analizi**

Araştırma kapsamında bir bağımlı değişken (aldatma eğilimi) ve iki bağımsız değişken (sosyal medya kullanım düzeyi, temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi) bulunmaktadır. Araştırmada sosyal medya kullanım düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin aldatma eğilimi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda öncelikle demografik değişkenlerin frekans ve yüzde dağılımları belirlenmiştir. Araştırma kapsamında sosyal medya kullanım düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin aldatma eğilimi üzerindeki etkisi tespit etmek amacıyla regresyon modeli kullanılmıştır. Tüm hesaplamalar SPSS 23.0 paket programı üzerinden yapılmıştır.

Araştırma için öncelikle betimsel araştırma metodu kullanılmış ve ardından bağlantısal araştırma metodundan yararlanılmıştır. Bu iki metod kullanılarak ölçek aracılığıyla elde edilen veriler öncelikle analiz edilmiş ve ardından yorumlanmıştır. Ayrıca istatistiksel analiz için betimsel istatistik analiz yöntemlerinden de faydalanılmıştır. Bu modelde, yüzde, frekans, standart sapma gibi özellikler kullanılmış ve karşılaştırmalar yapılmıştır.

Toplanan verilerin yaş, cinsiyet, eğitim, gelir durumu gibi farklı varyasyonlara göre sınırlandırılmasında ise betimsel model ve betimsel istatistik analiz araçlarından yararlanılmıştır. Ayrıca, ankete verilen cevaplarda bağlantının olup olmadığını, diğer bir ifadeyle, verilerin gerçekten bireylerin kişisel görüşünü yansıttığını ispatlamak için de betimsel araçlardan yararlanılmıştır. Korelasyon testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), bağımsız t testinden yararlanılmıştır.

#### 4. BULGULAR

Bu araştırmada aldatma eğiliminin, sosyal medya kullanım d¼zeyi ve temel psikolojik ihtiyaçların doyumunu ile ilişkisi incelenmiştir. Bunun yanı sıra, aldatma eğilimi, sosyal medya kullanım d¼zeyi ve temel psikolojik ihtiyaçların doyumununun demografik bilgilerle olan ilişkileri de incelenmiştir. Bu amaç çerçevesinde, bu bölümde verilere uygulanan korelasyon analizi, t testi, varyans analizi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiş olup, tüm sonuçlar için anlamlılık d¼zeyi 0.05 ve 0.01 olarak kabul edilmiştir.

##### 4.1. Betimleyici İstatistiksel Verilere İlişkin Bulgular

*Tablo 4.1.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Verilerinin Frekans Analizi*

		Sıklık (n)	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>	Erkek	103	51,5	51,5
	Kadın	97	48,5	100,0
<b>Yaş</b>	30 yaş ve altı	70	35,0	35,0
	30-40 yaş aralığı	79	39,5	74,5
	40 yaş ve üstü	51	25,5	100,0
<b>Eşinin yaşı</b>	30 yaş ve altı	66	33,0	33,0
	30-40 yaş aralığı	89	44,5	77,5
	40 yaş ve üstü	45	22,5	100,0
<b>şehir</b>	Gaziantep	34	17,0	17,0
	İstanbul	151	75,5	92,5
	İzmir	15	7,5	100,0
	Toplam	200	100,0	

Araştırmaya katılanların demografik verileri değerlendirildiğinde; %51,5'inin (n=103) erkek, %39,5'inin (n=79) 30-40 yaş aralığında %44,5'inin (n=89) eşinin yaşının da 30-40 yaş aralığında olduğu ve %75,5 (n=151) oranında İstanbul ilinde yaşadığı belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.1).

## 4.2. Araştırmaya Katılanların Evlilik Süreçleri ve Aile Yapısının İncelenmesi

**Tablo 4.2.1. Araştırmaya Katılanların Evlilik Süreçleri ve Aile Yapısına Ait Bulgular**

	Sıklık (n)	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)	
<b>Evlilik Süresi</b>	2 yıl ve altı	68	34,0	
	3-5 yıl	45	22,5	56,5
	6 yıl ve üstü	87	43,5	100,0
<b>Tanışma Süresi</b>	12 ay ve altı	96	48,0	48,0
	13 - 36 ay	65	32,5	80,5
	36 ay üzeri	39	19,5	100,0
<b>Kaçıncı Evlilik</b>	1	179	89,5	89,5
	2	20	10,0	99,5
	3	1	,5	100,0
<b>Çocuk Sayısı</b>	0 çocuk	57	28,5	28,5
	1 çocuk	52	26,0	54,5
	2 çocuk	69	34,5	89,0
	3 çocuk ve üstü	22	11,0	100,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>		

Araştırmaya katılanların evlilik süreçleri değerlendirildiğinde; %43,5'inin (n=87) 6 yıl ve üstünde evli olduğu, %48'inin (n=87) tanışma sürelerinin 12 ay ve altında sürdüğü, %89,5'inin (179) ilk, %10'unun (n=20) ikinci evliliği gerçekleştiği ve %34,5'inin (69) 2 çocuğa sahip olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.2).

### 4.3.Araştırmaya Katılanların Sosyoekonomik Durumunun İncelenmesi

**Tablo 4.3.1. Araştırmaya Katılanların Hane Halkı ve Sosyoekonomik Durumuna Ait Bulgular**

		Sıklık (n)	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Evde Yaşayan Kişi Sayısı	2	72	36	36
	3	54	27,0	63,0
	4	54	27,0	90,0
	5	12	6,0	96,0
	6	8	4,0	100,0
Kimlerle Yaşıyor	Aile	138	69,0	69,0
	Eş	57	28,5	97,5
	Geniş aile	5	2,5	100,0
Maddi Durum	Dar gelirli	3	1,5	1,5
	Ortanın altı	8	4,0	5,5
	Orta halli	96	48,0	53,5
	Ortanın üstü	81	40,5	94,0
	Varlıklı	12	6,0	100,0
	Toplam	200	100,0	

Araştırmaya katılanların evinde %27'lik (n=104) oranlarda 3 veya 4 kişi yaşamaktadır. %69 (n=138) oranında aile ile yaşandığı ve sosyoekonomik düzey olarak %48'inin (n=96) orta halli olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.3).

### 4.4. Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumu, Meslek Grubu ve Çalışma Şartlarının İncelenmesi

**Tablo 4.4.1. Araştırmaya Katılanların Eğitim Düzeyi, Mesleği ve Çalışma Şartlarına Ait Bulgular**

		Sıklık (n)	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	15	7,5	7,5
	Lise	46	23,0	30,5
	Üniversite	92	46,0	76,5
	Lisansüstü	47	23,5	100,0
Meslek Grubu	Çalışmıyorum	26	13,0	13,0
	Özel Sektör	103	51,5	64,5
	Devlet Memuru	20	10,0	74,5
	Serbest Çalışan	51	25,5	100,0
Çalışma Saati	8 saat ve altı	153	76,5	76,5
	8 saat ve üstü	47	23,5	100,0
Hafta sonu çalışma	Evet	82	41,0	41,0
	Hayır	118	59,0	100,0
	Toplam	200	100,0	

Araştırmaya katılanların eğitim düzeyleri değerlendirildiğinde; %46'sının (n=92) üniversite mezunu olduğu, %51,5'inin (n=103) özel sektörde çalıştığı, %76,5'inin 8 saat



ve altında çalışma süresine sahip olduğu ve %41'inin (n=82) hafta sonu da çalıştığı belirlenmiştir.

#### 4.5. Araştırmaya Katılanların Eşlerinin Eğitim Düzeyi ve Meslek Grupları Açısından İncelenmesi

**Tablo 4.5.1. Araştırmaya Katılanların Eşlerinin Eğitim Düzeyi, Mesleği ve Çalışma Şartlarına Ait Bulgular**

		Sıklık (n)	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
<b>Eğitim Düzeyi</b>	Okur-yazar değil	1	,5	,5
	İlköğretim	17	8,5	9,0
	Lise	50	25,0	34,0
	Üniversite	91	45,5	79,5
	Lisansüstü	41	20,5	100,0
<b>Meslek Grubu</b>	Çalışmıyorum	34	17,0	17,0
	Özel Sektör	78	39,0	56,0
	Devlet Memuru	28	14,0	70,0
	Serbest Çalışan	60	30,0	100,0
<b>Çalışma Saati</b>	8 saat ve altı	151	75,5	75,5
	8 saat ve üstü	49	24,5	100,0
<b>Hafta sonu çalışma</b>	Evet	78	39,0	39,0
	Hayır	122	61,0	100,0
<b>Toplam</b>		200	100,0	

Araştırmaya katılanların eşlerinin eğitim düzeyleri değerlendirildiğinde; %45,5'inin (n=91) üniversite mezunu olduğu, %39'unun (n=78) özel sektörde çalıştığı, %75,5'inin 8 saat ve altında çalışma süresine sahip olduğu ve %39'unun (n=78) hafta sonu da çalıştığı belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.5).

#### 4.6. Araştırmaya Katılanların Ve Eşlerinin Yetiştikleri Yerin İncelenmesi

**Tablo 4.6.1. Araştırmaya Katılanların ve Eşlerinin Yetiştirme Yerine Ait Bulgular**

		Sıklık (n)	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
<b>Yetiştirme yeri</b>	Şehir merkezi	164	82,0	82,0
	İlçe	26	13,0	95,0
	Kasaba	3	1,5	96,5
	Köy	7	3,5	100,0
<b>Eşin Yetiştirme yeri</b>	Şehir merkezi	169	84,5	84,5
	İlçe	21	10,5	95,0
	Kasaba	2	1,0	96,0
	Köy	8	4,0	100,0
<b>Toplam</b>		200	100,0	

Araştırmaya katılanların %82'sinin (n=164) şehir merkezinde yetiştiği, eşlerinin %84,5'inin (n=169) yine şehir merkezinde yetiştiği belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.6).

#### 4.7. Araştırmaya Katılanların Akrabalık Durumlarının İncelenmesi

**Tablo 4.7.1. Araştırmaya Katılanların Eşleri ile Akrabalık İlişkisi ve Eşinin Kişisel Özelliklerine Ait Bulgular**

		Sıklık (n)	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Evlenme Şekli	Anlaşarak	162	81,0	81,0
	Görücü usulü	38	19,0	100,0
Akrabalık Durumu	Yakın akraba	3	1,5	1,5
	Uzak akraba	8	4,0	5,5
	Akrabalık yok	189	94,5	100,0
Eşin Kişisel Özelliklerini Beğenme	Çok beğeniyorum	74	37,0	37,0
	Orta derecede beğeniyorum	101	50,5	87,5
	Az beğeniyorum	22	11,0	98,5
	Hiç beğenmiyorum	3	1,5	100,0
	Toplam	200	100,0	

Araştırmaya katılanların %81'inin (n=162) anlaşarak evlendiği, %94,5'inde akrabalık durumunun olmadığı tespit edilmiştir. %50,5 (n=101) oranında katılımcı eşlerinin kişisel özelliklerini beğenme durumlarını “orta derecede beğeniyorum” şeklinde ifade etmişlerdir (Bkz. Tablo 4.7).

#### 4.8. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Psikolojik İhtiyaç Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesi

**Tablo 4.8.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Cinsiyet Değişkenine Ait Analiz Sonuçları**

	Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
Aldatma Eğilimi (Toplam)**	Kadın	97	2,483	,8307	0.001
	Erkek	103	3,018	,8430	
Özerklik Alt Boyutu	Kadın	97	3,218	,7197	0.000
	Erkek	103	3,588	,6098	
Yeterlilik Alt Boyutu	Kadın	97	3,522	,9232	0.001
	Erkek	103	2,951	,9234	
İlişki Alt Boyutu	Kadın	97	3,572	,6345	0.006
	Erkek	103	3,792	,4708	
Temel Psikolojik İhtiyaçlar*** (Toplam)	Kadın	97	3,355	,5997	0.001
	Erkek	103	3,709	,5216	
Sanal Tolerans Alt boyutu	Kadın	97	30,835	11,4689	0.946
	Erkek	103	30,738	8,5749	
Sanal İletişim Alt boyutu	Kadın	97	21,887	7,1500	0.001
	Erkek	103	25,126	5,3113	
Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)****	Kadın	97	52,722	17,7692	0.154
	Erkek	103	55,864	13,0234	

\* Bağımsız Örneklem T testi kullanılmıştır.

\*\* 5: Aldatma Eğilimi Yüksek - 1: Aldatma Eğilimi Düşü

\*\*\*1: Temel Psikolojik İhtiyaçlar Düşük - 5: Temel Psikolojik İhtiyaçlar Yüksek

\*\*\*\* 20 puan: Sosyal Medya Bağımlısı Değil - 100 puan Sosyal Medya Bağımlısı

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi cinsiyet açasından değerlendirildiğinde; erkek katılımcıların, kadınlara göre aldatma eğiliminin fazla olduğu istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $p<0.001$ ) (Bkz. Tablo 4.8).

Temel psikolojik ihtiyaçlar cinsiyete göre değerlendirildiğinde; erkeklerin kadınlara göre temel psikolojik ihtiyaçları ortalama puanlarının yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p<0.001$ ). “Özerklik” ve “İlişki” alt boyutlarında erkeklerin ortalama puanlarının yüksek olduğu belirlenirken, “Yeterlilik” alt boyutunda kadınların ortalama puanlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.8).

Sosyal medya kullanım düzeyi cinsiyete göre değerlendirildiğinde; erkeklerin sosyal medya kullanım sıklığı toplam puanı yüksek çıksa da istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (Bkz. Tablo 4.8), ( $p>0.05$ ). “Sanal İletişim” alt boyutunda ise; erkek katılımcıların, kadınlara göre sosyal medya kullanım düzeyinin yüksek olduğu ve anlamlı fark bulunduğu belirlenmiştir ( $p< 0.001$ ) (Bkz. Tablo 4.8).

#### 4.9. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Psikolojik İhtiyaç Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Yaş Değişkeni Açısından İncelenmesi

*Tablo 4.9.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Yaş Değişkenine Ait Analiz Sonuçları*

		Yaş	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
<b>Aldatma (Toplam)</b>	<b>Eğilimi</b>	30 yaş ve altı	70	2,437	,7546	<b>0,001</b>
		30-40 yaş aralığı	79	2,972	,8410	
		40 yaş ve üstü	51	2,869	,9705	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>		30 yaş ve altı	70	3,129	,6750	<b>0,001</b>
		30-40 yaş aralığı	79	3,526	,6484	
		40 yaş ve üstü	51	3,611	,6572	
<b>Yeterlilik Boyutu</b>	<b>Alt</b>	30 yaş ve altı	70	3,567	,8078	<b>0,001</b>
		30-40 yaş aralığı	79	2,998	,9166	
		40 yaş ve üstü	51	3,121	1,1111	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>		30 yaş ve altı	70	3,523	,6361	<b>0,009</b>
		30-40 yaş aralığı	79	3,797	,4755	
		40 yaş ve üstü	51	3,735	,5509	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>		30 yaş ve altı	70	3,299	,5969	<b>0,001</b>
		30-40 yaş aralığı	79	3,664	,5437	
		40 yaş ve üstü	51	3,667	,5439	
<b>Sanal Tolerans boyutu</b>	<b>Alt</b>	30 yaş ve altı	70	31,329	11,5730	0,455
		30-40 yaş aralığı	79	31,291	9,0881	
		40 yaş ve üstü	51	29,255	9,2560	
<b>Sanal İletişim boyutu</b>	<b>Alt</b>	30 yaş ve altı	70	23,186	6,5857	0,064
		30-40 yaş aralığı	79	24,785	5,7728	
		40 yaş ve üstü	51	22,157	7,0551	
<b>Sosyal Medya Kullanım (Toplam)</b>	<b>Düzeyi</b>	30 yaş ve altı	70	54,514	17,1174	0,247
		30-40 yaş aralığı	79	56,076	14,1980	
		40 yaş ve üstü	51	51,412	15,1567	

\*One-way Anova Uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi yaş açısından değerlendirildiğinde; yaş grupları arasında aldatma eğilimi anlamlı farklılıklara sahiptir ( $p < 0.001$ ). Söz konusu farkın kaynağını belirlemek amacıyla Post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlarına göre; 30-40 yaş aralığındaki bireylerin aldatma eğiliminin, 30 yaş altı bireylere göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 4.9).

Temel psikolojik ihtiyaçlar yaşa göre değerlendirildiğinde; yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $p < 0.001$ ). Söz konusu farkın kaynağını belirlemek amacıyla Post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlarına göre; 30-40 yaş aralığındaki bireylerin ortalama puanlarının, 30 yaş altı bireylere göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Tüm alt boyutlarında da anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Söz konusu fark incelendiğinde “özerklik” alt boyutunda, 40 yaş üstü katılımcıların, 30 yaş altı olanlara

göre daha fazla ortalama puanlara sahip olduğu belirlenmiştir. “Yeterlilik” alt boyutunda, 30 yaş altı bireylerin, 30-40 yaş aralığına göre daha fazla ortalama puanlara sahip olduğu “ilişki” alt boyutunda ise; 30-40 yaş aralığındaki katılımcıların, 30 yaş ve altı gruba göre daha fazla ortalama puanlarının olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.9).

Sosyal medya kullanım düzeyi ve alt boyutlarında ise; yaş açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.9).



#### 4.10. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Psikolojik İhtiyaç Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Yaşanan Şehir Açısından Değerlendirilmesi

**Tablo 4.10.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Yaşanan Şehir Değişkenine Ait Analiz Sonuçları**

		Şehir	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>		Gaziantep	34	2,388	,8375	<b>,017</b>
		İstanbul	151	2,815	,8782	
		İzmir	15	3,029	,7534	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>		Gaziantep	34	3,176	,6973	<b>,088</b>
		İstanbul	151	3,464	,6905	
		İzmir	15	3,381	,5757	
<b>Yeterlilik Boyutu</b>	<b>Alt</b>	Gaziantep	34	3,544	1,0334	<b>,019</b>
		İstanbul	151	3,208	,9412	
		İzmir	15	2,722	,8302	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>		Gaziantep	34	3,404	,6586	<b>,001</b>
		İstanbul	151	3,781	,5095	
		İzmir	15	3,358	,5822	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>		Gaziantep	34	3,214	,5518	<b>,001</b>
		İstanbul	151	3,623	,5734	
		İzmir	15	3,406	,5515	
<b>Sanal Tolerans boyutu</b>	<b>Alt</b>	Gaziantep	34	28,765	10,6089	<b>,171</b>
		İstanbul	151	30,861	10,0605	
		İzmir	15	34,600	7,8994	
<b>Sanal İletişim boyut</b>	<b>Alt</b>	Gaziantep	34	21,235	6,5369	<b>,060</b>
		İstanbul	151	23,940	6,3888	
		İzmir	15	24,933	6,2274	
<b>Sosyal Medya Kullanım (Toplam)</b>	<b>Düzeyi</b>	Gaziantep	34	50,000	16,3522	<b>,107</b>
		İstanbul	151	54,801	15,4820	
		İzmir	15	59,533	12,6766	

\*One-way Anova uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi yaşanan il açısından değerlendirildiğinde; iller arasında aldatma eğilimi anlamlı farklılıklara sahiptir ( $p < 0.017$ ). Söz konusu farkın kaynağını belirlemek amacıyla Post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlarına göre; İzmir ilinde yaşayan bireylerin aldatma eğiliminin, Gaziantep ilinde yaşayanlara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 4.10).

Temel psikolojik ihtiyaçlar illerle göre değerlendirildiğinde; iller arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $p < 0.001$ ). Söz konusu farkın kaynağını belirlemek amacıyla Post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlarına göre; İstanbul ilinde yaşayan bireylerin ortalama puanlarının, Gaziantep ilinde yaşayanlara göre daha fazla olduğu tespit

edilmiştir. “Yeterlilik” alt boyutunda, Gaziantep ilinde yaşayanların, İzmir ilinde yaşayanlara göre daha fazla ortalama puanlara sahip olduğu, “İlişki” alt boyutunda ise, İstanbul ilindeki katılımcıların, İzmir iline göre daha fazla ortalama puana sahip olduğu belirlenmiştir. “Özerklik” alt boyutunda anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ( $p>0.05$ ).

Sosyal medya kullanım düzeyi ve alt boyutlarında ise; yaşanan il açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.10).

#### 4.11. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlilik Sayısı Değişkeni Açısından Değerlendirilmesi

**Tablo 4.11.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlilik Sayısı Değişkenine Ait Analiz Sonuçları**

	Evlilik Sayısı	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>	Bir kez	179	2,701	,8794	<b>0,006</b>
	Birden fazla	21	3,254	,6933	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>	Bir kez	179	3,370	,6920	<b>0,021</b>
	Birden fazla	21	3,735	,5808	
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>	Bir kez	179	3,297	,9645	<b>0,003</b>
	Birden fazla	21	2,643	,7570	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>	Bir kez	179	3,679	,5552	0,654
	Birden fazla	21	3,738	,6613	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>	Bir kez	179	3,512	,5779	0,072
	Birden fazla	21	3,755	,6316	
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>	Bir kez	179	30,564	10,3044	0,366
	Birden fazla	21	32,667	7,5653	
<b>Sanal İletişim Alt boyutu</b>	Bir kez	179	23,196	6,4356	<b>0,021</b>
	Birden fazla	21	26,619	5,9873	
<b>Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)</b>	Bir kez	179	53,760	15,8005	0,124
	Birden fazla	21	59,286	12,4344	

\* Bağımsız Örneklem T testi kullanılmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi, evlilik sayısına göre değerlendirildiğinde; aldatma eğilimi anlamlı farklılıklara sahiptir ( $p<0.006$ ). “Birden fazla” evlenenlerin aldatma eğiliminin “bir kez” evlenenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.11).

Temel psikolojik ihtiyaçlar evlilik sayısına göre değerlendirildiğinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ( $p<0.072$ ). “Özerklik” alt boyutunda ise, “Birden fazla” evlenenlerin ortalama puanlarının daha fazla olduğu belirlenmiştir ( $p<0.021$ ) (Bkz. Tablo 4.11). “Yeterlilik” alt boyutunda da, benzer şekilde “Birden fazla” evlenenlerin ortalama puanlarının daha fazla olduğu istatistiksel olarak anlamlı

bulunmuştur ( $p < 0.003$ ) (Bkz. Tablo 4.11). “İlişki” alt boyutunda ise, anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p > 0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.11).

Sosyal medya kullanım düzeyi ve sanal tolerans alt boyutunda; evlilik sayısı açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p > 0.05$ ). “Sanal iletişim” alt boyutunda, “Birden fazla” evlenenlerin sosyal medya kullanım oranının daha fazla olduğu istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $p < 0.021$ ) (Bkz. Tablo 4.11).

#### 4.12. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlilik Süresi Açısından Değerlendirilmesi

**Tablo 4.12.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlilik Süresi Değişkenine Ait Analiz Sonuçları**

		Evlilik Süresi	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
<b>Aldatma (Toplam)</b>	<b>Eğilimi</b>	2 yıl ve altı	68	2,771	,9109	0,983
		3-5 yıl	45	2,740	,8295	
		6 yıl ve üstü	87	2,759	,8835	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>		2 yıl ve altı	68	3,403	,7449	0,976
		3-5 yıl	45	3,429	,6666	
		6 yıl ve üstü	87	3,402	,6624	
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>		2 yıl ve altı	68	3,223	1,0341	0,993
		3-5 yıl	45	3,219	,9210	
		6 yıl ve üstü	87	3,238	,9406	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>		2 yıl ve altı	68	3,651	,6061	0,767
		3-5 yıl	45	3,678	,5631	
		6 yıl ve üstü	87	3,717	,5386	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>		2 yıl ve altı	68	3,519	,6353	0,950
		3-5 yıl	45	3,542	,5891	
		6 yıl ve üstü	87	3,549	,5517	
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>	<b>Alt</b>	2 yıl ve altı	68	32,691	9,1802	0,140
		3-5 yıl	45	29,222	9,8209	
		6 yıl ve üstü	87	30,103	10,6967	
<b>Sanal İletişim boyutu</b>	<b>Alt</b>	2 yıl ve altı	68	24,603	5,9754	0,259
		3-5 yıl	45	23,044	6,4384	
		6 yıl ve üstü	87	23,000	6,8029	
<b>Sosyal Kullanım (Toplam)</b>	<b>Medya Düzeyi</b>	2 yıl ve altı	68	57,294	13,9969	0,149
		3-5 yıl	45	52,267	15,1379	
		6 yıl ve üstü	87	53,103	16,6971	

\*One-way Anova Uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi evlilik süresine göre değerlendirildiğinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p > 0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.12).



#### 4.13. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Tanışma Süresi Açısından Değerlendirilmesi

*Tablo 4.13.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Tanışma Süresi Değişkenine Ait Analiz Sonuçları*

		Tanışma Süresi	n	Standart		p*
				Ortalama	Sapma	
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>		12 ay ve altı	96	2,753	,8829	0,205
		13 - 36 ay	65	2,882	,8648	
		36 ay üzeri	39	2,566	,8685	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>		12 ay ve altı	96	3,366	,6918	0,689
		13 - 36 ay	65	3,459	,7163	
		36 ay üzeri	39	3,429	,6456	
<b>Yeterlilik Boyutu</b>	<b>Alt</b>	12 ay ve altı	96	3,212	,9653	0,299
		13 - 36 ay	65	3,131	,9581	
		36 ay üzeri	39	3,432	,9671	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>		12 ay ve altı	96	3,642	,5700	0,441
		13 - 36 ay	65	3,758	,5821	
		36 ay üzeri	39	3,673	,5285	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>		12 ay ve altı	96	3,479	,5838	0,344
		13 - 36 ay	65	3,617	,6140	
		36 ay üzeri	39	3,547	,5451	
<b>Sanal Tolerans boyutu</b>	<b>Alt</b>	12 ay ve altı	96	30,458	10,8898	0,306
		13 - 36 ay	65	32,215	9,5745	
		36 ay üzeri	39	29,205	8,5137	
<b>Sanal İletişim boyutu</b>	<b>Alt</b>	12 ay ve altı	96	23,740	6,6289	0,315
		13 - 36 ay	65	24,108	6,4132	
		36 ay üzeri	39	22,179	6,0822	
<b>Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)</b>		12 ay ve altı	96	54,198	16,7141	0,292
		13 - 36 ay	65	56,323	15,0064	
		36 ay üzeri	39	51,385	13,1342	

\*One-way Anova Uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi evlilikten önceki tanışma süresine göre değerlendirildiğinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.13).

#### 4.14. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Çocuk Sayısı Açısından Değerlendirilmesi

*Tablo 4.14.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Çocuk Sayısı Değişkenine Ait Analiz Sonuçları*

		Çocuk	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>	Çocuk sahibi değil	57	2,640	,6937	<b>0,025</b>	
	1 çocuk	52	2,608	,8573		
	2 çocuk	69	2,821	,9592		
	3 ve üstü çocuk	22	3,227	,9494		
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>	Çocuk sahibi değil	57	3,554	,6073	<b>0,050</b>	
	1 çocuk	52	3,272	,5751		
	2 çocuk	69	3,323	,8143		
	3 ve üstü çocuk	22	3,623	,6243		
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>	Çocuk sahibi değil	57	3,345	,7264	<b>0,023</b>	
	1 çocuk	52	3,378	,9201		
	2 çocuk	69	3,196	1,0645		
	3 ve üstü çocuk	22	2,674	1,1239		
<b>İlişki Alt Boyutu</b>	Çocuk sahibi değil	57	3,866	,4456	<b>0,017</b>	
	1 çocuk	52	3,541	,5107		
	2 çocuk	69	3,630	,6325		
	3 ve üstü çocuk	22	3,733	,6493		
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>	Çocuk sahibi değil	57	3,686	,4873	<b>0,021</b>	
	1 çocuk	52	3,408	,4879		
	2 çocuk	69	3,454	,6832		
	3 ve üstü çocuk	22	3,716	,6189		
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>	Çocuk sahibi değil	57	28,895	10,1166	<b>0,256</b>	
	1 çocuk	52	30,308	9,2980		
	2 çocuk	69	32,333	11,0116		
	3 ve üstü çocuk	22	31,955	7,9611		
<b>Sanal İletişim Alt boyutu</b>	Çocuk sahibi değil	57	23,754	5,9230	<b>0,061</b>	
	1 çocuk	52	21,827	6,3019		
	2 çocuk	69	23,884	6,9738		
	3 ve üstü çocuk	22	26,091	5,7974		
<b>Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)</b>	Çocuk sahibi değil	57	52,649	15,0125	<b>0,265</b>	
	1 çocuk	52	52,135	14,6422		
	2 çocuk	69	56,217	17,2319		
	3 ve üstü çocuk	22	58,045	12,7185		

\*One-way Anova Uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi çocuk sayısına göre değerlendirildiğinde; aldatma eğilimi anlamlı farklılıklara sahiptir ( $p < 0.025$ ). Yapılan Post-hoc analizi neticesinde, “çocuk sahibi olmayanların” ve “1 çocuk” sahibi olanların aldatma eğiliminin “3 ve üstünde” çocuk sahibi olanlara göre daha düşük olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.14).

Temel psikolojik ihtiyaçlar ocuk sayısına göre değerlendirildiğinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p < 0.021$ ). “zerklik” alt boyutunda “3 ocuk ve üzeri” ocuk sayısına sahip olan katılımcıların “ocuk sahibi olmayan” ve “1 ocuk sahibi” olanlara göre ortalama puanlarının yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.050$ ). “Yeterlik” alt boyutunda “ocuk sahibi olmayan” ve “1 ocuk sahibi” olan katılımcıların “3 ve üzeri” ocuk sahibi olan katılımcılara göre ortalama puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.023$ ). “İlişki” alt boyutunda ise, “ocuk sahibi olmayanların”, “1 ve 2 ocuk sahibi” olanlara göre daha fazla ortalama puanlarının olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.14).

Sosyal medya kullanım düzeyi ve alt boyutlarında ise; ocuk sayısı açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p > 0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.14).

#### 4.15. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Eğitim Düzeyi Açısından Değerlendirilmesi

**Tablo 4.15.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Ait Analiz Sonuçları**

		Eğitim Düzeyi	n	Standart		p*
				Ortalama	Sapma	
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>	İlköğretim	15	2,684	1,1900	0,222	
	Lise	46	2,537	,8979		
	Üniversite	92	2,819	,8445		
	Lisansüstü	47	2,881	,7890		
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>	İlköğretim	15	2,790	,6891	0,001	
	Lise	46	2,972	,7521		
	Üniversite	92	3,585	,5888		
	Lisansüstü	47	3,687	,4621		
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>	İlköğretim	15	3,400	1,2564	0,106	
	Lise	46	3,475	,9769		
	Üniversite	92	3,190	,9217		
	Lisansüstü	47	3,007	,8975		
<b>İlişki Alt Boyutu</b>	İlköğretim	15	3,075	,7270	0,001	
	Lise	46	3,427	,6399		
	Üniversite	92	3,806	,4430		
	Lisansüstü	47	3,899	,4135		
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>	İlköğretim	15	2,863	,4805	0,001	
	Lise	46	3,197	,6713		
	Üniversite	92	3,671	,4767		
	Lisansüstü	47	3,824	,3815		
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>	İlköğretim	15	32,400	14,4608	0,410	
	Lise	46	31,913	11,0531		
	Üniversite	92	30,989	8,7562		
	Lisansüstü	47	28,766	9,8162		
<b>Sanal İletişim Alt boyutu</b>	İlköğretim	15	22,667	9,6412	0,494	
	Lise	46	22,674	7,2451		
	Üniversite	92	23,598	5,4431		
	Lisansüstü	47	24,617	6,3402		
<b>Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)</b>	İlköğretim	15	55,067	23,6325	0,970	
	Lise	46	54,587	17,3494		
	Üniversite	92	54,587	13,1944		
	Lisansüstü	47	53,383	15,3503		

\*One-way Anova Uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi eğitim düzeyine göre değerlendirildiğinde; aldatma eğiliminin istatistiksel olarak anlamlı farklılıklara sahip olmadığı görölmektedir ( $p<0.222$ ) ( $p>0.05$ ) (Bkz.Tablo 4.15).

Temel psikolojik ihtiyaçlar eğitim düzeyine göre değerlendirildiğinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ). “Özerklik” ve “İlişki” alt boyutlarında “lisansüstü” mezunlarının “ilköğretim” ve “lise” mezunu olanlara göre ortalama puanlarının yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p<0.001$ ). “Yeterlilik” alt boyutunda ise, eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.15).

Sosyal medya kullanım düzeyi ve alt boyutlarında ise; eğitim düzeyi açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.15).

#### 4.16. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Meslek Grubu Açısından Değerlendirilmesi

*Tablo 4.16.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Meslek Grubu Değişkenine Ait Analiz Sonuçları*

		Meslek Grubu	n	Ortalama	Standart		p*
					Sapma		
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>	Çalışmıyor	26	2,399	,9126	<b>0,001</b>		
	Özel Sektör	103	2,783	,8624			
	Devlet Memuru	20	2,290	,6526			
	Serbest Çalışıyorum	51	3,078	,8394			
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>	Çalışmıyor	26	2,698	,8185	<b>0,001</b>		
	Özel Sektör	103	3,458	,6374			
	Devlet Memuru	20	3,300	,5521			
	Serbest Çalışıyorum	51	3,714	,4924			
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>	Çalışmıyor	26	3,647	,9881	<b>0,002</b>		
	Özel Sektör	103	3,172	,9490			
	Devlet Memuru	20	3,708	,7721			
	Serbest Çalışıyorum	51	2,941	,9356			
<b>İlişki Alt Boyutu</b>	Çalışmıyor	26	3,231	,8229	<b>0,001</b>		
	Özel Sektör	103	3,688	,4929			
	Devlet Memuru	20	3,544	,5102			
	Serbest Çalışıyorum	51	3,968	,3790			
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>	Çalışmıyor	26	2,901	,7248	<b>0,001</b>		
	Özel Sektör	103	3,555	,5050			
	Devlet Memuru	20	3,390	,4685			
	Serbest Çalışıyorum	51	3,883	,4032			
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>	Çalışmıyor	26	33,308	14,2794	0,150		
	Özel Sektör	103	29,854	9,4209			
	Devlet Memuru	20	28,100	10,3410			
	Serbest Çalışıyorum	51	32,431	8,2565			
<b>Sanal İletişim Alt boyutu</b>	Çalışmıyor	26	21,731	8,3931	<b>0,001</b>		
	Özel Sektör	103	23,165	6,4703			
	Devlet Memuru	20	20,650	6,4259			
	Serbest Çalışıyorum	51	26,412	4,0159			
<b>Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)</b>	Çalışmıyor	26	55,038	22,2881	0,052		
	Özel Sektör	103	53,019	14,9062			
	Devlet Memuru	20	48,750	15,9237			
	Serbest Çalışıyorum	51	58,843	11,2719			

\*One-way Anova Uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi meslek grubuna göre değerlendirildiğinde; aldatma eğiliminin istatistiksel olarak anlamlı farklılıklara sahip olduğu görölmektedir ( $p<0.001$ ). Yapılan post-hoc analizi sonucunda “devlet memurlarının” aldatma eğiliminin “özel sektör ve serbest çalışanlara” göre daha düşük olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.16).

Temel psikolojik ihtiyaçlar meslek grubuna göre değerlendirildiğinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ). “Özerklik” ve “İlişki” alt boyutlarında “serbest çalışanların” ortalama puanlarının “devlet memuru”, “özel sektör” çalışanlarına göre yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p<0.001$ ). “Yeterlilik” alt boyutunda ise, meslek grubuna göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.16).

Sosyal medya kullanım düzeyi ve alt boyutlarında ise; meslek grubu açaşısından anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.16).

#### 4.17. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Gelir Düzeyi Açısından Değerlendirilmesi

*Tablo 4.17.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Gelir Düzeyi Değişkenine Ait Analiz Sonuçları*

		Sosyo-ekonomik düzey	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>	<b>Eğilimi</b>	dar gelirli	3	2,467	1,0693	<b>0,001</b>
		ortanın altı	8	2,617	1,3346	
		orta halli	96	2,432	,7838	
		ortanın üstü	81	3,085	,7370	
		Varlıklı	12	3,336	1,0925	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>	<b>Alt</b>	dar gelirli	3	2,333	,4364	<b>0,001</b>
		ortanın altı	8	2,429	,7244	
		orta halli	96	3,250	,6402	
		ortanın üstü	81	3,653	,5656	
		Varlıklı	12	3,952	,6010	
<b>Yeterlilik Boyutu</b>	<b>Alt</b>	dar gelirli	3	3,611	1,1097	<b>0,001</b>
		ortanın altı	8	3,563	1,2846	
		orta halli	96	3,590	,8796	
		ortanın üstü	81	2,846	,7918	
		Varlıklı	12	2,597	1,2380	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>	<b>Alt</b>	dar gelirli	3	2,417	,5052	<b>0,001</b>
		ortanın altı	8	2,969	,7463	
		orta halli	96	3,594	,5483	
		ortanın üstü	81	3,858	,4320	
		Varlıklı	12	4,052	,4279	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>	<b>Alt</b>	dar gelirli	3	2,587	,6807	<b>0,001</b>
		ortanın altı	8	2,649	,6383	
		orta halli	96	3,387	,5272	
		ortanın üstü	81	3,763	,4760	
		Varlıklı	12	4,040	,4146	
<b>Sanal Tolerans boyutu</b>	<b>Alt</b>	dar gelirli	3	30,667	10,4083	0,262
		ortanın altı	8	34,000	15,6479	
		orta halli	96	29,156	10,4462	
		ortanın üstü	81	32,062	8,7626	
		Varlıklı	12	33,083	10,2466	
<b>Sanal İletişim boyutu</b>	<b>Alt</b>	dar gelirli	3	16,000	9,6437	<b>0,001</b>
		ortanın altı	8	23,500	9,4868	
		orta halli	96	21,500	6,4220	
		ortanın üstü	81	26,000	5,1381	
		Varlıklı	12	25,417	5,7281	
<b>Sosyal Medya Kullanım (Toplam)</b>	<b>Düzeyi</b>	dar gelirli	3	46,667	19,0088	<b>0,016</b>
		ortanın altı	8	57,500	25,0428	
		orta halli	96	50,656	15,8219	
		ortanın üstü	81	58,062	13,2734	
		Varlıklı	12	58,500	14,2287	

\*One-way Anova Uygulanmıştır.



Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi gelir düzeyine göre değerlendirildiğinde; aldatma eğiliminin istatistiksel olarak anlamlı farklılıklara sahip olduğu görülmektedir ( $p<0.001$ ) (Bkz. Tablo 4.17). Yapılan post-hoc analizi sonucunda “varlıklı ve ortanın üstü” gelir düzeyine sahip olanların aldatma eğiliminin “orta halli ve dar gelirli” olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.17).

Temel psikolojik ihtiyaçlar gelir düzeyine göre değerlendirildiğinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ). Yapılan post-hoc analizi sonucunda , “varlıklı” olanların “ortanın üstü, orta halli ve dar gelirli” olanlara göre ortalama puanlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. “Özerklik” ve “İlişki” alt boyutlarında “varlıklı ve ortanın üstü” gelire sahip olanların ortalama puanlarının “orta halli ve dar gelirli” olanlarla göre yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p<0.001$ ). “Yeterlilik” alt boyutunda ise, tam tersi şekilde “orta halli” gelir düzeyine sahip olanların “varlıklı ve ortanın üstü” gelire sahip olanlara göre ortalama puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.17).

Sosyal medya kullanım düzeyi gelir düzeyine göre değerlendirildiğinde; anlamlı farklılıklar belirlenmiştir ( $p<0.016$ ).Yapılan post hoc analizi neticesinde, “varlıklı ve ortanın üstü” gelire sahip olanların sosyal medya kullanım oranının “orta halli ve dar gelirli” olanlara göre daha ileri düzeyde olduğu belirlenmiştir. Sanal iletişim boyutunda da benzer sonuçlarla karşılaşmıştır ( $p<0.001$ ). Sanal tolerans alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ( $p<0.262$ ) ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.17).

#### 4.18. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlenme Şekli Açısından Değerlendirilmesi

*Tablo 4.18.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Evlenme Şekli Değişkenine Ait Analiz Sonuçları*

		n	Ortalama	Standart		p*
				Evlenme şekli	Sapma	
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>	Anlaşarak	162	2,733	,8366	0,449	
	Görücü usulü	38	2,870	1,0365		
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>	Anlaşarak	162	3,550	,5768	<b>0,001</b>	
	Görücü usulü	38	2,805	,8022		
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>	Anlaşarak	162	3,241	,9295	0,739	
	Görücü usulü	38	3,175	1,1130		
<b>İlişki Alt Boyutu</b>	Anlaşarak	162	3,782	,4762	<b>0,001</b>	
	Görücü usulü	38	3,276	,7226		
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>	Anlaşarak	162	3,664	,4741	<b>0,001</b>	
	Görücü usulü	38	2,997	,7105		
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>	Anlaşarak	162	29,728	9,5313	<b>0,006</b>	
	Görücü usulü	38	35,289	11,0891		
<b>Sanal İletişim Alt boyutu</b>	Anlaşarak	162	23,117	6,4146	0,051	
	Görücü usulü	38	25,421	6,4121		
<b>Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)</b>	Anlaşarak	162	52,846	14,9103	<b>0,011</b>	
	Görücü usulü	38	60,711	16,7718		

\* Bağımsız Örneklem T testi kullanılmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi evlenme şekline göre değerlendirildiğinde; aldatma eğiliminin görücü usulü evlenenlerde daha fazla olduğu görülmektedir. Ancak istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p < 0.449$ ) (Bkz. Tablo 4.18).

Temel psikolojik ihtiyaçlar evlenme şekline göre değerlendirildiğinde; anlaşarak evlenenlerin, görücü usulü evlenenlere göre ortalama puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ( $p < 0.001$ ). “Özerklik” ve “İlişki” alt boyutlarında da benzer şekilde görücü usulü evlenenlere göre ortalama puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ( $p < 0.001$ ). “Yeterlilik” alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ( $p < 0.739$ ) (Bkz. Tablo 4.18).

Sosyal medya kullanım düzeyi evlenme şekline göre değerlendirildiğinde; görücü usulü evlenenlerin sosyal medya kullanım oranının daha fazla olduğu istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $p < 0.011$ ). Sanal tolerans alt boyutunda da aynı sonuç söz konusudur (0.006). Sanal iletişim alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ( $p < 0.051$ ) ( $p > 0.05$ ) (Bkz.Tablo 4.18).



**4.19. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Eşinin Kişisel Özelliklerini Beğenme Durumuna Göre Değerlendirilmesi**

*Tablo 4.19.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Eşinin Kişisel Özelliklerini Beğenme Değişkenine Ait Analiz Sonuçları*

		Eşini Beğenme durumu	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>		Çok beğeniyorum	74	2,114	,5473	<b>0,001</b>
		Orta derecede beğeniyorum	101	3,039	,7617	
		Az beğeniyorum	22	3,418	,8953	
		Hiç beğenmiyorum	3	4,378	,3203	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>		Çok beğeniyorum	74	3,425	,5930	<b>0,001</b>
		Orta derecede beğeniyorum	101	3,516	,6581	
		Az beğeniyorum	22	2,799	,7708	
		Hiç beğenmiyorum	3	3,857	1,2372	
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>		Çok beğeniyorum	74	3,899	,6380	<b>0,001</b>
		Orta derecede beğeniyorum	101	2,924	,8665	
		Az beğeniyorum	22	2,583	,9877	
		Hiç beğenmiyorum	3	1,667	,6009	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>		Çok beğeniyorum	74	3,703	,5310	<b>0,001</b>
		Orta derecede beğeniyorum	101	3,765	,4960	
		Az beğeniyorum	22	3,199	,7497	
		Hiç beğenmiyorum	3	4,167	,2602	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>		Çok beğeniyorum	74	3,542	,5283	<b>0,001</b>
		Orta derecede beğeniyorum	101	3,637	,5357	
		Az beğeniyorum	22	2,998	,7085	
		Hiç beğenmiyorum	3	4,016	,6395	
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>		Çok beğeniyorum	74	25,378	8,8731	<b>0,001</b>
		Orta derecede beğeniyorum	101	32,505	9,0770	
		Az beğeniyorum	22	39,636	8,7861	
		Hiç beğenmiyorum	3	41,333	,5774	
<b>Sanal İletişim Alt boyutu</b>		Çok beğeniyorum	74	20,757	5,3194	<b>0,001</b>
		Orta derecede beğeniyorum	101	24,703	6,5583	
		Az beğeniyorum	22	27,227	6,4876	
		Hiç beğenmiyorum	3	27,000	2,6458	
<b>Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)</b>		Çok beğeniyorum	74	46,135	13,0849	<b>0,001</b>
		Orta derecede beğeniyorum	101	57,208	14,6433	
		Az beğeniyorum	22	66,864	14,3038	
		Hiç beğenmiyorum	3	68,333	2,8868	

\*One-way Anova Uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi eşinin kişisel özelliklerini beğenme durumuna göre

değerlendirildiğinde; aldatma eğiliminde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ). Söz konusu farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post- hoc analizi uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre; eşini “hiç beğenmeyenler” ile “az beğenenlerin” aldatma eğiliminin “orta derecede” ve “çok beğenenlere” göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.19).

Temel psikolojik ihtiyaçlar eşinin kişisel özelliklerini beğenme durumuna göre değerlendirildiğinde; anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ). Eşini “hiç beğenmeyenlerin” ortalama puanının diğer gruplara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. “Özerklik” ve “İlişki” alt boyutlarında da aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Ancak “Yeterlilik” alt boyutunda eşini “çok beğenenlerin” ortalama puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4.19).

Sosyal medya kullanım düzeyi eşinin kişisel özelliklerini beğenme durumuna göre değerlendirildiğinde; eşini “hiç beğenmeyenler” ile “az beğenenlerin” sosyal medya kullanım oranının “orta derecede” ve “çok beğenenlere” göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p<0.001$ ). Sanal iletişim ve Sanal tolerans alt boyutlarında da aynı sonuçlar elde edilmiştir ( $p<0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.19).

#### 4.20. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Çalışma Saati Açısından Değerlendirilmesi

**Tablo 4.20.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Çalışma Saati Değişkenine Ait Analiz Sonuçları**

	Çalışma Saati	n	Ortalama	Standart Sapma	p*
<b>Aldatma Eğilimi (Toplam)</b>	8 saat ve altı	153	2,758	,8431	0,989
	8 saat ve üstü	47	2,760	,9886	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>	8 saat ve altı	153	3,482	,6919	<b>0,005</b>
	8 saat ve üstü	47	3,170	,6295	
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>	8 saat ve altı	153	3,236	,9340	0,844
	8 saat ve üstü	47	3,202	1,0677	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>	8 saat ve altı	153	3,739	,5577	<b>0,017</b>
	8 saat ve üstü	47	3,511	,5619	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)</b>	8 saat ve altı	153	3,601	,5795	<b>0,005</b>
	8 saat ve üstü	47	3,328	,5674	
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>	8 saat ve altı	153	30,634	10,1934	0,696
	8 saat ve üstü	47	31,277	9,6902	
<b>Sanal İletişim Alt boyutu</b>	8 saat ve altı	153	23,523	6,2881	0,906
	8 saat ve üstü	47	23,660	7,0688	
<b>Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)</b>	8 saat ve altı	153	54,157	15,4882	0,768
	8 saat ve üstü	47	54,936	15,8942	

\* Bağımsız Örneklem T testi kullanılmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi çalışma saatine göre değerlendirildiğinde; aldatma eğilimi açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ( $p<0.989$ ) (Bkz. Tablo 4.20).

Temel psikolojik ihtiyaçlar değerlendirildiğinde; “8 saat ve altında” çalışanların ortalamalarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p<0.005$ ). “Özerklik” ve “İlişki” alt boyutlarında da ; “8 saat ve altında” çalışanların ortalamalarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir ( $p<0.005$ ) ( $p<0.017$ ) (Bkz. Tablo 4.20).

Sosyal medya kullanım düzeyi ve tüm alt boyutlarında çalışma saatine göre anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.20).

#### 4.21. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Hafta Sonu Çalışma Durumu Açısından Değerlendirilmesi

**Tablo 4.21.1. Araştırmaya Katılanların Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Hafta Sonu Değişkenine Ait Analiz Sonuçları**

		Hafta sonu		Standart		
		Çalışma durumu	n	Ortalama	Sapma	p*
<b>Aldatma (Toplam)</b>	<b>Eğilimi</b>	Evet	82	2,970	,8941	<b>0,004</b>
		Hayır	118	2,612	,8375	
<b>Özerklik Alt Boyutu</b>		Evet	82	3,456	,6777	0,414
		Hayır	118	3,375	,6978	
<b>Yeterlilik Alt Boyutu</b>		Evet	82	3,016	,9646	<b>0,009</b>
		Hayır	118	3,376	,9403	
<b>İlişki Alt Boyutu</b>		Evet	82	3,742	,5101	0,238
		Hayır	118	3,646	,6003	
<b>Temel Psikolojik İhtiyaçlar(Toplam)</b>		Evet	82	3,617	,5611	0,107
		Hayır	118	3,481	,6001	
<b>Sanal Tolerans Alt boyutu</b>	<b>Alt</b>	Evet	82	32,073	9,3370	0,131
		Hayır	118	29,890	10,4740	
<b>Sanal İletişim Alt boyutu</b>		Evet	82	25,110	6,1303	<b>0,004</b>
		Hayır	118	22,475	6,4909	
<b>Sosyal Medya Kullanım Düzeyi (Toplam)</b>		Evet	82	57,183	14,3390	<b>0,031</b>
		Hayır	118	52,364	16,0999	

\* Bağımsız Örneklem T testi kullanılmıştır.

Araştırmaya katılanların aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve sosyal medya kullanım düzeyi çalışma saatine göre değerlendirildiğinde; hafta sonu

çalışmayanların aldatma eğiliminin daha fazla olduğu belirlenmiştir ( $p<0.004$ ) (Bkz. Tablo 4.21).

Temel psikolojik ihtiyaçlar değerlendirildiğinde; istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p<0.107$ ). “Özerklik” ve “İlişki” alt boyutlarında da anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0.05$ ). “Yeterlilik” alt boyutunda ise, hafta sonu çalışmayanların ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir ( $p<0.009$ ) (Bkz. Tablo 4.21).

Sosyal medya kullanım düzeyi değerlendirildiğinde; hafta sonu çalışanların sosyal medya kullanım oranlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur ( $p<0.031$ ). Sanal iletişim alt boyutunda da hafta sonu çalışanların ortalama puanları yüksektir ( $p<0.004$ ). Sanal tolerans alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ) (Bkz. Tablo 4.21).

#### 4.22. Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyi ve Alt Boyutlar Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

*Tablo 4.22.1. Aldatma Eğilimi, Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyi ve Alt Boyutlar Arasındaki İlişkiye Ait Analiz Sonuçları*

		Aldatma Eğilimi (Toplam)				İlişki Alt	Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)	Sanal Tolerans	Sanal İletişim	Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)
		r								
Aldatma (Toplam)	r	1	,113	-,960**	,052	,133	,553**	,630**	,619**	
	p		,112	,001	,468	,060	,001	,001	,001	
	n	200	200	200	200	200	200	200	200	
Özerklik	r	-,113	1	-,113	,652**	,914**	-,163*	-,003	-,107	
	p	,112		,110	,001	,001	,021	,963	,133	
	n	200	200	200	200	200	200	200	200	
Yeterlilik	r	-,960**	-,113	1	-,046	-,127	-,540**	,604**	-,600**	
	p	,001	,110		,517	,072	,001	,001	,001	
	n	200	200	200	200	200	200	200	200	
İlişki	r	-,052	,652**	-,046	1	,864**	-,205**	,028	-,121	
	p	,468	,001	,517		,001	,004	,690	,088	
	n	200	200	200	200	200	200	200	200	
Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Toplam)	r	-,133	,914**	-,127	,864**	1	-,197**	,038	-,112	
	p	,060	,001	,072	,001		,005	,590	,116	
	n	200	200	200	200	200	200	200	200	
Sanal Tolerans	r	-,553**	-,163*	-,540**	-,205**	-,197**	1	,760**	,963**	
	p	,001	,021	,001	,004	,005		,001	,001	
	n	200	200	200	200	200	200	200	200	
Sanal İletişim	r	-,630**	-,003	-,604**	,028	,038	,760**	1	,907**	
	p	,001	,963	,001	,690	,590	,001		,001	
	n	200	200	200	200	200	200	200	200	
Sosyal Medya Kullanım (Toplam)	r	-,619**	-,107	-,600**	-,121	-,112	,963**	,907**	1	
	p	,001	,133	,001	,088	,116	,001	,001		
	n	200	200	200	200	200	200	200	200	

\*\*Pearson Korelasyon testi uygulanmıştır.

“Aldatma Eğilimi” ile “Temel Psikolojik İhtiyaçlar” ve “Sosyal Medya Kullanım Düzeyi” ve alt boyutlar arasındaki ilişki korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir (Bkz. Tablo 4.22).



Aldatma eğilimi ve sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel olarak pozitif yönde yüksek derecede anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0.619$ ,  $p<0.001$ ) belirlenmiştir. Aldatma eğilimi ortalama puanı arttıkça, sosyal medya kullanımı toplam puanının da arttığı görülmektedir. Bu nedenle ilişki yorumlandığında, aldatma eğilimi arttıkça, sosyal medya kullanım düzeyinin de artacağı bir ilişkinin varlığı söz konusudur.

“Sanal tolerans” ( $r=0.553$ ,  $p<0.001$ ) ve “sanal iletişim” ( $r=0.630$ ,  $p<0.001$ ) alt boyutlarında da benzer ilişki söz konusudur.

Aldatma eğilimi ve Temel psikolojik ihtiyaçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

Temel psikolojik ihtiyaçlar alt boyutları değerlendirildiğinde; aldatma eğilimi ile “yeterlilik” alt boyutu arasında negatif yönde, çok yüksek derecede anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0.960$ ),  $p<0.001$ ) belirlenmiştir. Buna göre, aldatma eğilimi ölçeği ortalama puanı arttıkça, yeterlilik alt boyut puanı azalmaktadır.

## 5.TARTIŞMA

Daha önce de belirtildiği gibi, bu araştırmanın temel amacı aldatma eğilimi, sosyal medya kullanım düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaç kavramlarının birbiri ile ilişkilerini araştırmak ve bu kavramların katılımcılardan alınan sosyodemografik değişkenlerle olan ilişkisini incelemektir.

Araştırma kapsamında aldatma eğilimi, temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutları olan; özerklik, yeterlilik ve ilişki alt boyutlarında incelenmiş, sosyal medya kullanım düzeyi ise sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutlarında incelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre aldatma eğilimlerini demografik açıdan aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür:

Cinsiyet değişkenine göre aldatma eğilimine bakıldığında erkeklerin aldatma eğilimleri kadınlara göre daha yüksek düzeydedir (Tablo 4.8). Araştırma sonucu bazı diğer araştırmalarla benzerlik göstermektedir.

Polat (2006), Kubat (2012), Kantarcı (2009), Kahraman ve diğerleri (2010), Kankaya (2015) tarafından yapılan çalışmalarda erkeklerin aldatma eğilimlerinin kadınlardan daha yüksek olduğu görülmüştür.

Boekhout ve diğerleri (2003) tarafından yapılan çalışmada erkeklerin aldatma eğilimlerinin kadınlardan yüksek olmasının nedeni kadınların aldatılmayı kabullenmesi ve toplumda erkeklerin aldatmasının kadınların aldatmasına göre daha anlaşılır görülmesidir.

Diğer bir araştırma sonucuna göre, erkeklerin evli oldukları partnerle yaşadıkları cinsellikten daha az doyum almalarıdır, kadınlar ise duygusal tatminsizlik nedeniyle aldatma eğilimi göstermektedirler (Atkins, Baucom, Yi ve Chistensen, 2005). Norment (1998)'e göre erkeklerin aldatma eğilimleri yenilik arama, anlık heyecan duygusu hissetme arzusu gibi nedenlerden ötürü kadınlara göre daha yüksektir (Kankaya, 2015).

Kahraman (2010)'a göre erkekler, kadınlara göre aldatma eylemini düşük önemde bir çatışma olarak algılamaktadır ve bu sebeple daha yüksek aldatma eğilimi göstermektedirler.

Yaş değişkenine göre aldatma eğilimine bakıldığında, 30-40 yaş grubundaki bireylerin aldatma eğilimlerinin, 30 yaş altı bireylere göre daha yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 4.9). Kubat (2012) tarafından yapılan çalışmada aldatma eğilimleri ile yaş arasında bir ilişki tespit edilmemiştir.

Evlilik sayısına göre aldatma eğilimine bakıldığında, birden fazla evlenenlerde daha yüksek olduğu; evlilik ve tanışma süresinin ve evlilik türünün (anlaşarak, görücü usulü) ise aldatma eğilimi üzerinde bir etkisi olmadığı görülmektedir (Tablo 4.11-Tablo 4.18). Bu sonuç Polat (2006), Kubat (2012) ve Çavuşoğlu (2012) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

Çocuk sayısı değişkenine bakıldığında çocuk sayısının aldatma eğilimini etkilediği görülmüştür. Araştırmada elde edilen bulgulara göre çocuk sayısı arttıkça aldatma eğilimi artmaktadır. Çağ ve Yıldırım (2013) tarafından yapılan çalışmalarda çocuk sayısının aldatma eğilimi üzerinde etkisi olmadığı tespit edilirken; Kubat (2012) çalışmasında çocuk sayısı arttıkça aldatma eğiliminin arttığı sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmada eğitim düzeyinin aldatma eğiliminde etkisi olmadığı görülmüştür (Tablo 4.5). Kubat (2012), Kantarcı (2009), Polat (2006), Hamamcı (2005) ve Greeley (1994) tarafından yapılan çalışmalarda da eğitim düzeyinin aldatma eğilimi üzerinde bir etkisi tespit edilememiştir.

Meslek grubu açısından ele alındığında ise, devlet memurlarının aldatma eğilimlerinin diğer meslek gruplarına göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Polat (2006) tarafından yapılan çalışmada benzer şekilde memur ve öğretmenlerin aldatma eğilimlerinin diğer meslek gruplarına göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Gelir durumu yüksek olan bireylerin aldatma eğilimlerinin yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 4.17). Ortaya çıkan sonuç, Atkins ve diğerlerinin (2001) çalışmaları ile paralellik gösterirken; Kantarcı (2009)'nın çalışmasından farklılık göstermektedir. Kantarcı (2009) yaptığı çalışmada bireyin gelir durumu ve aldatma eğilimi arasında herhangi bir bağlantı olmadığını tespit etmiştir.

Aldatma eğilimi görsel beğenirlik açısından değerlendirildiğinde, eşini hiç beğenmeyenler ile az beğenenlerde aldatma eğiliminin daha yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 4.19). Bu kapsamda, bireyin eşini beğenme durumunun aldatma eğilimi üzerinde etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Kankaya (2015) tarafından yapılan çalışmada da benzer sonuçlar tespit edilmiştir.

Bireyin çalışma saatinin aldatma eğilimi üzerinde bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 4.20). Laes ve Laes (2001) tarafından yapılan çalışmada çalışma saatinin aldatma düzeyi üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık, hafta sonu çalışmayan bireylerin aldatma düzeyi üzerinde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Hafta sonu çalışmayan bireylerin aldatma eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırma sonuçlarına göre temel psikolojik ihtiyaçların doyum düzeyini demografik açıdan aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür:

Temel psikolojik ihtiyaçların doyumunun erkeklerde kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 4.8). Özerklik ve ilişki alt boyutlarının erkeklerde daha baskın, yeterlilik alt boyutunun ise kadınlarda daha baskın olduğunu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, erkeklerde özgürlük ve seçim yapma özgürlüğü (özerklik) ile bireyin başkalarıyla bağlantılı olma ihtiyacı (ilişki) kadınlara oranla daha yüksek olduğu; bireyin çevresi ile etkileşime girebilme kapasitesinin (yeterlilik) ise kadınlarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Sarı ve diğerleri (2012) tarafından yapılan çalışmada özerklik ve yeterlilik alt boyutları yapılan çalışmaya benzer şekilde ortaya çıkarken, ilişki alt boyutu kadınlarda daha yüksek çıkmıştır.

Temel psikolojik ihtiyaçların 30-40 yaş arasındaki bireylerde 30 yaş altı bireylere göre daha farklı olduğu görülmüştür (Tablo 4.9). “Özerklik alt boyutunda 40 yaş üstü katılımcıların, 30 yaş altı olanlara göre daha fazla ortalama puanlara sahip olduğu görülmüştür. “Yeterlilik” alt boyutunda, 30 yaş altı bireylerin, 30-40 yaş aralığına göre daha fazla ortalama puanlara sahip olduğu, “ilişki” alt boyutunda ise; 30-40 yaş aralığındaki katılımcıların, 30 yaş ve altı gruba göre daha fazla ortalama puanlarının olduğu belirlenmiştir. Sarı ve diğerleri (2012) tarafından yapılan çalışmada ise 18-20 yaş grubunun temel psikolojik ihtiyaçlarının farklı olduğu görülmüştür.

Temel psikolojik ihtiyaç doyumunu ve evlilik sayısı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir (Tablo 4.11). Tanışma süresinin de temel psikolojik faktörler üzerinde bir etkisi olmadığı görülmektedir.

Çocuk sayısı değişkenine göre ihtiyaç doyumuna bakıldığında; çocuk sayısı arttıkça “özerklik” alt boyut puanı artarken, çocuk sayısı azaldıkça “yeterlilik” alt boyut puanının artmaktadır. (Tablo 4.14). Shao ve diğerleri (2018) tarafından yapılan çalışmada benzer sonuçlar tespit edilmiştir.

Eğitim düzeyi açısından ise temel psikolojik faktörlerin farklılaştığı tespit edilmiştir (Tablo 4.15). Lisansüstü mezunlarının özerklik ve ilişki alt boyutlarında, diğer eğitim düzeyindeki bireylerden farklılaştığı görülmüştür. Diğer bir ifadeyle, lisansüstü mezunlarının özgürlük ve seçim yapma özgürlüğü (özerklik) ile başkalarıyla bağlantılı olma ihtiyacının (ilişki) diğer eğitim düzeyindeki bireylerden yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmadaki katılımcıların yaşadıkları illere göre psikolojik ihtiyaç doyumuna bakıldığında; İstanbul'da yaşayan bireylerin temel psikolojik ihtiyaç doyumlarının İzmir ve Gaziantep'te yaşayan bireylere göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Tablo 4.10).

Meslek grubuna göre ihtiyaç doyumuna bakıldığında; serbest meslek grubu çalışanlarının özgürlük ve seçim yapma özgürlüğü (özerklik) ile başkalarıyla bağlantılı olma ihtiyacının (ilişki) diğer meslek gruplarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4.16). Bireyin etkileşime girebilme kapasitesinin (yeterlilik) ise meslek grubu açısından bir farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir.

Maddi gelir düzeyi açısından ihtiyaç doyumuna bakıldığında, özerklik ve ilişki alt boyutlarının yüksek gelirli bireylerde daha yüksek; yeterlilik alt boyutunun ise düşük gelirli bireylerde daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 4.17). Diğer bir ifadeyle, özgürlük ve başkalarıyla bağlantılı olma ihtiyacı yüksek gelirli bireylerde daha yüksekken, etkileşime girebilme kapasitesi düşük gelirli bireylerde daha yüksektir.

Evlilik biçimine göre ihtiyaç doyumu incelendiğinde; anlaşarak evlenen bireylerde psikolojik ihtiyaç doyumunun görücü usulü evlenen bireylerden daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 4.18). Görsel beğenirlik açısından bakıldığında ise, partnerini beğenmeyen bireylerin temel psikolojik ihtiyaç doyumunun, partnerini beğenene göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Çalışma süresi ile temel psikolojik ihtiyaçların arasında anlamlı yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre çalışma süresi az olan bireylerin temel psikolojik ihtiyaç doyumunun daha yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 4.20). Buna karşılık, hafta sonu çalışma durumu ile temel psikolojik ihtiyaç doyumu arasında ilişki tespit edilememiştir (Tablo 4.21).

Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya kullanım düzeyini demografik açıdan aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür:

Sosyal medya kullanım düzeyi erkeklerde daha yüksek tespit edilmesine rağmen istatistiksel olarak anlamlı olmamasından ötürü bir genelleme yapmak mümkün değildir. Sadece sanal iletişim alt boyutunun erkeklerde kadınlara göre daha yüksek olduğunu belirtmek mümkündür (Tablo 4.8). Karaçor (2018), Yen ve diğerleri (2005), Selim (2009) tarafından yapılan çalışmada benzer sonuçlar bulunmuş ve sosyal medya kullanım sıklığında cinsiyete göre bir farklılık tespit edilememiştir.

Bunun yanında Koç ve Gülyavaş (2013), Kim ve diğeri (2006), Batıgün ve Hasta (2010), Ayas ve Horzum (2013) yapmış oldukları çalışmalarda sosyal medya kullanım düzeyinde cinsiyet açısından anlamlı farklılıklar tespit etmemişlerdir. (Griffiths, 1995; Griffiths, 1999) ise yapmış olduğu çalışmada kadınların erkeklerden daha fazla sosyal medya kullanımına sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yaş açısından sosyal medya kullanım düzeyinde bir farklılık tespit edilememiştir (Tablo 4.9). Buna göre yaşın sosyal medya kullanım düzeyinde bir etkisi olmadığını söylemek mümkündür. Ünal (2015)'ın yapmış olduğu sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çalışmada da benzer bir sonuç ortaya koymaktadır. TÜİK (2013) verilerine göre ise sosyal medya kullanım sıklığının ve bağımlılığının en sık görüldüğü yaş 16-24 yaş aralığıdır (Çakır, 2018). Daha geniş yaş kitlesiyle yapılacak araştırmalarda daha net sonuçlar elde edilecektir.

Sosyal medya kullanım düzeyinin evlenme sayısına göre farklılaşmadığı görülmüştür (Tablo 4.11).

Evlilik ve tanışma süresi ile çocuk sayısının ise sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde bir etkisi olmadığı görülmektedir. Demir (2016) tarafından yapılan çalışmada çocuk sayısı değişkeni açısından benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya kullanım düzeyinin eğitim düzeyine ve yaşanılan kente göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir (Tablo 4.15 – Tablo 4.10). Diğer bir ifadeyle, eğitim düzeyinin ve bireyin yaşadığı bölgenin bireyin sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde bir etkisi olmadığını söylemek mümkündür. Savcı ve Aysan (2017), Ünal (2015) ve Çakır (2018)'in yapmış olduğu çalışmalarda benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Meslek grubu açısından sosyal medya kullanım düzeyinin farklılaşmadığı tespit edilmiştir (Tablo 4.16).

Sosyal medya kullanımının orta ve yüksek gelirli bireylerde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4.17). Ortaya çıkan sonuçlar, Ünal (2015) tarafından yapılan çalışmaya benzerlik göstermektedir. Çakır (2018) sosyal medya bağımlılığı, narsizm ve empati düzeyini araştırdığı araştırmada ise ekonomik durumunu kötü olarak tanımlayan bireylerin sosyal medya kullanım düzeyini daha yüksek bulmuştur.

Evlilik biçimi değişkenine bakıldığında, anlaşarak evlenen bireylerde sosyal medya kullanımının görücü usulüyle evlenenlerden daha düşük olduğu görülmektedir (Tablo 4.18). Diğer bir ifadeyle, evlilik türünün bireyin sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Benzer şekilde, eşini hiç beğenmeyenler ile az beğenenlerin sosyal medya kullanımının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çalışma süresi ile sosyal medya kullanım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir (Tablo 4.20).Buna karşılık, hafta sonu çalışanların sosyal medya kullanımının, hafta sonu çalışmayanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4.21).



## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma 25-45 yaş arası evli bireylerin (103 erkek, 97 kadın) aldatma eğilimleri ile sosyal medya kullanım düzeyleri ve psikolojik ihtiyaç doyumları değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılmıştır.

Araştırma kapsamında katılımcılara, sosyodemografik bilgi formu, Aldatma Eğilimi Ölçeği, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği ve Sosyal Medya Bağlılığı Ölçeği Yetişkin Formu verilmiştir.

Araştırmada öncelikle demografik değişkenler incelenmiş ardından sosyal medya kullanım düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin aldatma eğilimi üzerindeki etkisi regresyon modelleri yardımıyla tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın sonucuna göre;

1. Aldatma eğilimi ile sosyal medya düzeyi arasında pozitif yönde yüksek derecede anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $r= 0.619$ ,  $p<0.001$ ). Yani, aldatma eğilimi arttıkça sosyal medya kullanım düzeyi artmaktadır veya diğer bir ifadeyle sosyal medya kullanım düzeyinin artması, aldatma eğilimini arttırmaktadır.

2. Aldatma eğilimi ile temel psikolojik ihtiyaçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $p>0.05$ ). Ancak temel psikolojik ihtiyaçlar alt boyutları değerlendirildiğinde; aldatma eğilimi ile ‘‘yeterlilik’’ alt boyutu arasında negatif yönde, çok yüksek derecede anlamlı bir ilişki olduğu ( $r= 0.-960$ ,  $p<0.001$ ) belirlenmiştir. Buna göre aldatma eğilimi ölçeği ortalama puanı arttıkça, yeterlilik alt boyut puanı azalmaktadır.

Bu çalışma sonucunda gelecekte yapılacak araştırmalara ilişkin öneriler aşağıda sunulmuştur.

1. Çalışma kapsamında sosyal medya kullanım düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin aldatma eğilimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. İleriki çalışmalarda aldatma eğiliminin cinsiyetler bazında ayrı ayrı incelemesi yapılarak, sosyal medya kullanımı ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin kadınların ve erkeklerin ayrı ayrı aldatma eğilimi üzerindeki etkisi analiz edilebilir. Sosyal medya kullanım düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin kadınların ve erkeklerin ayrı ayrı aldatma eğilimi üzerindeki etkisi analiz edilebilir.



2. Çalışma sadece İstanbul, İzmir ve Gaziantep'teki evli bireyleri içermektedir. Türkiye'nin farklı bölgelerine araştırma genişletilerek bu noktalardaki sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin aldatma eğilimi üzerindeki etkisi analiz edilebilir.

3. Çalışmada bir yılın altında evli olan bireyler dikkate alınmamıştır. Evlilik süresi 1 yılın altında olan bireyler araştırmaya dahil edilmemiştir. Bunun nedeni evlilikteki ilk yılın genellikle çiftlerin birbirine alışma dönemi olarak nitelendirilmesidir (Tarhan, 2012). Araştırma bir yılın altında evli olan bireyleri de kapsayarak genişletilebilir.

4. Katılımcıların halen evli olmaları ve eşleriyle beraber yaşıyor olmaları dikkate alınmıştır. Evli olmayan, nişanlı ya da ilişki halinde olan kişilerle yapılacak olan çalışma farklı sonuçlara yol açabilecektir.

5. Araştırma 25-45 yaş aralığındaki bireylerle sınırlıdır, gelecekte yapılacak olan araştırmalarda yaş sınırları genişletilerek farklı sonuçlara ulaşılabilir.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, S. (2018) *Erişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, beden imajı, sosyal anksiyete ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Allen, E. S., Baucom, D. H. (2004). Adult attachment and patterns of extradyadic involvement. *Family Process*, 43(4), 467-488.
- Anar, B. (2011) *Evli ve çalışan yetişkinlerin toplumsal cinsiyet rolleri ile evlilik doyumu ve iş doyumu ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Ateş, P. (2018) *Üniversite öğrencilerinde duygusal zekanın sosyal medya bağımlılığına etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Atkins, D. C., Baucom, D. H., & Jacobson, N. S. (2001). Understanding infidelity: Correlates in a national random sample. *Journal of Family Psychology*, 15 (4),735-749.
- Atkins, D. C., Baucom, D. H., Yi, J., Christensen, A.(2005). Infidelity in Couples Seeking Marital Therapy, *Journal of Family Psychology*, 19(3), 470-473.
- Ayas T., & Horzum B. (2013). İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Aile İnternet Tutumu. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (39).
- Baard, P. P., Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2004). Intrinsic need satisfaction: A motivational basis of performance and well-being in two work settings. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(10), 2045-2068.
- Balcı, Ş.& Gülnar, B. (2009). *Üniversite öğrencileri arasında internet bağımlılığı ve internet bağımlılarının profili*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 6(1), 5-22.
- Balta, Ö.& Horzum, M. (2008). Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41(1), 187-205.

- Batıgün A., & Hasta, D. (2010). İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları Açısından Bir Değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, 213-219.
- Bayur, (1994). *Genel Psikoloji*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Beach, S. R. H., Jouriles, E. N., ve O'leary, K. D. (1985). Extramarital sex: impact on depression and commitment in couples seeking marital therapy. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 11 (2), 99-108.
- Beard, T. L. (1996). The jealousy grieving process: Response to infidelity. Master's Thesis, California State University.
- Bell, G.N. (2010). *Self determination theory and therapeutic recreation: the relevance of, competence and relatedness to participant instrinsic motivation*, Degree of Philosophy, Clemson University.
- Biliciler, G. (2018). *Sosyal medya kullanımını yönlendiren motivasyonel etkenler: kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinden sosyal medya kullanıcıları üzerine bir inceleme*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Boekhout, B. A., Hendrick, S. S., & Hendrick C. (2003). Exploring infidelity: Developing the relationship issues scale. *Journal of Loss and Trauma*, 8(4), 283-306.
- Bogaert, A. F., & Sadava, S. (2002). Adult attachment and sexual behaviour. *Personal Relationships*, 9 (2), 191-204. Quinlan, R. J., & Quinlan, M. B. (2007). Parenting and cultures of risk: A comparative analysis of infidelity, aggression, and witchcraft. *American Antropologist*, 109(1), 164-179.
- Bradbury, N.B. ve Fincham, F.D. (1990) Attributions In Marriage: Review and Critique. *Psychological Bulletin*, 107(1): 3-33.
- Burnout: A Cross-Cultural Perspective” held at the Annual Convention of The American Psychological Association, San Francisco, California.
- Buunk, B. P., Dijkstra, P., Fetchenhauer, D., & Kenrick, D. (2002). Age and gender differences in mate selection criteria for various involvement levels. *Personal Relationships*.
- Caner, M. (2009). *Evli bireylerde kendi ebeveynlerini algılama biçimleri, erken dönem uyum bozucu şemalar ve eşe yönelik değerlendirmeler arasındaki ilişkiler:*

- Şematerapi modeli çerçevesinde bir inceleme*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi.
- Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet Use And Psychosocial Well-Being: Development Of A Theory-Based Cognitivebehavioural Measurement Instrument. *Computers in Human Behavior*, 18, 553–575.
- Cengiz, E. (1999). *Anadolu, fen ve yabancı dil ağırlıklı lise öğrencilerinin sosyal ve kişisel uyum düzeyleri ile psikolojik ihtiyaçlarının incelenmesi*. Yüksek lisans Tezi. İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Chiang Y.T., Sunny S.S.J.L (2010). Early adolescent players’ playfulness and psychological needs in online games. *Social Behavior and Personality*, 38(5), 627 – 636.
- Cihangir-Çankaya, Z. (2005). *Öz belirleme modeli: özerklik desteği ve psikolojik iyi olma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Collins, A. (2003). More than myth: the developmental significance of romantic relationships during adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 13, 1–24.
- Çağ, P. ve Yıldırım, İ. (2013) Evlilik doyumunu yordayan ilişki ve kişisel değişkenler, *Türk Psikoloji Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39): 13-23.
- Çakır, B. (2018) *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, narsizm ve empati düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çavuşoğlu, Z.Ş. (2011) *Bağlanma stilleri, evlilik uyumu ve aldatma eğilimi arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, T.C Maltepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çelikkaleli, Ö., Gündoğdu, M. (2005). Eğitim fakültesi öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçları. *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (9).
- Çelikkaleli, Ö., Gökçakan, N. ve Çapri, B. (2005). Lise öğrencilerinin bazı psikolojik ihtiyaçlarının cinsiyet, okul türü, anne ve baba eğitim düzeyine göre incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 245- 268.

- Çivitci, A. (2012). Üniversite öğrencilerinde genel yaşam doyumu ve psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.21(2), 321-336.
- Çivitci, Asım (2012), “Üniversite öğrencilerinde genel yaşam doyumu ve psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiler” , *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt. 21, Sayı. 2, (321-336).
- Deci E., ve Ryan, R.M., (1987). The support of autonomy and the control of behavior. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 53(6), 1024-1037.
- Deci E.L., ve Ryan, R. (1985a). The general causality orientations scale: self determination in personality. *Journal Of Research On Personality*, 19, 109- 134.
- Deci, E. L.,& Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- DeStano, D., Bartlett, M. Y., Braverman, J., & Salovey, P. (2002) Sex differences in jealousy: evolutionary mechanism or artifact of measurement? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83 (5), 1103-1116.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9 (2), 27-50.
- Doğan, T., Eryılmaz, A. (2012). Akademisyenlerde işle ilgili temel ihtiyaç doyumu ve öznel iyi oluş. *Ege Akademik Bakış*, 12(3), 383-389.
- Dollahite, D. C., & Lambert, N. M. (2007). Forsaking all others: How religious.
- Dorff, E. N. (2008). *The practice of marriage and family counseling and Judaism*. New York: Routledge
- Drigotas, S. M., & Barta, W. (2001). The cheating heart: Scientific explorations of infidelity. *Current Directions in Psychological Science*, 10(5), 177-180.
- Eşici, H. (2011). *Romantik ilişki kalitesinin erken dönem uyumsuz şemalar, bağlanma ve psikolojik ihtiyaçlar açısından incelenmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Freud, S. (1938). *The Basic Writings of Sigmund Freud*, Çeviren: Dr. A.A. Brill, New York; The Modern Library.

- Fricker, J. (2006). *Predicting infidelity: The role of attachment styles, lovestyles, and the investment model*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Swinburne University of Technology.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*.(çev: Özel ve Güzel ). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Grant, J. E., Potenza, M. N., Weinstein, A. ve Gorelick, D. A. (2010). Introduction to Behavioral Addictions. *American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 233–241.
- Greeley, A. (1994). Marital Infidelity, *Society*, 31 (4), 9 – 13.
- Green, M. C., & Sabini, J. (2006). Gender, socioeconomic status, age, and jealousy: *Emotional responses to infidelity in a national sample*.
- Griffiths, M. (1999). Internet Addiction: Fact or Fiction? *The Psychologist*, 12(5), 246-250.
- Hahn, J. & Oishi, S. (2006). Psychological needs and emotional well-being in older and younger Koreans and Americans. *Personality and Individual Differences*, 40(4), 689–698.
- Hamamcı, Z. (2005). Dysfunctional relationship beliefs in marital satisfaction and Adjustment. *Social Behavior and Personality*, 33(4), 313-328.
- Hatamy, A., Fathi, E., Gorjib, Z., & Esmaily, M. (2011). The relationship between parenting styles and attachment styles in men and women with infidelity. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 3743-3747.
- Hendrick, S. S. ve Hendrick, C. (2002). Linking romantic love and sex: Development of the Perceptions of Love and Sex Scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, 19, 361-378.
- Howell, T.R., Chenot, D., Hill, G., Howell, J.C (2011). Momentary happiness: the role of psychological need satisfaction. *Journal of Happiness Studies*. October 2009.
- Online Edition infidelity: The roles of gender and attitudes about relationships. *The Journal of Sex Research*, 38 (3), 185-190.
- Hünler, O.S. ve Gençöz, T. (2003) Boyun eğici davranışlar ve evlilik doyumu ilişkisi: algılanan evlilik problemleri çözümünün rolü. *Türk Psikoloji Dergisi*, 18(51): 99-108.

- Kahraman, F., Turgut İ., Deveci E., Altınal B.E., Aygöl Z., Yetkinöglü, Ö. (2010). Yaşanan Ahlaki Çatışma Örnekleri Üzerinden Türkiye’de Gündelik Ahlak Anlayışı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 2019(33):348-367
- Kankaya, D. (2015). *Evli bireylerde aldatma eğilimi ve cinsel yaşantılar*. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kantarıcı, D. (2009). *Evli bireylerde bağlanma stillerine göre aldatma eğilimleri ve çatışma yönetim biçimlerinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karaburç, G. (2017). *Evli bireylerin problemleri internet kullanımı, evlilik uyumu, eş tükenmişliği ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeylerinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Karaçor, F. (2018) *Üniversite öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi).
- Karandashev, V. (2015). A Cultural Perspective on Romantic Love. *Online Readings in Psychology and Culture*, 5(4)
- Kephart, W. M. (1966). *The Family, Society and the Individual*. New York.
- Kersten, K. K. (1990). The Process of Marital Dissaffection: *Interventions at Various Stages*, *Family Relations*, 39, 1990, 257 – 265.
- Kim, K., Ryu, E., Chon, M-Y., Yeun, E-J., Choi, S-Y., Seo, J.S., & Nam, B.W. (2006). Internet addiction in Korean adolescents and its relation to depression and suicidal ideation: a questionnaire survey. *International Journal Of Nursing Studies*, 43, 185–192.
- Koç, M., and Gülyavaş, S. (2013). Facebook addiction among Turkish college students: the role of psychological health, demographic, and usage characteristics. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 16 (4), 279–284.
- Kubat, D.E. (2012) *Evli bireylerde aldatma eğilimi ve evlilik doyumu ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kuru, E. (2004). *Türkiye ve Kazakistanlı spora katılımcı erkek üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının karşılaştırılması*. *Bilgi*, 30, 203-233.

- Laes, T. ve Laes, T. (2001). Career burnout and its relationship to couple burnout in Finland: A pilot study. Paper presented in a symposium entitled The Relationship between Career and Couple Burnout: *A Cross-Cultural Perspective held at the Annual Convention of The American Psychological Association*, San Francisco, California.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007). Social Networking Websites and Teens: An Overview, *Pew Internet & American Life Project*, January 3.
- Liu, C. (2000). A theory of marital sexual life. *Journal of Marriage and the Family*, 62,363-374.
- Meriç N. (2010) *Evlilik ve aile danışmanlığı kuramları*. Aile Terapisi Dönem Ödevi. Amerikan Uluslar Arası Newport Üniversitesi.
- Müezzinoğlu, S. (2014). *Romantik ilişkilerde aldatma: bağlanma boyutları, kişilik özellikleri ve ilişki bağlanımı*. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Ozer, I (2014) *Facebook addiction, intensive social networking site use, multitasking, and academic performance among university students in the united states, europe, and Turkey: A multigroup structural equation modeling approach*. Unpublished doctoral dissertation. Kent State University.US.
- Ögel, K. (2012) *İnternet Bağımlılığı*. 2.Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ögel, K. (2014) *Bağımlı Aileleri için Rehber Kitap*. 2. Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öngören, S. (2017). Boşanma ve boşanmanın erken çocukluk dönemi çocuklar üzerindeki etkileri. *Uluslararası Eğitim Bilimler Dergisi*, 4(13), 73-87.
- Özgün, S. (2010) *The predictors of the traumatic effect of extramarital infidelity on married women: coping strategies, resources, and forgiveness*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Polat, D. (2006) *Evli bireylerin evlilik uyumları, aldatma eğilimleri ve çatışma eğilimleri arasındaki ilişkilerin bazı değişkenler açısından incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.



- Prager, K. J., 1995. *The psychology of intimacy*. New York: The Guilford Press.
- Pronk T.M., Karremans J.C., Wigboldus D.H.J. (2011). How can you resist? executive control helps romantically involved. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 100, No. 5, 827–837.
- Quinlan, R. J., &Quinlan, M. B. (2007). Parenting and cultures of risk: A comparative analysis of infidelity, aggression, and witchcraft. *American Antropologist*, 109(1), 164-179.
- Reis, H. R., Sheldon, K.M., Gable. S. L.,Roscoe, J., &Ryan, R. M. (2000). Daily Well-Being: The role of autonomy, competence and relatedness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(4), 419-435.
- Ryan R. M.,& Lynch, J. H. (1989). Emotional autonomy versus detachment: revisiting the vicissitudes of adolescence and young Adult hood. *Child Development*, 60, 340-356.
- Ryan, R. M., Lynch, M. F., Vansteenkiste, M., ve Deci, E. L. (2011). Motivation and autonomy in counseling, psychotherapy, and behavior change: A look at Theory and Practice. *The Counseling Psychologist* 39: 193- 260.
- Sarı T. (2012), *Evli bireylerin ebeveyn algıları, otomatik düşünceleri ve bağlanma stillerinin evlilik doyumu ile ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Savcı M, Aysan F. Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: İnternet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Düşünen Adam Dergisi* 2017;30:202–216.
- Scharf, M.,& Mayseless, O., 2008. Late adolescents girls' relationship with parents and romantic partner: the distinct role of mothers and fathers. *Journal of Adolescence*, 31, 837-855.
- Selim, G. (2009). *İnternet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı demografik değişkenler ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Sheldon, K.M., Ryan. R.,& Reis, H.T. (1996). What Makesfor a Good Day? Competence and Autonomy in the Dayand in the Person. *Personality and Social*

- Psychology Bulletin, 22(12), 1279-1279. substantive review. *Journal of Marital and Family Therapy*, 31(2), 217-33.
- Sheldon, K.M., Bettencourt, B.A. (2002). Psychological need satisfaction and subjective well-being within social groups. *British Journal of Social Psychology* 41(1), 25-38.
- Sungur, M., (2009). *Sen, ben ve aramızdaki herşey*. İstanbul: Goa Yayınları.
- Şad, S.N., Gürbüz Türk, O. (2009). İngilizce hazırlık öğrencilerinin öz belirleyicilik düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 15(59), 421-450.
- Şahin, E.S. ve Owen, F.K. (2009). Psikolojik ihtiyaçları farklı lise öğrencilerinin saldırganlık düzeyleri. *Türk PDR Dergisi*. 4(32), 64-74.
- Tarhan, N. (2011). *Evlilik Psikolojisi*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tarhan, N. (2014) *Evlilik Psikolojisi*. 20. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına *Yönelik Bir Araştırma*. *Tarih Okulu Dergisi*, 7, 851-870.
- Thompson, A. P. (1984). Extramarital sexual crisis: Common themes and therapy implications. *Journal of Sex ve Marital Therapy*, 10 (4), 239-254.
- Timur, M.S. (2008) *Boşanma sürecinde olan ve olmayan evli bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerini etkileyen faktörlerin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S. & Çomu, T., 2009, *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tortamış, M. (2014) *Evli bireylerde romantik kıskançlık düzeyi ve aldatma eğilimlerinin şema terapi modeli çerçevesinde değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Treger, S., & Sprecher, S. (2011). The influence of sociosexuality and attachment style on reactions to emotional versus sexual infidelity. *Journal of Sex Research*, 48 (5), 413-422.

- Tremblay, P.F., & Dozois, D.J.A. (2009). Another perspective on trait aggressiveness: Overlap with early maladaptive schemas. *Personality and Individual Differences*, 46, 569-574.
- Uçan, Ö. (2007) Boşanma sürecinde kriz merkezine başvuran kadın retrospektif olarak değerlendirilmesi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 10: 38-45.
- UÇAR, S. (2018) *Beliren yetişkinlikte romantik ilişki deneyimleri*. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ünal, A. T. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Ünlü, Z. (2018) *Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik dayanıklılık*. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Weil, M.W. (1975), Extramarital Relationships: A Reappraisal, *Journal of Clinical Psychology*, 31 (4), 723 – 725.
- Wiederman, M. W. (1997). Extramarital sex: prevalence and correlates in a national survey. *The Journal of Sex Research*, 34 (2), 167-174.
- Yarımca, G. (2017). *Sanal aldatmanın depresyon ve anksiyete üzerindeki etkisinin incelenmesi Denizli örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yen, J.Y., Ko, C.H., Yen, C.F., Chen, C.S., & Chen, C.C. (2009). The association between harmful alcohol use and Internet addiction among college students: comparison of personality. *Psychiatry Clin Neurosci*, 63(2), ss. 218–24.
- Yeniçeri, Z. ve Kökdemir, D. (2006) University Students Perceptions Of, And Explanations For, Infidelity: The Development Of The Infidelity Questionnaire. *Social Behavior and Personality*, 34(6): 639-650.
- Zhang, P. (2008). Toward a positive design theory: principles for designing motivating information and communication technology, in M. Avital, R. Bolland, and D. Cooperrider (eds.), *Designing Information and Organizations with a Positive*.

## EKLER

Ek 1. Onam Formu

### AÇIKLAMA

Değerli Katılımcı,

Bu çalışma, Dr. Öğretim Üyesi Ezel Avcı danışmanlığında Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans programı öğrencisi Yağmur Yıldırım tarafından yürütülen bir tez çalışmasıdır.

Araştırmaya katılımınız tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Sorulara içten yanıtlar vermeniz, araştırmanın geçerliliği açısından büyük önem taşımaktadır. Sizden istenen, soruları cevaplarırken mümkün olduğunca **boş bırakmamanız** ve **eşinizden bağımsız, bireysel** olarak cevaplamanızdır.

Araştırma **25-45 yaş** arasında olan ve evlilik süresi **en az 1 yıl** olan bireyleri kapsamaktadır. Bu şartları sağlıyorsanız ve araştırmaya gönüllü olarak katılım sağlamak istiyorsanız soruları yanıtlayabilirsiniz.

Anketler bireysel bir çalışmada kullanılmayacağı için **kimlik bilgileriniz istenmemektedir. Lütfen soru kağıtlarına kimliğinizi belirten işaretler koymayınız.** Soruları nasıl cevaplayacağınız, her soru formunun üzerinde ayrıntılı olarak anlatılmaktadır. **Cevaplarınız tamamıyla gizli tutulacak, yalnızca araştırmacı tarafından görülecek; elde edilecek bilgiler sadece bilimsel yayınlarda kullanılacaktır.** Detaylı bilgi veya araştırma sonuçları için yazmış olduğum e-mail adresinden benimle iletişim kurabilirsiniz.

Katılımınız ve desteğiniz için teşekkür ederim.

Psikolog Yağmur Yıldırım

yagmuryildiirim@gmail.com

Ek 2. Kişisel Bilgi Formu

**Cinsiyetiniz:** Kadın ( ) Erkek ( )

**Yaşınız:** \_\_\_\_\_

**Eşinizin Yaşı:** \_\_\_\_\_

**Mesleğiniz:** \_\_\_\_\_

**Eşinizin Mesleği:** \_\_\_\_\_

**Yaşadığınız Şehir:** \_\_\_\_\_

**Kaç aydır/yıldır evlisiniz?** \_\_\_\_\_

**Eşinizle evlenmeden önceki tanışıklık süreniz?** \_\_\_\_\_

**Evde kaç kişi yaşamakta?** \_\_\_\_\_

**Evde kimlerle yaşıyorsunuz?** \_\_\_\_\_

**Kaçıncı evliliğiniz?** \_\_\_\_\_

**Çocuğunuz var mı, var ise kaç tane?**

a) Evet, var \_\_\_\_\_ tane b) Yok

**Eğitim Düzeyiniz:**

a) Okur-Yazar Değil b) İlköğretim c) Lise d) Üniversite e) Yüksek Lisans- Doktora

**Eşinizin Eğitim Düzeyi:**

a) Okur-Yazar Değil b) İlköğretim c) Lise d) Üniversite e) Yüksek Lisans- Doktora

**Çalıştığınız Yer:**

a) Çalışmıyorum b) Özel sektörde çalışıyorum c) Devlet memurum d) Serbest çalışıyorum

**Çalışıyor iseniz günde kaç saat çalışmaktasınız?** \_\_\_\_\_

**Çalışıyor iseniz hafta sonları çalışmakta mısınız?**

a) Evet b) Hayır

**Eşinizin Çalıştığı Yer:**

a) Çalışmıyor b) Özel sektörde çalışıyor c) Devlet memuru d) Serbest çalışıyor

**Eşiniz çalışıyor ise günde kaç saat çalışmakta? \_\_\_\_\_**

**Eşiniz çalışıyor ise hafta sonları çalışmakta mı?**

a) Evet b) Hayır

**Maddi durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz?**

a) Dar gelirlili b) Ortanın altı c) Orta halli d) Ortanın üstü e) Varlıklı

**Nasıl evlendiniz?**

a) Anlaşarak b) Görücü usulü c) Diğer (yazınız) \_\_\_\_\_

**Eşinizle yakınlık dereceniz?**

a) Yakın akraba b) Uzak akraba c) Akrabalık yok

**Yetiştirdiğiniz (Doğup- Büyüdüğünüz) yer?**

a) Şehir merkezi b) İlçe c) Kasaba d) Köy

**Eşinizin yetiştiği (Doğup- Büyüdüğü) yer?**

a) Şehir merkezi b) İlçe c) Kasaba d) Köy

**Eşinizin fiziksel özelliklerini beğeniyor musunuz?**

a) Çok beğeniyorum b)Orta derecede beğeniyorum c) Az beğeniyorum d) Hiç beğenmiyorum

### Ek 3. Aldatma Eğilimi Ölçeği

Bu ölçekte, evliliğiniz ile ilgili duygu ve düşüncelerinizi değerlendirmeniz istenmektedir. Her bir ifadeyi okuduktan sonra, buna ne derecede katıldığınızı ya da katılmadığınızı cevap için ayrılan yere (X) koyarak işaretleyiniz.		Tamamen katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1.	Eşimle iletişim çatışması yaşadığım dönemlerde, beni anlayacak bir partner isterim.					
2.	Eşimle düzenli aralıklarla cinsel ilişkiye giremediğimde (iş seyahatleri vs.), bu dönemlerde başkasıyla birlikte olmayı deneyebilirim.					
3.	Zaman zaman, beni daha mutlu edebilecek bir başkasıyla birlikte olmayı düşünürüm.					
4.	Eşimden aldığım cinsel doyum düşük olsa da, başkasıyla birlikte olmayı düşünmem.					
5.	Evliliğimi artık kurtaramayacağımı hissettiğimde (her şeye rağmen devam edecek ya da boşanmayla sonuçlanacak), hayatımda başka birinin olması için açık kapı bırakırım.					
6.	Eşim kendine ayrı bir sosyal çevre edinip onlarla yoğun bir ilişki içine girdiğinde; ben de ortak ilgilerimizi, hobilerimizi paylaşacağım bir partnerle vakit geçirmeyi deneyebilirim.					
7.	Eşimden daha güzel/yakışıklı, çekici bir partnerle birlikte olmayı da düşünürüm.					
8.	Giderek eşime olan sadakatim azalıyor.					
9.	Evliliğimdeki romantizm bitse de, bunu bir başkasıyla gidermeyi düşünmem.					
10.	Eşimden başka bir partneri düşünmek bile kendimi suçlu hissetmeme neden olur.					
11.	Sevgi, anlayış ve desteğe ihtiyacım olduğunda; yine de bu isteğime eşimden başka bir partnerin karşılık vereceğine inanmıyorum.					
12.	Eşimle yaşamadığım fantezileri gerçekleştirebileceğim bir teklif aldığımda, bunu değerlendirebilirim.					
13.	Eşimin kıskanç davranışları, başka bir partnere yönelmeme neden olabilir.					
14.	Salt farklı bir heyecan yaşamak için, eşimden başkasıyla birlikte olmam.					
15.	Tek eşlilik bana göre değil.					
16.	Eşimden ayrılmayı düşünsem de, başka biriyle birlikte olmam.					
17.	Evliliğimdeki mutsuzluğun, başkasıyla birlikte olmama neden olacağını sanmıyorum.					
18.	Eşimin fiziksel çekiciliği azalsa da, başka bir insanı çekici olduğu için tercih etmem.					
19.	Eşimin yoğun ilgisi, beni başka bir partnere itebilir.					
20.	Eşimle anlaşmasam da "keşke başka biriyle evli olsaydım" diye düşünmem.					
21.	Eşim bakımsız olduğunda, bakımlı ve hoş biriyle birlikte olmayı isterim.					
22.	Eşim karı-koca rolünü, ana-baba rolünün arkasına atarsa başkasıyla birlikte olabilirim.					
23.	Evliliğimi hiçbir koşulda riske atmam.					
24.	Eşimin başka biriyle birlikte olduğunu öğrensem, ben de bir başkasıyla birlikte olmayı denerim.					
25.	İlişkimiz rutinleştğinde yeni heyecanlar yaşamak için başkasıyla birlikte olabilirim.					
26.	Elimde olmadan, salt ortamın uygun olması nedeniyle; başkasıyla birlikte olabilirim.					
27.	Eşim bana zaman ayırmasa da, hayatıma başka bir partneri almayı düşünmem.					
28.	Karşımdaki insan istedi diye, onunla birlikte olmam.					
29.	Eşim başkasıyla birlikte olmamı hak ediyor.					
30.	Eşim geçici cinsel işlev bozukluğu yaşarsa, cinsel ilişki için bir başkasıyla birlikte olmayı düşünürüm.					

#### Ek 4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu

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

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

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



## Ek 5. Psikolojik İhtiyaç Doyum Ölçeği

### TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLAR ÖLÇEĞİ

Aşağıda verilen ifadeleri dikkatlice okuyup size en uygun olan seçeneği X ile işaretleyiniz. Lütfen her ifadeye tek cevap veriniz.

		Hiç Doğru Değil	Doğru Değil	Biraz doğru	Doğru	Çok Doğru
1.	Hayatımı nasıl yaşayacağıma karar vermede kendimi özgür hissediyorum.					
2.	Etkileşim içinde olduğum insanları gerçekten seviyorum.					
3.	Çoğu zaman kendimi yetenekli hissetmiyorum.					
4.	Yaşamımda kendimi bastırılmış biri olarak görüyorum.					
5.	Tanıdığım insanlar yaptığım şeylerde başarılı olduğumu söylüyorlar.					
6.	İlişki kurduğum insanlarla anlaşabiliyorum.					
7.	İnsanlarla çok fazla sosyal etkileşimim ve sosyal ilişkim yok.					
8.	Fikirlerimi ve düşüncelerimi ifade etmede genellikle kendimi özgür hissediyorum.					
9.	Sürekli sosyal etkileşim içerisinde bulunduğum insanları dostlarım olarak görürüm.					
10.	Son zamanlarda yeni ve ilginç beceriler kazandım.					
11.	Günlük yaşamımda, çoğu zaman bana söylenen şeyleri yapmak zorunda kalıyorum.					
12.	Hayatımdaki insanlar bana önem verirler.					
13.	Çoğu zaman yaptığım şeyler bende bir başarı hissi uyandırır.					
14.	Günlük işlerde etkileşim içinde olduğum insanlar duygularımı dikkate alırlar.					
15.	Günlük yaşamda yeteneklerimi göstermek için fazla imkân bulamıyorum.					
16.	Yaşamımda kendime yakın hissettiğim çok fazla insan yok.					
17.	Günlük işlerde kendimi çok rahat hissediyorum.					
18.	Sürekli etkileşim içinde olduğum insanlar beni pek fazla seviyor gibi görünmüyorlar.					
19.	Genellikle kendimi çok kabiliyetli görmem.					
20.	Günlük işleri nasıl yapacağıma karar vermek için fazla fırsatım yok.					
21.	İnsanlar genellikle bana karşı gayet arkadaş canlısıdır.					

## ÖZGEÇMİŞ

### **Kişisel Bilgiler:**

ADI SOYADI: YAĞMUR YILDIRIM

DOĞUM YERİ: SAMSUN

DOĞUM TARİHİ: 23.04.1994

E-MAIL: [yagmuryildiirim@gmail.com](mailto:yagmuryildiirim@gmail.com)

### **EĞİTİM DURUMU**

2017-2019 İstanbul Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji (Klinik) Yüksek Lisans Programı

2012-2017 İstanbul Maltepe Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Psikoloji Bölümü

### **İŞ DENEYİMİ**

Türkiye Yeşilay Cemiyeti, Yeşilay Danışmanlık Merkezi (YEDAM)

Psikolog – 2019

### **STAJ DENEYİMİ**

Fransız Lape Hastanesi – 2018

İstanbul Bakırköy Prof. Dr. Mazhar Osman Ruh Sağlığı ve Sinir Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi – 2017

Doğa Okulları – 2016

### **PROJELER**

Sokakta Yaşayan ve Çalışan Çocuklar için Uygulama Araştırma Merkezi (SOYAÇ) – 2015