

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİMDALI
HALKLA İLİŞKİLER BİLİM DALI

EVLİLİK SÜRECİNDE SANAL ÇÖPÇATANLIK
KURUMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA:
INSTAGRAM VE FACEBOOK ÖRNEĞİ

TUÇE BİNAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğretim Üyesi UĞUR ÇAĞLAK

KONYA-2020



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	TUÇE BINAR		
	Numarası	17811501003		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	<input type="checkbox"/>	
		Doktora	<input type="checkbox"/>	
Tezin Adı	EVLİLİK SÜRECİNDE SANAL ÇÖPÇATANLIK KURUMLARI ÜZERİNE BİR ARŞTIRMA: INSTAGRAM VE FACEBOOK ÖRNEĞİ			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığımı bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı
İmzası

Tuçe Binar

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	---	--

Öğrencinin	Adı Soyadı	TUÇE BİNAR		
	Numarası	17811501003		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Doktora	<input type="checkbox"/>	
	Tez Danışmanı	DR.ÖĞR.ÜYESİ UĞUR ÇAĞLAK		
Tezin Adı	EVLİLİK SÜRECİNDE SANAL ÇÖPÇATANLIK KURUMLARI ÜZERİNE BİR ARŞTIRMA: INSTAGRAM VE FACEBOOK ÖRNEĞİ			

ÖZET

Bu araştırma teorik ve uygulamalı olarak iki bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın teorik bölümünde, uygulamaya giriş oluşturacak kavramsal çerçeve hazırlanmıştır. Bu bölümde kültür ,evlilik ve evlilikle ilişkili olarak sosyal medya konularına değinilmiştir. Bu bölümde evliliğe ait bilgiler, evlilikte gerekli şartlar ve bununla birlikte evlenme yöntemleri evlilikle paralel olarak sosyal medya, sosyal medya araçları ve bunların kişiler üzerinde ki avantaj ve dezavantajları incelenmiştir. İnsanlar gelişen teknolojiler sayesinde hayatlarında birden fazla değişim yaşamaktadır. Bu değişimlerden biri de evlenme biçimi olarak bildiğimiz görücü usulü evlenme biçiminde ki değişimlerdir. İnsanların evlilik için birde fazla yöntem başvurduğu bilinmektedir. Bunun sonucunda bireyler yeni bir yöntem olan sanala çöpçatanlık kurumlarını tercih etmektedirler. Bu tercihlerindeki sebepler, eşler arasındaki iletişim şeklinin dönüşümü araştırılmıştır.

Araştırmanın uygulama bölümünde ise sosyal medya aracılığı ile evlenen kişiler ile nitel bir araştırma yöntemi olan görüşme tekniği uygulanmıştır. Sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile evlilikten beklentiler, kişilerin evliliklerini etkileyen faktörlerde değişiklikler meydana gelmiştir. Bireyler sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile gerçek hayatta oluşturdukları sosyal çevrenin dışında yeni insanlar tanımak istemektedir. Bunun sonucunda ortaya çıkan arkadaşlık ilişkileri evliliğe kadar gitmektedir. Araştırmaya göre geleneksel

öpatanlık kurumu olan görücü usulü evlenme yönteminin değişime uğradığını yerini sanal çöpçatanlık kurumları dediğimiz sosyal medya aracılığı evlenmeye bırakmıştır. Bu araştırma ile sosyal medya aracılığı ile evlenen kişilerin fikirleri aktarılmak istenmiştir. Sosyal medya aracılığı ile tanıştıkları kişilerle, güven, yeterince tanımak gibi gerekli şartları gerçekleştirdikten sonra evlenmelerinde bir mahsur görülmediği ve sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirdikleri evliliklerinde bir sıkıntı olmadığını dile getirmişlerdir. Bireylerin sanal çöpçatanlık kurumlarına karşı duydukları güven veya varsa tereddütler araştırılmıştır. Bu araştırmanın sonucunda kişilerin sanal hayattaki profilleri ile gerçek hayattaki profillerinin uyumu incelenmiştir. Kişilerin gerçekliği yansıttığı sürece herhangi bir problem yaşamaksızın evlilik yöntemi olarak seçtikleri belirlenmiştir. Gelişen yeni iletişim teknolojileri aracılığı ile eş adaylarını tanıyabilmenin daha hızlı ve kolay olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Evlilik, Sosyal Medya, Kişiler Arası İletişim, Görücü Usulü Evlilik, Toplumsal Dönüşüm

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	--

Author's	Name and Surname	TUÇE BİNAR			
	Student Number	17811501003			
	Department	PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISING			
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	<input type="checkbox"/>		
		Doctoral Degree	<input type="checkbox"/>		
	Supervisor	DR.ÖĞR.ÜYESİ UĞUR ÇAĞLAK			
Title of the Thesis/Dissertation	A RESEARCH ON VIRTUAL MATCHMAKING INSTITUTIONS DURING THE MARRIAGE PROCESS: EXAMPLE INSTAGRAM AND FACEBOOK				

ABSTRACT

This research consists of two parts, theoretically and practically. In the theoretical part of the research, a conceptual framework has been prepared which will be an introduction to practice. In this section, social media issues related to culture, marriage and marriage are discussed. In this section, information about marriage, necessary conditions in marriage and also marriage methods are examined in parallel with marriage, social media, social media tools and their advantages and disadvantages. People experience multiple changes in their lives thanks to developing technologies. One of these changes is the changes in the style of marriage, which we know as the form of marriage. It is known that people use more than one method for marriage. As a result, individuals prefer matchmaking institutions, a new method. The reasons in these preferences and the transformation of the communication between spouses were investigated.

In the application part of the research, the interview technique, which is a qualitative research method, was applied to people who got married through social media. Through virtual matchmaking institutions, expectations occurred from marriage and changes in the factors affecting the marriages of people. Individuals want to meet new people outside the social environment they have created in real life through virtual matchmaking institutions. Friendship relationships that arise as a result go to marriage. According to the research, the method of marriage, which is a traditional matchmaking institution, has been replaced by social media called virtual matchmaking institutions. With this research, the ideas of people

who got married through social media were asked to be conveyed. They stated that after meeting the people they met through social media, after fulfilling the necessary conditions such as trust and getting enough, there was no problem in their marriage and there was no problem in their marriage through social media. Individuals' trust or hesitations, if any, against virtual matchmaking institutions were investigated. As a result of this research, the harmony between the profiles of people in virtual life and their real life profiles is examined. As long as it reflects reality, it is determined that people choose it as a marriage method without any problems. It has been determined that it is faster and easier to recognize co-candidates through developing new communication technologies.

Keywords: Marriage, Social Media, Interpersonal Communication, Arranged marriage, Social Transformation



ÖN SÖZ

Bu tezin konu seçiminden yazılma aşamasına kadar her konuda bana yol gösteren, hiçbir desteğini ve katkısını esirgemeyen kıymetli tez danışmanım ve hocam Dr. Öğretim. Üyesi Uğur ÇAĞLAK'a teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Lisans eğitimim boyunca bana her türlü desteği veren ve akademi camiasına adım atmama vesile olan ve hayata dair bakış açımı geliştirdikleri ve bana kattıkları için lisans hocalarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lisans hayatım ile başlayıp yüksek lisans hayatıma uzanan bu yolculukta maddi manevi beni yalnız bırakmayan yol arkadaşlarım Esra TEKİN ve Tuğçe Ezgi ŞAHİN'e sonsuz sevgileri ve destekleri için teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca bana destek olan canım annem Halime BİNAR canım babam İsmail BİNAR ve canım kardeşlerime her zaman benimle oldukları için şükretmişimdir. Onların sonsuz sevgisine, desteğine minnettarım. Bu süreçte bana inanan ve destek veren herkese sonsuz teşekkürler.

Sevgi ve saygılarımla...

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
ABSTRACT	III
ÖN SÖZ	V
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

EVLİLİK

1.1.Kültürel Yapı	3
1.2.Evlilik Kavramı ve Önemi	5
1.3. Evlilik İlişkilerinde Gerekli Kişisel ve Sosyal Gereklilikler	7
1.3.1. Sevgi	8
1.3.2. Yakınlık	9
1.3.3. Benzerlik	10
1.3.4. Fiziksel Çekicilik	
1.3.5. Kişisel Özellikler	13
1.3.6. Aşk	14
1.4. Evlenme Biçimleri	16
1.5. İnternetin Toplumsal Hayata Yansımasıyla Ortaya Çıkan İlişkiler	21

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

2.1. Sosyal Medya Kavramı	25
2.2. Sosyal Medya ve Araçları	28
2.2.1. Blog	29
2.2.2. Sosyal Ağ Siteleri	30
2.2.2.1. Facebook	31
2.2.3.2. Twitter	33

2.3.3. Instagram	34
2.3.4. Foursquare	35
2.2.2. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları	36
2.5. Sosyal Medyanın Etkisiyle Ortaya Çıkan Sanal İlişkilerin Gerçek Hayata Yansıması	39
2.6. Evlilik Sürecinde Sanal Çöpçatanlık Kurumları Üzerine Bir Araştırma	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Konusu ve Problemi	46
3.2. Araştırmanın Amacı	47
3.3. Araştırmanın Önemi	48
3.4. Araştırmanın Yöntem ve Tekniği	49
3.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	49
3.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	50
3.7. Araştırmanın Bulguları	50
3.7.1. GÖRÜŞMECİLERİN SOSYODEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ	51
3.7.1.1. Cinsiyet Dağılımı	51
3.7.1.2. Yaş Dağılımı	51
3.7.1.3. Eğitim Durumu	51
3.7.1.4. Evlilik Süreleri	52
3.7.2. Evliliğe Yönelik Bulgular	52
3.7.2.1. Tanışma Süreci	52
3.7.2.2. Evlilikte Rol Oynayan Kavramlar	55
3.7.2.3. Evlilik Sürecine İlişkin Görüşler	59
3.7.3. Online İlişkiler	62
3.7.3.1. Sosyal Medyada Başlayan İlişkiler	63
3.7.3.2. Sanal Profil	70

3.7.3.3. Online İletişimden Yüz yüze İletişime Geçiş.....	73
3.7.3.4. Sanal Çöpçatanlık Kurumlarına Karşı Oluşan Tutumlar	77
SONUÇ VE ÖNERİLER	84
KAYNAKÇA	91
EK 1:KATILIMCILAR LİSTESİ	98
EK 2: GÖRÜŞME FORMU	99
ÖZGEÇMİŞ	100



GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni gelişmeler sonucu yaşadığımız dünya sınırların ve mekan farklarının ortadan kalkması ile küresel bir köye dönüşmüştür. Bu dönüşümün en büyük yansımaları kişisel ilişkilerimize olmuştur. Bu dönüşüm sürekli yeniliği ve gelişimi gerektirmektedir. Nesilden nesile aktarılan kültürün de bu değişimler içinde yeni bir boyut kazandığı gözle görülmektedir. Bu kültür, dönüşüm bağlamında sözlü kültür ve yazılı bir elektronik kültüre dönüşmüştür. Dolayısıyla yeni bir kültür ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda kültür yapımızda olan evliliğin değişimide ortaya çıkan kültürel değişimi kanıtlar niteliktedir.

Değişen dünyada insanlar bağlanma arzusunu evlilikle sağlıyor. Yaşamın bir anlam kazanması ve kişisel ilişkilerin gelişmesi için evliliğin gerekli olduğunu savunuyor. Evlilik sonucu ortaya çıkan bir birleşme ile insanlar kendini kayıtsız şartsız bağlanmış gördüğünde kendini bulup geliştirebiliyor (Oneill, 1974:23). Evlilik toplumlarda bir dönüşüm noktası olarak algılanmaktadır. Evlilikte sadece bireylerin birleşmesinden ziyade toplumun norm ve değerlerinin devamının sağlanması düşüncesi öne çıkmaktadır.

Evlilik evrensel bir olgu olmasına rağmen her toplumda farklı norm ve değerlerle yeniden şekil almaktadır. Her toplumun gelenek, görenek, örf, adetleri ve evlenme biçimleri farklıdır. Her toplumun evliliğe yüklediği anlam ve evlilik için kendine seçmiş olduğu araçlarda değişiklik göstermektedir. Bu bağlamda bireylerin evlilik anlayışı ve evlilik kurumunun araçlarının ortaya çıkması açısından “Evlilik Sürecinde Sanal Çöpçatanlık Kurumları Üzerine Bir Araştırma : Instagram ve Facebook Örneği”adlı çalışma ile araştırılmıştır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde evlilik kavramı ve önemi hakkında bilgiler yer almaktadır. Evlilik kavramı hakkında bilgi verildikten sonra evlilikteki gereklilikler üzerinde kısa bir bilgi verilmiştir daha sonra evlenme biçimleri detaylandırılmıştır. Son olarak bu bölümde sanal dünyanın toplumsal hayata yansması ile ortaya çıkan evlilik ilişkilerinden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde sanal dünyanın toplumsal hayata yansması bağlamında sosyal medya kavramından detaylı bir şekilde bahsedildikten sonra bu ilişkilerin gerçekleştiği sosyal ağlar ele alınmıştır. Sosyal ağlarda gerçekleştirilen ilişkiler üzerine

derinlemesine bir inceleme yapılmıştır. Nitekim araştırmanın temelini oluşturacak olan, geleneksel sosyal mekânların sanal ortamdaki yeni versiyonlarında, geleneksel çöpçatanlık kurumunun yeni görünüm ve dönüşümlerinin ne olduğu, evlenme ve aile olma yolunda bildiğimiz yöntemlerin oluşan sanal dünyada nasıl değiştiğini insanların artık birbirlerini tanımanın diğer yolu olarak sosyal medyayı değerlendirdiği konusunda durulacaktır. Üçüncü ve son bölümde araştırma metodolojisinden bahsedilecek araştırmaya yönelik bulgular ortaya konulacaktır. Elde edilen sonuçlar analiz edilecektir.

Bu bağlamda çalışmaya yardımcı olması açısından literatür taraması yapılmıştır. Bu literatür taraması ile evlilik için faaliyet gösteren çöpçatanlık kurumlarının fazla üzerinde durulmadığı ortaya çıkmıştır. Bu araştırma ile evliliği sağlayan çöpçatanlık kurumlarının zaman içindeki dönüşümü gözler önüne serilmiştir. Bu çalışma ile gerek kişisel ilişkiler gerek kültürel yapının bir parçası olan evliliğin yeniden şekillendiği görülmektedir. Evlilik kavramına sanal bir boyutta bakılabilmesi ve evliliğin gelenekselciliğin dışına çıkabildiğini göstermesi açısından bu araştırma literatüre katkı sağlayacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

EVLİLİK

Terim olarak evlilik; iki veya daha fazla kişi arasında toplumca onaylanan aynı zamanda hukukende kabul gören, taraflara hak ve yükümlülükler sunan aynı zamanda cinsellik içeren bir ilişkidir. Evlilik toplumsal bir kurum olan ailenin temelini oluşturan ve yeniden üretimini hedeflemektedir (Budak, 2003:281). Evlilik toplumları önemli derecede etkileyen, ailenin kurumunu oluşması için gerekli adımın atılmasıdır. Evlilik kavramını açıklarken belli başlı konulara değinilmiştir. Bunlar aşağıda açıklanmıştır.

1.1. Kültürel Yapı

Evlilik ve aile kavramlarını açıklamadan önce kültür ve kültürel yapının bilinmesi gerekmektedir. Kültürün şimdiye kadar yapılmış birden fazla tanımı bulunmaktadır en genel anlamıyla kültür; bir bütün halinde kuşaktan kuşağa aktarılan öğrenilmiş davranışlardır. Bu öğrenilmiş davranışlara yüklenen sembol ve anlamlardır (Kağıtçıbaşı, 2012:35). Kültür kavramının genişliği tüm toplumlarca bilinmektedir. Bireyi bilgilendiren her şey kültür kapsamına girmektedir. İnsan tarafından geliştirilip her neslin sırayla öğrendiği geleneksel davranışlar olarak tanımlayabiliriz (Günay, 2016:25). Kültürü toplumda oluşmuş ihtiyaç ve işlevlerin sonucu ortaya çıkan davranış olarak değerlendirebiliriz. Davranış kelimesi sadece yapma eylemi olarak değil düşünmeyle de ilgili olabilmektedir ve bu davranışları öğrenme zorunluluğu vardır (Tezcan, 1987:22).

Kültürü maddi ve manevi olarak iki boyutta ele alabiliriz. Maddi kültür; insan elinin değdiği, insanın şekillendirdiği somut olan her şeydir. Manevi kültür ise elle tutulamayan gözle görünemeyen zaman içinde öğrenilen, paylaşılan inançları ve değerleri ifade eder (Dikeçligil, 2011:138). Kültürel dünyayı insanlar oluşturur. Sözlü veya davranışlarımızla oluşturduğumuz ilişki biçimleri ile maddeleştirdiğimiz bu dünya anlamlar dünyasıdır (Köktürk, 2017:17). Kültür öğrenilen insan davranışlarıdır. Spesifik bir kültürü anlattığımızda o kültüre dahil olan insanların paylaştıkları yaşam biçimidir (Tezcan, 1987:21).

Kültür beşeri birlikteliklere yönelik olayların sembolik ve soyut ifadesi gibi gözükse de aslında kültür, davranışın dallarını yani sosyal süreçleri kapsamaktadır. Davranış dalları kültürde önemli bir yer kaplamaktadır. Sürekli tekrarlar sonucu ortaya çıkan dallar biçimlenmiş kültürel oluşumlardır. Toplumda bu dallar belli bir şekil kazanmıştır ve toplum buna uymaktadır (Aydın, 2011:55). Kültür toplumlarda duygu birliğidir. Yardımlaşmayı gerektiren büyük bir güçtür. Kültür maddi bir güçten ziyade manevi bir güçtür (Anadol vd., 2002:36). Bu bağlamda kültürün dallarının oluşmasında manevi boyut önemli yer kaplamaktadır. Kültürün manevi dalları kişiler arası ilişkilerle güçlenmiştir. Bu ilişkilerin arasına evlilikte girmektedir.

Kültürün ve kültürel hayatın normları, bireyler tarafından yaşam serüvenlerinde yaşanıyor olması gerekmektedir ki kültürel dokunun zenginliği artsın. Her insan kendi kültürünün zenginliğini oluşturmaktadır (Köktürk, 2017:20). Kültür denilen şey temelde bir ruhtur. Kültüründe bir metafiziği vardır. Kültür sürekli olarak zihinde var olmaktadır fakat birey tarafından her daim yeniden üretilebilme niteliğinde ki hayal, değer, tasarım kurgu gibi zihinsel içerikleri kapsadığı düşünülürse hem kültürü hem bu unsurları nesne gibi tanımlayamayız (Köktürk, 2017:38).

Kültürü oluşturan toplumlar sadece kişiler topluluğu değildir, bu kişilerin birbirleriyle oluşturdukları iletişim biçimleridir (Erdoğan ve Alemdar, 1990:46). Kültür, insanın içselleştirdiği bir şey olduğu için dolaylı olarak da olsa insanın kendini kapsamaktadır. Kültürel değer insanın kapladığı fiziki ortamla beraber algılanır. Kendi kavramının imgeselliği bir dış gerçek tarafından biçimlendirilmesi ile kültürel oluşum engellenmez. Yaşanarak veya öğrenilerek oluşturulan her deneyim, ben içinde kültürel bir varlık olarak yeşerecektir (Güneş, 2001:74). Kültürel özellik en temeli oluşturur. Halk oluşturduğu kültürel özellikle bellek ve imgelerini birleştirip kültürel bir yorum yapar (Lull, 2001:231-232).

Kültür gelenek, görenek, sanat değerleri gibi toplumla ilgili olan bütün değerleri kapsamaktadır. Kültür toplumsal yapı içinde var olan toplumsal bir değerdir. Her toplumda farklı şekilde düzenlenen ilişkiler biçimine toplumsal yapı denmektedir (Günay, 2016:25). Bu bağlamda evlilik ise bu toplumsal yapı içinde yer alan ve yadsınamaz bir değerdir. Bu değer zaman içinde yeniden toplumsal bir değer olarak şekillenmiştir.

1.2. Evlilik Kavramı ve Önemi

Evlilik kendiliğinden oluşmamıştır. İnsanlığın bir takım ihtiyaçlarından dolayı evlilik ortaya çıkmıştır (Oneill, 1974:18). İki ayrı insan cinsinin ailenin çekirdeğini oluşturmak üzere cinsel ve kültürel bir bağla bir araya gelip hayatlarını birleştirmesidir (Aksan, 2013:171). Terim olarak evlilik; iki veya daha fazla kişi arasında toplumca onaylanan aynı zamanda hukukende kabul gören, taraflara hak ve yükümlülükler sunan aynı zamanda cinsellik içeren bir ilişkidir. Evlilik toplumsal bir kurum olan ailenin temelini oluşturan ve yeniden üretimini hedeflemektedir (Budak, 2003:281). Bir birlikteliğin evlilik vasfını taşıyabilmesi için karşı cinsten iki kişi arasında gerçekleşmesi lazım. Bu birlikteliğin evlilik vasfını kazanabilmesi için hukuken kabul edilir şekilde ve esaslara uygun olması gerekmektedir (Ünal, 1998:2).

Evlilik kurumunun düzenlenmediği herhangi bir toplum yoktur. Evlilik iki kişinin nasıl şartlarda hayatlarını bir aile olacak şekilde birleştirebileceklerini gösterir. Evlilik birbirleri ile herhangi bir hısımlı olmayan grupları bir araya getirmektedir. Evlilik çoğu toplumlarda belli yükümlülüklerin yerine getirilmesi sonucu belli bir merasim ile gerçekleşmektedir. Eşler dışında toplumlarında kabul edilmiş bir geleneğe göre evlenmeleri suretiyle evlilik gerçekleşir (Dönmezer, 1994:198).

Bütün toplumlar evlilik anlayışına farklı yorumlar getirmiştir. Toplumların benimsediği kültürel normlara göre kimin kiminle evleneceği, kaç kişiyle evleneceği, evlilik aşama ve süreçleri evlilikte benimsenecek kuralları ve değerler tamamen o toplumların asırlarca benimseyip uyguladıkları kültürel formlarla belirlenmektedir. Evliliğin başlaması bir dizi sosyal süreçlerle gerçekleşmektedir. İlk olarak eşlerin tanışması, söz kesme, nişan töreni ve nikah gibi ritüellerle gerçekleşmektedir (Canatan ve Yıldırım, 2011:65). Bu bağlamda evlilik olayı kadın ve erkek arasındaki bir sözleşme olmaktan çıkıp topluma dahil olmayı gerektiren bir olay haline dönüşüyor.

İyi bir evlilik kavramını açıklamak gerekirse; insanlığın gelecekteki nesillerini yetiştirmenin en iyi yoludur. Evlilik sürecinde bu nitelik her zaman göz önünde bulundurulmalıdır. Evlilik insanların yapması gereken bir görevdir belli yasalar ve kuralları barındırır (Adler, 1999:139). Bu yasalar çerçevesinde devam ettirilen evlilik kurumuna dahil olan çiftler karşılıklı olmak kaydı ile belli başlı sorumluluklar üslenmektedir.

Evlilik toplumun yapı taşı ailede gerçekleşir. Aile bireylerin birbirini kabul etmesi ile ortak bir davranış biçimi geliştiren bir olgudur. Evlilikte bireyler arasında saygı gerçekleşmelidir. Birey diğer bireyi rahatsız edecek davranışta bulunamaz. Ailede ortak düşünce ortak bilinç ve refleks olmalıdır. Aileler evlilik sonucu iki farklı dünyayı bir araya getirip farklı bir dünya oluşmaktadır. (Kaya, 2007:13). Evlilik ailenin temelidir. Geleneksel Türk kültüründe evlenmek ev edinmekle eş anlamlıdır. Evlilik ilk önce eş edinmekle başlar. Aileye verilen değer evliliğe verilen değeri de göstermektedir (Canatan ve Yıldırım, 2011:270). Bunun sonucunda kişiler yaşadığı toplumdan kazanmış olduğu değerler sonucu evliliğe ve aile kavramına yaklaşımı değişiklik göstermektedir. Evliliğin yanı sıra eşinden beklentileri de bu değerler ile şekillenmektedir.

Değişen dünyada insanlar bağlanma arzusunu evlilikle sağlıyor. Yaşamın bir anlam kazanması ve kişisel ilişkilerin gelişmesi için evliliğin gerekli olduğunu savunuyor. Evlilik sonucu ortaya çıkan bir birleşme ile insanlar kendini kayıtsız şartsız bağlanmış gördüğünde kendini bulup geliştirebiliyor (Oneill, 1974:23). Evlilik sosyolojik ve psikolojik gereksinimlerini doyurulması sonucu birbirlerini sevmeye ve sevilme isteğinden ortaya çıkarak, dünyaya yeni nesiller getirebilmenin yanında bireylerin toplumda önemli bir yer edinebilmesi için yapılmış uzun bir süreçtir (Canel, 2012:20).Evlilik sevgi, duygusal destek,sadakat, sağlamlık,arkadaşlık, dostluk ve cinsel tatmin sağlayabilir. Cinsel ihtiyaçlar toplumlar tarafından evlilik ile meşru olabilir. Evlilik sosyal ilişki eksikliği, yalnızlık, çaresizlik duygularına katkıda bulunur. Günümüzde erkekler ve kadınlar sadece sevgi değil, yakın ilişkileri bağlamında duygusal hayatta kalma arayışındalar. Sevgi dolu bir eş veya aile kişisel geçerliliğini ve uygunluğunu sağlayabilir (Cox, 1993:152-153). Toplumda edinilmek istenen yer, her toplumda değişiklik göstermekle beraber o toplumun kurallarına göre şekillenmiştir. Kimi toplumların oluşmasının ilk adımı olarak aile kurumu belirlenmiştir.

Türk toplum kültüründe egemen kültürel bir kurumun başında aile gelmektedir. Yıllar içinde kültürel değişmelere uğramasına rağmen aile kurum olarak gücünü her zaman korumaktadır. Türk toplumunun en büyük serveti Türk ailesidir. Türk ailesi geleneksel görünümünü muhafaza etmiş ve değerler korunmuştur (Dönmezer, 1994:204-205).

Evlilik gerçekleştiğinde bireylerin içinde yer aldıkları toplumun önceki örneklerini baz alarak yeni bir inşa süreci başlar. Farklı iki cinsin bireysel özellikleri harmanlanarak toplum tarafından onaylanan normlar ve değerler işığında yeni bir ilişki kurulur (Aksan, 2013:171). Evlilik aileyi oluşturan karşılıklı ilişkileri belirli kalıplara yerleştiren bir sözleşme olarak tanımlanmaktadır. Evlilikte sözleşme olarak adlandırdığımız olay nikah olayına tekamül etmektedir. Bu sözleşme ile birlikte belirli süreçlerden oluşan sosyal bir olgu olmaktadır (Canatan ve Yıldıırım, 2011:66).

Evlilik, karşı cinsten birine karşı oluşan arkadaşlık, ocuk yapma gibi duyguların yanında karşı cinse duyulan fiziksel çekicilik ile ortaya çıkan bağlılıktır. Evlilik bir işbirliği için kurulmuştur bu işbirliği sadece bireyler için değil toplumların yararı içinde olduğu bilinmektedir (Adler, 1999:131). Bu bağlılığın yanı sıra insanlar hayatlarını birleştireceği eşlerinde farklı özelliklerde aramaktadır. Bu zellikler kişiler ve toplumlara göre değişiklikte göstermektedir.

1.3. Evlilik İlişkilerinde Gerekli Kişisel ve Sosyal Gereklilikler

Aşık olmak veya hayat arkadaşını seçmek gibi temel konularda farklılıklar mevcuttur. İlişki kurmada ve insanın temelde birlikte olma ihtiyacının birçok nedeni vardır (Taylor vd., 2008: 239). Evliliklerde temel kuralın eşlerin birbirlerinin fizyolojik, sosyolojik ve psikolojik ihtiyaçları bakımından birbirlerini doyurması olarak ifade edilmektedir (nl, 2011: 62). Artık romantik aşkın bireyselciliğin baskın geldiği toplumlarda önemli bir yer kapladığını hatta evlilikte en temel yapı olduğunu beraberinde kültürel yapının etkisinin azaldığına dikkat çekmektedir (Aronson vd., 2012:558). Bu bağlamda bireylerin kendine eş seçerken belli kriterler belirlediği ve bu kriterlere göre evleneceği kişiyi seçtikleri ortaya çıkmıştır. Bu kriterler evlilik akdini gerçekleştirmede belirleyici rol oynamıştır. Bu kriterler belirlenip, açıklanmıştır. Bu kriterler neticesinde kişiler bazı gerekliliklere ihtiyaç duyarlar bu ihtiyaçlar zaman içinde ve kişiyeye göre değişiklik göstermektedir. Bu gereklilikler evlenme biçiminin değişiklik göstermesine orantılı değişiklik göstermektedir. Evlilik için gerekli olan kavramlar aşağıda açıklanmıştır.

1.3.1. Sevgi

İnsanın doğal ihtiyacı olan sevgi evlilik kurumunun oluşmasını sağlamaktadır. Sevgi evlilik için tek başına yeterli olmasa da evliliği başlatan unsur olarak evliliğin temel taşıdır. Sevgi fedakarlık isteyen bir duygudur (Tarhan, 2010:140-141). Sevgi insanı bir şeye ya da bir kimseye karşı yakın ilgi ve bağlılık göstermeye yardımcı olan duygudur (Canel, 2012:8). Bu bağlamda bağlılık göstereceğimiz kişiler ile aramıza bir sevgi bağı inşa ederiz. Bu inşada insanlara karşı oluşturduğumuz duygular büyük katkı sağlamaktadır. Bu duygular kimi zaman olumsuz olup öfke veya kine dönüşmekle beraber olumlu yönde de gelişip sevgiye dönüşmektedir.

İnsanlara karşı olumlu duygulara sahip olmamız onlara karşı yaptığımız değerlendirmelerde önemli bir yere sahiptir. İnsanların birbirlerini sevmesi derecesi aralarındaki etkileşimin temel belirleyicisidir. İnsanların arasındaki sevgi birbirleri arasındaki ilişkiyi etkileyecektir. İnsanların birbirlerine davranış şekillerinden, haytalarında yer verme önem derecelerine kadar etkilemektedir. İnsanların biriyle ilk karşılaştıklarında da düşündükleri en önemli soru “Beni sevecekler mi?”, “Ben onu sevecek miyim?” olmaktadır. İnsanların artık birbirini değerlendirme kelimesiyle değil sevmek kelimesiyle anması dikkat çekmektedir (Freedman vd., 2003:189).

Sevginin tanımını yapmak oldukça zordur ama sevgiyi ikiye ayırabiliriz; Dostça sevgi hayatımızda önemli bir yer kapladığına inandığımız birisine karşı duyulan yakınlık ve sevecenlik duygusudur ancak bu sevgide fizyolojik bir uyarılmışlık veya tutku görülmesi olanaksızdır. Tutkulu sevgi birisini yoğun duygularla arzulamak söz konusudur. Bu arzulamaya fizyolojik uyarılmışlıkta etki etmektedir. Sevgimiz karşılık bulduğunda büyük bir doyuma ulaşılmaktadır fakat bu sevgi karşılık bulmaz ise üzüntü ve keder hissederiz (Aronson vd., 2012:584-585). Bu sevginin karşılık bulması sonucunda iki insan karşılıklı hayatlarını birleştirme kararı vererek, bu sevgiyi evlilik ile sonuçlandırır.

Sevginin evrenselliği bilinse de sevgiyi yaşama şekli ise kültürle bağlantılıdır. Romantik sevgi dediğimiz sevgi ise hemen hemen her ülkede evrensellik gösterse de duygu durumunun yaşanış ve ifade ediliş biçimi kültürel kurallara göre farklılık göstermektedir (Aronson vd., 2012:590). İnsan ilişkilerinde nasıl ki güven önemli bir

yere sahipse evlilikte de aynı derecede önemlidir. Sevgi ilişkilerde güveni artırır. Sevgi evliliği ayakta tutar (Tarhan, 2010:56).

Evliliğin ya da ilişkinin sebebi aşk ve sevgi gibi düşünülse de iyi bir ilişki sonucu aşk ve sevgi ortaya çıkmaktadır. Sevgi evliliğin her aşamasında gerekli bir duygudur. İdeal evlilikte hem sevgi hem iyi bir iletişimin beraber yürümesidir. İyi iletişim daima sevgiyi doğurur (Tarhan, 2010:55). Bunun sonucunda evli bireyler karşılıklı iletişimi sağlayabilirlerse sevgiyi ortaya çıkarmış olurlar.

1.3.2. Yakınlık

Yakınlığı insanın kendisine sakladığı en derin özelliklerini; acıları, kayıpları, sevinçleri veya hüznelerini kabul gördüğü biriyle paylaşabilmesi olarak değerlendirebiliriz. İnsan birine yakınlık duyabilmesi için sevildiğini ve değer gördüğünü hissetmesiyle gerçekleşmektedir (Solmuş, 2011:21). Yakınlık, sıcaklığın oluşması ile ilgilidir. Çiftlerin birbirlerini aşk ve sevgi açısından zenginleştirmeleri, mutluluğu öğrenmeleri, birbirleri ile iletişim kurmaları, kendilerini ve sahip olduğu maddi manevi değerleri sevdikleriyle paylaşmalarıdır. Aradaki duygu yoğunluğuna göre de, yakın ilişkinin derecesi değişiklik göstermektedir (Yılmazçoban, 2011:182).

İnsanlar birini ne kadar çok görürse ona karşı olumlu duygular geliştirir. Ayrıca bu kişilerin tanıdık olması gerekmez (Gergen, 1988:209). Birbirlerine yakın olan bireyler uzak olanlara oranla daha fazla ulaşılabilir durumdadırlar. İnsanlar bilmediği ve görmediği biriyle yakın ilişkiler kurmaz. İnsanlar samimi olmak istediği yada istemediği kişileri de tanıdıkları arasından seçerler (Freedman vd., 2003:194). En çok etkileşime girdiğimiz bireyler arkadaş veya sevgiliniz olma potansiyeline daha yakınlardır. Yakınlık bazı durumlarda sadece maruz kalmanın etkisi ile şekillenmektedir bir kişiyi ne kadar çok görmeye başlarsak ondan hoşlanma eğilimimizde o oranda artmaktadır (Aronson vd., 2012:560-562). Bunun sonucunda insan gördükçe ve sık iletişime geçtikçe aralarındaki hoşlanma eylemi hız kazanır.

Yakınlığı bilişsel çelişki kuramına dayandırmak mümkündür. Bu kuramda insanlar tutumları arasında bir uyum veya tutarlılık içinde olurlar bu bağlamda sevgi ve hoşnutsuzluk dengeli bir biçimde örgütlenmektedir. İlişki kurduğumuz yakınlık gösterdiğimiz kişilerle hoşnutsuzluk çıkmaması için o kişileri sevme yönünde bilişsel

bir baskı altında kalırız. Bağlı olduğumuz ilişkilerde kişileri sevmek ve onların sevdiği kişileri sevme eğiliminde oluruz (Taylor vd., 2008: 246).

Yakınlıkta sürekli etkileşim beklentisi ortaya çıkmaktadır. Birey bir etkileşimde bulunduğu bu etkileşim sonunda hep olumlu olacağını düşünmektedir ve olumsuz olamayacağına kendisini inandırır yada olumsuz tarafını görmezden gelmeye başlamaktadır. Yakınlığın ilişkilere olan bir diğer etkisi ise karşıdakinin davranışını kestirebilmemizi sağlar. Bir kişiyi ne kadar çok görür onunla vakit geçirirsek o kişi hakkında çok şey öğrenir olası bir durumda nasıl davranmamız gerektiğini kestirebiliriz (Freedman vd., 2003:194-195). Bu bağlamda insanlar evleneceği kişi ile vakit geçirmeye başlayınca onu tanıma fırsatını kendine verir. Bireyler vakit geçirmeye başladıkça kendilerine yakın hisseder ve karşılıklı iletişim daha kuvvetli olmaya başlar.

Bununla birlikte evlilik şeklinin değişmesi ve sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile olması ile yakınlık kavramında gözle görülür bir değişiklik meydana gelmiştir. Kişiler farklı mekan ve zamanlarda olmasına rağmen çevrim içi olduklarında sanki birbirine karşı zamansal ve mekansal yakınlığı gerçekleştirmiş olmaktadır.

1.3.3. Benzerlik

Yakınlık benzerliği arttırmaktadır bu da hoşlanmaya yol açar. Bireyler arasında bir ilişki kurulabilmesi için gerekli olan şey ortak ilgilerimizin, tutumlarımızın, değer yargılarımızın, kişiliklerimizin uyuşmasıdır (Aronson vd., 2012:564). Bize yakın yaşayan insanlar bize benzerler. Bu tanışıklık sonucu ortaya çıkan benzerlikle kişiler arası çekicilik artar. Bu benzerlik etkisi evlilik için önemli bir rol oynamaktadır. “Aynı sürünün kuşları aynı sürüde toplanır” özdeyişi bu benzerlikte olan gerçeklik payı büyüktür (Taylor vd., 2008:247-249). Bu özdeyişten yola çıkarak her gün konuştuğunuz ve bir şeyler paylaştığınız kişiler ile artık aranızda yakın bir bağ oluşmaya başlar ve aynı kişiler aynı şeyleri konuşmaya ve aynı şeylerden hoşlanmaya başlarlar.

Bireyler arasında sosyal hayatlarına ilişkin değerlerin birbirine benzemesi gerekmektedir. Birey kendisiyle aynı tutumlara sahip olan kişilerle birlikte olmayı ister çünkü yaşamımıza dair her şeyin bizim kontrolümüzde olduğunu hissetmemize

dair bir inanca ihtiyacımız vardır. Bize benzeyen kişilerle birlikte olmamız bireyin doğru yolda olduğunu gösterir (Solmuş, 2011:36). Benzerlik yaş, eğitim, statü, toplumsal köken, demografik özellikler veya bireysel yaşam tarzı kişisel özellikleri ile ilgilide olabilir (Hortaçsu, 2015:107).

Sevgili olma veya evlilik durumunda eş seçme eğilimine eşleşme ilkesi denir. Bu eşleşme yalnızca tutum ve değerler açısından değil dış görünüm, toplumsal statü bakımından eşleşme eğilimi göstermektedir. İnsanlar toplumsal beğenilirliği kendine yakın insanları seçme eğilimindedirler (Taylor vd., 2008:249). Bu bağlamda eşleşme gerçekleşirken feminizm ve kadın haklarını savunan birisiyle gelenekselci bir kişi ile eş seçme eğilim olması benzerlik olmadığı için eşleşmeye ters düşmektedir.

İnsanlar isteyerek değerleri ve toplumsal beğenilirlik açısından kendilerine benzer kişileri seçerler. Herkesin soyut dünyasında kurduğu ilişkiler ünlü, zengin, güzel, yakışıklı biriyle ilişki kurmak istese de soyut ideallerimiz toplumsal yaşamın kısıtlılarından etkilenir. Sonuçta büyük çoğunluğumuz kendimize benzer birilerini buluruz (Taylor vd., 2008:250). Evlilikte eş seçimi genel olarak bireyin çevreyle olan ilişkileri ile bağlantılıdır. Maddi anlamda birbirine denk insanlar kendi çevrelerinden seçim yapmaktadır. Bununla birlikte kişisel karakter özellikleri de dikkate alınmalıdır (Jaspers ve Baid, 2003:41-42).

Çok sayıda araştırmacı karşıdakinin fikirleri ile sizin fikirlerinizin yakınlığı ne kadar fazla ise hoşlanma oranınızda o derece artmakta olduğunu söylemektedir. Aynı zamanda iletişim becerisi yüksek kişilerin aynı tarz insanlarla iletişim kurduğu ortaya çıkmaktadır. İçinde bulunmak istediğimiz durumlar doğası gereği bunları benzer nedenlerle seçen kişilerden oluşmaktadır. İnsanın kendisini bir başkasına benzer hissetmesi de önemlidir. Bu his doğrultusunda yakınlarımız arasında benzer inançlar oluştururuz (Aronson vd., 2012:565-566).

Bununla birlikte kişiler sosyal medya aracılığı ile kendilerine sanal bir profil oluşturmaktadırlar ve kendileri hakkında gerekli bilgileri bu profilde paylaşabilmektedirler. Bunun sonucunda kişiler birbirlerinin kişisel veya fiziksel özelliklerine rahatça ulaşabilmektedirler. Bunun sonucunda bireyler bu şekilde ortaya konulan profillerden kendilerine yakın ve benzer buldukları kişiler ile belli bir ilişki yaşayabilmektedirler.

1.3.4. Fiziksel Çekicilik

İlişkileri etkileyen bir diğer unsurda fiziksel çekiciliktir. Diğer unsurlar eşit olduğu düşünüldüğünde fiziksel çekiciliği yüksek olan kişiler olmayanlara göre daha fazla tercih edilmektedir. Fiziksel çekicilik eş seçiminde önemli bir etken durumundadır. Fiziksel çekicilik kadınlara oranla erkeklerde daha önemlidir. Özellikle eş seçiminde erkekler cinselliği ve fiziksel çekiciliği kadınlardan daha çok kullanmaktadır. Fiziksel çekicilikte hale etkisi görülmektedir. Fiziksel olarak çekici kişilerin doğru olmasa bile olumlu bir niteliğe sahip olarak algılanmaktadır (Freedman vd., 2003:200-201).

Güzellik algımız sevdiğimiz ve bağlılık gösterdiğimiz kişilerden etkilenmektedir. Bireylerin güzellik algısı aşına olmakla alakalıdır. Aşına olduğumuz kişilerden etkilenmektedir. Sıkça gördüğümüz yüzler bize daha hoş gelmektedir (Yanık, 2016:34). Bu aşına olma ile insanlar evleneceği kişiye de karar vermektedirler ve aşinalık ile eş seçiminde fiziksel çekicilik olumlu bir niteliğe kavuşmaktadır.

Fiziksel görünüm kişiler hakkında ilk izlenimlerimizin oluşmasını sağlar. İnsanların gerçek davranışlarının fiziksel görünümünden etkilendiği görülmektedir. Yapılan araştırmalarda bireylerin zekası, içtenliği, duyarlılığından ziyade fiziksel çekicilik ön plana çıkmaktadır. Sonuçlar kadınların ve erkeklerin fiziksel çekiciliğe önem verdiğini ortaya koymuştur (Aronson vd., 2012:569). Eş seçiminde fiziksel çekiciliğe önem verenler daha çok erkelerdir. Erkekler güzelliğe bakarken kadınlar ise geçim sağlama potansiyelini ön plana çıkarırlar. Eş adayının fiziksel açıdan beğenme kriterleri hem evrensel hem kültürel özellikler göstermektedir. Yüz, ten rengi, vücut proporsiyonu gibi özellikler ilk izlenimi oluşturmaktadır (Yanık, 2016:33). Bu bağlamda kişilerin sosyal medya aracılığı ile paylaştıkları fotoğraf ve video aracılığı ile fiziksel özellikleri hakkında ipucu verebilmektedirler. Bu bağlamda kişiler sanal araçlar ile birbirlerinin fiziksel görünümünden etkilenebilmektedir.

Kişiler güzel ve yakışıklı bulduğu kişilerle bir birliktelik kurmak isterler çünkü; onlarla görülmeyi ödüllendirici bulabilirler. Bu güzelliğin yayılan etkisi sayesinde insanların kendi ivmelerinin yükseleceğini düşünürler (Taylor, vd., 2008:256). Ortak kültür içinde geçerlilik gösteren popüler güzellik normları vardır. İnsanlar bu normlara göre birbirlerine davranışlarını etkiler (Gergen, 1988:213).

1.3.5. Kişisel Özellikler

Kişisel özellikler evlilik öncesi ilişkiler üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu bakımdan kendine uygun eş seçerken daha çok, benzer özellikler tercih edilmektedir. Bazen kişi, kendinde olmayanın tamamlanmasını arzu ederek , farklı özelliklere yönelmektedir. İnsanlar kendisine yakın özellikteki kişileri sevmeye eğilimindedirler. Bu durum özellikle evlilik odaklı ilişkilerde önemi arz etmektedir. Bu benzerlik veya farklılıklar evlilik öncesi duygusal ilişkilerin belirleyicisidir. Kişisel özellikler birçok etkene göre değişiklik gösterir. Bunlar; sosyokültürel yapı, coğrafi konum, psikososyal özelliklerdir (Yılmazçoban, 2011:183-185).

İlişkilerde iki kişinin benzer veya farklılık gösteren kişilik özellikleri karşılıklı beğeniyi etkilemektedir. Evlilikte eşimizle yaşadığımız uyum veya sıkıntıların çoğu kişisel özelliklerimizle ilintilidir. Eşleri etkileyen birden fazla kişilik özellikleri mevcuttur. Bunlar; cana yakınlık, duygusallık, içe dönüklülük, dışa dönüklülük, güler yüzlülük gibi özellikler olarak tanımlanmaktadır (Yanık, 2016:40-41). Bu özellikler sayesinde bireyler evleneceği eş adayını belirleyebilmektedirler. Evlilik kararı alma sürecinde önemli yer tutmaktadırlar.

Hepimiz seçimlerimizde etkili olan bir dizi özelliğe bakarız insanların kimi fiziksel görünümüne bakarken kimi de kişilik özelliklerine bakmaktadır. Bunlardan sevmeye eğilimine en yatkın olana yakınlıktır, ilişkilerimizi etkileyen önemli bir niteliktir. İnsanlar birini sevip sevmemeye karar verirken yaşamsal etkiye önem verirler (Freedman, vd., 2003:198). İnsanlar bir nesneyi sevip onu övdüğünde olumlu bir tutum sergiledikleri zaman daha cana yakın görünürler. Seven insan cana yakındır (Taylor, vd., 2008:252).

Genel olarak toplumlarda zeki, becerikli ve yetenekli kişiler daha çok sevilmektedir. Yetenek anlayışı bizim doğamıza bağlıdır. Yetenekli insanlarla birlikte olmak insanların kendini ödüllendirmesidir (Taylor, vd., 2008:253).

Kişilik özellikleri bireylerin bir yandan biyolojik özelliklerini ve toplumsal çevre ile iletişimini etkiler diğer yandan herhangi bir konuyla ilgilenmesinde ilgi ve değerlerini etkiler. Kişilik özellikleri arasında çift yönlü bir iletişim vardır (Hortaçsu, 2015:107)

İçtenlik, cana yakınlık gibi belirgin özellikler insanlardan hale etkisi yaratmaktadır bu özelliğe sahip kişilerin diğer özelliklerine bakılmaksızın iyi yönlere sahip kişiler olarak algılanır. Kişilik özelliklerinde benzerliğin mi yoksa tamamlayıcılığın mı ön planda olduğu çok net olmamakla birlikte araştırılmaktadır (Freedman, vd., 2003:244). Cana yakın bireyler daha kolay iletişim kurabilmektedirler ve insanlarla daha rahat kaynaşmaktadırlar. Bu özelliklerinden dolayı bireyler cana yakın insanlar ile iletişim kurmayı tercih ederler.

Bu bağlamda kişiler sosyal medya aracılığı ile bireylerin kişisel özellikleri hakkında az çok bilgi sahibi olabilmektedir. Bireyler bu ortamlarda paylaşım yaptıklarında belli başlı konularda bilgi verebilmektedir. Siyasi görüşü, dini inancı, karakteristik özelliklerini karşı tarafa sunabilmekte ve insanlar seçimlerini bu paylaşımlar doğrultusunda gerçekleştirir.

1.3.6. Aşk

Aşk insan var olduğundan beri toplumlarda her daim vardır. Aşk, insandan insana değişen hissedilen ve yaşanan bir olaydır. Kişinin biyolojik ve kültürel yapısı, yaşam felsefesi kendini ve evreni anlayışı aşkı hissetme şeklini de etkiler. Kişinin aşk durumuyla karşılaştığındaki ruhsal durumu da aşkı algılamasını etkiler. Aşk, bireyin aslında görmek istediği duygu ve güzellikleri karşı cinsten birine yansıtıp tekrar ondan algılama biçimidir (Kaya, 2007:46-47).

Evliliğin sosyal boyutunun yanında duygusal boyutu da vardır. Özellikle günümüzde romantizm ve aşka büyük vurgu yapılmaktadır. Aşk gibi romantizm eğilimleri günümüz modernizm algısı ekseninde oluşmaktadır (Aksan, 2013:179). Bu bağlamda insanların aşk arayışlarını neticelendirebildiği alan evlilik olmaktadır.

Aşk ile insan olağan sınırlarını duygusal, kişisel ,cinsel tutku biçiminde insanın kendisini ve dış dünyayı yeni bir biçimde algılamasıdır. Aşık kişiler kendi geçmişlerini açığa çıkarır ve kendilerini yeniden yaratırlar kendilerine yeni bir biçim oluştururlar. Aşık olmak; insanın kendi varlığının kapılarını sonuca erişip erişemeyeceğini kestirmeden yeni bir varoluşa kapı açmaktır (Beck ve Beckgersheim, 2009:195).

Aşk sevgi ile eşdeğer değildir. Aşık olma temelinde cinsel arzu yatmaktadır. Sevginin devamlılığı söz konusu iken aşk olayında geçicilik vardır. Aşık olmanın

temelinde yalnızlık duygusu vardır. İnsan yalnızlıktan ürker ve bunun neticesinde kendi kimliğini bir başkasının kimliği ile örtüşmesini ister burada geçiş olarak aşkı kullanır (Saygılı, 2002:22). Bu geçiş bağlamında aşkı aracı kılarak başkası ile hayatını birleştirir. Evliliğin temelinde her ne kadar sevgi yatsa da aşk sevgiyi oluşturan aşk bağıdır.

Aşk bir ütopyadır. Kader değildir. Kültürel değerlerden ve dinsel öğütlerden uzaktır. Yoğun cinsel duygular ve kişisel arzulardan oluşur. Bu bağlamda aşka bağlılığımızın sebebi kültürel değerlerden yoksun olmasıdır. Aşkın değeri insana sunduğu biricik, duygusal bizi tümünden saran kaçınılmaz spesifik yoğun deneyimlerde bulunur (Beck ve Beckgersheim, 2009:196-197). Her ne kadar kültürden uzak olduğu belirtse de, aşk temelde cinsiyetlerin ilişkisidir. Her zaman toplumla ilintilidir ve ondan ayrı düşünülmez. İki kişinin ilişkisi olan aşk toplumsal ilginin bir parçası olarak düşünüldüğünde belli yasalara sahiptir. Toplumların devamlılığı için vazgeçilmezdir. Aşk olmayan bir toplum düşünülmez (Adler, 1999:117). Aşk ile başlayan ilişkilerin evlilik ile sonuçlanması bir bakıma toplumun faydasıdır. Çünkü toplumlara fayda vermek ve o toplumun devamı için evliliğe ihtiyaç duyulmaktadır.

Genellikle romantik aşkın en belirgin özelliği fiziksel belirtilerdir. İnsanların kalbinin teklemesi uykularının kaçması aşk belirtisidir. Aşkı anlayabilmek için kişinin davranışlarına bakmayı yeğleriz (Taylor, vd., 2008:262). Aşk, duygularımızın gücü ile var olmaktadır. Duygular insanın içinde sürekli var olan hareket halindeki güçlerdir. Duygusal bir güç olan aşk kalbin zihne hakim olma durumudur (Oneill, 1974:241-242).

Robert Sternberg (1986)'e göre bütün aşk deneyimlerini üç bileşeni olduğunu söylemektedir. Bu üç bileşen şu şekilde açıklanmaktadır:

Yakınlık; bir ilişkide yakınlık bağlılık ve bağlanmışlık duyguları kadar aşık olunan kişiye hayranlığı ve ona iyi bakma isteğini içerir.

Tutku; aşk ilişkilerinde yoğun duygulara yol açan güdü yada dürtülerden oluşur. Romantik bir ilişkide fiziksel çekicilik ve cinsellik çok önemli olabilir.

Bağlanma; kişinin birisini sevmeye karar vermesi uzun dönemdeyse o sevgiyi devam ettirmeye bağlılığıdır.

Bu bağlamda evlenmek için gerekli şartlar belirlenmiştir. Bu şartlar doğrultusunda insanlar evlenmek istedikleri kişiler üzerinde belirli kriterler belirler. Bu kriterler kişilerin istekleri doğrultusunda gerçekleşir. Kişiler evleneceği kişide belli başlı özellikler dikkat etmektedir bunlar değişiklik gösterebilmektedir. Yeni bir evlilik şekli olan sanal çöpçatanlık kurumları bu özelliklerde belli değişikliklere sebep olmuştur. Kişiler gereklilikleri arasında yer alan yakınlık kavramında değişikliğe sebep olmuştur. Fiziksel çekicilik kriteri ise ilk görüşte sanal boyuta geçiş yapmaktadır. Bununla birlikte geçmişten günümüze kadar uzanan evlenme biçimleri bulunmaktadır. Bunlar aşağıda açıklanmaktadır.

1.4. Evlenme Biçimleri

Evlilik, insanların hayatını etkileyen en önemli evrelerden biridir. İnsanların mutluluk ve mutsuzluk sebeplerinden biri evliliğdir. İnsanlar yalnız kalmamak, sevdikleri birini haytalarından çıkarmamak, cinsel birlikteliklerini gerçekleştirmek için evliliği seçerler (<http://ruhikizi.com>).

Toplumlar zaman içinde değişime uğrasa da bazı gelenekler halen devam etmektedir. Bu gelenekler dahilinde belirli evlenme biçimleri mevcuttur. Bunları şu şekilde açıklanmıştır;

1.4.1. Görücü Usulü ile Evlenme: Gelenekselliğin yoğun görüldüğü yörelerde gerçekleşen bir evlenme biçimidir. Bu evlenme biçiminde kız seçme olayı, direk olarak evlenecek gencin annesi, babası yahut diğer yakınları tarafından başlatılmaktadır (Sezen, 2005:186). Görücü usulünün temelinde anne ve babanın çocuklara eş bulmada temel aktör olmasıdır. Evlenecek kişiler sadece bu eşleştirmeye evet veya hayır diyebilmektedir. Bu tarz evlenme biçiminde temel yürütücüsü aile üyeleridir (Yanık, 2016:108).

İlk aşama da görücülük yer alıyor. Bu görücülük kısmında kız bakma, kız arama ve beğenme yer almaktadır. Erkek tarafının aile üyeleri yakın akrabalar veya komşuların beğenilen kızın evine ziyaret gerçekleştirmeleri, kızını beğenip incelemeleri ile niyetlerini açığa vurur. Bu kısım kız bakma aşamasını oluşturmaktadır. Bu tür evlenmelerde eşlerden ziyade yakınlarının görüşleri önemlidir (Tezcan, 2000:37). Evlilik her ne kadar bireysel bir karar olarak bilinse de bizim toplumumuzda kişilerin kiminle evlenmesi gerektiğini ne zaman ve hangi şartlarda evleneceğini ailenin

inisiyatifi belirler. Görücü usulü evlenmede bireyin kiminle ne şartlarda evleneceğine karar vermesinin aksine bunu başkalarının aracılığı ile gerçekleştirmesi sonucu gerçekleşen bir evlenme yöntemidir (Engin, 2008:122).

1.4.2. Kız Kaçırma (Düğünsüz Evlenme): Kız tarafının istediği başlık parasını denkleymeyen genç ya kızla anlaşır yada zorla kızı kaçırmayı yoluyla evlenmesidir. Bu evlilik türünün altında biden fazla neden vardır; ailenin damat adayını beğenmemesi gibi ama temelinde ekonomik nedenler yatar (Tezcan, 2000:105).

1.4.3. Başlık Parası Karşılığında Evlenme: Başlık Anadolu da ortaya çıkan ,evlenecek erkeğin kız tarafına ödediği paraya denir. Bu ödeme nakit para şeklinde olabileceği gibi; altın, ev, bahçe, taşıt, tarla veya canlı hayvan (at,koyun,sığır vb.) olarak da gerçekleştirilmektedir.Doğu Anadolu Bölgesi'nde başlığa; "bedel", "ağırlık", ~ana hakkı" gibi vb. isimler de verilmektedir (Sezen, 2005:187)

Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerimizin kırsal kesimlerinde, halen bile oldukça yaygın olan başlık parasının miktar ve biçimi üzerinde yapılan pazarlığın sonuçlanmasına "başlık kesme" denir. Başlık, kadını bir mal olarak görmektedir buda son derece ilkel bir zihniyetin kalıntılarıdır. Erkek tarafının ekonomik yıkımına sebep olmanın yanında birbirlerini seven insanların kaçmalarına sebep olmaktadır. Bunun yanında çeşitli kan davaları ortaya çıkmaktadır. Başlık parasını ekonomik bir destek olarak gören aileler aldıkları başlığı kızın çeyizine harcamaktadır (Sezen, 2005:187)

1.4.4. Oturak Alma Evlilik: Genellikle kırsal kesimlerde görülen kız kaçırmanın diğer bir türü kızın oğlanı kaçırmasıdır (Balaman, 1982:55). Kızın bohçası ile birlikte oğlanın evine giderek oturması yoluyla gerçekleşen evlilik (Erdem, 2016:123)

1.4.5. Beşik Kertme Evliliği: Kimi yörelerde “Beş Kertme”, “Beşik Kertiği” gibi birbirine yakın tanımlarla ama anlamca aynı olan bu evlilik türünde; aynı gün doğan ayrı cinsteki çocukların aileler tarafından geleceklerinin ipotek edilmesidir. Kertme sözcüğü nişan verme anlamına gelmektedir (Balaman, 1982:40). Ülkemizdeki halen kırsal bölgelerde görülen bir evlilik biçimidir. Türklerde çok eskilerden gelmektedir. Birbirlerine karşı samimi olan ailelerin bu sevginin sürmesi için çocuklarını daha beşikteyken birbirlerine nişanlarlar. Beşik kertmesinin tanığı ailelerin birbirlerine verdikleri sözlerdir (Tezcan, 2000:67-68).

Çocuk üzerinden yapılan yemimde beşik sembol olarak kullanılmıştır. Olacak olan her şey Allah'ın katında gerçekleşir, beşikte bu kertmeye şahitlik etmektedir. Beşik kertmesinde nişan töreni gerçekleşmektedir, sembol olarak da beşiğin boyanması veya kıyafetine altın takılması kullanılmaktadır (Yücel, 2018:263-264). Beşik kertmesinin bazı toplumsal nedenleri vardır bunlar; namus kavramının önemli olması sebebiyle nişanlanan bireyler toplumsal bir denetim altına alınmaktadır (Engin, 2008:130).

1.4.6. Taygeldi Evlilik: Ülkemiz ve İslam toplumları dışında varlık göstermemektedir. Ülkemizde çoğu bölgede gerçekleşmektedir fakat çok sık görülmemektedir. Tay denek, eş anlamlarına gelmektedir. Bu tarz evliliklerde önce dul kalan ile karşı cinsin, sonrasında onların çocuklarının evlenmesi söz konusudur (Balaman, 1982:43-45). Karşı cinsten iki kişinin çocukları ile dul kalanların birbirleri ile evlenmesi olarak tanımlanmaktadır (Erdem, 2016:122).

1.4.7. Kuma Getirme Evliliği: Cumhuriyetten önce, karısı çocuk doğuramayan veya erkek çocuk doğuramayan erkek, yeniden evlenirdi. Günümüzde modernleşme ile kaybolan bu adet, Doğu ve Güneydoğu bölgelerimizin kırsal kesimlerinde hala devam etmektedir. Bu gibi evlenmelerde ilk kadın ikinci plana düşer, sonradan gelen erkek için daha kıymetli hale gelir (Sezen, 2005:188)

1.4.8 Berder (Bedel) Evliliği: İki ailenin karşılıklı anlaşma sonucunda kız ve erkek çocuğunun birbirleriyle evlendirilmesidir. Böylece başlık, karşılıklı değiş tokuş yöntemiyle ortadan kalkmaktadır. Bu tip ailelerde anlaşmazlık olmaz çünkü kızı kötü davranılan aile geline kötü davranır (Gökçe, 1996:166). Ailedeki otoritenin ve çocuklar üzerinde istenilen denetimin sağlanması yeni evliler ve dünürler arasında birlik ve beraberliği pekiştirmek amaçlı gerçekleştirilen evlilik türüdür (Balaman, 1982:42). Başlık parası olmadan yapılan evlilik şekli olan berder de aileye tek kalemde çeyiz veya düğün masrafı çıkmaktadır tek tören yeterlidir (Yücel, 2018:12).

1.4.9. Yenge ile Evlenme : Kocasını ölen kadın kayınbiraderi ile evlilik gerçekleştirir. Bu tarz evlenmelerde geride kalan çocuklar düşünülür yabancı ellerde ezilmemesi istenir. Bu tarz evliliklerde başlık parasından tasarruf edilmiş olunur. Genellikle varlıklı ailelerde görülmektedir mirasın bölümünün engellenmesi için (Gökçe, 1996:166).

1.4.10. Baldızla Evlilik: Erkeğin karısı vefat edince karısının bekar olduğu kız kardeşi ile evlenmesidir (Tezcan, 2000:53). Bu tarz evlilikler toplumumuzda onaylanmamasına rağmen erkeği çocuklarına iyi bir anne olabileceği düşüncesiyle çocukların teyzesi ile yaptığı evliliğidir (Balaman, 1982:50).

1.4.11. İçgüveyi Evliliği: Erkek çocuğu olmayan, ekonomik yönden iyi bazı aileler, kızını dışarı verme yerine, damadı "içgüveyi" olarak eve almaktadırlar. Özellikle tek kız çocuğu olan bazı aileler bu yola başvurmaktadır. Erkeğin ekonomik durumunun bozuk veya işsiz kalması gibi nedenlerle de içgüveyi evliliğinin gerçekleştiği görülmektedir. Temelinde sosyoekonomik ve psikolojik nedenler bulunan, erkeğin ekonomik özgürlüğünün sınırlı olduğu bir evlenme biçimidir. Bunun için Anadolu'da, "Nasılsınız?" sorusuna, iyi durumda olmayanlar; "İç güveyiden biraz iyice" cevabını verirler (Sezen, 2005:190)

1.4.12. Grup İçi Evlenme : Kişilerin kendi zümresi, dini, aşireti, milleti gibi gruplar arasında yapılır. Genellikle geleneksel toplumlarda görülür. Bu toplumlarda sosyalleşmesi az akrabalık bağları yüksektir. Gruplar arası etkileşim olmadığı için grup yapısı korunmaktadır (Canatan ve Yıldırım, 2011:67)

1.4.13. Yakın Akraba Evliliği: Yakın akraba evliliği geleneği ile mevcut malın bölünmesi engellenmiştir. Böylece mal gene aynı soyda kalmakta ölen kişilerin varlıkları gene akrabalar tarafından devam ettirilmektedir. Gelin gelecek kişilerin özellikle akrabaya karşı saygı duyması ile akraba evliliği önemi vurgulanmıştır. Akraba ile evliliklerde maddi harcamalar daha aza indirilmiştir (Tezcan, 2000:57-58).

1.4.14. Para Karşılığı Evlenme: Doğu ve Güneydoğu Anadolu'nun kırsal kesimindeki cahil ve maddi anlamda zorluk çeken yerlerde gerçekleşmektedir. İlköğretim çağındaki çocukların okula gönderilmeyerek veya okuldan alınarak para karşılığında evlendirilmesidir. "Çocuk" denecek yaştaki kızların yaşlı ve özürülere satılması şeklinde gerçekleştirilmektedir. Öte yandan, Batı'daki büyük kentlere yerleşmiş, belli bir iş düzeni kurmuş, Doğu kökenli bazı zenginlerin, zihinsel ve bedensel özürülü çocuklarını, kırsal kesimlerden para karşılığı satın aldıkları küçük kız çocukları ile evlendirdikleri de görülmektedir (Sezen, 2005:191)

1.4.15. Çok Eşli Evlilik: Geleneksel hukukta kabul görülen modern hukuk da ise yeri olmayan bir evlilik türüdür. Erkek dini nikahla birden çok eşle evlenmesi mümkündür. Bu tarz evlilikler halk tarafından meşru görülmüştür (Tezcan, 2000:105)

1.4.16. Anlaşmalı Evlilik: Yaşlılık döneminde dul kalmış kadın ve erkeğin anlaşmalı olarak yaptığı bir evlilik türüdür. Yaşlı erkeğin bakıma muhtaç olduğu için dul bir kadınla anlaşma sonucu dini nikahla evlenmesidir. Bu evlenme sonucu kadına maddi anlamda birçok destek sağlanır, ev, para, gibi. Yaşlı erkek ölünce, evlendiği kadın resmi nikahlı olmadığı için kendisine verilenlerle yetinir. Kalan miras, erkeğin varisleri tarafından paylaşılır (Sezen, 2005:191)

1.4.17. Dış Güveyi Evliliği: Bir Japon televizyonunun çöpçatan aracılığı ile Türkiye'ye eş seçmeye gelen Kuni Na kazon' a gösterilen aşırı ilgi ,Türk erkeklerinin "dış güveyilik" konusuna istekli olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bundan böyle, dış güveyi evlilik de gündemde yerini alacak gibi gözüküyor (Sezen, 2005:193)

1.4.18. Grup Dışı Evlenme : Bireylerin yaşadığı grupların dışında gerçekleştirilen evlilik türüdür. Sosyalleşmenin yüksek olduğu toplumlarda gruplar arası etkileşim arttığı için yeni insanlarla tanışma ve karşılaşma oranı artmıştır. Bu bağlamda grup dışı evlilikler artmıştır (Canatan veYıldırım, 2011:67)

1.4.19. Tanışıp Anlaşarak Evlenme: Bu evlilikler üç aşamadan oluşmaktadır. Bunlar; arkadaşlık, sevgililik ve cinselliktir. İnsanlar birbirlerini okulda çalışma ortamlarında tanıyabilir. Bu evlilikte önemli olan tarafların birbirlerini tanıyıp anlamalarıdır (Tarhan, 2010:41-42).

1.4.20. Televizyon Evliliği : Bazı televizyon kanallarınca yürütülen reyting amaçlı bir evlenme biçimidir. Genellikle evlenmek isteyen genç, yaşlı dul insanların uzun bir süre televizyonda kalması sonucu birbirleri tanımaları ile gerçekleşen uzun bir serüvendir. *İkinci Bahar, Biz Evleniyoruz, Gelinim Olur musun* gibi birçok isimle anılmaktadırlar (Sezen, 2005:193)

Sonuç olarak ülkemizde çeşitli evlenme yöntemleri bulunmaktadır. Bu yöntemler geleneksel ve günümüze kadar ulaşmıştır. Bunun yanı sıra günümüzde evlenme yöntemleri değişikliğe uğramış ve sanal çöpçatanlık kurumları ortaya çıkmıştır. Bu kurumlar aracılığı ile geleneksel bir yöntem olan görücü usulü evlenme

yöntemi belli başlı değişikliğe uğramış ve aynı zamanda kişilerin evlilik ve evliliğe yüklediği anlamlar değişiklik göstermektedir. Bu bağlamda internetin toplumsal hataya yansımalarıyla yeni ilişkiler ortaya çıkmıştır. Bu ilişkiler aşağıda açıklanacaktır.

1.5. İnternetin Toplumsal Hayata Yansımalarıyla Ortaya Çıkan İlişkiler

Dünya hızlı bir değişim yaşamaktadır. Eski geleneksel normlar yerini global değerlere bırakmaktadır. Oluşan yeni global değerler insanlık üzerinde uzlaşmaya varılan yeni toplumsal amaçların oluşmasını ifade etmektedir (Aktan, 2003:19). Geleneksel toplumlarda kişilerin rollerini toplumun geçmişten gelen anonim dokusu belirlerken global toplumlarda ise bu rolleri kurallar ve kurumlar belirlemektedir (Hira, 2003:257). Bu rollerin yeniden şekillenmesi ile evlilik kurumunda belli başlı değişimler olmuştur. Bu değişimler çerçevesinde evlilik kurumunun temelinde yer alan “*nişanlılık*” aşaması yerini flört dönemine bırakmaktadır. Bunun yanı sıra geleneksel zamanlardaki evlilik kavramı yeni bir anlam kazanmış ve dönüşüme uğramaktadır.

1.5.1. Nişanlılık Sürecinin Flört Sürecine Dönüşmesi

Erkekler ve kadınlar temel gereksinimleri için eş seçmektedirler. Erkekler sıcak bir yuva için eş seçerken kadınlar ise kendilerini koruyabilecek erkekleri aramaktadırlar. İnsanlar artık kendilerine bir eş bulmak için tanımaya yönelik faaliyetler gerçekleştirmektedir (Gray, 1999:7). Bu bağlamda insanlar eş adaylarını tanımak isterler bunun için belli yöntemlere başvurular bunlardan biri geleneksel bir yöntem olan nişandır.

Bilindiği üzere toplumumuzda nikah veya düğünden önce nişan gerçekleştirilir ve toplum nezdinde ilişkileri meşrulaştırılır (Tarhan, 2012:41). Nişan, çiftlerin evlenmek için birbirleri verdikleri evlenme vaadidir. Ancak nişan evliliğin gerekliliği olan nikah gibi hukuki bir yaptırım gerektirmemektedir. Kişiler gerekli gördüklerinde nişandan vazgeçebilmektedir (Kaçın, 2017:198). Eşler bu evrede birbirlerinin iç dünyalarını anlayabilme ve ruhsal yönden değerlendirme fırsatı bulurlar. Kişiler, birçok özelliklerini nişanlılık döneminde yaşayarak öğrenmektedirler. Eşlerin birbirlerini tanıyarak geleceğe dair plan yaptıkları bir dönemdir. Eşler bu döneme kesin karar verebilmek için ihtiyaç duymaktadırlar (Topaloğlu, 2016:119-121). Bireyler bu dönemde rahatça bir araya gelip eşlerinin güçlü ve zayıf yönlerini keşfederler, bireyler

evliliği gerçekleştirme veya vazgeçme kararını bu dönemde verirler (Özguven, 2000:46).

Günümüzde çiftlerde evlilik öncesi flört oldukça yaygın bir yaşantı haline gelmiştir. Böylelikle çiftler birbirlerini tanımış oluyorlar (Bora, 2015:29). Bu yaşantı şekli gençlerin birbirlerini tanıyabilmelerinin tek yolu gibi bir anlayışa dönüştü. Bu anlayış evlilik öncesi eş tanımanın yolu adı altında ‘sevgili olmadan olmaz’ anlayışının bir getirisi (Tarhan, 2012:36). Bu anlayış çerçevesinde toplumlarda oluşan değişimler sonucunda nişan kavramı zayıflamakta ve kişilerin birbirlerini tanımalarının etkili ve yeni yönteminin flört olduğu düşünülmekte.

Flörtte birinci aşama olarak, çekicilik ön plandadır. Karşıdaki bireye ne denli çekici olduğunu fark edilmektedir. Önemli olan bu beğeni karşı tarafa iletmektir. Çekicilik aşamasından sonra kişinin bireye uygunluğu üzerinde düşünülmektedir. Çekici geldiği halde doğru eş olduğuna dair şüpheler oluşmaktadır. Bu tarz flört ilişkilerinin nişanlılık sürecinden farkı tek kişi ile flört edip etmediği konusunda emin olamamaktır. Bütün bunların ardından emin olunduktan sonra duvarlar kırılıp ilişkiye öyle başlanmaktadır (Gray, 1999:18-19).

1.5.2.Evlilik Kurumundaki Değişmeler

Sosyal ağlar insanların deneyimleri arasında bütüncül bir bağ kuran canlı mekanlardır. Kültürün dönüşmesi söz konusudur (Castells, 2016:13). Bu bağlamda dijital dönemin ağ bağlantılı yapısı, zaman, coğrafi , sınırlarını ortadan kaldırarak insan ilişkilerinin geliştirildiği, iletişim alanını genişleterek insan ilgi ve ihtiyaçlarını bir alanda toplamıştır (Güçdemir, 2015:59). İnternet sadece makinelerle kalmayıp toplumları da ağ üzerinde birbirlerine bağlayarak onların bir araya gelmelerine olanak sağlamıştır. Sanal dünyanın, gerçek olandan daha hızlı, daha güçlü, etkin, işlevsel, hızlı ve daha yakın bir iletişim ağı kurmaya başlamıştır (Tarcan, 2005: 7-8).

Kitle iletişim araçlarının gelişimi ile dünya, küresel büyüklükte bir köye dönüşmüştür. Böylece dünya küçülmüş ve birbirine bağlanmıştır. Dünyanın her tarafı görüntülerle ve mesajlarla kaplanmıştır. Köylerde nasıl herkes her şeyden haberdar oluyor ve herkesi tanıyor, televizyon, radyo sayesinde de dünyanın her yerindeki olaylardan anında haberdar olmak mümkün hale gelmiştir. Uydu haberleşmesinin gelişmesi ile zaman ve mekan farkları ortadan kalkmıştır (Yaylagül, 2010:70).

Bilginin özgürleşmesi, bireylere geniş iletişim avantajları sağlaması zaman ve mekan sınırlarının ortadan kalkması, internetin hayatımıza dahil olmasına ve internetin hayatın vazgeçilmez bir parçası olmasına sebep olmuştur (Polat, 2002: 103-112). Bu yüzden gerçek hayattaki yakınlık anlayışımız ile internetteki arasında farklar oluşmaktadır. Burada mekan ve fiziksel yakınlık anlamını yitiriyor. Aynı anda “çevrim içi” olma durumu söz konusu. Fiziksel mesafemiz karşıdaki ile dünyanın öbür ucu kadar var belki ama aynı anda “çevrim içi” isek sanki yakınımızdaymış gibi oluyor. Bu etkileşimler sonucunda internet aşkları denilen olaylar ortaya çıkmaya başlıyor bunun sebebi ise yazının doğasında var olan hayal niteliği, ayartıcılığı ve kışkırtıcılığı ile ilgilidir (Göka, 2017:102). Bu “çevrim içi” olma durumuyla beraber kişilerin arasında mesafeler yok sayılmakta ve romantik bağlar kurulmasında zorluk çekilmemektedir.

Yaklaşık otuz yıldır internet hayatımızın içine girmiştir. İletişim ve ilişki kurma aracı haline gelmiştir. Bununla beraber internet kullanımı gitgide artmıştır. İnternet evde tek kalmanın ötesine geçerek sanal bir alemde varlık göstergesi olarak sanal toplumda paylaşımlar yapmak artık hayatın bir gerçeği haline gelmiştir. İnternet kullanımının Türkiye’de çok hızlı bir şekilde artış göstermesi ilginin fazlalığını göstermektedir (Kılıç, 2012:144).

Yeni kişilerle tanışmak,kişinin kimliğinde oynamalar yapabilmesi, merak, kendinde her şeyi yönetebilme gücünü görebilmesi, boş zamanını değerlendirme, günlük sıkıntılardan uzaklaşma gibi nedenlerle internet aracılı ilişkiler ortaya çıkmıştır (Uzun ve Aydın, 2012: 283-284). Sanal alemde yeni insanlarla tanışmak daha kolaydır. Kişilerin istediği tarzda duygusal ilişkiye girmek isteyen bireyleri seçmek mümkün olmaktadır. Sanal dünyada kişisel dünyanın teşhir edilmesi her zaman daha kolaydır. Bu kişisel hayata uygun ve istekli insanları seçmek daha az zahmetlidir (Sayar ve Yalaz, 2016:230). Sanal ortamlardaki tanışmada görücü usulünde olduğu gibi herhangi bir aile büyüğünün aracı olmaması ve başka amaçla toplandıkları sanal ortamlarda birbirlerine çekici gelmesi sonucu tanışma gerçekleşmektedir (Yanık, 2016:108). Bireyler seçme, karar verme eylemler sanal ortamlar sayesinde kimseden etkilenme olmaksızın gerçekleşmesi ile bireyler sanal ortamlarda tanışmaya sıcak bakmakta ve sanal ortamlara ilgi göstermektedir.

İnternet, konuşmaların yazıya döküldüğü sessiz bir evrendir. Bu evrende varlık sessizliğe kavuşmuş sadece kelimelerle vücut bulmuştur. Bu bağlamda internet hayal dünyasından oluşan hayali bir mekan olmuştur (Güzel, 2006:6). Sanal âlem, insanlara çok geniş fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatlar arasına evlilik ağları da girmektedir. Bu ağlar, sayesinde eş bulmak isteyen insanlara o ortamı yaratmaktadır. Bir nevi çöpçatanlık yapmaktadır (Kılıç, 2012:146).

Yeni teknolojiler insanın benlik duygusunu ve dünyayı anlamlandırma şeklini değiştirdiği gibi sevme şekillerini de değiştirmektedir (Sayar ve Yalaz, 2016:25).Flört etmek isteyen insanların, evlenmek isteyenlerin günümüzde artık profesyonel olarak bu iş için uğraşan danışmanlara başvurduğu ortaya çıkmaktadır. Görücü usulü evliliklerin toplumun çoğu kesiminde artık yer almadığı, bunun yerine modern yöntemlere başvurdukları görülmektedir (Özaytekin, 2012). Evlilik yönteminin günümüzde değişime uğraması ile ortaya yeni bir evlenme yöntemi olan sanal çöpçatanlık kurumlarının aracılık etmesi göze çarpmaktadır. Bu yöntem ile kişiler eşlerini sosyal medyada aramaktadır. İstedikleri özellikler doğrultusunda karşılıklı bir ilişki içerisine girmektedirler. Sosyal medyanın insanlara çok fazla seçenek ve kişi sunması neticesiyle bireyler eş seçimlerini daha kolay ve hızlı gerçekleştirmektedir. Bireyler birbirleri hakkında hızlı ve yeterli bilgiye daha kısa sürede ulaşabilmekte ve özellikle gençleri bu durum yüksek oranda etkilemekte ve kişileri sosyal medya aracılığı ile tanışma oldukça cezbedmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya kavramı yaşam döngümüzün içinde yer almaktan çok döngümüzün bir parçası haline gelmiştir. Artık teknoloji bilgisayar veya elektronik eşyalarla içli dışlı olmaktan ziyade aynı anda birçok insanla iletişimde bulunabilme olarak tanımlanmaktadır (Altunbaş, 2014:45). İnsanlara sağladığı geniş imkanlardan dolayı geleneksel medyanın yerini çok çabuk aldığı söylenebilir. Yeni nesil web teknolojilerinin bünyesinde gelişme gösteren sosyal medya birbirinden farklı mekansal ve zamansal olarak birbirinden farklı yerlerde bulunan insanları ortak bir sanal ortamda buluşturmaktadır (Kırık, 2014:274). Sosyal medya küresel kültürümüze ait bakış açılarımıza yeni bir boyut kazandırmanın dışında bize yeni bakış açıları ve daha önce görmediğimiz bir gerçeklik sunmuştur (Altan, 2015:83). Sosyal medya küresel yaşam alanının baş aktörüdür.

Sosyal medya, Web 2.0'ın teknolojik ve ideolojik temelleri üzerine kurulan ve kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin oluşturulmasına ve paylaşılmasına imkan veren bir grup internet tabanlı uygulamadır(Zengin, 2017:15).

Günümüzde sosyal ağlarda var olma, gezinme günlük aktiviteler haline gelmiştir.Genel bir tanımla sosyal medya kullanıcılar arasında etkileşim sağlanacak şekilde içerik paylaşımının sağlandığı, ortak bir web zeminidir (Kırık, 2013:74). Sosyal medyada fikir, görüş ve yorum yapma yetkisinin bir sınırı yoktur (Evans, 2008:33). Bu bağlamda sosyal medya tanımı yaparken interaktif iletişim boyutuna dikkat çekilmektedir. Sosyal medya teknolojik ve internet olanaklarını kullanarak kişiler, gruplar veya kurumlar arasında interaktif işbirliğini, iletişimi ve paylaşımı sağlamaktadır (Kırcova ve Enginkaya, 2015:4). Ekonomik olarak çok masraf gerektirmemesine bağlı olarak yaygınlaşan bu teknoloji, çok uzak mesafede ki insanları ve kültürlerini bir araya getirerek yoğun bir talep gören “ağ” haline gelmiştir (Şentürk, 2017:32).

Merak duygusunun iç güdüsel tetiklemesi sonucu çoğunluğun yaptıklarını bilmek ve anlamak için, insan sosyal medyada varlık göstermektedir (Sevinç,

2015:29). Kişiler arası iletişim ve sosyalleşme boyutunda ki bakış açısıyla sosyal medya; yeni arkadaşlıklar edinme, var olan arkadaşlıkları sanal boyutta sürdürme , gönüllü olarak özel yaşam alanlarını paylaşabilme, gündemde olan olaylara karşı bireysel olarak var olabilme, fikirlerini sunabilme ve tanınmak istemesi amaçlarıyla kullanılmaktadır (Arslan, 2015:195). Sosyal medya adında var olan ‘sosyallik’ kavramının aksine bireysel temellidir. Kişi sosyal medya hesabının hem içerik üretimi, hem kullanımı hem de denetimi açısından kendi sorumludur ve kendisinin denetleme gücü vardır (Vatandaş, 2019:158). Sosyal medyanın en çok kullanıldığı alan insanlarla tanışma, arkadaşlık kurma, sohbet etmek gelmektedir.

Sosyal medyanın sürekli değişime uğradığı görülmektedir. İlişki kurma biçimlerimiz hatta ilişki kurmak istediğimiz kişiler bile değişime uğramaktadır (Uzunoğlu, 2017:12). Sosyal medya, sadece kişi ve grupları değil teknolojik araçları da kendisine uydurmuştur. Sosyal ağların kişilere her an iletişim imkanı sağlaması sosyal medya kullanıcılarının sayısının her geçen gün artmasına sebep olmuştur (Göker, 2015; 402).

Sosyal medya kişiler arasındaki farkı ortadan kaldırıp standartlaşmış insan kalıbına sokmuştur (Kırık, 2013: 275). Bu açıdan sosyal medya kendi kurallarını,etiğini, belli dil kurallarını, davranış normlardan oluşan değer yargılarını oluşturmuştur (Vatandaş, 2019:157). Bu açıdan sosyal medyanın yarattığı yeni bir hayat görüşü bakış açısı ve değer yargılar mevcuttur.

Artık sosyal medya gerçek ve neredeyse ana akım bir iletişim haline gelmiştir. Sosyal medya da kurulan ilişkiler artık kan bağına bakmaksızın, hayaller, ortak zevkler, korkular gibi çıkarılara bağlı olarak oluşmuşlardır (Çakır, 2015:224). Sosyal medya sanal ağlarla çevrilmiş kişiler arası etkileşim, ve kullananları betimleyen profillerden oluşmaktadır (Çakır, 2015:224).Bu bağlamda insanların var olan ve eski arkadaşlarıyla iletişim kurmanın dışında yeni bir arkadaş çevresi edinme olarak yorumlanmaktadır.

2.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya dinamik olması ve her türlü paylaşımına açık olması ile kullanıcı sayısında her geçen gün artış gözlemlenmektedir. Sosyal medyanın kişilere ve kurumlara sağladığı olanaklar fazlasıyla varlık göstermektedir. Gelişen teknoloji

çağında yeni medyadan kaçmak imkansız hale gelmiştir bununla birlikte sosyal medyanın ücretsiz oluşu ve her isteyenin rahatlıkla ulaşması sosyal medyaya yönelimi arttırmıştır.

Sosyal medya aradaki sınırları kaldırarak milyonlarca insanın birbirleriyle aynı anda etkileşime geçmesini sağlamakta bunu da şeffaf ve açık bir iletişim halinde yapmaktadır (Altunbaş, 2014:52). Sosyal medyadan bahsedilirken vurgulanan temel öge karşılıklı iletişimdir. Sosyal medya aracılığı ile insanların, düşüncelerini, tecrübelerini, bakış açılarını yazılı veya görsel olarak birbirleri ile paylaşmaktadırlar (Erslan ve Eser, 2015:8-9)

Sosyal medya internetin bulunduğu her ortamda rahatlıkla kullanıcıların taleplerine cevap verebilmektedir ve böylelikle çok kullanışlı bir teknoloji haline gelmiştir. Kullanılan içerik ve paylaşılan görsellerle sosyal medyanın bireyleri ve kamuoyunu derin bir şekilde etkileme gücünü sahip olduğu görülmektedir. İnternetin olduğu her yerde mekan farkı gözetmeksizin farklı ülke veya konumlarda ki tanıdık veya tanımadık herkesle zaman farkı olmadan iletişim sağlanabilir (Blossom, 2009:30-32).

Mayfield'e göre sosyal medyanın özellikleri şu başlıklar altında toplanabilir;

- **Katılım:** İstekli olan herkesi katkı yapma ve geri dönüş sağlama konusunda cesaretlendirmektedir.
- **Açıklık:** Platform üzerinde servislerin birçoğu geri bildirim ve katılıma açıktır. Oylama , yorumlama ve bilgi paylaşımını teşvik etmektedirler. İçeriği kullanma da genellikle giriş engelleri bulunmamaktadır.
- **Karşılıklı diyalog:** İki yönlü bir iletişim ve etkileşim ortamı sağlanmaktadır.
- **Topluluk:** Topluluklar ortak ilgi alanları çerçevesinde bir araya gelirler.
- **Bağlantılı olma:** Sosyal medya sitelerinin birçoğu bağlantılı olma özelliklerini geliştirmekte ve diğer sitelere, kaynaklara link vererek trafik sağlamaktadırlar (2008:5)

Sosyal medyanın özelliklerinden yola çıkılarak şu yorumu yapabiliriz; sosyal medyanın kendisi başlı başına bir topluluktur. Bu toplulukta insanlar dilediğiyle

mekan ve zaman farkı gözetmeksizin etkileşim halinde olabilmektedir. Paylaşılan içerikler yoruma açık olmakla birlikte yapılan olumlu veya olumsuz yorumlar sayesinde etkileşim artmaktadır. Kişilerin katılım sağlayabildiği, birbirlerini tanıırken şeffaf bir profil ile kendilerini sunabildiği tanışma sonrası ise sürekli bağlantıda olmaları ile bireyler kendilerine arkadaş veya duygusal ilişki yaşayabilecekleri kişileri seçebilmektedirler. Sosyal medyanın kişiler arasında karşılıklı sohbeti sağlayabilmesi ile arkadaş veya eş olarak seçtikleri kişi ile konuşmalarını devam ettirebilmekte ve kişilerin birbirlerini tanıyabilmesi konusunda yardımcı olmaktadır.

Sosyal medyada paylaşılan içerikler her saniye değişse bile sosyal medyanın sürekli bir yenilik içinde olduğu dikkatlerden kaçmamaktadır. Kural ihlali olmadığı sürece kimsenin hesabına herhangi bir engel konulmamaktadır (Blossom, 2009:30-32).

Sosyal medyanın geleneksel medyadan ayrılmasında ki en büyük etkenler; katılım gösterebilen bireylerin, demokratik bir şekilde konuşmasına imkan sağlamakla beraber geniş özgürlük tahsis edilmiştir (Enginkaya ve Kırcova, 2015: 20).

2.3. Sosyal Medya Araçları

Sürekli dinamizm içinde olan sosyal medya platformları herkese açık olmakla beraber gelişen teknolojiyi iyi kullanması sonucu kişiler arasında etkileşimi sağlamaktadır. Sosyal medya platformları kullanıcıların yoğun bir şekilde bulunduğu, birbirlerine önerilerde bulunarak, paylaşılanlara yorum yaptığı ve fikir yaratabildiği platformlardır (Enginkaya ve Kırcova, 2015:41).

İnternetin gelişim evrelerine göz atıldığında sosyal medya araçlarının en çok tercih edildiği popülaritesini arttırdığı görülmektedir (Güçdemir, 2015:36). Bu bağlamda kişisel ilişkilerin, birbirini tanıma meyillerinin daha rahat sağlandığı yeni medyanın en büyük aracısı olarak sosyal medya platformları öne çıkmaktadır. Sosyal medya araçları entelektüel birikimine göre şekillenmiş toplumun, her kesiminden insanın ilgisini çekmektedir. Bununla birlikte sosyal medya araçları bağımlılık dahi yapmaktadır. Sosyal medya araçları, kullanım alanları ve işlevleri aşağıda açıklanmıştır.

2.3.1. Bloglar

Blog uygulaması ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde başlamıştır. Ağ günlükleri diye anılmaktadır. Teknik bilgiye ihtiyaç duymadan insanların istedikleri içerikleri istediği şekilde sunduğu web'e taşınmış günlüklerdir (Sevinç, 2015:56).

Ters kronolojik sıralama ile gönderilmiş, günlük formatındaki mesajlardan oluşan kişisel bir web sitesidir. Bu tür internet sitelerini tarif etmek için "İnternetteki günlük" (Log on the web) anlamına gelen "weblog" kelimesi daha da kısıtlanarak "blog" kelimesi türetilmiştir (Zengin,2017).

Bloglar bir diyalog aracıdır. Blog okuyucuları yorumlarını rahatlıkla gönderebilmektedir. Bu özelliği de durağan makalelerden onu ayırıştırarak ön plana çıkarmaktadır. Blog sahiplerine ise blogger adı verilmektedir. Blogger olmak için yüksek ücretler harcamaya gerek yoktur. Blog okuyucuları bloggerları samimi bulmaktadır (Güçdemir, 2015:37). Bloglar artık yaratıcı içerikleriyle okuyucuların dikkatini çekip haber kaynaklarının da saygısını kazanmıştır. Microsoft'un kurucusu ve başkanı Bill Gates çevrim içi blogcularla röportaj yapmıştır. Röportaj sonunda ortaya çıkan ise halka ulaşmada artık blogcuların önemli bir araç görevini üstlendiği görüşü gün geçtikçe artmaktadır (Gilmor, 2008:27-28).

Sadece yazı ile gerçekleşmemekle birlikte işitsel ve görsel olarak oluşturulan içeriklerle bloglar zenginleştirilmektedir (Sevinç, 2015:56). İlk başlarda kişilerin kullandığı bloglar daha sonra iş dünyasında da sıklıkla yer almaya başlamıştır. Takipçilerinden bilgi ve yorum almak isteyen şirketler için fikir sunan web sitesi haline gelmiştir (Enginkaya ve Kırcova, 2015:43). Aktif olarak kullanılan blog uygulamalarına Tumblr, Blogger, Wordpress'i örnek gösterebiliriz.

Blogunuz için içerik üretimi yaparken dikkat etmeniz gereken husular ilk olarak hangi formatta yapacağınız olsun. Hangi formatta kullanırsanız kullanın blogun başarılı olabilmesi için nitelikli içerik ve süreklilik önem arz etmektedir. Başarılı bloggerların ortak özelliği ağ günlüklerini sürekli yazmalarıdır (Sevinç, 2015:62-63). Bu bağlamda kullanıcıların günlüğü haline gelen bloglar ile kişiler birbirlerinin bakış açılarını, ideolojilerini, deneyimlerini daha hızlı ve rahat öğrenebilmektedir. Kişiler kendine uygun arkadaş veya eş adaylarını seçmelerinde bu günlükler oldukça önem arz etmektedir.

2.3.2.Sosyal Ağ Siteleri

Düşüncelerini ifade etme ve geniş kitlelere ulaştırma anlamında sosyal medya kullanıcılara yeni olanaklar sunmaktadır. İnternet üzerindeki ilk sosyal ağ sitesi 1977 de kurulan SixDegrees.com'dur. Kullanıcıların bir profil oluşturup kendilerine bir arkadaş listesi oluşturup diğer bireylerin arkadaş listelerine göz atabilme ve kendi listesini de insanlara sunma imkanı verdi . SixDegrees.com aynı zamanda insanlarla mesaj yoluyla ilişki kurmayı hedefleyen bir sosyal ağ sitesi olarak kendini tanıttı (Boyd ve Ellison, 2007:214-217).

Body ve Elison (2007:13)'a göre *“Sosyal ağ siteleri, bireylerin belirli bir sistem içinde açık yada yarı açık profil oluşturmalarına izin veren, farklı kullnıcılarla paylaşma imkan sağlayan ve paylaşımında bulunan kişilerin ve o kişilerin bağlatıda olduğu kullanıcıları gösteren web tabanlı hizmetlerdir”*

İnternet teknolojilerini tüm dünyayı bir ağ gibi sarıp ve üzerine eklemeler yaparak çoğalması sonucu istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda geliştirilen sosyal ağlar kişiler arası iletişimi başka bir boyuta taşımıştır (Babacan, 2015:112). Sosyal ağların temel tanımları bireyler veya gruplar arasında bir bağ ilişki kurmaya dayanmaktadır (Özgüven, 2015:116).

İnternet ortamında günden güne popüler olan ve sürekli yeniliklerle çoğalan sosyal ağlar, kişiler arasında bilgilerin hızla yayılmasını ve paylaşılmasına olanak sağlamaktadır (Özgüven, 2015:111). Sosyal ağlar birçok grubu hızlıca bir araya toplama özelliğine sahiptir. Bunu gerçekleştirirken de formal veya informal şekilde gerçekleştirmektedir. Sosyal ağlar herhangi bir maliyet gerektirmez (Çakır, 2015:222). Sosyal ağlar toplumsal ilişkilerin birbirine bağlanmasını sağlamıştır. Sosyal ağ siteleri ilk başta kişiler arası iletişimde bir aracı olarak ortaya çıkmasına rağmen günümüz teknoloji çağında boyut atlayarak insanlarla iletişim sürecinde iletişim kurulan kişi sayısının çokluğu bir prestij haline dönüşerek yeniden şekillenmiştir.

Sosyal paylaşım ağları insanların özel ihtiyaçlarına çözüm getirmek için örneğin belirli bir yerde toplanmak isteyen grupları hızlıca bir araya getirebilmek veya hayvan severleri bir araya toplayabilmek için oluşturulmuştur (Güçdemir, 2015:41).

Zhang ve arkadaşlarına göre, sosyal ağların özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- **Profil:** Kullanıcıların dijital ortamda kendini tanıtan kimlikleri
- **Takip:** Diğer sosyal ağ kullanıcıları ile ilişkilerini ifade etmelerini sağlar.
- **İlişki Sürdürme:** Kullanıcıların gerçekte var olan ilişkilerini dijital dünyaya taşır.
- **Yeni İlişki Oluşturma:** Kullanıcıların temel isteklerini, günlük aktivitelerini, ilgi alanlarını dikkate alarak yeni ilişkiler oluşturmasını sağlar (2010:13).

Sosyal paylaşım ağları yeni bir oluşum olduğu için genç kuşakları hedeflemektedir. Farklı teknik ve içeriğe sahip olan sosyal ağlar temelde kişiler arasında bağ kurma ve iletişime geçme yatmaktadır. Sosyal paylaşım ağları ile var olan ilişkiler devam ettirilir veya yeni ilişkiler başlayabilir.

2.3.2.1. Facebook

Facebook kullanıcıların en yoğun ilgiyi gösterdiği sosyal paylaşım ağıdır. Kullanıcı sayısı 1.4 milyar olan facebook Türkiye’de ve dünyada en fazla kullanıcıya sahip sosyal ağ sitesidir. Facebook’a üye olmak ücretsizdir sizden sadece bir mail adresi ve profil oluşturmanız istenir.

Facebook 2007 senesinde Türkiye’de yavaş yavaş gelişmeye başladığı zamanlarda kaybolmuş arkadaşlıkların izini sürme, geçmişte kalmış arkadaşlıkları sürdürüp, birbirlerinin neler yaptığını görebilmek olarak hafızalara yerleşmişti (Sevinç, 2015:68-69).

Facebook uygulamasında çoklu ortam uygulamalarıyla sanal dünyada gerçek iletişim olanağı sağlamaktadır. Kullanıcılar başka sosyal ağ hesaplarını facebook’a bağlayarak geniş topluluklara dahil olabilirler. Çevrimiçi sohbetler gerçekleştirebilmektedirler (Güçdemir, 2016:28). Çevrim içi olmanın verdiği yakınlık hissi ile kişilerin arkadaşlık kurma veya romantik ilişki yaşaması daha kolay ve pratik olarak gerçekleşmektedir.

Facebook insanların yakın çevreleri ile doğru ve sağlıklı iletişim kurmalarına yardımcı olmaktadır. İnsanların iletişim kurdukları kişiler tesadüf değildir. Kullanıcıların duygusal bağ kurduğu kişinin kendisine yakın çevrelerde olmasını, ortak paylaşım alanlarının bulunmasını ve kendisine benzemesini istemektedirler. İnsanlar sevdiklerini ve kendine benzeyen kişileri kendine yakın tutarlar. Bu yüzden facebook profillerine dikkat ederler (Altan, 2015:96). Bununla beraber kişiler facebook üzerinden iletişime geçeceği kişiyi etkilemek ve izlenim bırakmak isterler. Kişilerin kurdukları ilişkiler romantik ilişkiye doğru ilerliyorsa facebook aracılığı ile kendilerine benzer profilleri veya aradıkları kriterlere göre arkadaşlık kurmak isterler.

Facebook uygulamasında insanların yaşam biçimlerinin paylaşıldığı, kişisel bilgilere sıklıkla yer verildiği görülmektedir. Aslında insanlar için risk boyu taşıyan bu olay toplumsal prestij ve popülerite kavramlarından dolayı risk olarak görülmemesine sebep olmaktadır (Altan, 2015:97).

Facebook'ta bireyler öncelikle iletişim kurmak, gerçek hayatta ki varlıklarını sürdürülebilmek ve boş zaman değerlendirme yapmak için varlar (Sevinç, 2012:94) Bireyler paylaşımlarının beğenilmesi ve yorum yapılmasından çok hoşnut duymaktadırlar. Hatta bir fotoğrafa yorum yapmak bir sohbetin başlangıcı bile sayılmaktadır (Altan, 2015:99). Facebook uygulamasının tercih edilme sebeplerinden biri de anonimlik bulundurmaması hatta facebook uygulamasına kayıt yapabilmemenin ilk şartlarından biri rumuz yerine gerçek isim kullanmaları. Bu şekilde kurulan ilişkiler daha derin olabilmektedir. Bu açıdan çevrim içi olarak bildiğimiz profilleri çevrim dışı hayatları ile uyuşmaktadır. Bunun yanı sıra listesindeki arkadaşı arıcılığı ile birbirlerini ekleyebilmektedirler ve o kişiyi eklemeyen önce arkadaşını referans gibi düşünmektedir (Vatandaş, 2019:36). Bu bağlamda kişilerin facebook üzerinden yaptıkları paylaşımlar onlar hakkında önemli bilgiler verebilmektedir. Kişilerin herhangi bir toplumsal olaya karşı facebook üzerinden sergiledikleri tavır onların hayata bakış açılarını belirler. Siyasal bir konu hakkında yaptıkları paylaşımlar ile kişilerin siyasi düşüncesi ortaya çıkabilmektedir. Bu ortaya çıkan bilgiler ılığında bireyler karşıdakini tanıma isteğini ortaya çıkarır. Böylelikle görücü dediğimiz bireylerin üstlenmiş olduğu eş adaylarını birbirlerine tanıtmaya işini sosyal medya araçlarından olan facebook devir almaktadır. Tıpkı görücülerin yaptığı mesleği, hayata bakış açısı, yaşı, eğitim durumu , siyasal düşünce yapısını eşlere tanıtmaya bir nevi aracı olma görevini facebook'a bırakmaktadır.

2.3.2.2. Twitter

Twitter 2006 yılında Amerikalı yazılım mimarı Jack Darsen tarafından kuruldu. Kullanıcıların “tweet” olarak bilinen mesajlarla içerik yayınlayıp etkileşimde bulunduğu bir Amerikan haber ve sosyal ağ hizmetidir. Tweetler başlangıçta karakterle sınırlandırıldı, ancak 7 Kasım 2017’de bu sınır Çince, Japonca ve Korece dışında ki diller için iki katına çıkarıldı (<http://wikipedia.com>, Erişim,26.02.19). Sosyal ağların geniş özelliklerinden yararlanabilen twitter 280 karakterin ötesine geçip link paylaşabilmesi, bağlantılı hesap paylaşabilmesi ile sınırlar 280 karakteri geçebilmektedir (Meriç, 2015:37).

Twitter günümüzde en yoğun kullanılan sosyal ağ sitelerinden biridir. Twitter’da temel mantık az kelime ile yoğun paylaşımlar yapabilmektir. Ana sayfada “Neler oluyor?” sorusu ile insanlarla anlık duygu paylaşabildiğimiz platformdur. Bu duygu paylaşımı bilgisayar ile yapılabildiği gibi özellikle akıllı telefonlarla da fazlaca tweet atılmaktadır. Twitter’da sohbete dahil olmak yetmektedir.

Bir mikroblog sitesi olan twitter kullanıcıların paylaşım yapmak istedikleri alanlar ile ilgili güncel bilgilere ulaşabilmektedir. Twitter hesabı gizli olmadığı sürece kullanıcılar bakmak istedikleri kişinin profilinde rahatlıkla dolaşabilmektedir (Güçdemir, 2016:29).

Twitter da cep telefonun her yere girebilme fonksiyonunu sayesinde anlık tweet atabilme, gündemden her daim haberdar olabilme sağlamaktadır. Bir haber programı izlerken, yada biz dizi izlerken aynı anda bu programlara yorum yapabilme programla eşgüdümlü olarak aktif olabilme özellikleri mevcuttur (Güçdemir, 2016:29).

Sosyal ağ siteleri popüler olmadan önce MSN’den arkadaşlarımızla özel olarak konuşabiliyorduk fakat twitter ile artık konuşmaların herkes tarafından görülmesi istenmekte ve kim kiminle ne konuşuyor, en çok hangi konular konuşuluyor merak konusu olmaktadır. Twitter’ın getirmiş olduğu karakter sınırlaması lafi uzatmadan paylaşım yapmamızı sağlıyor (Sevinç, 2015:102). Kişilerin anlatmak istediklerini kısa bir paragrafa sığdırabilme yetisine sahip twitter aracılığı ile insanların karşılıklı diyalog halinde iletişime geçmesi ile bireyler kısa ve öz yazıların birbirlerini etkilemesi sonucunda belli bir iletişim ihtiyacı duymaktadırlar.

Twitter da insanlar gündemden haber alabiliyor, gündemde kalabiliyor ve gündeme katkı sağlayabiliyor. Bu sanal sosyalleşme ağları zamanla insanlaştırılıp kullanıcılar arasında duygusal bağ kurulmasına yardımcı oluyor. İnsanlar duygusal yatırımlarını bu maceralara yapamaya başlamışlardır (Altan, 2015:104). Bilindik habercilik sistemlerinin aksine haber artık sokaklardan, yatak odalarına kadar dönüşüm haline giren anlık paylaşımlar haline gelmiştir (Meriç, 2015:37).

Twitter insanların bilgi akışı sağladığı bir sosyal ağ olmanın da duygu boşalımının yaşandığı bir sosyal alan olarak görülmektedir. İnsanlar burada sevdiği diziye yorum yaparak ona destek olmak ister, sevmediği birine öfkesini kusabilir veya kadın erkek ilişkileri vs gibi konular hakkında konuşur (Altan, 2015:109). Bu bağlamda insanların toplumsal olaylara karşı geliştirdikleri tepki olumlu veya olumsuz o kişinin hayat perspektifini ortaya koyar. Ortaya koyduğu bu perspektif ile insanlar birbirlerine düşünce ve tarz olarak yakın gördükleri kişiler ile takipleşerek belli bir iletişim sağlamaktadırlar. Bu yakınlık kimi zaman arkadaşlıktan ibaret olurken zamanla kimilerinde romantik bir ilişkinin başlangıcı olmuştur. Kişilerin kendileri ve fikirleri hakkında yazdıkları tweetlerin sonucunda bireyler arasında bilgi dolaşımı sağlanabilmektedir.

Akıllı telefonlarımızda artık bizi haberdar eden twitter bildirimleri her saniye bize seslenmektedir. Bu duyduğumuz bildirim sesi güncel olaylardan haber veriyor da olabilir yada sizin attığınız bir tweet'in bildirimini de olabilir. Bu da sizin önemsendiğiniz algısını oluşturmaktadır (Altan, 2015:106-107).

2.3.3. Instagram

İnsanların fotoğraf paylaşmanın dışında kayıt olup, arkadaş ekleyip birbirlerine mesaj gönderebildikleri büyük bir sosyal ağdır. İlk çıkış amacı fotoğraf paylaşmak olan bugünlerde 500 milyondan fazla kullanıcıya sahip fenomen bir sosyal ağa dönüşmüştür. Fotoğraf paylaşma özelliğinin de önüne geçerek mesajlaşma özelliği fazlasıyla ön plana çıkmaktadır (<http://crovu.com> Erişim,18.12.18). Fotoğraf paylaşma özelliği ile kişiler kendilerini istedikleri gibi sunabilmektedir. Bununla beraber kişilerin arkadaşlık kurma kriterlerinde yer alan fiziksel çekicilik kavramı neticesinde fotoğraflara göre karar verebilmektedirler.

Instagram, insanların fotoğraf paylaşım çevrimiçi olarak etkileşim kurdukları bir sosyalleşme alanıdır (Güçdemir, 2015:144). Kullanıcılar insatgramda mobil üzerinden aktif olabilirler. Instagram mobil tabanlı bir uygulamadır. 2010 yılında mobil üzerinden fotoğraf ve video paylaşımı olarak başlamıştır. Daha sonra bu sosyal ağ genişleyerek, tanıtım, pazarlama, arkadaşlık edinme gibi imkanlar için aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır (Enginkaya ve Kırcova, 2015:61). Arkadaşlık edinme amacı ile kullanılmaya başlanması ile kişilerin kendi istekleri doğrultusunda oluşan birlikte olma birbirlerini tanımak gibi kavramlar ortaya çıkmaktadır. Bu kavramlar doğrultusunda kişiler birbirleri hakkında belli izlenimler oluşturmuşlardır. Bireyin kendi hayatını, hobilerini, eğlenme şeklini, sevdiği yemekleri, gittiği mekanları paylaşması ile kendini tanıtan profili oluşturmuştur bu doğrultuda eş seçimi yaparken bireyler bu prfilin etkisinde kalmışlardır.

Instagram, kullanımı basit, akıllı telefon sahiplerinin kullanabildiği bir uygulamadır. Instagram geniş fotoğraf filtreleri ile mükemmel bir kameraya ihtiyaç yoktur. Sadece kayıtlı bir instagram sayfanızın olması yeterlidir. Insatgram da paylaşılan bir fotoğrafı diğer hesaplarda rahatlıkla paylaşabilirsiniz (Sevinç, 2015:127).

Bu bağlamda sadece fotoğraf veya video paylaşma amaçlı başlayan instagram zaman içinde insanların birbiri ile etkileşime geçmesiyle sosyalleşme aracı haline gelmiştir. Insatgaramda bir fotoğraf beğendiğinizde bazen kendinizi DM kutusu diye adlandırılan sohbet içinde bulabilirsiniz. Instagram da başlayan arkadaşlık ilişkileri sanal boyuttan gerçeklik boyutuna taşınmıştır. Kişilerin gezdikleri yerleri, sohbet için gittiği mekanları paylaşması bireylerin bazen ortak noktalarını bulmasına bazen de toplumsal statü açısından aradıkları kriterleri karşılaması sebebiyle bir etkileşim gerçekleşmektedir.

2.3.4.Foursquare

Enginkaya ve Kırcova (2015:63)'ya göre foursquare “2009 yılında ABD’de kurulmuş dünyanın en büyük lokasyon tabanlı sosyal medya platformlarından biridir. Fourqare’in temel mantığı insanların hoşlarına giden mekanları birbirlerine tavsiye etmeleri üzerine kuruludur. Bu hizmet sayesinde, tavsiye edilen yerlerden yanınızdaki

akıllı telefon veya GPS teknolojisini destekleyen başka bir mobil cihaz sayesinde yakında olanları görme ve test etme imkanı sağlamaktadır”

Foursquare’de gittiğin yerde konum bildirme özelliğinden yararlanarak çevrimiçi olan insanların birbiri ile iletişime geçmesi sağlanmaktadır. Gez, gör, paylaş mantığı vardır. Diğer sosyal medya araçlarında olduğu gibi foursquare’de de aynı gizlilik faktörü mümkündür.

Bu uygulamada konum bildirme özelliği diye geçen “Check in - Ben buradayım” yaparak insanlar puan topluyor. İnsanlar forquare de check-in yaparak varlık göstermektedirler. Foursquarede kazanılan para ve armalar insanların gerçek anlamda kazandığı maddi duygulara eş değer olmaktadır. İnsanlar birbirlerinin neler yaptığını, nerelere gittiklerini, ne yediklerini merak ederler bir yandan da gerçek hayatı sanal hayata taşımalarının sonucu ödül kazanmaları onları tatmin etmektedir (Sevinç, 2015:134-135). Gerçek hayatın bir yansıması olan foursquare ile kişiler evlilikte gerekli olan yakınlık kavramını sanal bir boyut ile gerçekleştirmektedir. Kişiler ortak mekanlarda bulunabilmekte fiziksel olarak çekici gelen ve tanımadığı kişiye bu uygulama aracılığı ile hızlı bir şekilde ulaşabilmekte ve etkileşimde bulunabilmektedir.

2.4.Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları

Geniş özelliklere sahip olan sosyal medyanın, ekonomik ve sosyal yapı üzerinde değişikliğe gidebilecek bir potansiyeli bulunmaktadır. Artık günümüzde kitlelere ulaşmak sosyal medya aracılığı ile daha kolay olmaktadır (Kırık, 2013:76). Sosyal medya uygulamalarında gerçekleşen iletişimde bireyler iletişimin içeriğini belirlemekte ve birbirleri ile sürekli etkileşim halinde olmaktadırlar (Güçdemir, 2015:27). Bu bağlamda sosyal medyanın doğurmuş olduğu avantajlar ve dezavantajlar ortaya çıkmıştır.

Dünya çapında bireysel bağlanma sosyal medyanın temel özelliklerinden biridir. Bunun yanında diğer belirgin özelliği ise hızdır yani cevap verebilmesi, yayılabilmesidir. İnternete sahip olan herkes kolaylıkla dünyanın her yerinde her yaştan bireye bağlanabilir (Güçdemir, 2015:26). Sosyal medya ile bireysel ve kitlesel iletişim kurma mümkündür. Sosyal medyanın aracılığı ile farklı konum ve ülkede ki insanlarla iletişim sağlanabilmektedir. Tam bu nokta da etkileşim gücü devreye

girmekte ve çift yönlü bir akış gerçekleşmektedir (Kırık, 2013:77). Normal şartlarda iletişimin gerçekleşmesi için zaman ve mekan gerekli olsa da sosyal medyada bu durum değişiklik göstermektedir. Sosyal medyada yer ve zaman sınırlandırması bulunmamaktadır. Bu şekilde bir sınırlandırma olmadan paylaşmanın, tartışmanın gerçekleştiği iletişim şekli olarak anlam kazanmaktadır (Vatandaş, 2019:30). Bu bağlamda kişiler birbirleri ile tanışmak istediğinde daha cesur davranabilmekte ve uzak olmanın çok bir problem arz etmediğini düşünebilmektedir. Bireyler görmedikleri ve mekan olarak farklı yerde oldukları kişiler ile daha özgüvenli bir iletişim kurabilmektedirler.

Sosyal medya ortamlarında etkileşim esastır. Geleneksel medyaların aksine sosyal medya çok yönlüdür. Karşılıklı online platformlarına herkesin katılmasına ve bunu yaymasına imkan vermektedir (Kırcova ve Enginkaya, 2015:11). Sosyal medya birbirinden farklı bireyleri tek bir çatı altında toplayarak karşılıklı etkileşim içinde olmalarına olanak sağlamaktadır. Sosyal medya karşılıklı sohbet etkileşimi dışında sosyal ilişkilerin gelişmesine olanak sağlayacak davet, organizasyon gibi faaliyetler sosyal medyadan duyularak toplanma imkanı sunmaktadır (Karlı, 2014:275-278). Sosyal medya süreklilik göstermektedir. Sosyal medya aracılığı ile farklı insanlar bir arada tutulur. Topluluk oluşturma yetisi çok fazladır. İçerik olarak değişiklik gösterse bile süreklilik hep ön plandadır (Erarslan ve Eser, 2015:26)

İnternetin ucuz olması ve giderek ucuzlaması insanlar için avantaj olmaktadır. Çünkü bu tarz teknolojilerin ciddi maliyetleri vardır. Ucuza mal olan internet dünyanın herhangi bir yerine çok hızlı ulaşmaktadır. Bu açıdan entegre özelliği ile insanlara imkan sağlamaktadır. Sosyal medyanın insanlara sağladığı diğer bir avantajı ise sansür uygulanmaması sonucu herkes her türlü içeriğe ulaşmaktadır (Güçdemir, 2015:25). Sosyal medya ile sosyalleşme zemini oluşmaktadır. Bireylerin sosyalleşme şekli sosyal medya aracılığı ile dijital bir boyut kazanmıştır. Artık bireyler bu süreçte çevreleri ile yeni bilgiler toplamak , yeni kişiler ile tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için sosyal medya araçlarına başvurumaktadırlar (Erarslan ve Eser, 2015:21) İnsanlar yoğun hayat tempoları ve geçim kaygılarından dolayı kendileri çok fazla boş zaman ayıramamaktadır. Bireyler günün yorgunluğunu atmak ve biraz olsun rahatlamak için sosyal medya araçlarını kullanmakta ve sosyalleşebilmektedirler. Bunun doğrultusunda kişiler bu mecralarda tanıştıkları kişiler ile belli bir vakit harcayabilmekte ve onlarla beraber sosyalleşebilmektedirler. Bu sosyalleşme ile

bireyler birbirlerini daha rahat ve kolayca tanıyabilmektedir. Kişilerin kendi hakkında yaptıkları düşünce, fotoğraf, video paylaşımları ile daha şeffaf bir ortam oluşturmaktadırlar. Bu bağlamda kişiler birbirleri hakkında derin ve hızlı bilgiye sahip olabilmektedirler.

Son yıllarda, çevremizdeki çoğu insan, daha çok ve daha çeşitli haberlere birden fazla kaynaktan ulaşabilmektedir. Öğrenciler yeni ve güncel kaynak sıkıntısı, çekmemekte. İnsanlar için devlet kurumunda ki ve bankalarda yapılan işler daha hızlı ve daha az zahmetlidir. Bilgiye ulaşmanın artık çok daha kolay olduğu söylenebilir. Ulaşılan bilgi her daim olan yeni üretilmemiş bir bilgidir. Bu bağlamda elde edilen enformasyon miktarında bir artış görünmektedir (Kara, 2013:18).

Sosyal medya deyince ilk akla gelecek kavram sanallıktır. Kişiler sosyal medya aracılığı ile farklı insanlarla farklı ortamlarda tanışma şansı bulabilmektedirler. Sosyal medya aracılığı ile nerdeyse her gün sosyal medya üzerinden insanlarla iletişime geçmekte ve çevresini genişletmektedir (Vatandaş, 2019:167). Sosyal medya ile bireyler yalnızlıklarını paylaşmaktadırlar ve gerçek hayatta sosyalleşme için yaptıklarını sanal ortama taşıyarak sosyal bir varlık olma ihtiyacını karşılarlar (Babacan, 2015:79). Sosyal medya ile bireyler kendilerine psikolojik tatmin sağlayacak ortamlar oluşturmaktadır. Gerçek hayatlarında aile, okul, arkadaş ilişkilerinde başarılı olamayan ve istedikleri şekilde tatmin sağlayamayan bireyler sosyal medyada anonimleşme imkanı bulmaktadır (Babacan, 2015:80). Sosyal medyanın duygusal bir yönüde bulunmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının duygularına da hitap etmektedir. Bireyler mutlu oldukları veya sıkıntılı anlarında sosyal paylaşım ağlarına kolaylıkla ulaşıp yararlanmaktadırlar (Karlı, 2014:278).

Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle bize çok fazla alanda avantajlar sağlamıştır. Bu avantajların yanında sosyal medyanın hayatımızı ve ilişkilerimizi etkileyen dezavantajlarda mevcuttur.

Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle mahremiyet kavramının ihlali konusunda önemli tartışmalar ortaya çıkmıştır. Gizlilik kavramının sınırları değişiklik göstermeye başlamıştır. Kişiden kişiye değişen mahremiyet sınırlılıkları sosyal medyada kendini göstermeye başlamıştır. Sosyal medyanın popülerliğinin artmasıyla mahremiyet olarak adlandırılan bir bilgi normal bir bilgi olarak algılanmaktadır (Kuyucu, 2015:22).

Mahremiyet için en korkutucu tehdit kişinin kendini ifşa etmesidir. Mahremiyet sadece başkaları tarafından ihlal edilmez, bizzat kişinin kendisi tarafından da gerçekleşmektedir (Ormanlı, 2011:271). Kişilerin yaptıkları bu ihlaller sonucunda arkadaşlık kurdukları kişilerin ne denli güvenilir olduklarını kendi içlerinde sürekli tartışmakta ve kendi profillerinde yazmış oldukları bilgilerin kendi aleyhine dönmesi konusunda tereddüt edebilmektedirler.

Her ne kadar sosyal medyanın hız açısından avantajlarından bahsedilse de fazla kullanımı sonucunda zaman israfında da yol açmaktadır. Bireylerin güvenliğini tehdit eden ve özel hayatlarına zarar verebilecek ortamlar oluşmaktadır (Altınbaş, 2014:46). Bu tehditler sonucunda bireylerin gerçek hayatta ki kimlikleri merak edilmektedir. Bireyler sosyal medyada yalnızca sanal kimlikleri ile bilinmektedir. Bu olayda akıllara şu soruyu getirmektedir “Profilinde ki ile aynı mı?” bireyler arasında gerçeklik konusu büyük sorunlara yol açabilmektedir.

Kişilerarası iletişim açısından bakarsak insanlar daha az yüz yüze iletişim kurmakta ve daha fazla teknolojik araçlar vasıtasıyla iletişime geçmektedirler. Sosyal medya ile kişilerin birbirlerini anlama ve sorunlarına çözüm arama şekilleri değişiklik göstermektedir (Güçdemir, 2015:161). Bu bağlamda günlük iletişimimizde yüz yüze iken çözebileceğimiz küçük çaplı sorunları internet üzerinde tartıştığımızda daha büyük sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu tarz ani parlamalarının genelde tartışma ortamlarında çıktığı nasıl olsa kimse kimseyi tanımıyor düşüncesine sahip olmasının sonucunda duyguları rahatça dışa vurmaktadır (Göka, 2017:90-91). Gençlerin sosyal medyada iletişimi çok yoğun kullanmaları sonucu fiziksel,psikolojik ve iletişim becerilerine ket vurulmaktadır (Güçdemir, 2015:62). Kişilerin birbirlerini yanlış anlamasıyla ortaya çıkan iletişim kopuklukları ortaya çıkmıştır. Karşılıklı romantik bir ilişkiye giren kişilerde yüz yüze olmamanın verdiği dezavantaj ile güzel bir cümle yazdığında bazen sapık diye adlandırılabilir. Kişilerin uzaktan birbirlerini tanımamaları ve hiç yüz yüze gelmemeleri karşılıklı güvensizliğe yol açmaktadır.

2.5. Sosyal Medyanın Etkisiyle Ortaya Çıkan Sanal İlişkilerin Gerçek Hayata Yansıması

Evlilik, aileyi yasal temellere dayandıran sosyal ve dini bir olgudur. Ailelerin kurulmasında ki en büyük etken olarak bilinmektedir. Bundan dolayı evlilik,

aralarında herhangi bir engel bulunmayan bir erkek ve kadının beraber bir hayat sürmek ve evlat yetiştirme amacı ile gerekli bağı meydana getirmek için yaptıkları bir sözleşme olarak nitelendirilmektedir (Kazıcı, 2003:190).

Her toplumda yaşamdan ölüme kadar olan sürede yaşadığı geçişlere anlam veren ritüeller bulunmaktadır. Evlilik ritüeli anlatı tarihinde önemli bir yer kaplamaktadır. Birey evlilik ile hem kendini daha anlamlı kılmak hem de topluma yalnızlığı aşmış bir birey olarak duygusal bir yapıyla topluma karışmak ister (İmançer, 2010:76). Bu bağlamda değişen toplumlarda evlenmek isteyen bireyler bu arayışına sanal aleme taşımaktadır. İnternet romantik alanda değişime sebep olmuştur ve ilerleyen zamanlarda bu süreç daha da hızlı bir hal alacaktır. İnternetle beraber sosyal ve ahlaki değerlerde değişiklik olacaktır.

Müslüman Türklere evliliğin ilk adımını uygun kız arama olarak adlandırılan ön araştırma oluşturmaktadır. Bu araştırma bölge, zaman, şehir ,köylere göre farklılık göstermektedir(Kazıcı,2003:196).Sosyal medya insanlara paylaşma,buluşma, karşılaşma gibi olanaklar sağlamanın yanında arkadaş olma, eş bulma, evlilik,aile kurma gibi imkanlarda bulundurmaktadır. Halbuki insanlar geleneksel kurallara göre belli koşullar çerçevesinde bir araya gelip evlilik yapar ve aile kurarlar. Bu koşullar genellikle mesleki durumlar, toplumdaki yeri, aile çevresi ve ekonomik durumlar belirleyicidir.Sanal ortamlarda ise dünyanın herhangi bir yerinden insanlar karşılaşip evlenebilmektedir. Modern toplumlarda oluşan yapı ile post modern değerlerin birbirine karıştığı geçiş sürecinde evlilik anlayışının değiştiği ortaya çıkmaktadır (Güngör, 2011:319).

Bu bağlamda İnternetin yükselişi ile coğrafya önemsiz hale geldi. Bununla birlikte eş bulmak için coğrafi alan araştırmaları azalmıştır. İnsanlar gerçek veya sanal ne tür bir iletişim ağı kullanırlarsa kullansınlar eş bulma sürecinde homagami yani kişinin kendisine benzeyenle birlikte olma eğilimi göstermektedirler. İnsanlar sahip olduğu karakteristik veya entelektüel özellikleri bakımından kendilerine benzer eşler aramaktadırlar. Sosyal ağların birbirine benzer kişileri bir araya getirmesi gibi şaşırtıcı bir gücü vardır. Sosyal ağların büyüklüğü daha fazla eş seçeneği sunar. Bunun sonucu olarak kolay, verimli bir arama yaparak daha iyi eş adayları bulmaktadır. Sonuç olarak kişinin ruh ikizini bulma olasılığı fazladır (Christakis, vd., 2009:86-87). Bu bağlamda “Sosyal Nüfuz Kuramı”nı ele almak gerekmektedir. Bu duruma göre bir kişinin veya

grubun diğerk içi veya grupların davranışını etkilemesini sağlayan sũreçtir. Bu kurama gũre ilişkilerin yakınlığı azdan çoğa doğru gelişmektedir. Kişiler iletişimde oldukları ile derinlemesine iletişime zaman içinde geçmektedir (Budak, 2003:686). Bu bağlamda kişilerin iletişimde olduğu kişilerle bir ilişkiye girmesinde sosyal medyanın rolũ bũyũktũr. Bu açıdan eş seçimi bağlar oluşturduğumuz sosyal ağlar tarafından kısıtlanmaktadır. Kimlerle arkadaş olduğumuz, okuduğumuz okul, çalıştığımız yer gibi seçimlerimiz bizim sosyal ağlarda ki konumumuzu belirlemektedir. Kişiler eşlerini nerde aradığının bir ȃnemi yoktur. Bağlı olduğu ağlar genellikle aynı kişileri bir araya getirecek şekilde çalışmaktadır (Christakis, vd., 2009:88).

İçinde bulunduğumuz kũltũrũn belirlemiş olduğu roller bilinçli veya bilinçsiz şekilde izlememiz gereken davranışlar hakkında bizim ȃzerimizde baskı sağlarlar. Kũltũrel değerlerin değişimine bağlı olarak sosyal roller zaman içinde değişime uğramaktadır (Sakallı, 2001:259). Sosyal ağların dinamik oluşuyla beraber insanlar birbiri ile zamana yayılacak bir iletişim gerçekteşirmektedir. Bu etkileşim sonucu insanların gizli bir gũrevi oldu; Bireylerin kendi hakkında izlenim oluşturma. İnsanlarda sabit bir benlik yoktur. Duruma gũre oynayacak çok sayıda roller var. Aşk da bu rollerin kendi imkan ve sınırlarını sınıadığı bir alan olmaktadır (Sayar ve Yalaz, 2016:25).

İnsanlar başka kimselerle birliktelik kurabilmek için ağlar inşa ederler. Başkaları ile birlikteliği belli başlı ȃlçũtlere dayandırırılar. Bu birlikteliklere ȃnceden tanıdıkları kişileri de dahil ederler. İnsanlar bu ağlarda sosyalleşirler (Castells, 2016:13). İnsanların iletişme geçmek için oluşturdukları ağlarda bireyler birbirlerini gerçekte hayta gũre daha hızlı kabul edebilmektedir (Vatandaş, 2019:30). İnternetin insanlardan beslendiği gũç ile geleneksel iletişimde gerçekteşen yũz yũze iletişimin ortaya çıkardığı etkinin benzerini sanal ortamda meydana getirmektedir (Vatandaş, 2019:30). İnternet ile gelişen teknoloji insan ilişkilerimizi değiştirdiği gibi aşkın ȃzerine yũklenen anlamında değiştirmektedir. Sosyal medya ağları yalnız ve sevgiye aç ruhların “Beni sev” diye haykırdığı bir ruhlar panayırına dȃnũřtũ. İnsanlar sevmeye değer gȃrdũkleri ȃzelliklerini ortaya çıkararak, yalnız olumlu ȃzelliklerini sunarak kişisel imajlarını tũketime için sunmaktadır (Sayar ve Yalaz, 2016:26). Eş seçimi genellikle kişisellik içermektedir. Bireyler kendinin karar alma gũçlerinden son derece emindirler. Fakat eş seçiminde çevremizdekiler ve sosyal ağlarımızın etkisi gȃz ardı edilemez (Christakis, vd., 2009:79).

Evlilik ve eş seçimi geleneksel boyutta tamamen kişinin ait olduğu ailenin sorumluluğu altında iken şimdilerde ise bireylerin kişisel sorumluluğu haline gelmiştir. Görücü usulü ile evlenme geleneği bireylerin bağımsız iradeleriyle seçme halini almıştır (Güngör, 2016:148). Bu bağlamda her ne kadar bireysellik söz konusu olsa da kişiler bazen yalnız karar vermekte zorlanırlar. Bunun için çöpçatanlık diye bir müessese varlık göstermektedir. Genellikle herkesin bildiği üzere, bireylerin evlenmelerinde aracı rol oynayan kimselere çöpçatan denmektedir. Çöpçatanlar herhangi bir birey olabileceği gibi gazetenin mektup köşesi veya herhangi bir sosyal ağ da olabilir. İnternetin gelişiminden önce çöpçatanlık kurumları olarak gazeteler kullanılmaktaydı. İnternetin gelişip yaygın olarak kullanımı ile gazeteler vasıtasıyla gerçekleşen çöpçatanlık kurumları son buldu. İnternetin yaygınlaşması ve daha fazla kişiye daha hızlı ulaşması ile çöpçatanlık misyonunu gazetelerden aldı (Bora ve Bora, 2015:88-89).

İnsanlar ilişki seçimlerinde ailelerinden ve arkadaşlarından yardım alırlar. Çünkü bireysel olarak biri ile tanışıldığında sadece kişinin kendisi bilgi sahibidir. Bunun aksine biriyle tanıştırdıklarında hem kendisi hem çevresi aday hakkında bilgiye sahip olurlar. Bazen de insanların buluşmasına vesile olup çöpçatanlık rolü oynarlar (Christakis, vd., 2009:82).

Sosyal ağlar sayesinde insan çevrimiçi romantik ilişkilere giriyor hatta eşleriyle tanışıp ilişkilerini bu sanal ortamlarda devam ettirmektedir (Sayar ve Yalaz, 2016:42). Çevrimiçi ilişkilerin çevrimdışına taşınıp devam ettirilme olasılığı yüksektir. Çünkü bireyler sosyal ağlar sayesinde yeterli bilgiye sahip olmuşlardır. Sanal dünyada kurulan ilişkiler zaman içinde gerçek hayata taşınmaktadır. Sosyal mecralarda belirli bir zaman konuştuğundan sonra insanlar arasında güven duygusu oluşması sonucuyla telefon numarası vermekle mesajlaşma gerçek hayatta devam etmektedir. Sanal ilişkilerin gerçek hayata hızlıca taşınmasının sebepleri, insanların birbirini tanımak için uzun zaman harcamak istemesi ve konuştuğu profilin gerçek olup olmadığını merak etmesidir (Sayar ve Yalaz, 2016:66).

İnsanlar internette yapılan konuşmalar sonucunda kendilerini alışık olmadıkları bir sanal dünya içinde bulmaktadırlar. Yüzünü görmediği,sesini duymadığı kişilerle uzaktan uzağa ilişki kurmaktadırlar (Topaloğlu, 2016:95). Çevrimiçi arkadaşlık siteleri insanların birbirleri ile tanışmaları, sosyal ve romantik ilişkiler kurabilmeleri için

oluşturulmuştur. Bu tür sitelerde insanlar kişisel bilgileri ile bir profil oluşturabilmektedirler. Kimi sitelerde ise fotoğraf paylaşabilmektedirler. Bazı insanlar sanal dünyada ilişki kurmayı gerçek hayatta ilişki kurmaya tercih ederler. Bunun sebeplerinden bazıları sanal dünyada daha rahat sosyalleşmeleri ve kısa süreli arkadaşlık kurmak istemeleridir. Bunun yanı sıra gerçek hayatta utangaç ve pasif insanlar bu tür sanal ortamlarda kendini daha rahat ifade etmektedir (Sayar ve Yalaz, 2016:65). Bu bağlamda sosyal hayatta kendini ifade edemeyen, içe dönük bastırılmış duygulara sahip kişiler sanal alemde ilişki kurmaya yönelmektedir (Topaloğlu, 2016:96).

2.6. Evlilik Sürecinde Sanal Çöpçatanlık Kurumları Üzerine Bir Araştırma

“İnternette tanıştık” insanların evlilik ilişkilerinde sıkça kullanılan bir cümle haline gelmiştir. Eskiden daha fazla görülen görücü usulü yöntemi artık sanal üzerinde yeniden şekillenmiştir. Farklı cinslerin birbiri ile kurduğu ilişkiler romantik ilişkilerdir. Kişilerin ilişki kurma biçimleri bu ilişkilerin nereden etkilendiği ve neyin ilişkide çekici olduğu önemli bir husustur (Salimoğlu, 2016:5). Günümüzde toplumumuzun en doğusundan en batısına kadar sanal alem üzerinden tanışarak yapılan evliliklerin hızla arttığı görülmektedir. Eskiden hafife aldığımız görücü usulünde ki eş arama kriterlerini ekran başında oturarak gerçekleştiriyoruz (Duygulu, 2011:3). Bu bağlamda geleneksel ve eski bulduğumuz eş arama kriterlerini bir tuş yardımıyla kendimiz gerçekleştirilmekteyiz. Beğenilen ve istenilen eşin sosyal çevresinden maddi durumuna kadar bütün araştırmayı sosyal medya aracılığı ile gerçekleştiriyoruz.

Birey olarak başka bir insanın farkında olduğu en saf durum tanımlamasındaki bilinçli bir varlık olarak başka bir kişiye yönelen böylece iki farklı kişi arasında kurulan kişiler arası ilişkiden, sanal âlemde kurulan bir ilişki türüne dönüştüğünden bahsetmek doğru olacaktır (Kılıç, 2012: 145).

Geleneksel çöpçatanlık kurumu araçlarının, birbirlerine uygun görülen kişilerin tanıştırılması ve olumlu olduğu sürece evliliğe doğru gitme esasına dayanan geleneksel evlenme biçiminden, kitle iletişim araçları aracılığıyla, bireylerin belirlemiş oldukları ölçütler doğrultusunda kişilerin tanıştırılması temeline dayanan yeni bir evlenme biçimine geçilmiştir bu geçişle amaç gene aynıdır fakat bağlam farkı vardır

(Töret, 2017:238). Geleneksel çöpçatanlık kurumlarının avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Eş ilişkilerinde biriktirilen bilginin isabetli tercihlerde iyi olması ve sosyal kimlik uyumunu yakalamasının yanında bu kurumların dezavantajlarında mevcuttur. Eşler bu tarz evliliklerde birbirlerini pek tanıma fırsatı bulmamaktadır. Eşler birbirlerini bulması sonucu çıkan evliliklerde romantizm yüksektir ve tanışma fırsatı oldukça yüksektir (Yanık, 2016:115).

Sanal âlem, insanlara çok geniş fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatlar arasına evlilik ağlarında girmektedir. Bu ağlar, sayesinde eş bulmak isteyen insanlara o ortamı yaratmaktadır. Bir nevi çöpçatanlık yapmaktadır. Bu ağlara üye kişiler kendilerini anlatabildikleri bir profil oluşturmakta aynı şekilde diğer profilleri inceleyip iletişim kurabilmekte ve onlarla tanışıp evlenme imkanı sunmaktadır (Kılıç, 2012:146). Bir bakıma sosyal medya iki kişi arasında bir aracı konumundadır. Böylelikle toplumsal ilişkilerde zamanla sanal bir boyut kazanmıştır.

İnternetin gelişmesi ve kullanımının artması ile uzaktan yaşanan ilişkilerde artış olmuştur. Bu sanal ilişkiler internet aracılığı ile insanları tanıştırmayı hedefleyen ve kişileri karakterlerine göre birbirlerine eşleyen web sitelerinde başlıyor. Kişiler bu sanal ilişkileri bir tanışma ile gerçek hayata taşıırken kimisi ise sadece uzaktan ilişki sürdürmeye devam ediyor (Özen, 2013:8). Bu yeni oluşmuş toplumsal ilişkiler, sanal dünyada kurulan bir alana dikkat çekmektedir. Gündelik hayatın aktif alanının dışında, bir monitör karşısında ilişki ve etkileşimlerin yürütüldüğü, insanların bir araya geldiği gruplar oluşmuştur (Kılıç, 2012:147). Çevrimdışı hayatta birey birisi ile seksüel olarak ilgilendiğinde ilgisini göstermek için beden dilini kullanırlar. Bunun yanı sıra güzel görünmek, hoş bir koku, sesleri ve flörtöz amaçlı tavırlar da önemli belirleyici olmaktadır. Çevrimiçi iletişimde fiziksel yakınlık olmasa bile bedenler sanal dünyada da temsil edilmektedir. Kişilerin yaptığı paylaşımlarla hissettikleri tasvir edilebilir. Fotoğraf, video ve canlı yayınlar vasıtasıyla fiziksel olarak yan yana olmasalar bile bedeninin önemi ortaya konulur (Sayar ve Yalaz, 2016:230).

Geleneksel evlenme şeklinde, erkek tarafının en yakınından başlamak üzere kız bakılmaya başlamasıyla, kişinin evlenmesi için, görücülük, dünürçülük adı altında araçlarla destek çıkılırken sosyal medyada birey tek başınadır. Sanal ortamın bir mekanı olan sosyal medyalarda eş seçimi yapmak isteyen kişiler, bu tarz isteklerini yerine getirebilmek için çöpçatanlık sitelerine ücretli ücretsiz üye olarak kişisel

özelliklerini belirtmektedir ve istediği adayda olması gereken kriterleri bu siteler sayesinde bulmaktadır. Normalde sınırlı bir mekanda sınırlı sayıda kişinin etrafında gerçekleşen eş bulma olayı geleneksel çöpçatanların sayesinde daha geniş bir alana yayılmıştır. Bunun yanında birey diğer profilleri görebildiği için birden fazla kişiyi aynı anda değerlendirebilmektedir (Töret, 2017:245). Sosyal medya kişilere geniş bir seçim alanı oluşturmakta ve kişiler kendi belirlemiş olduğu kriterler doğrultusunda daha rahat bir eleme gerçekleştirmektedir. Sosyal medyanın sunmuş olduğu profil çeşitliliği bireyler için büyük bir avantaj sağlamaktadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1.1.Araştırmanın Konusu ve Problemi

Evlilik kavramı kendiliğinden oluşmamıştır. İnsanlığın bir takım ihtiyaçlarından dolayı evlilik ortaya çıkmıştır (Oneill, 1974:18). Evlilik, iki ayrı insan cinsinin ailenin çekirdeğini oluşturmak üzere cinsel ve kültürel bir bağla bir araya gelip hayatlarını birleştirmesidir (Aksan, 2013:171). Evlilik evrensel bir olgu olmasına rağmen her toplumda farklı norm ve değerlerle yeniden şekil almaktadır. Her toplumun gelenek, görenek, örf, adetleri ve evlenme biçimleri farklıdır. Her toplumun evliliğe yüklediği anlam ve evlilik için kendine seçmiş olduğu araçlarda değişiklik göstermektedir. Değişen dünyada insanlar bağlanma arzusunu evlilikle sağlıyor. Yaşamın bir anlam kazanması ve kişisel ilişkilerin gelişmesi için evliliğin gerekli olduğunu savunuyor. Evlilik sonucu ortaya çıkan bir birleşme ile insanlar kendini kayıtsız şartsız bağlanmış gördüğünde kendini bulup geliştirebiliyor (Oneill,1974:23).

Her yıl dünyada yaklaşık bir milyon kişi, arkadaşlık siteleri vasıtasıyla tanışıp evleniyor. Evlilik sitelerinin en popüler olduğu ülkeler ABD'den sonra, İsviçre, AB ülkeleri, Çin, Hindistan ve İran. Son birkaç yıldır, 50 yaş üzeri bekarların interneti kullanma oranı yüzde 30'luk artış gösterdi (<https://www.e-psikiyatri.com/>). Dıgital in Turkey verilerine göre 81 milyon nüfusa sahip olan Türkiye'de nüfusun %51'ini oluşturan 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (<https://dijilopedi.com/>).

Yoğun iş temposu sebebiyle insan zamandan tasarruf etmek ve kendine sosyalleşme ortamı yaratmak için sosyal mecralarda zaman geçirmekte ve kendine yeni arkadaşlıklar edinmektedir. Bu arkadaşlıkların yanı sıra eski var olan arkadaşlık ilişkilerini devam ettirebilmektedir. Değişen dünyada zaman ve ilişki kavramının şekil değiştirmesi ile sosyal medyada başlayıp devam ettirilen arkadaşlıklar ortaya çıkmıştır. Toplumun temel yapısını oluşturan aile kavramı geleneksel anlayıştan modern bir anlayışa evrilmiştir. Aile kurmak için gerekli olan evlilik olgusu ve bu olgunun oluşma sürecinde ki kavramlar yeni bir dönüşüme girmiştir. Evlilik için gerekli olan geleneksel araçlar yerini sanal boyutta ki araçlara bırakmıştır. Türk toplumunda yıllardır devam eden geleneksel yapı içinde evliliğe yardımcı olan görücü usulü gibi kurumlar dünyanın globalleşmesi sonucu yeniden şekillenmiştir. Geleneksel evlilik yöntemlerinden modern evlilik yöntemlerine geçiş sürecinde evlilik kavramıyla beraber evlilik sürecindeki kelimelerin de dönüşümü ortaya koyulmuştur.

Bu bağlamda evlilik sürecinde sanal çöpçatanlık kurumları üzerine bir araştırma olan instagram ve facebook incelenmiştir.

Dijital çağın yaratmış olduğu pek çok değişim ortaya çıkmaktadır. Bunlardan en önemlisi toplumun temel yapısını oluşturan ailenin başlaması için gerekli olan evlilik kavramıdır. Bu değişim ile geleneksel evlilik yöntemleri değişime uğramış ve sanal alemde yeniden şekillenmiştir. Bu bağlamda çalışma geleneksel çöpçatanlık kurumları olarak bildiğimiz ve evlilik için uyguladığımız görücü usulü yönteminin sanal alemde insanlar tarafından yeniden şekillenerek dönüşümü üzerine temellendirilmiştir. Bu temelleme üzerine bazı problemler ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile yapılan evliliklerde güven problemi var mıdır? Sorusu araştırılmıştır otaya çıkan verilere göre aktarılmıştır.Araştırmaya ışık tutması için sanal çöpçatanlık kurumları ile başlayan ilişkilerde avantaj veya dezavantaj bulunmakta mıdır sorunsalı ortaya çıkmaktadır.

Evlilik kurumlarının sanal kurumlara dönüşmesi ile evlilik kavramında değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişimler sonucunda eşlerin sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile girmiş oldukları romantik ilişkilerde birbirlerini yeterince tanıyıp tanımadıkları sorunsalı araştırılmıştır. Sanal çöpçatanlık kurumlarının gelişmesi ile eski bir usul olan görücü usulü evlenme şekline ilgi ne şekilde değişiklik göstermektedir. Sanal çöpçatanlık kurumlarının üstlenmiş olduğu aracılık görevi sayesinde kişiler profillerini birbirlerine sunabilmektedir. Bunun sonucunda evlilik karara verme sürecinde bu profilleri kişileri etkilemiş midir. Sanal çöpçatanlık kurumlarının yeni olması neticesiyle kişilerin çevrelerinden kişilere karşı bir reaksiyon verilmesi muhtemeldir. Bu geri dönüş olumlu yönde midir ?

3.1.2.Araştırmanın Amacı

Günümüzde evliliğe yüklenen anlamın ne olduğu, sevgiye dayalı ilişkilerde kavramların ne yönde değiştiği geleneksel evlilik kurumlarının önem derecesi ve yeni sanal kurumların evlilik kavramını nasıl ve hangi boyutta etkileyeceği bu çalışmada belirlenmeye çalışılmıştır.

Sosyal mecralara üye olan insanların bu sitelere hangi amaçla üye olduğu, ikili ilişkilerinde evlilik düşünen bireylerin geleneksel çöpçatanlık kurumlarından farklı olarak sanal çöpçatanlık kurumlarının hangi yönünün insanları cezpt ettiği araştırılmıştır. İletişimin evlilik kavramına etkileri araştırılmıştır. Sosyal medya araçlarının sosyalleşme, iletişim kurma dışında romantik ilişkiler üzerinde etkileri araştırılmıştır. Geleneksel çöpçatanlık kurumlarının işlevinin devamlılığı konusu araştırılmıştır. Sanal çöpçatanlık kurumlarının geleneksel

çöpçatanlık kurumlarının yerini almasında ki unsurlar araştırılmıştır. Sanal çöpçatanlık kurumlarında başlayan arkadaşlık ilişkilerin zaman içinde evliliğe doğru evrilmesi üzerinde durulmuştur. Yapılan araştırma ile sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile evliliği gerçekleştiren bireylerin bu yeni araçlara karşı oluşturduğu tutum ölçülmüştür. Yeni teknolojilerin evlenme şeklini ne yönde etkileyeceği araştırılmıştır. Bireylerin iletişim araçlarını evlilik amacıyla kullanıp kullanmadığı ve çıkan sonuçlar ışığında iletişim araçlarının evlilik kararını ne denli etkilediği araştırılacaktır.

3.1.3.Araştırmanın Önemi

Evlilik kavramı toplumun en küçük yapısı olan ailenin başlaması için atılan ilk adımdır. Toplum için bir hayli önem taşıyan bu kavramın sanal boyuta taşınmasıyla evliliği gerçekleştirme biçimi değişiklik göstermiştir. Bunun yanı sıra evlilik sürecinde gerekli olan tanışma, söz, nişan gibi kavramlarda sanal alemin etkileriyle değişime uğramıştır. Türk geleneklerine dayalı olan kavramların değişmesi Türk kültüründe evlilik anlayışının değiştiğini de gözler önüne sermektedir. Türk kültüründe ortaya çıkmış görücü usulü diye adlandırdığımız geleneksel çöpçatanlık kurumlarının uygun aday bulma işlevi artık dijital çağda eski bir yöntem olarak görülmeye başlanmıştır. Bunun sonucunda aynı işlevi insanlar kendine uygun adayı kendisi seçmek istemektedir. Bu bağlamda sanal alemde kişiler birbirini tanımak istemektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak kişiler sosyal mecrada evliliklere sıcak bakmaktadır.

Günümüzde evliliklere yüklenen anlam ile beraber evliliklerin sunumu da değişiklik göstermektedir. Bu bağlamda geleneksel evlilik kurumu olan görücü usulü yönteminden sanal evlilik kurumuna doğru yönelmenin sebeplerinin ortaya konulması ile beraber evlilikte eş seçme kriterlerinin geleneksel çöpçatanlık kurumlarından farklı olarak sanal çöpçatanlık kurumlarında nasıl şekillendiği açıklanacaktır. Sosyal medya aracılığı ile başlayan ikili ilişkilerin zaman içinde nasıl evliliğe doğru ilerlediği. Bunun yanı sıra insanların ve oluşturdukları sosyal çevrelerinin sosyal medya aracılığı ile yapılan evliliklere karşı nasıl bir tutum sergilediği ortaya konulacaktır. Bu bağlamda evlilik gibi önemli bir kurumun sanal dünya ile buluşması neticesinde dönüşümün belirlenmesi açısından bu çalışma literatüre katkı sağlayacaktır.

3.1.4. Araştırmanın Yöntem ve Tekniği

Çalışmanın içeriğini sosyal medya ve evlilik kavramı oluşturmaktadır. Evlilik kavramı ile ilgili kavramsal bir çerçeve çizilirken sosyal mecralarla ilişkisine dair bilgiler yer almıştır. Bu bağlamda ilk olarak kuramsal çerçeve oluşturulurken literatür taraması yapılmıştır.

Evlilik sürecinde sanal çöpçatanlık kurumları üzerine bir araştırma : instagram ve facebook örneği adlı bu çalışma için sanal alemde tanışıp evlenen kişilerle görüşme tekniği uygulanmıştır. İnsanların sanal çöpçatanlık kurumlarına bakış açısını ortaya koymak ve sanal alemde tanışan kişilerin kararlarını etkilemesinde ki en önemli etkenin ortaya konulması için nitel bir yöntem olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme yapılacak kişiler belirlendikten sonra görüşme formları konuya uygun hazırlanıp görüşme gerçekleştirilmiştir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde evlilik kavramı çok boyutlu bir literatür taraması ile açıklanmıştır. İkinci bölümde ise literatür taraması ile sosyal medya araçları açıklanmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümü ise saha araştırmasından oluşmaktadır. Bu bölümde sanal çöpçatanlık kurumları vasıtasıyla evlilik gerçekleştirmiş bireylerden oluşmaktadır. Çalışmanın ana temasını oluşturan bu bölümde elde edilen veriler nitel bir araştırma yöntemi olan yüz yüze görüşme tekniği seçilmiştir. Nitel bir araştırma olan görüşme tekniğinde görüşmecilerin görüşleri, hayata dair perspektifleri yapılan araştırma ve seçilen konuyla birlikte ortaya çıkmaktadır. Nitel araştırmacı bizzat alanda zaman harcayarak, görüşmeciler ile birebir temas halinde ve yeri geldiğinde görüşmecilerin tecrübelerine ortak olmasıyla birlikte kişilerin perspektiflerine tanık olur. Bu açıdan nitel araştırma yöntemlerinde kişilerle doğrudan temasa geçebilmesiyle sosyal bilimlerde önem taşıyan nitel araştırma yöntemleri sosyal hayata dahil olma konusunda da etkin rol oynamaktadır (Bogdan ve Biklen,1992:11). Sanal çöpçatanlık kurumlarının tercih edilmesini sebeplerini belirlemek için uygulanan saha araştırması soruları, katılımcıların sosyal mecra da tanışmaya yönelmelerine neden olan faktörlerin bulgularına ulaşmak amacıyla yapılmıştır.

3.1.5.Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Yapılan bu çalışmada sosyal medya kullanan evli veya bekar herkes çalışmanın evrenine girmektedir. Çalışmanın örnekleminde ise sosyal medyada tanışıp herhangi bir ilişkiye başlayan ve ilişkinin sonunu evlilikle tamamlayan kişiler oluşturmaktadır.Araştırmada ele alınan konu sosyal mecra aracılığı ile tanışıp evlenen kişiler olduğu için sosyal mecra çeşitliliği oldukça fazla olduğu için sosyal mecraları sınırlandırmak durumunda kalınmıştır.Bu

araştırmada sadece amaca yönelik örneklem kullanılmıştır. Bu örnekleme bulunan insanlar belirli özelliklere sahip insanlardır bulmak çok zordur kendi amacımıza uygun kişiler seçilmiştir. Benzeşik örneklem kullanılmıştır. İnternet üzerinden tanışan ve benzeşik özellikler gösteren kişiler tarafından örneklem oluşturulmuştur. Bunun ile beraber sosyal mecraların hayatımıza yeni giren bir sosyalleşme ağı olduğu bilindiği için bu çalışmada görüşmeci olarak seçilecek kişiler 20-40 yaş arası kişiler üzerinde gerçekleştirilecektir.

3.1.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

“Evlilik Sürecinde Sanal Çöpçatanlık Kurumları Üzerine Bir Araştırma: Instagram ve Facebook Örneği” adlı çalışmada sosyal mecra aracılığı ile evlenen kişiler üzerinde görüşme yapılması hedeflenmiştir fakat bu şekilde evlenen kişiler sosyal mecra aracılığı ile farklı şehirlerde tanışmaları sebebiyle çok farklı şehirlerde yaşamaktadırlar. Bunun sonucunda çok uzakta yaşayan kişilerle görüşme yapılması konusunda zorluklar yaşanmıştır. Sosyal medya çok geniş olduğu için amaca yönelik olması için instagram, facebook ve forsquare kullanan kişiler ile görüşme yapılmıştır. Sosyal medya ile evlenme yeni bir olgu olduğu için 20-40 yaş arası bireyler seçilmiştir. Farklı yerde yaşayanlar ile pandemi sürecinde bulunduğu için görüntülü konuşma zorunluluk arz etmiştir. Araştırma özel hayatı kapsadığı için kişileri görüşmeye dahil etmek zor olmuştur. Bilgiler gizli tutulma şartı ile görüşmeye dahil edilmiştir.

3.2. Araştırmanın Bulguları

Evlilik kavramı toplumları oluşturan yapılar arasında yer alan aile kavramının başlangıcıdır. Evlilikler rastgele ortaya çıkmamıştır toplumların ve bireylerin belli başlı beklentileri sonucu ortaya çıkmıştır. Toplumlardan toplumlara değişiklik gösteren evlilik kavramı şimdilerde ise yeni nesil jenerasyona göre şekil almıştır. Geleneksel bir yöntem olan görücü usulü evlenme biçimi belli bir dönüşüme uğradıktan sonra karşımıza sanal olarak çıkmaktadır. Bu dönüşüm sosyal medya araçları ile gerçekleşmektedir.

Bu çalışmada evlilik ve sosyal medya kavramına yönelik derinlemesine bir bilgiye ulaşabilmek için değişkenler arasında neden sonuç ilişkisi kurularak evlilik üzerine tartışılmıştır. Evlilikle bağlantılı olarak kişilerin sosyal medyada tanışmasına etki eden faktörler neden sonuç ilişkisi bağlamında açıklanmıştır. Çalışma kapsamında belirli bir süre içerisinde literatür taramasının ardından hazırlanan görüşme formu sosyal medya aracılığı ile evlenen kişiler üzerinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bugüne kadar evlilik hakkında

yapılan araştırmalara bakıldığında sosyal medya aracılığı ile gerçekleşen evlilikler bağlamında ilk olma özelliği taşımaktadır.

3.2.1.Görüşmecilerin Sosyodemografik Özellikleri

Bu bölümde öncelikle katılımcıların demografik özellikleri ortaya konmuştur. Sonraki aşamada ise evlilik ve sanal çöpçatanlık kurumlarına yönelik sorulara alınan yanıtların yoruma dayalı analizleri değerlendirilmiştir.

Bu başlık altında katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve evlilik sürelerine ilişkin alınan yanıtların bulgularına yer verilecektir.

3.2.1.1. Cinsiyet Dağılımı

Araştırmada görüşmecilerin cinsiyet dağılımlarına bakıldığında toplamda 18 kişi ile görüşme yapıldı. Görüşmecilerin 11'i kadınlardan oluşurken 7'sini erkekler oluşurmaktadır. Kadınların çoğunlukta olduğu görölmektedir.

3.2.1.2. Yaş Dağılımı

Gerçek hayata yansımalara hemen hemen yeni kabul edilen sanal çöpçatanlık kurumları ile vasıtasıyla yapılan evliliklerde yaş dağılımı bu yenilik ile aynı orantıda gitmektedir katılımcıların yaş aralığı 21-33 yaş aralığında dağılmaktadır genelde yaş yoğunluğu 25-28 arasında görölmektedir. En düşük görüşmeci yaşi 21 en yüksek görüşmeci yaşi 39 olmaktadır. Araştırmayı oluşturanlar genellikle genç olarak bildiğimiz kişilerden oluşmaktadır.

3.2.1.3 Eğitim Durumu

Görüşmecilerin eğitim durumları çeşitlilik gösterdiği göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra üniversite mezunu kişiler daha yoğunluktur. Görüşmecilerin 1'i yüksek lisans mezunudur. 2 kişinin lise 2 kişinin de ortaokul mezunu 1 kişinin eğitim durumu ise ön lisans olmaktadır. Geriye kalan 13 kişinin ise lisans mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmayı ağırlık olarak lisans mezunları oluşurmaktadır.

3.2.1.4. Evlilik Süreleri

Görüşmecilerin evlilik sürelerini etkileyen faktör tanıştıkları sosyal medya araçlarına göre değişiklik göstermektedir. Daha eski bir oluşum olan facebook aracılığı ile tanışanların evlilik süresinin daha uzun olduğu ortaya konulmuştur.

3.2.2.Evliliğe Yönelik Bulgular

Görüşmecilerin evliliğe karşı olan tutumlarını ortaya koymak evlilikten beklentilerini ölçmek amacıyla evlilik hakkında sorulan sorular bu araştırma için önem arz etmektedir.

3.2.2.1.Tanışma Süreci

Evlilik sürecinde sanal çöpçatanlık kurumları üzerine bir araştırma : instagram ve facebook örneği adlı çalışmada bireylerin tanışma sürecinde neler yaşadıkları hangi sosyal mecrada tanıştıkları ve bu sürecin nasıl işlediği ortaya çıkan araştırma verilerine göre belirlenmiştir. Bu verilerin saptanması için görüşmeciler ile “Tanışma sürecinizden kısaca bahseder misiniz?” sorusu yöneltmiştir. Konuya ilişkin görüşmecilerin fikirlerine ulaşılmaya çalışılmıştır.

“Aslında uzun ve çetrefilli diyebilirim. İlk instagramdan ekledi beni. Ben aslında insagramdan yabancıları ekleyen biri değilim ama siması çok tanıdık geldi hatta kardeşime de gösterdim nerden tanıyoruz acaba diye. Kardeşimde tanıyor gibiyiz eğer tanımıyorsak sileriz dedi. Bir hafta takipleştik. Ben onun profilini stalkladım. Sonra oda aynısını yapmış aradan resimler beğendi. Kendi kendime herhalde bu bana mesaj atacak dedim. Ve mesajını beklerken mesaj attı. Normalde çok mesaj atan oluyor ama onun ki çok farklı geldi. Kendini açıklayan uzun bir mesaj atmıştı. Mesajına cevap verdim. Öyle konuşmaya başladık ama ben kendimi biraz gizlemeye çalıştım daha çok o kendini anlatıyor. sosyal hayatından bahsetti ama ben hala biraz güvensizlik yaşıyorum. Çünkü benim hiçbir resmim yoktu belki de sahte bir hesaptım o yüzden güvenemedim. En son ben kimliğinin fotoğrafını istedim güvenmek için. Kibar bir tavı vardı o yüzden konuşmak istedim. Bir ay boyunca sadece o kendinden bahsetti. Bir ay sonra buluşunca ben emin olacaktım. Bir ay böyle devam etti sonra buluştuk ve ilişkimiz başladı.”

(M.M.,23. 1 aylık evli).

“İnternette facebookta tanıştık 4 aya yazıştık sadece ama her gün yazıştık sonra o 4 ay içersinde telefon numaralarımızı aldık. Telefonda konuştuk görüntülüde konuştuk sonra o geldi benim olduğum şehre görüştük ve sevgili olduk başladık.”

(T.K.,27,1 yıllık evli).

“Instagram'da gördüm ekledim paylaşımlar çok hoşuma gitti sürekli sayfasına girip çıkıyordum. Kişiliğini merak etmeye başladım aradan resimlerini beğendim O da benim resimlerimi beğenince etkileşimde olduğumuzu anladım. Rahatsız etmeyecek bir şekilde samimi bir mesaj attım içimden geldiği gibi o da cevap verdi. 1 ay böyle devam etti sonra görüştük.”

(A.S.,25,1 aylık evli).

Biz internetten tanıştık ama ikimizde oraya biriyle tanışmak amacı ile girmemiştik tesadüfi bir şekilde bende ilk defa oda ilk defa. Batak oyunu vardı bir tane oraya girdik,facebook aracılığı ile. Oyunda aynı masada oturduk rastgele. Masaya girerken kaç kişi oturuyor kaç kız kaç erkek bulma özelliği yoktu uygulamada. Girdim direk karşımda eşim vardı. Orda bir şeyler yazıyorlardı bende şaka amacıyla takıldım.O şekilde bir şey oldu arkadaş olarak ekledim. Bu şekilde tanışmış olduk.

(H.K.,27.1 yıllık evli).

“Önce birbirimizi aynı mekanda gördük ben konum belirttiğim için oda beni konumdan buldu. Ekledi ondan sonra orda konuşmaya başladık. 5 gün boyunca konuştuk o 5 günün sonunda da yüz yüze görüştük ve sonra görüşmemiz devam etti. Yaklaşık 6 ay sonra nişanlandık.”

(Ş.K.,25.1,5 yıllık evli).

“Swarmda tanıştık. Daha sonra aynı ortamlarda bulunarak diyalogumuzu ilerlettik.”

(E.Y.,25, 6 aylık evli).

Ortaya konulan verilere göre görüşme yapılanların tanıştıkları sosyal mecra genellikle instagram ve facebook üzerinden olmaktadır. Bunun yanı sıra evlilik yılı uzun olanların daha çok facebook üzerinden tanıştıkları ve yeni evli olanların ise instagram üzerinden olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum zaman zaman farklılıklar gösterebilmektedir.

“Sosyal medya aracılığı ile oldu facebook üzerinden böyle arkadaş ekle şey yap falan çok yakın bir arkadaşım var o eşimin bir arkadaşı ile internet ortamından tanışmış onda ekli olan kişilerden böyle arkadaş sayını çoğaltmak popülerdi ya o çocuğun arkadaşlarından ekledim baya bir ama sevgili bulma niyetiyle değildi herkesi ekledim bir gün böyle chatleşiyorsun facebok üzerinden o zamanlar eşim benim arkadaşlık isteğimi onayladı. Onaylayınca öyle biraz konuştuk ama hiç bir kötü şey yok konuşuyoruz kurban bayramı tatili son günleriydi. Oda burada, İstanbulda ailesinin yanına gitmeyince can sıkıntısından öyle birbirimizle muhabbet etmeye başladık kısa mesajlardı merhaba nasılsın tarzı tanışma faslı, konuşma faslı bitince ben biraz profilini inceledim. Ondan sonra 6 ay boyunca selamlaştık 6 ay sonra kameralı görüşme tarzı bir şey yapacaktık ikimizin de canı sıkılıyordu kamerayı açtık birbirimize baktık kahkahalar havada uçtu sonra kamerayı kapattık ondan öncede hiç yüz yüze görüşmemiştik zaten. Gerçekten o resimlerdeki çocuk mu bende resimlerdeki kız mıyım ikimizde emin olduk sonra bir muhabbet başladı her gün saat 18.45 den 23.45 e kadar aralıksız yazıştık. Aslında ben onu bir arkadaşımaya ayarlamayı düşünüyordum sadece muhabbeti çok iyi idi 6 ay böyle konuştuk 6 ay sonra tekrar kamera açtık ondan bir şey oldu sanki birbirimize aşık olduk gibi bir şey o kamera görüşmesinde yine bir gülme durumu oldu konuşamadık. Artık böyle sanal bir dost oldu sonra bana yazdı yarın görüşelim mi diye ama hiçbir ismi yok cismi yok öyle başlamış bulundu.”

(A.E.,32, 6.5 yıllık evli).

“Okul döneminde facebook üzerinden tanıştım konuştuk ciddi olduğu evlenmek istediğini söyledi. İlk yüz yüze görüştük o Konya’ya geldi daha sonra biraz daha konuştuk ve evlendik.”

(A.K.,26.2 yıllık evli).

“Herkes evde kaldığımdan bahsedip duruyordu ben size göstereceğim inadiyla facebooktan arkadaşlık atmamla başladı”

(K.P.,39. 3 yıllık evli).

“Facebook üzerinden tanıştık konuşarak birbirimizi tanıdık.”

(H.N.,28. 4 yıllık evli).

“Facebooktan arkadaşlık isteği göndermiş. Üniversite bitti, eşyalarımı topladım, o gün gidiyorum. Ev arkadaşımın bilgisayarında benim hesabım açık, o görmüş. Söyledi, baktık. Arkadaşım dedi ki, imam hatip mezunu, bu tam senlik ve pat diye kabul etti. Günler sonra birkaç kez yazıştık. Birkaç ay sonra onun yaşadığı yerde bir akrabamızın düğünü vardı, oraya gittim, 3 gün orada kaldım ve iki kez buluşup arkadaş olarak, yürüdük. İkinci gün ayrılırken sevgilim olur musun, dedi ben de kabul ettim.”

(N.E.,32. 6 yıllık evli.)

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa kişilerin öncelikle evlenmek için bir arayışta olmadıkları boş vakitlerini değerlendirmek için sosyal mecra da zaman geçirdikleri ve zamanla arkadaşlık ilişkilerinin evliliğe dönüştüğü ortaya çıkmaktadır. Sosyal mecra da tanışma sürecinin zaman içinde kişiler için gerekli şartları yerine getirdikten sonra ilişkilerinin gerçek hayata taşındığı ortaya konulmuştur. Kişilerin sosyal medya aracılığı tanıştıkları kişilerle romantik bir ilişki kurması ile arkadaş ilişkileri evliliğe doğru yol almaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda erkeklerin kadınlara oranla öncelikli adımları attıkları ortaya çıkan araştırma verilerine göre belirlenmiştir

3.2.2.2. Evlilikte Rol Oynayan Kavramlar

Evlilik hemen hemen her kişiye, yaşa ve yaşayış şekline göre farklılık göstermektedir. Evlilik ile algılar farklılık gösterse de araştırma için büyük önem arz etmektedir. Bu araştırmada evliliği tanımlamak , kişilerin evliliğe yüklediği anlamı ortaya koymak ve bunun yanı sıra geleneksel çöpçatanlık kurumlarının dönüşümünü ortaya koymak amacıyla yapılan bir araştırma özelliği taşımaktadır. Bu araştırma çerçevesinde bireylerin evliliğe bakış açısı, evlilik hakkındaki görüşleri, evlilik kişileri için ne ifade etmekte ve bununla beraber evliliğe hazır olma durumu ortaya çıkan araştırma verilerine göre belirlenmiştir. “Evlilik sizce nedir? Bir insan evliliğe ne zaman hazır olur? Evlilikte önemli olan kavram ve özellikler nelerdir?” soruları eşliğinde evlilik meselesine yönelik görüşler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

“Biriyle hayatını birleştireceksin bir ömür geçireceksin nasıl bir hayat istiyorum ben mesela özgürlüğüne düşkün bir insanım biraz bağımsız bir yapım var ama karşı tarafa da aşırı saygı duyuyorum benim özgürlüğüm onu rahatsız ettiği zaman biter, aynı şekilde onun özgürlüğü de beni rahatsız ederse biter. Aileler benim için önemli aile yapısına bakarım kültürden falan bahsetmiyorum örneğin tesettürlü birisiyim buna

müdahale ederler mi? Bundan rahatsız olurlar mı ince detaylar inancıma uygun mu bunlara bakarım. Ruhuma kalbime aklıma dokunan biri ile çoğalmak sağlıklı bir nesil yetiştirebileceğim bir adamla hayatımı idame ettirmek.”

(A.E., 32, 6,5 yıllık evli)

“İlk sırada saygı sonra tutku da önemli aşk olmalı tamamen mantık ilişkisi olmaz ama mantıklı da olmalı körü körüne aşka da inanmıyorum ikisi birlikte olduğu zaman iyi. Anlayış saygı tutku sevgi olursa olur.”

(T.K.,27,1 yıllık evli.)

“Sevgi, saygı, uyum.”

(N.K.,30,7 aylık evli.)

“Bir hayatı paylaşarak ortak yaşama sanatıdır.”

(E.Y.,25,6 aylık evli.)

“Evlilik çok şey ifade ediyor. Evlilik aslında her şeydir. Karşılıklı saygı sevgi merhamet.”

(M.Ö.,21,2 yıllık evli).

“Hayat çok garip. Zorluklarla dolu. Evlilikte bu süreçte yaşananları iyisiyle kötüsüyle paylaşma isteği sanırım.”

(K.P.,39,3 yıllık evli).

“Karşılıklı anlayış ve saygı.”

(T.K.,27,1 yıllık evli).

“Eşlerin hayatı paylaşması. Evdeki birçok konuda iş bölümü yapmaları. Birbirini anlama odaklı olması ortada bir sorun varsa empati yaparak tepki verilmesi. Hayatına engel olan kısıtlayan bir eş olmayı değil de hayatını yaşama sürecinde ona eşlik eden bir birey olmayı başarabilmesi”

(O.K.,25,1 yıllık evli.)

Görüşmecilerin evlilik hakkında ifade ettiklerinden de anlaşılacağı üzere; bireylerin evlilikten beklentileri saygı, karşılıklı anlayış, sevgi ve güven kavramları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra evlilik hakkında farklı görüşlerde mevcut olmaktadır. Evliliğin başka boyutuna da değinenler bulunmaktadır.

“Onunla tanışmadan önce sadece hayatın düzene girmesi olarak görüyordum Ondan sonra ise hayatı 2 kişi olarak daha eğlenceli daha mutlu yaşamak olarak görüyorum”

(A.S., 25, 1 aylık evli.)

“Bunu tek bir kelime veya tek bir cümle ile açıklayamayız bence aklıma en yakın mantıklı gelen şey birbirini seven gerçekten seven iki insanın bir ömür boyu beraber hayatlarını birleştirmesidir.”

(H.K.,27, 1 yıllık evli.)

“Bir insanla hayat birleştirmek ama sabır faktörü ile beraber.”

(A.K.,26, 2 yıllık evli.)

“İki insanın beraber bir yolculuğa çıkmasıdır.”

(H.N.,28,4 yıllık evli.).

“Hayatı paylaşmak, zorluklara beraber göğüs germek.”

(A.Ö.,25,2 yıllık evli.)

“İnsanın üremesi için meşru yol.”

(A.K.E.,33, 7 yıllık evli).

“Bence tamamlanmak.”

(Ş.K.,25, 1 ,5 yıllık evli)

Görüşme yapılanların demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, evlilik süresi vb.) göre evlilik için yaptıkları tanımlamalar değişiklik göstermektedir. Bu özellikler evliliğe nasıl baktıkları ve evlilikten beklentilerine dair oluşmasında belirleyici rol oynamaktadır. Genel bir değerlendirme yapıldığında ise kişilerin evlilikten beklentileri ve evlilik için yaptıkları tanımlar hemen hemen aynı sonuç doğrultusunda ilerlemektedir. Bunun yanı sıra

kadınların evliliğe dair beklentileri ve evlilik için yaptıkları tanımlar sevgi, anlayış, hayatı paylaşmak gibi kavramlar olurken erkekler de ise saygı, güven şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bir insan evliliğe ne zaman hazır olur sorusuna erkeklerin cevapları daha çok maddi özgürlük, aile bilinci ve ailesine bakabilme gibi maddi unsurlar içeren kavramlar olarak ortaya çıkmaktadır.

“Aklen cevaplarsak sorumluluk alacağına inandığı zaman kalben cevaplarsak ise ilk görüşte hazır olur.”

(H.N.,28, 4 yıllık evli.)

“Kendisini hazır hissettiği zaman. Ailesine bakabilecek gücü hissettiği zaman.”

(A.Ö.,25,2 yıllık evli.)

“Maddi olarak bağımsız olduğunda”

(A.K.E.,33, 7 yıllık evli.)

Kadınlarda ise bu durum genelde yaş olgunluğu ile belirtilmiştir. Bunun yanı sıra hayatı paylaşmak ve evlilik düşüncesi oluşmaya başlaması şeklinde kavramlar ortaya çıkmıştır.

“Bence gerçekten yaş ile alakalı olduğunu düşünüyorum 25 yaş çok güzel bir yaş olgunlaşıyorsun bakış açın çok değişiyor ne istediğini biliyorsun. Eğitim olarak da tamamlıyorsun iş vs derken 25 yaş bence ideal. Daha erken yaşlarda henüz olgunluğa erişilmediğini neyi tam olarak bilmediğini düşünüyorum.”

(A.E.,32, 6,5 yıllık evli.)

“Aslında en başta üniversite bitireyim elime bir meslek alayım diye düşünüyordum ama hiç öyle olmadı. Aslında eşimle konuşurken kendimi hiç hazır hissetmiyordum 6 7 ay konuşunca kendimi hazır hissettim tahmini insan konuşmaya başlayınca biriyle konuşurken evliliğe kendini hazırlıyor.”

(M.Ö.,21, 2 yıllık evli.)

“Kafasında evlilik ve çocuk hayalini kurmaya başladığında.”

(A.K.,26, 2 yıllık evli.)

“Kişiden kişiye değişen bir şeydir. Daha öncelerde ben 25 yaşından önce evlenmem diyordum ama bu psikolojik bir süreçmiş insan kendini yavaş yavaş hazırlıyormuş. Bir şey düşünmeye başlayınca kendini ona hazırlamaya başlıyormuşsun.”

(M.M.,23,1 aylık evli).

“Bence kesinlikle yaş önemli çok küçük yaşta o olgunluk oluşmuyor belki bazılarında daha erken olgunluk oluşuyor 23 24 yaşında daha olgun hissedebiliyor olabilir ama o karşılıklı anlayış,sevgi, saygı ve evlilikte o beklentilerin çok olmaması gerekiyor eğer bunlar oturdu ise bence evlilik o zaman olmalı.”

(T.K.,27,1 yıllık evli).

3.2.2.3.Evlilik Sürecine İlişkin Görüşler

Evlilik, toplumun en küçük yapısı olan ailenin oluşması için gerekli olan ilk eylemdir. Bu eylemin gerçekleşmesinde kişiler ve onların çevresi büyük önem taşımaktadır. Kişisel bir tercih olarak bilinse de çevremizde yaşayan insanların düşünceleri evlilik için karar verilmesinde etkili olabilmektedir. Evlilik hem bireyselciliğin hem de toplumsalcılığın var olduğu bir eylem özelliği göstermektedir. Bu bağlamda “Evlenirken herhangi birinin etkisinde kaldınız mı? Evlilik karar verme sürecinde gerek bireysel gerek ailenizin tavrı nasıl oldu?” soruları ile bu süreç açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda görüşmecilerin bireysel kararı mı yoksa herhangi birinden etkilenip etkilenmediği yapılan araştırmalar ile ortaya konulacaktır.

“Kendi etkim dışında kimsenin etkisinde kalmadım ama eşimi tanıyanlar hani bir olumsuz bir geri dönüş olmadığı içinde kimsenin tesirinde kalmadım internet ortamında arkadaşım etkiledi ama olumlu yönde etkileşim oldu arkadaşım ile da .”

(A.E.,32,6,5 yıllık evli.)

“Hayır tamamen her şeye kendimiz karar verdik hatta düğün sürecinde ailelere bile söz hakkı vermedik söz hakkı derken bütün masrafları karşılayacağız dedik. Tamamen ikimizin kararı ile oldu.”

(T.K.,27,1 yıllık evli.).

“Eşimin etkisinde kaldım. Başkası etkilemedi.”

(H.K., 27,1 yıllık evli.)

“Hiç kimsenin etkisinde kalmadım.”

(E.Y.,25,6 aylık evli.)

“Yok tamamen kendi irademle karar verdim.”

(A.K.,26, 2 yıldır evli.)

“Tamamen kendi kararım.”

(A.Ö.,25, 2 yıllık evli.)

“Hiç kimsenin etkisinde kalmadım.”

(Ş.K.,25, 1,5 yıllık evli.)

Görüşmecilerin verdiği cevaplardan da anlaşılacağı üzere evlilik kararı verme sürecinde hemen hemen çoğunun kendi iradesi ile karar verdiği ortaya çıkmaktadır. Bununla beraber aile üyelerinden veya arkadaş grubundan etkilendiğini belirtenler de mevcuttur.

“Tabi kaldım. Kardeşim çok etkiledi beni.”

(M.M., 23, 1 aylık evli.)

“Aslında iki farklı arkadaş ortamım vardı bir çok evlenmek isterdi. Diğeri de üniversiteye gidip hayalini gerçekleştirmek isterdi. Ben diğer evlenmek isteyen gruba biraz uyduym gibi. Normalde hiç evlilik hakkında konuşmazdım. Sürekli gülmeye geçirdim aklımın bir yerinde kalmış galiba.”

(M.Ö.,21,2 yıllık evli.)

Bu bağlamda bireysel genel bir değerlendirme yapılacak olursa bireysel tercihlerin ön plana çıktığı ortaya çıkan araştırma verilerine göre belirlenmiştir. Bununla birlikte bu araştırmada ailelerin evlilik hakkındaki tavrı önem arz etmektedir.

“Ben eşimle üçüncü görüşmemde seninle evleneceğiz dedim o hissi aldım oda kahkaha attı baya bir çünkü üniversite son sınıf hem mezun olacak iş bulacak askere gidecek uzun bir süreç gibi acaba evlenir miyiz deyip gülmeye başladı ben

hissediyorum ister 3 yıl ister 5 yıl sonra olacak dedim. Kendi adıma evlilik kararında tereddüt etmedim. Ailemin tavrı ise köken sorunu ilk başta sorun yaptılar ama ilk görüşmede onlarda onaylandı.”

(A.E.,32,6,5 yıllık evli.)

“Ailem olumlu baktı. O süreçte kimsede olumsuz bir şey hissetmedim ne benim ailemde ne eşimin ailesinde.”

(Ş.K.,25,1,5 yıllık evli.)

“Ben tercih ettim ailem saygı duydu. Sevindiler hatta hiçbir şekilde karşı tepkileri olmadı.”

(A.Ö.,25,2 yıllık evli.)

“Biz çok erken yaşta başladık aslında sonrasında karar aldığımızda ailem sürekli destekledi. Yardımcı da oldular.”

(H.K.,27 ,1 yıllık evli.)

“Biz ilişkiye başladığımız zaman ne kadar sosyal medyadan da olsa ikimizde dedik ki birbirimizi kırmayalım. Direkt evlilik üzerine konuşalım. Eğer evlenebilecek bir yapımız var ise öyle görüşmeye başlayalım dedik. Ona tamam konuşalım ilişkiye başlayalım dediğimde evlilik düşüncesi vardı kafamda. Ailemin tavrı ise benim beklemediğim derecede olumlu oldu hele ki sosyal medyadan olduğunu duyunca olumsuz olur diye düşünmüştüm.”

(M.M.,23,1 aylık evli.)

“Ailem çok şaşırıldı benden evlilik beklemiyorlardı evlenmeyi düşünmeyen biri olarak bende şaşkındım.”

(A.S.,25,1 aylık evli.)

Evliliğe karşı ailelerin tavır meselesi çerçevesinde ortaya çıkan veriler sonucunda ailelerin görüşmecilerin kararına karşı olumlu tepki verdikleri ortaya konulmuştur. Genellikle saygı duyulup desteklendiği kanısına varılmıştır. Bazı istisnai durumlarda bulunmaktadır. Ailelerin olumsuz tavırlarının sebepleri ise sosyal medya üzerinden tanınmanın mümkün olmayacağını düşünmeleri ve güven problemi yaşamaları üzerine olmuştur.

“Ailem hiç istemedi . sonra arkadaşım araya girdi olmaz dedi. Hiç tanımadığı birisi dedi . Bu evliliği hiç konuşmadılar bile. Benim tavrım netti evlilik idi sonrasında kaçtık evlendik.”

(M.Ö.,21,2 yıllık evli.)

“Ailemin tavrı öncelikle atanmam idi. Evlenmeme çok karşıydılar. Bende atanamayacağımı düşündüm ve evlenip kendi düzenimi kurmak istedim. Sonrasında ailemin rızası olmadı ama ben kaçtım evlendik.”

(A.K.,26,2 yıllık evli.)

“Annem istemedi. Erken olduğunu düşünüyordu. Babamda daha fazla tanımak için zamana yaymamızı istedi.”

(O.K.,25, 1 yıllık evli.)

“Ben heyecanlıydım. Ailem ilk başta sosyal medya üzerinden olduğu için karşı çıktı.”

(H.N.,28, 4 yıllık evli.)

Genel bir değerlendirme yapıldığında evlilik karar verme sürecinde kişilerin bireysel tavrı net olmakla birlikte ailelerin olaya bakış açısı ve verdikleri kararlar kişisel tercihleri etkilememektedir. Bireylerin tavrını destekleyenler olduğu gibi karşı çıkanlarda bulunmaktadır. Bu araştırmalar sonucunda karşı çıkan ailelerin temelinde rahatsız olduğu konu tanımadıkları bireyler olmaması ve güvensizlik yatmaktadır. Ortaya çıkan araştırmalara göre bireyler sosyal medya aracılığı ile yaptıkları evliliğin karar verme sürecinde birincil olarak kendi kararlarını önemsemişlerdir.

3.2.3.Online İlişkiler

Bireylerin günümüzde ilişkiye başlama şekilleri belli başlı değişimlere uğramıştır bunlardan biri olan ‘online ilişki’ olmaktadır. Kişilerin ilişkilerine yön verirken hangi araçlardan nasıl yararlandığını bu ilişki şekline başlamada etki eden faktörler nelerdir gibi konuların ortaya konulması açısından bu çalışmaya katkı sağlayacağı düşünüldüğü için bu sorunları açıklamak amacıyla görüşmecilere belli başlı sorular yöneltilmiştir.

3.2.3.1. Sosyal Medyada Başlayan İlişkiler

“İnternette tanıştık” son zamanlarda insanların evlilik ilişkilerinde sıklıkla kullandığı bir cümle haline geldi. Sosyal medya insanlara çok geniş fırsatlar sunmaktadır bunların yanında evlilik için uygun eşi bulmada girmektedir. Görücü usulü evliliğin günümüzde artık çokta fazla yer edinmediği ve sanal dünyada başlayıp evlilik ile sonuçlanan ilişkilerin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu ilişkiler zaman ve mekan sınırı tanımaksızın gerçekleşmektedir.

Bu bağlamda araştırma yapılırken sosyal medyada başlayan ilişkilere insanları iten faktörler araştırılmaktadır. Bunun için “Sosyal medyada tanışmaya iten faktörler nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir.

“Çevremde sürekli aynı tipte insanlar olduğundan kendime bir macera aradım sanırım.”

(O.K.,25,1 yıllık evli).

“Ben farklı biri olmasını istiyordum tanıdığım biri istemedim farklı olsun ki sonradan tanımak istedim.”

(M.Ö.,21,2 yıllık evli).

Ortaya çıkan sonuçlara göre insanların yaşadığı çevrenin dışında farklı kişiler ile romantik bir ilişki kurmak istediği belirtilmiştir. İnternetin gelişmesi ile uzaktan yaşanan ilişkilerde artış olmaktadır. Bireyler oluşturdukları sosyal çevrenin dışında yeni insanlar tanımak istemektedir. Bunun sonucunda ortaya çıkan arkadaşlık ilişkileri evliliğe kadar gitmektedir. İnsanların doğasında yer alan merak duygusu bu araştırmada tanımadığı bireye karşı bir merak olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Laylaylom birazda sosyalleşme amaçlı facebookda chatleşiyordum o dönem babam vefat etmişti babamın vefatından sonra dışarıdan biri ile iletişime ihtiyacım vardı galiba .”

(A.E.,32, 6.5 yıllık evli).

“Evlilik arayışında değildim sosyalleşmek amacıyla kullanıyordum. Nasip.”

(A.K.E.,33,7 yıllık evli).

“Kısmet, beklenmedik bir anda, önemsenmedik bir şekilde yazıştık. Boşlukta olduğum, okulun bittiği bir zaman.”

(N.E.,32,6 yıllık evli.)

Bireylerin sosyal mecralarda vakit geçirmesi sonucu sosyalleşme isteği ortaya çıkmaktadır. Kimi zaman bu sosyalleşme isteği zaman geçirmek için oluşsa da kimi zaman üzüntü ve sıkıntılardan kaçış olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal mecralar bireylere sosyalleşme şansı vermektedir. Bunun yanı sıra belli konulardan kaçış imkanı da sağlamaktadır.

“Aslında ben oyun oynuyordum. Oda oyun oynuyordu. Bize iten bir faktör yok. Açık söyleyeyim facebookda biz o zamanlar ben daha üniversite birinci sınıftaydım batak oynamayı yeni öğrenmiştim. Oynarken karşımdaydı aramızda ufak bir sürtüşme itişme tarzı bir şey oldu ama tanışma amacı ile değildi. Tamamen aramızda bir itişme oldu sonra herhalde bu itişme zıtlaşmadan kaynaklanan bir merak ile beni ekledi kesinlikle tanışma amacı ile girmedik. Oda bugüne kadar kimseyi eklememiş oyundan bende kimseyi kabul etmemiştim”

(T.K.,27,1 yıllık evli).

“Bir insan arkadaş veya sevgili bulmak için sosyal medyayı kullanabilir yada bunlardan bağımsız bir şekilde kullanırken birileri ile tanışabilir bizimkisi bağımsız olan kategoriye giriyor. Ben hiçbir şekilde o akşam oraya girdiğimde buradan evleneceğim insanla tanışırım diye bir beklentim yoktu sadece girdim canım sıkılıyordu. Eşimde sadece çok az bilgi vermişti. Sadece hangi üniversitede hangi bölüm okuduğu ile ilgili bilgi vermişti bende bu bilgiler ışığında araştırma gereği duydum canımda sıkılıyordu. Buldum ekledim olaylar gelişti yani zaten ondan sonra o platforma ikimizde hiç girmedik”

(H.K.,28,1 yıllık evli).

“Genel olarak sosyal medyada çok zaman geçirirdim. Bu esnada gelişti.”

(H.N.,28,4 yıllık evli).

Bireylerin boş zaman değerlendirme aktivitesi için oluşturdukları belli başlı platformlar mevcuttur. Bunlardan biri sosyal medya araçlarıdır. Bu araçlar vasıtasıyla bireyler boş zamanlarını değerlendirmektedir. Görüşmecilerin verdikleri cevap çerçevesinde sosyal

medyada boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla zaman geçirirken eşleri ile tanıştıkları yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur. Sürekli sosyal medyada zaman geçiren insanların eşlerini bu mecralar aracılığı ile buldukları gözden kaçmamaktadır.

“Sosyal medyada tanışmaya iten bir faktör olmadı tesadüfi gelişti diyebilirim ama sosyal medya üzerinden olunca çekingen bir olarak ben daha rahat konuştum.”

(A.S.,25,1 aylık evli.)

“Günümüzde hep sosyal medya var sonuçta ben utangaçtım çekingendim birebir kimse ile görüşemezdim. Nasipte sosyal medyadan tanışmak varmış oldu.”

(A.Ö.,25,2 yıllık evli).

Gerçek hayatta karşılıklı romantik ilişki kurma konusunda iletişim sıkıntısı yaşayan ve çevrelerine karşı çekingen davranan kişiler kendilerini sosyal medyada daha rahat ifade edebilmekte ve ilişki kurmada daha rahat davranabilmektedir.

“Aslında iten bir faktör yoktu ama o an hayatımda biri yoktu. Demek ki düşündüğüm bir zamandı ve bende sonuçta onun eklemesini kabul ettim konuştum. O dönemde istemeseydim konuşmazdım. Büyük bir arayış içinde değildim biraz tesadüfi oldu.”

(Ş.K.,25,1 yıllık evli)

“Sosyal medyada tanışma niyetim yoktu. Hatta kesinlikle olmaz diye de büyük konuşurdum. Öyle bir faktör yok.”

(M.M.,23,1 aylık evli).

Bazı görüşmeciler tanışmalarında ve ilişkiye başlamalarında sosyal mecraların hiçbir etkisinin olmadığını dile getirmiştir.

“Eşimi gördüğümde çok beğenmem oldu.”

(A.K.,26,2 yıllık evli).

“Arkadaşım sosyal medyadan evlenince neden olmasın dedim. Gerçek hayatta yaşadığım olumsuzluklar sebebiyle.”

(N.K.,30,7 aylık evli).

Sosyal medyada tanışmaya iten faktörleri çevresel faktörlere ve fiziksel çekicilikle ilişkilendirenlerde araştırmada bulunmaktadır.

“Gelişen teknoloji ve uygulamalar.”

(E.Y.,25,6 aylık evli.)

Bu bağlamda verilen cevaptan da anlaşılacağı üzere teknolojinin gelişmesi ve çok çeşitli olması sebebiyle kişiler kendi hayatlarına dair kararları alırken sosyal medyanın aracılığından faydalanabilmektedir.

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa sosyal medya araçları ile birbirlerini tanıma fırsatı bulan insanların hepsinin sebepleri çeşitlilik göstermektedir. Fakat yapılan araştırmalara göre çoğunluğun sosyal medyada zaman geçirirken, hayattan kopmamak adına sosyalleşmek için vakit geçirilen çeşitli alanlarda (oyun oynamak, arkadaş edinmek, bilgi akışı sağlamak vb.) faaliyet göstermektedirler. Bunun sonucunda birbirleri ile tanışmış ve tanımaya yönelik faaliyetlerde bulunmuşlardır. Ortaya çıkan veriler sonucunda sosyal medyayı sosyalleşme amacıyla kullanırken aile kavramının ilk adımının atıldığı evliliği gerçekleştirdikleri ortaya konulmuştur.

Bunun yanı sıra görüşmecilerle sosyal medyada başlayan ilişkilerinin bireysel ve çevresel faktörleri üzerinde durulmuştur. “Evlenirken tereddüt ettiğiniz bir konu oldu mu?Eşinizle sosyal medyada tanışmanız çevrenizdeki insanlar tarafından olumlu veya olumsuz nasıl ile karşılandı?” gibi sorular çerçevesinde tepkiler ölçülmeye çalışılmıştır.

“İlişkiye başlarken bir tereddüdüm oldu hiç görmediğim biri idi. Mesaj atarken evlimi acaba diye bile düşündüm canlı kanlı görmemişim. Söyledikleri ne kadar kendini anlatsa da hep şüpheli yaklaştım. Evlenirken olmadı ama.”

(M.M.,23,1 aylık evli.)

“Evet , aynı evde olmak çok başka anlaşılamamaktan korktum.”

(H.N.,28, 4 yıllık evli.)

“Belki kandırıyor olabilir . Belki eğleniyor olabilir. Bunun gibi tereddütlerim oldu en başta ama sonradan o güveni sağladı bana.”

(A.Ö.,25, 2 yıllık evli.)

“Konuşmaya başlayınca tereddütlerim oldu. Beni yanlış anlamasından korktum bu çocuk herkese sarkıntılık yapanlardan sanır beni diye korktum. Evlenirken olmadı ama .”

(A.S.,25,1 aylık evli.)

“Acaba doğru insan mi diye çok tereddüt ettim. Ama internet üzerinden olmasa da bu sıkıntıyı yaşadım sanırım.”

(K.P.,39,3 yıllık evli.)

“Tabi ki anlaşabilecek miyim kafa yapımız uyumlu mu”

(A.K.,26,2 yıllık evli.)

“Tereddüt ettiğim oldu sonuçta hiç tanımadığım birisine gidiyorsun. Ne ister ne yapar gelenek ve görenekleri nedir sonuçta farklı memleketten biri ile evleniyorsun.”

(M.Ö.,21,2 yıllık evli.)

Görüşmecilerin evlilikleri hakkında belirttiklerinden anlaşılacağı üzere kişilerin belirli tereddütleri mevcuttur. Bu tereddütler genellikle güven kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüşmecilerin sosyal medyada tanışması sonucu ‘Doğru kişi mi?’ ‘Sanaldaki ile gerçekteki uyuşur mu?’ ‘Yoksa kandırılıyor muyum?’ şeklindeki soru işaretleri ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra beni yanlış anlar mı bana güvenebilir mi düşünceleri de bulunmaktadır. Kişilerin sosyal çevresine ait olmayan bireylerle konuşuyor olması ve onların hakkında az bilgiye sahip olmaları bu tarz sorunları da beraberinde getirmiştir. Aynı zamanda bu ortaya çıkan problemler zaman içinde karşılıklı birbirlerini tanıma sonucu aşılmıştır. Sosyal medyada tanışma sonucu başlayan ilişkilerde ortaya çıkan verilere göre belirlenen problem güven olarak belirlenmiştir.

Bu problemin yanı sıra hiçbir şekilde bir tereddüt yaşamayan kişilerde mevcuttur. Kişilerin evlenirken herhangi bir tereddütlerinin oluşmaması karşılıklı güven kavramının yeterince yerine getirilmesi ile tereddütsüz sonuçlanmıştır.

“Ben eşime çok güveniyordum çok seviyordum kişisel olarak hiçbir tereddüdüm olmadı.”

(A.E.,32,6,5 yıllık evli.)

“Hayır olmadı.”

(H.K.,27,1 yıllık evli.)

“Hayır olmadı.”

(N.K.,30,7 aylık evli).

“Hayır olmadı.”

(O.K.,25,1 yıllık evli).

“Hiç olmadı.”

(Ş.K.,25,1.5 yıllık evli).

Kişiler evlilik kararı aldıklarında her ne kadar bireysel bir karar aldıklarını savunsalar da temelinde toplumsal ve çevresel faktörlerde bulunmaktadır. Kişilerin tercihlerini olumlu yada olumsuz yönde etkilemektedir. Bu bağlamda sosyal medya aracılığı ile tanışan kişilere karşı sosyal çevrelerinin verdiği tepkiler belirlenmek istenmiştir. Bu tepki çerçevesinde “Eşinizle sosyal medyada tanışmanız çevrenizdeki insanlar tarafından olumlu veya olumsuz nasıl ile karşılandı?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soru ekseninde kişilerin oluşturdukları sosyal evrenin görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır.

“Genelde tepkiler olumlu idi. İlk başlarda bunu gizli tutmayı seçmiştik. Daha sonradan bunun gurur duyulacak bir şey olduğuna karar verdik çünkü çok tesadüfi bir durumdu. Detayları insanlara anlatınca insanların sempatik bulacağı birşeydi ve öyle oldu. Olumsuz bir şeyle karşılaşmadık.”

(H.K.,27,1 yıllık evli.)

“Tanıştığımızda 20 yaşında idim o zamanlar bu kadar meşhur değildi internette tanışmak 7 yıllık ilişkimiz var bu arada bizim yani 20 de tanıştık biz o ara bu kadar popüler değildi ve biz o zamanlar birazcık utanmıştık. Çevremize çok söyleyememiştik. Özellikle anneler babalar daha tam olarak bilmez. Ortak bir arkadaş var diye bilirler. Arkadaş çevremizde bizim ilişkimizi pek ciddiye almadılar. Olur ya ortamda anlatınca şöyleyiz böyleyiz internette tanıştık deyince ayrılacak gözüyle baktılar bize ama öyle olmadı tabi ki. Pek ciddiye alınmadık.”

(T.K.,27,1 yıllık evli.)

“Şöyle çevremde kimse internette tanıştığımı bilmiyordu. Ablası aracılığı ile oldu dedim yakın çevrem biliyordu sadece. Şöyle bir şey olsaydı internetten tanıştım gideyim tanışayım kafasında bir insan değilim. Onu gördüm sosyal çevresi üniversite ortamı olduğu için kendi adıma onu belli sınavlardan getirdikten sonra görüştüğüm için ailemde bu konuda bana güvendiği için bir sıkıntı olmadı.”

(A.E.,32,6,5 yıllık evli.)

“Kimseye söylemedik tepki alırsız diye.”

(N.K.,30,7 aylık evli.)

Ortaya konulan verilere göre görüşme yapılan kişiler sosyal medya aracılığı ile tanıştıklarını gizli tutmak istemişlerdir. Kişilerin tanışma şekillerini gizli tutmasında insanların tepkileri önemli rol oynamaktadır. Sanal çöpçatanlar aracılığı ile tanıştıklarını açığa çıkardıklarında olumsuz bir tepki almak istemedikleri için gizlemişlerdir. Zaman içinde evlilik için gerekli şartlar yerine geldiğinde bunu anlatmayı tercih ettikleri ortaya çıkan verilere göre belirlenmiştir.

“İlk başta olumsuzdu. Eşimi tanıdikça olumluya dönüştü. İnternet ortamında en temel problem güven.”

(A.K.E.,33,7 yıllık evli.)

“Başta olumsuz olsa da sonradan arkadaş çevrelerini bireyleri kendini tanıdikça olumlu hale dönüştü.”

(E.Y.,25,6 aylık evli.)

“%80 olumsuz karşılandı diyebilirim. Ama hiç umursamadım. Bende çoğu kişi ile paylaşmama kararı aldım.”

(O.K.,25,1 yıllık evli.)

“Olumsuz karşılandı nasıl güvendiğime şaşırdılar.”

(A.K.,26, 2 yıllık evli.)

“Genelde çoğu insan karşı çıktı. Pek destekleyen olmadı.”

(H.N.,28, 4 yıllık evli.)

Ortaya konulan verilere göre görüşmecilerin sosyal medya aracılığı ile tanıştıklarını belirtenlerin de çok fazla olumlu tepki almadığı dikkat çekmektedir. Kişilerin çevrelerinden aldıkları tepkiler genel olarak olumsuz şekilde nitelendirebileceğimiz şekilde olmuştur. Temel sebep olarak ise güven göze çarpmaktadır. Görüşmecilerin sosyal çevreleri sosyal mecradan tanışmaya karşı olumlu bir tavır sergilememiştir. Bununla beraber görüşmecilerin evlilikleri hakkında ki tutumunu etkilememektedir. Ortaya konulan verilere göre görüşmecilerin çevrelerinden sonradan değişse bile tepkilerin ilk başta olumsuz olduğu kimi zaman da olumsuzlukların devam ettiği ve bunun sebeplerinin altında güven yatmaktadır.

“Çok olumlu karşılandı. Beklemediğim derecede olumlu idi. Hatta ilk anneme söylerken bana kızsında konuşmayı bırakayım diyordum. İster istemez daha tam tanımıyorsun ama aynı şehirde olup buluşup görüşünce olumlu bir tepki verdi.”

(M.M.,23,1 aylık evli)

“Olumsuz bir tavır olmadı.”

(K.P.,39, 3 yıllık evli.)

“Normalde gittiğim mekanda o beni görmüştü ben görmemiştim. Ben konum belirttiğim için o beni buldu bende kabul ettim diye söyledim ama çokta ayrıntılı anlatmadım. Sadece tiyatrodaki tanıştığımızı söyledim. Ayrıntılı anlatmadım ama sorana da ayrıntısını söyledim. Hiç olumsuz bir tepki almadım.”

(Ş.K.,25,1.5 yıllık evli.)

Görüşmecilerin verdiği cevaplar doğrultusunda olumlu cevap verenlerde bulunmaktadır. Kişilerin sosyal medya aracılığı ile birbirlerini tanıması herhangi bir soruna yol açmamıştır.

3.2.3.2.Sanal Profil

Evlilikte eşlerin fizyolojik,sosyolojik, ve psikolojik ihtiyaçları mevcuttur. Bu bağlamda kişilerin kendilerine göre belirledikleri kriterler bulunmaktadır. Bu kriterler eş seçiminde önemli rol oynamaktadır. Geleneksel çöpçatanlık kurumlarında aracılardan birbirine uygun gördüğü kişileri tanıştırmak gibi bir işlevi bulunmaktadır. Bu işlev zaman içinde belli başlı değişimlere uğrayarak günümüzde sanal çöpçatanlık kurumlarında oluşturulan profil halini almıştır.

Bu oluşturulan profil ile kişiler seçmek istedikleri eş adayı hakkında küçük veya büyük ölçekte bilgiye sahip olabilmektedir. Bireyler istemedikleri özelliği karşısında ki kişide gördüğü zaman rahatça eleme yapabilmektedirler. Bunun aksine görüşmeciler karşı tarafın profili yüksek oranda olumlu yönde etkileyip ilişkiye de başlayabilmektedirler. Bu bağlamda kişilerin eşlerinin profilinde yazmış olduklarından etkilenip etkilenmediklerini ölçmek amacıyla “Sosyal medyada tanışmada kişinin profilinde yazmış olduğu bilgiler sizi ne denli etkiledi?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soru çerçevesinde etki dereceleri açıklanmaya çalışılmıştır.

“Benim için bir tık üstün gördüğüm bir profildi. O yüzden kendime yakıştıramamıştım. Başka biri için aslında onu düşünmüştüm erasmus ile bir kaç ülkeye gitmiş gezgin bir tipti ama gönül ferman dinlemiyor.”

(A.E.,32,6.5 yıllık evli)

“Olumlu etkiledi okumuş birisi görmüş geçirmiş birisi olduğunu görünce etkilendim. Yaşı sevdiği şiirler yazdığı cümleler olumlu etkiledi.”

(A.S.,25,1 aylık evli.)

“Çok etkiledi. Profil resmi çok yakışıklığı olduğu için çekti. İkincisi inşaat mühendisliği yazıyordu oda çekti”

(M.M.,23,1 aylık evli.)

“Beni çok etkilemedi ben konuşmalarından etkilendim ama eşimi gördüğümde çok beğendim.”

(A.K.,26,2 yıllık evli.)

“Etiketiydi nihayetinde. Yazılanlara göre bir algı oluştu nihayetinde olumlu anlamda.”

(K.P.,39,3 yıllık evli.)

“Evet. Zaten kabul etme cevap verme sebebim onun görüntüsü idi. Birde mesela çalışırken fotoğraf paylaşmış onu gördüm. Bunlar etkili oldu onunla konuşmama.”

(Ş.K.,25,1 yıllık evli.)

“İmam hatip mezunu olması ve memur olması beni etkiledi. Çok önemli iki özelliği benim için. Ben de öğretmenim. İmam hatip mezunu değilim ama başörtülüym.”

(N.E.,32, 6 yıllık evli.)

“Profilinde yazdığı bilgilerin görüştüğümüzde doğruluğunu gördüm ve ondan etkilenmemde bir payı oldu.”

(E.Y.,25,6 aylık evli.)

“Profildeki bilgiler onu tanımam için avantaj sağladı.”

(O.K.,25, 1 yıllık evli.)

Görüşmecilerin verdiği yanıtlar sonucunda kişilerin kendinden bahsettikleri bir nevi sanal CV’si olarak adlandırabileceğimiz profilinde belirli bir vakit geçirdikten sonra kafalarında o kişiye dair bir algı oluşturmaktadır.

Gerek profil resmi, gerek sosyal çevresi görüşmecileri etkilemiştir. Aynı zamanda kişilerin eğitim durumundan bahsetmeleri karşı taraf için konuşmaya başlamalarında önemli bir etken olmuştur. Geleneksel çöpçatanlık kurumlarının gerçekleştirdiği tanıtma işlevinin sanal çöpçatanlık kurumları devir almıştır. Bireyler kendi seçimlerini bu araçlar sayesinde gerçekleştirmektedir. Konuşmaya başlamadan önce etkilenenler mevcut olduğu gibi bunun aksini söyleyenler araştırma verilerine göre belirlenmiştir.

“O sosyal medyada halan daha çok paylaşım yapmaz o yüzden beni etkileyen birşey olmadı.”

(T.K.,27,1 yıllık evli.)

“Eşimde beni etkileyen daha sonraki konuşma sürecimiz etkiledi. Daha sonrası etkiledi. İlk başta herhangi bir şey etkilemedi yok profil resmi güzelmiş falan profil fotoğrafı da sırtı dönük bir fotoğrafı”

(H.K.,27,1 yıllık evli)

“Hemen hemen hiç diyebilirim.”

(N.K.,30, 7 aylık evli.)

“Etkiledi diyemem.”

(H.N.,28, 4 yıllık evli.)

“Tamamen bir şanstı.”

(A.Ö.,25, 2 yıllık evli.)

“Okuyup geçtim yani bir etkisi olmadı.”

(A.K.E.,33,7 yıllık evli.)

Genel bir değerlendirme yaparsak profilde bahsedilen her detay evlilik için gerçekleşecek eş seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bireylerin görmediği ve tanımadığı kişiler için küçük ipuçları toplamasına yardımcı olmaktadır. Kişiler hakkında tutum oluşturmaktadırlar. Bu bilgiler kişilere göre değişiklik göstermektedir. Bazen profil resmi bazen sosyal çevre bazen de eğitim durumu olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.2.3.3. Online İletişimden Yüz yüze İletişime Geçiş

Değişen teknolojiler sonucunda sosyal mecralarda yaşanan ilişkiler ortaya çıkmaktadır. Kişilerin ilişkilerde gerekli olan yakınlık kavramının aksine sosyal medya araçları sayesinde uzaktaki kişi ile bağ kurmasıyla başlayan ilişkiler mevcuttur. Sosyal medya her ne kadar sanal bir çevre olarak görülse de bu mecraı kullanan kişiler gerçek varlıklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda kişiler sanalda var olan eş adayı ile yüz yüze görüşmeye geçiş yapmaktadırlar. Kendilerince sanalda kişinin gerçek hayatta ki varlığını ispatlamaktadır.

Bireyler eş adaylarının yazmış olduğu bilgilerin gerçek hayatla tutarlılığını ölçümlemek istemektedirler. Karşı taraftaki kişiye karşı kafalarında oluşan tutumu bir nevi doğrulamak amacıyla online iletişimden yüz yüze iletişime geçmeyi tercih etmektedirler. Bu bağlamda bu sürecin nasıl işlediğini ortaya koymak amacıyla “Sosyal medyada tanıştığımız kişi ile online iletişimden yüz yüze iletişime geçmeniz nasıl bir süreç izledi?” sorusu sorularak ortaya çıkan veriler analiz edilmeye çalışılmıştır.

“İlk başlarda normal iki arkadaş gibi konuşuyorduk ne bileyim hayattan gelecek planlarından. Konuşma bir alışkanlık haline geldi. Artık hayatlarımızı birleştirirsek bu nasıl olur diye bir planlama sürecine girdi. 4 ay boyunca çekeceğimiz zorlukları uzak ilişkinin zorluklarını falan konuştuk ondan sonra o İstanbul da yaşıyordu bende Kocaeli’ne gelecektim gelmişken hani göreyim dedim aslında onu görmeye gelecektim

doğruya doğru. Gittim görüştük ve o şekilde oldu. Bu bir süreç olarak gerçekleşti bir defada tanıştık haftaya görüşelim değil. Bir 4 ay boyunca bunun bir hazırlığı oldu.”

(H.K.,27, 1 yıllık evli.)

“Yaklaşık altı aylık görüşme toplamda 10 dakika sürmeyen bir kameralı görüşme oldu. Çok ciddiye almadık ikinci görüşmede olan oldu sohbet ve tanıma süreci oldu profildeki kişinin gerçekliği önemli idi gördüm ve gerçekten böyle biri var mı ? Sahte hesap olabilir diye çevresini de yakın takibe almıştım zaten böyle bir süreç izledi.”

(A.E.,32,6.5 yıllık evli.)

“4 ay her gün yazıştık 4 ayın içinde telefonla ve görüntülüde konuştuk. Sonra yüz yüze görüştük.”

(T.K.,27,1 yıllık evli)

“Biz sürekli soru cevap şeklinde idik ben kendimi anlatıyordum cevaplar ile. Bu şekilde ilerledi bir ayın sonunda yüz yüze görüşme kararı aldık.”

(A.S.,25,1 aylık evli.)

“1 ay sadece yazışarak konuştuk resim gönderme de olmadı. Gerçi onun resmi vardı. Ondan sonra yüz yüze iletişime geçtik.”

(M.M.,23,1 aylık evli.)

“Kısa bir süreçti bizimki ama tanışıp telefon aracılığıyla konuşma sonra yüz yüze görüşme oldu. Hepsi iki üç ay gibi kısa bir süreçti.”

(N.K.,30,7 aylık evli.)

İnternet ortamında ilk başta kamera ile görüşme yaptıktan sonra görüşmeye karar verdik. Öncesinde uzunca bir konuşma fırsatı bulduğumuz için iyi bir başlangıç oldu bizim için.

(A.K.E.,33,7 yıllık evli.)

“Yazıştıktan bir buçuk ay sonra yüz yüze görüştük. Öncesinde çok fazla yazışmışlığımız da yoktu.”

(N.E.,32,6 yıllık evli.)

Belirli süre içinde online üzerinden tanımayı tercih edip daha sonra yüz yüze iletişime geçenlerin aksine tanımayı tercih etmeyip bir haftadan bile kısa sürede tanımak isteyenlerde bulunmaktadır.

“5 günlük sosyal medyada konuştuk 5 günün sonunda yüz yüze görüştük daha sonra telefon numaramı verdim tabi görüştükten sonra. O şekilde görüşmeye başladık yüz yüze devam etti.”

(Ş.K.,25,1.5 yıllık evli).

İlişkinin devam edebilmesi için görmek istedim. Konya'ya gelmesini söyledim oda iki gün sonra geldi.

(A.K.,26,2 yıllık evli.)^

“Çok uzun sürmedi. 3 gün sonra yüz yüze görüştük.”

(E.Y.,25,6 aylık evli.)

Kişilerin gerçek hayatta iletişime geçmesi ile sosyal medyada tanımaya çalıştıkları kişilerin örtüşüp örtüşmediği konusuna değinilmiştir. Bu bağlamda kişilerin eşlerini tanıma konusunda yeterli bilgiye sahip olup olmadıkları ve ne kadar bir sürede tanıyabileceklerine dair konular araştırılmıştır. Bu bağlamda “Yüz yüze iletişime geçmeden önce eşinizi sosyal medya üzerinden tanıyabilmek için ne kadar bir süre gerekli ?” “Sosyal medyada eşinizi yeterince tanıyabildiniz mi?” soruları sorulmuştur. Ortaya çıkan verilere göre sonuçlar belirlenmiştir.

“Konuşurken çok tanıyamadım ama yüz yüze daha çok tanıdım. Konuşurken sonuçta biliyordum ama hep hayaldi yüz yüze görünce gerçek olduğunu anladım.”

(M.Ö.,21,2 yıllık evli.)

“Sosyal medya üzerinden asla kimsenin tanınmayacağını düşünüyorum. Çünkü hepimiz sosyal medyayı olduğumuz gibi değil de olmak istediğimiz kişi gibi resimler koyuyoruz yada yazdığımız sözleri. Ben sosyal medyadan tanıyabileceğimi

düşünmüyorum eğer aynı şehirde olmasaydık ve görüşmeseydik daha fazla devam edemezdim.”

(M.M.,23,1 aylık evli.)

“Bence bunu belli bir süre olarak belirlemek doğru değil. Belli bir süre söyleyemem ama bu bizim ilişkimizde 4 ay sürdü. İnsanlar hemen tanıştıktan 1 hafta sonrada görüşebiliyorlar. Bence burada hazır hissetmek önemli,güven önemli.”

(H.K.,27 1 yıllık evli.)

“Tanımak mümkün değil öyle ama illa zaman dersek bir haftaya kişiliği çözülebilir. Benim tanımamda yüz yüze görüşmelerle oldu.”

(N.K.,30, 7 aylık evli.)

“Yüz yüze görüşmek her zaman farklı ama bunun için bir süre veremeyeceğim. Halen daha tanımaya devam ediyorum.”

(A.K.E.,33,7 yıllık evli.)

“Bence bir insanı yüz yüze görmeden asla tanıyamazsınız bunun bir süresi yok diye düşünüyorum.”

(O.K.,25,1 yıllık evli.)

Ortaya konulan verilere göre görüşme yapılanların verdiği cevaplar ekseninde bir kişinin sosyal medya aracılığı ile tanınmayacağını ve bu tanıma işleminin yüz yüze olmadan gerçekleşmeyeceği belirtilmiştir. Görüşmecilerin verdiği cevaplara göre kişisel ilişkilerinde yüz yüze görüşmeye başlama sebeplerinin aşağı yukarı bilgi sahibi olmaları ve belirli bir tutumlarının oluşmaya başlaması olduğu ortaya çıkmaktadır. Sanal çöpçatanlık kurumlarının aracılığı ile çok fazla tanıma fırsatı olmayacağını ve bunun hayata taşınması gerektiğini belirtmişlerdir.

“Yani %50 diyebilirim. Hani çevre olarak kişilik olarak belli başlı şeyleri ama yüz yüze görüşmeden tam tanıyamazsınız.”

(A.E.,32,6.5 yıllık evli.)

“%60’lık bir kısmı diyebilirim. Tam anlamıyla tanımamız görüşmeye başlayınca başladı.”

(A.S.,25,1 aylık evli.)

“Kısmen evet.”

(H.N.,28,4 yıllık evli.)

Ortaya çıkan verilere göre görüşmecilerin kısmen tanıyabileceğini fakat tam anlamıyla gerçekleşmeyeceğini belirtmiştir. Genel bir değerlendirme yapıldığında sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile kişilerin birbirlerini tanımalarının tam anlamıyla mümkün olmayacağını ve kısmen bunu gerçekleştirebildikleri ifade etmişlerdir. Sanal çöpçatanlık kurumlarının birbirlerini tanıma evresinde çok fazla etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Bireylerin birbirlerini tam anlamıyla tanımalarının ancak yüz yüze iletişime geçildiğinde mümkün olacağı bilinmektedir.

3.2.3.4. Sanal Çöpçatanlık Kurumlarına Karşı Oluşan Tutumlar

Her toplumda evlilik kavramı ile ilgili tanımların ve bu evliliğin gerçekleşmesinin farklı şekilleri bulunmaktadır. Türk toplumunda önemli yer edinmiş görücü usulü evlenme biçimi, değişen kültür yapısı ile yeniden şekillenmiştir. Normal seyrinde devam eden iki kişiyi tanıştırma amacıyla araya araçların girmesi farklı bir seyirde devam etmektedir. Sanal bir boyut kazanan görücü usulü evlenme sosyal medya araçları şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Bu yeni şekilde ortaya çıkan sanal çöpçatanlık kurumları geleneksel çöpçatanlık kurumlarının yerine geçmektedir. Bu geçişin kişiler üzerinde ki etkilerini ölçümlemek için araştırmaya katkı sağlayacağı düşünülen “Sosyal medyada tanışmanın avantajları var mıdır? Varsa nedir?” “Sosyal medyada tanışmanın dezavantajları var mıdır? Varsa nedir?” soruları görüşmecilere yöneltilmektedir. Bu sorular ekseninde ortaya çıkan verilerin araştırmada önemli bir rol oynayacağı belirlenmiştir. Görüşmecilerin sanal çöpçatanlık kurumları hakkında ki görüşleri ve evlilikleri hakkında ilişki bulunmaktadır.

“Bence avantajı var tabi ki yoksa iki farklı şehirde farklı okullarda okuyarak iki kişinin bir araya gelmesi pek mümkün değil.”

(E.Y.25,6 aylık evli.)

“Yoldan geçiyorsun veya kafede otururken ne kadar yakışıklı diyorsun veya bakıyorsun ismini cismini bilmeden bakıyorsun mesela masana gelecekte sana kendini ne kadar anlatacak gibi ama internet ortamında seçmece gibi her şey mevcut bilgiler doğru ise her şeyini görebiliyorsun okuduğu okulu memleketi çalıştığı yer resmini de bakabildiğine göre beğeniyorsan birçok bilgiye aynı anda sahip olabiliyorsun. Sosyal çevresini de orada görebiliyorsun resimlerden nerelere gittiğini gerçek hayatta iki ayda öğrenebileceğin bilgileri internet ortamında bir saatte bulabiliyorsun. Kişinin etiketini öğrenebiliyorsun.”

(A.E.,32,6.5 yıllık evli.)

“Vardır. Herhalde hoşlanmasa idim onu yok etmesi daha kolay olurdu. Her yerden engellerdim biterdi. Görüşmeden bitirilebilme olasılığı daha yüksek. Kendim için demiyorum ama başkaları için söyleyeyim seçme şansı fazla istediğin kriterde birini bulma şansı daha fazla sonuçta gerçek sosyal hayatında insanın hayatına çok fazla kişi girmiyor hani 3 5 tane erkek arkadaşın olur yani seçeneğin bu kadardır yada biri tanıştırsa ancak ama internette daha fazla kişi olduğu için seçenekleri çok olur.”

(T.K.,27,1 yıllık evli.)

“Eşim şöyle demişti; “Senin resmini görmedim sana yazdım evet senin kalbini biliyorum ama çirkin biri olsaydın seni engellerdim nereden bulacaksın bir daha “ öyle bir latife yapmıştı. Sosyal medyada olunca direk engelleyebilirsin yakın çevrende olduğu zaman böyle bir şey yapamazsın.”

(M.M.,23,1 aylık evli.)

“Bence tek avantajı daha hızlı tanışmana neden oluyor. Yani normalde hoşlandığın birine söylemekte tereddüt edersin acaba beni reddeder mi diye reddederse rezil olur muyum diye çekinme oluyor ama internette bu pek olmuyor.”

(A.K.,26,2 yıllık evli.)

“Evet var yüz yüze konuşmadan önce iletişimde olduğumuz için bulduğunda az çok fikir sahibi oluyorsun.”

(H.N.,28,4 yıllık evli.)

“Hızlı işleyen bir süreç diyebilirim.”

(K.P.,39, 3 yıllık evli.)

“Önce fikirleri öğrenip sonra yüzünü görmek daha sağlam adım atmayı sağlayabiliyor.”

(N.E.,32,6 Yıllık evli.)

Ortaya konulan verilere göre görüşmecilerin sosyal medyada tanışmanın birden fazla avantajı olduğunu belirtmiştir. Gerçek hayatta ki sosyal çevremizde tanıdığımız birini red etmesi zor iken sosyal medyada bunun daha kolay olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra sosyal medyada kişi seçeneğinin çok fazla olduğunu ve kişisel isteklerimize göre seçim yapmanın daha kolay olduğunu ortaya koymuştur. Aynı zamanda sosyal medyanın zaman ve mekan farklılıklarını ortadan kaldırdığının da avantaj olarak görüldüğü ortaya çıkmaktadır.

Görüşmecilerin belirttiklerine göre; gerçek hayatta kişi hakkında bilgi edinmek istediğimizde bunun daha yavaş ilerlediği fakat sosyal medyada bu sürecin hızla gerçekleştiği belirlenmiştir. Yüz yüze gelmeden önce kişiler sosyal medya aracılığı ile önden bir bilgiye sahip olabilmektedirler. Özellikle erkek görüşmecilerin gerçek hayatta karşı cinsten bir bireyle romantik ilişki kurarken çok çekingen davrandıkları, sosyal medya aracılığı ile konuşmaya başlayanların bu çekingenliklerini sanal dünyaya taşımamaları ortaya çıkmıştır. Görüşmecilerinde ifade ettiği gibi sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile onlar için bu durum bir avantaja dönüşmüştür;

“Çekingen bir olarak ben daha rahat konuştum.”

(A.S.,25,1 aylık evli.)

Bazı insanlar kendilerini yüz yüze olay ifade edemeyebiliyorlar. İfade edemediği için karşı taraf bunu yanlış anlayabiliyor. Ama sosyal medyada ilk başta yazarak başladığınız için kendinizi yazarak ifade edebilirsiniz. Heyecanınıza yenik düşmeden o yüzden bu tip bir avantajı var.

(H.K.,27,1 yıllık evli.)

Görüşmecilerinde belirttiği gibi sosyal medya aracılığı ile tanışmanın birden çok avantajı mevcuttur. Görüşmecilerin gerçek hayatta zorluk çekebileceği konular sosyal medya aracılığı ile avantaj olarak onlara geri dönüş sağlamıştır.

Bunun yanı sıra “Sosyal medyada tanışmanın dezavantajları var mıdır? Varsa nedir?” sorusu yöneltilerek dezavantajları ortaya konulmuştur.

“Günümüzde adatılma aldatma çok görüyoruz kötü yanı bu bence .”

(A.Ö.,25,2 yıllık evli.)

“Uzunca bir süre güvensizlik yaşıyorsun her şeyi sorgulama ihtiyacı hissediyorsun bu sefer karşı tarafta artık böyle gözetim altında gibi hissediyor.”

(M.M.,23,1 aylık evli.)

“Kendi açımdan bazen tedirginlik oluşturuyordu. Acaba ile başlayan sorular çoktu.”

(H.N.,28,4 yıllık evli)

Tabi ki vardı. Bir ortamda direk yüz yüze görmüş olmam onun davranışlarını görmem ya da arkadaş ortamını görmem o an benim için daha güvenilir olduğunu hissettirebilirdi. Birazcık riskti aslında onun farkındaydım ben. Bir dezavantaj olarak düşündüm ama ona göre davrandığım için sonunda bir dezavantaj olmadı benim için. Yüz yüze görüştüğümde güvenilir olamayan bir durum dahi çıksa daha önce numara vermediğim için direk kesip atabilirdim. Yüz yüze görüştükten sonra duruşunu oturuşunu kalkışını davranışını gördükten sonra numaramı verdim sonuç olarak dezavantaj olacak şeye düşmedim.

(Ş.K.,25,1.5 yıllık evli.)

Ortaya konulan verilere göre sosyal medyada tanışmanın en büyük dezavantajı güven problemi olarak belirlenmiştir. Görüşmeciler sürekli olarak ‘acaba’ sorusunu kendi ilişkilerine yöneltmiştir. Görüşmeciler için ‘güven’ kavramı ilişkileri için önemli bir rol oynamaktadır. Bireylerin ilişkilerin gerçek hayata taşınması ve ilerleyebilmesi için güven probleminin ortadan kalkması gerekmektedir. Bireylerin birbirlerini gerçekte görmemesi ve sanal bir kişi ile iletişimde olması eş adayına karşı bir güvensizlik oluşturmaktadır.

“İnsanları kandırabilirler. Ben yaşamadım ama fotoğraflar yanlış olabilir konuşmalar yalan olabilir. Yüz yüze görüşüldüğünde zarar verilebilir. Bizde bunlar olmadı dezavantajını görmedim.”

(T.K.,27,1 yıllık evli.)

“Resimdeki gibi çıkmayabiliyor. Bazısı gerçekten çok fotojenik oluyor . Gittiği mekanlardan attığı resimlerden fikir sahibi olmaya çalışıyorsun yüksekte uçuyorsun sadece görseli güzel olduğu için oralara gidiyor maddi açıdan hayal kırıklığına uğrayabilirsin. Kendim sanal aleme çok kapılmadığım için daha resmi idim”

(A.E.,32,6.5 yıllık evli.)

“Var. Öncelikle anlattığı kadarını biliyorsun araştırma gibi bir imkanın yok.”

(A.K.,26,2 yıllık evli.)

“Vardır. Biliyorsunuz sahtekarlık ön safhada günümüzde sahte hesap sahte fotoğraf olabilir.”

(A.S.,25,1 aylık evli.)

“Karşına ne çıkacak emin olamıyorsun”

(K.P.,39,3 yıllık evli.)

“Sahtekar olabilirdi.”

(A.K.E.,33,7 yıllık evli.)

“Acaba kötü amaçla kullanan insanlardan olabilir mi şüphesi.”

(O.K.,25 ,1 yıllık evli.)

“Dezavantajı sosyal medyanın kötü emellerde kullanılması.”

(E.Y.25,6 aylık evli.)

Görüşmecilerin verdikleri cevaplar çerçevesinde ortaya çıkan bir diğer problem ise sahtekarlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişiler konuştukları kişinin dolandırıcı hesap olması, ihtimali yüzünden ilişkilerinde tedirginlik yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte gerçekte hiç görmedikleri bireylerle etkileşimde olan görüşmeciler fotoğrafta gördüğü kişi ile gerçekteki kişinin uyuşup uyuşmadığı veya verdiği bilgilerinin ne kadarının doğru olduğu kanısında net bir düşünceye sahip olamamaları görüşmeciler için bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma verilerinden ortaya çıkan sonuçlara göre görüşmecilerin tanışma yönteminin insanlara avantaj veya dezavantaj sağlamasına rağmen genel olarak yaptıkları evliliklerinden memnun oldukları ve gerekli şartlar sağlandıktan sonra sosyal medya aracılığı ile evlenmekte bir sıkıntı görmediklerini dile getirmiştir. Görüşmeciler çok net bir şekilde tavsiyede bulunmasalar da sosyal medya aracılığı ile tanıştıkları kişilerle, güven, yeterince tanımak gibi gerekli şartları gerçekleştirdikten sonra evlenmelerinde bir mahsur görülmediği ve sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirdikleri evliliklerinde bir sıkıntı olmadığını dile getirmişlerdir.

“Güvenmesi lazım güvenirse tavsiye ederim.”

(M.Ö.,21,2 yıllık evli.)

“Ben yaptığım evliliği tavsiye ederim. Çünkü gerçek hayatta görme imkanın olacağı için hemen görüp evlenmeyeceğin için ölçüp tarttıktan sonra neden olmasın.”

(A.E., 32, 6.5 yıllık evli.)

Gerçek anlamda kişiyi tanıyabilmek için görüşmek gerekir Ama beni evlendiğim kişi ikna ettiği için tavsiye edebilirim.

(A.S.,25,1 aylık evli.)

“Daha iyi diyemeyebilirim ama tavsiye ederim.”

(M.M., 23,1 aylık evli.)

Ben ederim şu ana kadar bir sıkıntı yaşamadım. İlk başta da dediğim gibi karşı tarafın dürüstlüğü ve sizin dürüstlüğünüze bağlı.

(A.K.,26, 2 yıllık evli.)

“Sosyal medya günümüzün bir gerçeği. Tanışıp evlenmek çok normal artık. İlişkinin sosyal medyada kalması sıkıntılı. Hayata taşınabilirse, sanaldan kopulabilirse çok normal. Sosyal medya sadece aracı olmalı. Diğer süreçler yine insani bir şekilde ilerlemeli.”

(N.E.,32,6 yıllık evli.)

“Dođru kiřiyyi bulduđunuza inaniyorsanız ki biz bulduk o yűzden kesinlikle evet tavsiye ederim.”

(E.Y.,6 aylık evli.)

Genel bir değerlendirme yapıldığında bireyler internet űzerinden tanıştıkları kişiler ile yaptıkları evliliklerinin doğru bir karar olduğu kanısına varmışlardır. Ancak bireylerin tavsiye etmelerinde ki asıl ve tek sebep karşılıklı güvenin sağlanması olduğunu dile getirmektedirler. Bireyler sanal hayattan gerçek hayata geçtikten sonra gerekli şartları sağlayan herkesin evlenebileceği kanısına varmışlardır. Dođru kişiyyi bulma kavramının űzerinde çok fazla durulmuş ve sosyal medyanın artık gűnűműzűn vazgeçilmez bir parçası haline geldiği ve bu mecralarda tanışmanın sonucunda evlenmenin gayet normal olduğunu dile getirmişler. Bireyler sosyal medya űzerinde az çok bir bilgiye sahip olduktan sonra karşılıklı güven sağlanıp bir aile kurulabileceğini dile getirmişlerdir. Sosyal medya aracılığı evlenen bireylerin kişiler çok net bir şekilde tavsiyede bulunmasalar da sosyal medya aracılığı ile tanıştıkları kişilerle, güven, yeterince tanımak gibi gerekli şartları gerçekteştirdikten sonra evlenmelerinde bir mahsur gűrűlmediđi ve sosyal medya aracılığı ile gerçekteştirdikleri evliliklerinde bir sıkıntı olmadığını dile getirmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Toplumlar küreselleşme sonucunda yeni kültürel bir boyut kazanır. Bu boyutların arasında evlilik kavramı da bulunmaktadır. Toplumunu şekillendiren sanal dünya, aynı şekilde evlilik anlayışını da şekillendirmektedir. Bunun sonucunda gelişen teknoloji, toplumu ve onun değerlerini kendine göre uyarlayarak onlara yeni bir boyut kazandırır.

Küreselleşmenin sonucunda insanlar arasındaki mesafe ve zaman farkları ortadan kalkarak iletişim gerçekleşmektedir. İnsanlar sevdikleri kişileri yakınlarında seçme eğilimindedirler fakat yeni medyanın hayatımıza girmesi ile bu anlayışta değişiklikler meydana gelmektedir. İnsanların sanal dünyada çevrimiçi olması ile adeta yakınlık hissi gerçek bir boyut kazanmıştır. Bunun sonucunda evlilik için gerekliliklerin arasında yer alan yakınlık kavramımız sanal dünya sayesinde değişime uğramıştır.

İnsanlar evlilik için birçok farklı kişilik özelliklerine sahip kişilerle görüşme sağlar bunu kimi zaman aracı yolu ile kimi zamanda doğrudan gerçekleştirir. Geleneksel yöntemlerle ortaya çıkan aracılık yerini sanal dünyada ki araçlara bıraktı. Bu durumu şu şekilde açıklamak mümkündür: İnsanlar evlenmek için uygun adayların olduğu bütün kaynakları denerler, internette bunlardan en kolay ulaşılanıdır. İnternetin sınırsız iletişim özelliği, insanlara geniş yetkiler vermiştir. Böylelikle insanlar gerçek hayatın bir yansıması olarak sanal hayatta da kendilerine özgür bir profil oluşturma imkanı buldular. Bu bağlamda zevkleri ve hobilerine göre arkadaşlık edinme imkanı buldular. Kimi zaman arkadaşlıklarını ciddi boyutlara taşıyıp ailenin oluşması için gerekli olan evlenme şartlarını ve kişileri bu sanal dünya sayesinde gerçekleştirmişlerdir.

Ailenin temel yapısını oluşturan evlilik genişleyen teknoloji ile sanal alemde kendine yeni bir yer buldu. Diğer bütün ilişkilerde olduğu gibi evlilik ilişkilerinde de sanal dünyanın sınırsız ve doyumsuz varlığı bu ilişkileri de etkilemektedir. Evlilik kavramı evrensel bir olgu olmasına rağmen gerçekleşme şekli olsun evliliğe yüklenen anlam olsun farklı kültürlere göre şekillenmektedir. Kültürlerin yanı sıra şimdilerde ise evliliğe aracılık yapan kurumlarda da bu şekillenmeler görülmektedir.

Toplumlar iletişim aracı olarak kullandıkları sosyal medya ile şekillenir. Bu şekillenme kültürel yapı üzerinde de etkili olmuştur. Bireylerin bir araya gelerek katılım sağladığı aktif olarak zaman geçirdiği ve kişiler hakkında bilgi edinebildiği sosyal medya araçları evlilikler üzerinde yeni bir şekillenmeye yol açmıştır. Arkadaş arayanların, sevgili

olmak isteyenlerin veya eş arayanların arkadaşlık kurdukları sosyal medyada zamanla bu ilişkiler evliliğe doğru gitmektedir. Bununla birlikte görücü usulü evliliğe ilginin zamanla azaldığı ortaya çıkmaktadır. Bunun yerine sosyal medya gibi modern teknolojiler aracılığı ile ilişki kurmanın tercih edilmeye başlandığı görülüyor.

Geleneksel çöpçatanlık kurumları diye bahsettiğimiz görücü usulü evliliğe ilginin azalmasıyla yeni bir kurum olan sanal çöpçatanlık kurumları ortaya çıkmaktadır. Bu sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı ile kişiler kendilerinin fiziksel özelliklerini, karakteristik özelliklerini aktarabildikleri bir platform oluşturmaktadırlar. Bu platformlar aracılığı ile kişiler karşı tarafla alakalı hızlı ve fazla bilgiye ulaşabilmektedirler. Böylelikle arkadaşlık olarak başlayan sohbetlerin kişilerin kendini karşı tarafa aktarabilmesiyle evliliğe dönüşen ilişkiler ortaya çıkmıştır. Sosyal mecrada tanışma sürecinin zamanla kişiler için gerekli şartları yerine getirmesiyle ilişkilerini gerçek hayata taşımaya başlamışlardır.

Sosyal medya sayesinde tanışan insanlar arasında evlilik oranlarının da her geçen gün arttığı biliniyor. Bu çalışmada ortaya çıkan verilere göre erkeklerin kadınlara oranla öncelikli adımı attıkları gözlenmektedir. Aynı zamanda bu araştırmada kişilerin evliliğe dair fikirleri ve evlilikten beklentileri ölçümlenmektedir. Görüşmecilerin demografik özellikleri dikkate alınarak inceleme yapıldığında, erkeklerin evliliğe dair bakış açıları güven ve saygı olarak ortaya çıkmaktadır. Erkeklerin evlilik için gerekli şartların daha çok maddi bir gücün elinde bulundurulması ve aynı zamanda bireyin aile sorumluluğunu üstlenebilmesi evliliğe dair tanımlamalarını oluşturmaktadır. Kadınlarda ise bu durum sevgi, saygı, anlayış ve romantik bir ilişki olarak daha duygusal boyutta ortaya çıkmaktadır.

Ortaya konulan verilere göre görüşme yapılanların tanıştıkları sosyal mecra genellikle instagram ve facebook üzerinden olmaktadır. Bunun yanı sıra evlilik yılı uzun olanların daha çok facebook üzerinden tanıştıkları ve yeni evli olanların ise instagram üzerinden olduğu ortaya çıkmaktadır. Kişilerin tanıştıkları ortamlar genellikle sosyalleşme amacıyla girilen sitelerden oluşmaktadır. Bireylerin yaşlarına göre kullandıkları mecralar değişiklik göstermektedir.

Kişilerin evlilik kararı verme sürecinde birden farklı faktörler rol oynamaktadır. Öncelikli olarak kişilerin sosyal çevreleri incelenmiştir. “İnternette tanıştık” sıkça duyduğumuz bir tanışma hikayesi haline dönüşmüştür. Bireylerin sosyal çevresinde bu cümle olumlu veya olumsuz etkiler bırakmaktadır. Yapılan araştırmada ortaya çıkan verilere göre kişilerin çevrelerinde olumsuz etkinin fazlalığı mevcuttur. Özellikle bu olumsuz etkinin sebeplerinden

biri kişilerin sosyal medya aracılığı ile tanışmalarını neticesinde güven problemi yaşanacağı endişesidir. Bununla birlikte kişilerin gerçek hayatta tanıtılması ve kendilerini aktarabilmeleriyle bu güven sorunu aşılabilmektedir. Yapılan araştırmaya göre ortaya çıkan bir diğer önemli nokta ise ilişkinin başlarında internetten tanıştığını gizlemeleri ve bazı evliliklerde halen daha söylenmiyor oluşudur. Kişileri çevrelerinden olumsuz bir tepki almak istemeleri onları bu karara götürmektedir.

Evlilikte sosyal çevrenin etkisi araştırılırken kişilerin ailelerinin fikride araştırma konusuna dahil olmuştur. Bireylerin tavrını destekleyenler olduğu gibi karşı çıkanlarda bulunmaktadır. Bu araştırmalar sonucunda karşı çıkan ailelerin temelinde rahatsız olduğu konu tanımadıkları bireyler olmaması ve güvensizlik yatmaktadır. Ailelerin olaya bakış açısı ve verdikleri kararlar kişisel tercihleri etkilememektedir. Ortaya çıkan araştırmalara göre bireyler sosyal medya aracılığı ile yaptıkları evliliğin karar verme sürecinde birincil olarak kendi kararlarını önemsemiştirler.

Sosyal medya insanlara çok geniş fırsatlar sunmaktadır bunların yanında evlilik için uygun eş bulma da girmektedir. Bununla birlikte sosyal medya insanlara yeni kişiler tanıma şansı sunmaktadır. Bu bağlamda araştırmaya konu olan bir diğer husus kişileri sosyal medyada tanışmaya iten faktörlerdir. İnsanlar sosyal medya aracılığı ile evliliği neden tercih etmiş olabilirler. Bu seçimlerini etkileyen unsurlar nelerdir gibi konular üzerine değinilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre insanların yaşadığı çevrenin dışında farklı kişiler ile romantik bir ilişki kurmak istediği belirtilmiştir. İnternetin gelişmesi ile uzaktan yaşanan ilişkilerde artış olmaktadır. Bireyler oluşturdukları sosyal çevrenin dışında yeni insanlar tanımak istemektedir. Bunun sonucunda ortaya çıkan arkadaşlık ilişkileri evliliğe kadar gitmektedir. İnsanların doğasında yer alan merak duygusu bu araştırmada tanımadığı bireye karşı bir merak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin sosyal mecralarda vakit geçirmesi sonucu sosyalleşme isteği ortaya çıkmaktadır. Kimi zaman bu sosyalleşme isteği zaman geçirmek için oluşsa da kimi zaman üzüntü ve sıkıntılardan kaçış olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal mecralar bireylere sosyalleşme şansı vermektedir. Bunun yanı sıra belli konulardan kaçış imkanı da sağlamaktadır.

Sosyal medyanın mekan farkını ortadan kaldırması ile insanlar uzak ilişki yaşamaya başlamışlardır. Bunun sonucunda sosyal hayatlarında daha çekingen, sıkılgan, utangaç (özellikle romantik ilişkilerinde) kişilerin kendilerini rahat ifade edebilmeleri, düşünce

yapılarını, karakteristik özelliklerini daha rahat ifade edebilmeleri ile sosyal medyada tanışmak istemelerine sebep olmaktadır.

Kişilerin isteyerek arkadaşlık kurmak veya romantik bir ilişkiye başlamak dışında önemli bir konu olan boş zaman değerlendirmenin sosyal medya ile daha ön plana çıktığını görmekteyiz. Bireylerin boş zaman değerlendirmesi aktivitesi için oluşturdukları belli başlı platformlar mevcuttur. Bunlardan biri sosyal medya araçlarıdır. Bu araçlar vasıtasıyla bireyler boş zamanlarını değerlendirmektedir. Görüşmecilerin verdikleri cevap çerçevesinde sosyal medyada boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla zaman geçirirken eşleri ile tanıştıkları yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur. Sürekli sosyal medyada zaman geçiren insanların eşlerini bu mecralar aracılığı ile buldukları gözden kaçmamaktadır. Bu bağlamda kişiler sosyal medyada zaman geçirirken, hayattan kopmamak adına sosyalleşmek için vakit geçirilen çeşitli alanlarda (oyun oynamak, arkadaş edinmek, bilgi akışı sağlamak vb.) faaliyet göstermektedirler. Bunun sonucunda birbirleri ile tanışmış ve tanımaya yönelik faaliyetlerde bulunmuşlardır. Ortaya çıkan veriler sonucunda sosyal medyayı sosyalleşme amacıyla kullanırken aile kavramının ilk adımının atıldığı evliliği gerçekleştirdikleri ortaya konulmuştur.

Bireyler evlilik kararı verme sürecinde kafalarında bazı soru işaretleri yaşamaktadır. Özellikle sosyal medya gibi sanal yolla gerçekleştirilen evliliklerde bu soru işaretleri dikkat çekmektedir. Kişilerin kafasında soru işareti var mı? Varsa bu soru işaretleri nelerdir? gibi konular araştırmada yer almaktadır. Bu bağlamda kişilere evlilik kararlarında bir tereddütleri olup olmadığına dair sorular yöneltilmiştir. Bunun sonucunda görüşmecilerin evlilik kararı hakkında bazı tereddütleri bulunmaktadır. Bu tereddütler genellikle güven kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüşmecilerin sosyal medyada tanışması sonucu 'Doğru kişi mi?' 'Sanaldaki ile gerçekteki ile uyuyor mu?' 'Yoksa kandırılıyor muyum?' şeklindeki soru işaretleri ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra sanal yolla gerçekleşen tanışmalar sonucunda beni yanlış anlar mı bana güvenebilir mi düşünceleri de bulunmaktadır. Kişilerin sosyal çevresine ait olmayan bireylerle konuşuyor olması ve onların hakkında az bilgiye sahip olmaları bu tarz sorunları da beraberinde getirmiştir. Aynı zamanda bu ortaya çıkan problemler zaman içinde karşılıklı birbirlerini tanıma sonucu aşılmıştır. Sosyal medyada tanışma sonucu başlayan ilişkilerde ortaya çıkan verilere göre belirlenen problem güven olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte konuşma esnasında karşılıklı güveni tam anlamıyla yerine getiren kişiler hiçbir tereddüt yaşamamıştır.

Evlilikte eşlerin fizyolojik, sosyolojik, ve psikolojik ihtiyaçları mevcuttur. Bu bağlamda kişilerin kendilerine göre belirledikleri kriterler bulunmaktadır. Bu kriterler eş seçiminde önemli rol oynamaktadır. Geleneksel çöpçatanlık kurumlarında aracılardan birbirine uygun gördüğü kişileri tanıştırmak gibi bir işlevi bulunmaktadır. Bu işlev zaman içinde belli başlı değişimlere uğrayarak günümüzde sanal çöpçatanlık kurumlarında oluşturulan profil halini almıştır. Bu oluşturulan profil ile kişiler seçmek istedikleri eş adayı hakkında küçük veya büyük ölçekte bilgiye sahip olabilmektedir. Bireyler istemedikleri özelliği karşısında ki kişide gördüğü zaman rahatça eleme yapabilmektedirler. Bunun aksine görüşmeciler karşı tarafın profili yüksek oranda olumlu yönde etkileyip ilişkiye de başlayabilmektedirler. Bu bağlamda kişilerin eşlerinin profilinde yazmış olduklarından etkilenip etkilenmediklerini ölçmek amacıyla belli başlı sorular sorulup ortaya çıkan veriler açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda görüşmecilerin verdiği yanıtlar sonucunda kişilerin kendinden bahsettikleri bir nevi sanal CV'si olarak adlandırabileceğimiz profilinde belirli bir vakit geçirdikten sonra kafalarında o kişiye dair bir şema oluşturmaktadır. Gerek profil resmi, gerek sosyal çevresi görüşmecileri etkilemiştir. Aynı zamanda kişilerin eğitim durumundan bahsetmeleri karşı taraf için konuşmaya başlamalarında önemli bir etken olmuştur. Geleneksel çöpçatanlık kurumlarının gerçekleştirdiği tanıtma işlevinin sanal çöpçatanlık kurumları devir almıştır. Bireyler kendi seçimlerini bu araçlar sayesinde gerçekleştirmektedir. Profilde bahsedilen her detay evlilik için gerçekleşecek eş seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bireylerin görmediği ve tanımadığı kişiler için küçük ipuçları toplamasına yardımcı olmaktadır. Kişiler hakkında tutum oluşturmaktadırlar.

Bireylerin sosyal medya aracılığı ile tanıştıktan sonra birbirleri ile olan ilişkilerini online mekanlardan (sosyal medya araçları) gerçek mekanlara taşıma eğiliminde bulunmaktadır. Kendilerince sanalda kişinin gerçek hayatta ki varlığını ispatlamaktadır. Bireyler eş adaylarının yazmış olduğu bilgilerin gerçek hayatla tutarlılığını ölçümlemek istemektedirler. Karşı taraftaki kişiye karşı kafalarında oluşan tutumu bir nevi doğrulamak amacıyla online iletişimden yüz yüze iletişime geçmeyi tercih etmektedirler. Bu bağlamda gerçek hayata geçiş sürecinin nasıl işlediğini ortaya koymak amacıyla bazı sorular sorulup ortaya çıkan veriler analiz edilmiştir. Bunun sonucunda kişilerin online üzerinde tanışmayı çok uzatmadıkları ve karşıda ki kişi ile yüz yüze görüşmeyi hızlı tutmuşlardır. Bununla birlikte tanıdıktan sonra online ve gerçekte hayatta ki kişilerin karakteristik ve fiziksel özelliklerinin benzerlik gösterip göstermediği konusuna değinilmiştir. Bununla birlikte görüşmeciler eş adaylarını yeterince tanıyamadıklarını çiftlerin ancak yüz yüze

buluştuktan sonra bunun mümkün olduğunu belirtmişlerdir. Görüşmecilerin verdiği cevaplara göre kişisel ilişkilerinde yüz yüze görüşmeye başlama sebeplerinin aşağı yukarı bilgi sahibi olmaları ve belirli bir tutumlarının oluşmaya başlaması olduğu ortaya çıkmaktadır. Sanal çöpçatanlık kurumlarının aracılığı ile çok fazla tanıma fırsatı olmayacağını ve bunun hayata taşınması gerektiğini belirtmişlerdir.

Evlilikler her toplumda önemli bir yere sahiptir. Toplumlarda evlilik yöntemleri değişse de evliliğin önemi hiçbir zaman değişikliğe uğramamıştır. Türk toplumunda değişime uğramış evlilik yöntemlerinden biri araştırmaya konu olan görücü usulüdür. Geleneksel bir yöntem olan görücü usulü evlenme şimdilerde yerini yeni bir boyut olan sanal kurumlara bırakmıştır. Araştırmaya konu olan sanal çöpçatanlık kurumlarına karşı kişilerin tutumu bu araştırma için oldukça önem arz etmektedir. Bu bağlamda “Sosyal medyada tanışmanın avantajları var mıdır? Varsa nedir?” “Sosyal medyada tanışmanın dezavantajları var mıdır? Varsa nedir?” soruları görüşmecilere yöneltilmektedir. Bu sorular ekseninde ortaya çıkan verilerin araştırmada önemli bir rol oynayacağı belirlenmiştir. Ortaya çıkan verilere göre verilere göre görüşmecilerin sosyal medyada tanışmanın birden fazla avantajı olduğunu belirtmiştir. Gerçek hayatta ki sosyal çevremizde tanıdığımız birini ret etmesi zor iken sosyal medyada bunun daha kolay olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra sosyal medyada kişi seçeneğinin çok fazla olduğunu ve kişisel isteklerimize göre seçim yapmanın daha kolay olduğunu ortaya koymuştur. Aynı zamanda sosyal medyanın zaman ve mekan farklılıklarını ortadan kaldırdığının da avantaj olarak görüldüğü ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra kişiler hakkında bilgi edinmek istendiğinde gerçek hayatta bu yavaş bir süreç olarak ilerlerken sosyal medya aracılığı ile bu süreç hızlı bir şekilde işlemektedir. Aynı zamanda çekingen, utangaç, özgüveni düşük bireyler sanal çöpçatanlar aracılığı ile kendilerini rahat bir şekilde aktarabilmektedirler.

Sanal çöpçatanlık kurumların avantajı olduğu gibi belli başlı dezavantajları da bulunmaktadır. Bunların en başında “güven” problemi dikkat çekmektedir. Kişiler ikili ilişkilerinde ikileme düşmektedir ve acaba sorusunu yöneltilmektedir. Bireylerin ilişkilerinde güven problemi önem arz etmektedir. Ortaya çıkan verilere göre ilişkinin ilerleyebilmesi için öncelikle güven probleminin aşılması gerekmektedir. Bireylerin birbirlerini gerçekte görmemesi ve sanal bir kişi ile iletişimde olması eş adayına karşı bir güvensizlik oluşturmaktadır. Ortaya çıkan bir diğer problem ise sahtekarlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişiler iletişimde oldukları kişinin dolandırıcı hesap olması, ihtimali yüzünden ilişkilerinde tedirginlik yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra gerçekte birbirlerini görmeden etkileşimde oldukları için

fotoğrafta gördüğü kişi ile gerçekteki kişinin uyuşup uyuşmadığı veya verdiği bilgilerinin ne kadarının doğru olduğu kanısında net bir düşünceye sahip olamamaları bireyler için bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun neticesinde sosyal medya aracılığı ile tanışmanı birden çok avantajı ve dezavantajı bulunmaktadır. Kişilerin karşılıklı güveni sağlamaları sonucunda evlilik kararı verdikleri ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak araştırma geleneksel çöpçatanlık kurumu olan görücü usulü evlenmesinin değişime uğradığını yerini sanal çöpçatanlık kurumları dediğimiz sosyal medya aracılığı evlenmeye bırakmıştır. Bu araştırma ile sosyal medya aracılığı ile evlenen kişilerin fikirleri aktarılmak istenmiştir. Bu araştırma sanal çöpçatanlık aracılığı ile evlenen kişilerden oluşan az sayıda çalışmadan biri olmuştur. Sosyal medya aracılığı evlenen bireylerin kişiler çok net bir şekilde tavsiyede bulunmasalar da sosyal medya aracılığı ile tanıştıkları kişilerle, güven, yeterince tanımak gibi gerekli şartları gerçekleştirdikten sonra evlenmelerinde bir mahsur görülmediği ve sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirdikleri evliliklerinde bir sıkıntı olmadığını dile getirmişlerdir. Araştırmada güven problemi olarak ortaya çıkan konu hakkında ülkemizde buna benzer araştırmalar yapılabilir. Kişilerin ilişkilerini gizli tutmalarını engelleyecek güvenli ortam oluşumuna destek sağlanabilir. Değişen teknolojiler sonucunda ortaya çıkan yeni bir evlilik yöntemi olan sanal çöpçatanlık kurumları üzerine daha fazla araştırma yapıp bu yöntemle evlenenlerin oranları ölçümlenebilir. Bununla birlikte sanal çöpçatanlık kurumları aracılığı olan evlilikler desteklenip kişileri bu tarz evliliklere teşvik edici çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Abbaslı,N., Abbasova, F.,Anadol, C.(2002). *Türk Kültür ve Medeniyeti*. İstanbul:Çetin Yayınları.

Adler, A.(1999). *Cinsiyetler Arasında İşbirliği*. S.Selvi (Çev.). İstanbul: Payel Yayınları

Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri*. Ankara: Efil Yayınları.

Aktan, C.C.(2003). Değişim ve YeniGlobal Değerler. Coşkun Can Aktan(Ed.), *Moderniteden Posmoderniteye Değişim*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Alemdar, K., Erdoğan, İ.(1990). *İletişim ve Toplum:Kitle İletişim Kuramları Tutucu ve Değişmeci Yaklaşımları*. Ankara: Bilgi Yayınları.

Alikılıç, Ö., Onat, F.(2007). “Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar” Yaşar Üniversitesi Elektronik Dergisi, Vol.2, Sayı.8 İzmir.

Alikılıç, Ö. (2011).*Halkla İlişkiler 2.0*. Ankara: Efil Yayınları.

Altan, H.Z.(2015). Sosyal Medyanın “Kullanımlar Doyumlar” Haritası: Youtube, Facebook ve Twitter. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık (Ed.). *Sosyal Medya Araştırmaları 2 “ Sosyalleşen Olgular”*. (s.77-116). Konya: Çizgi Kitabevi.

Altunbaş, F. (2014). Sosyal Medyaya Genel Bir Bakış. Müge Demir (Ed.). *Yeni Medya Üzerine Vol.2*. (s.45-62). Konya: Literatürk Yayınları.

Arslan, A. (2015). Eğitim ve Öğretimde Sosyal Medyanın Kullanımı. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık (Ed.). *Sosyal Medya Araştırmaları 2 “ Sosyalleşen Olgular”*. (s.191-220). Konya: Çizgi Kitabevi.

Aronson, E.,Wilson, T.D.,Akert,R.M.(2012). *Sosyal Psikoloji*. A.Dönmez (Çev.).İstanbul: Kaktüs Yayınları

Aydın, M. (2011). Kültür Sosyolojisinin Temel Kuramları. Köksal Alver, Necmettin Doğan (Ed.), *Kültür Sosyolojisi*. Ankara: Hece yayınları.

Babacan, M.E.(2015). *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul: Açılım Yayınları.

Balaban, R.(1982). *Evlilik Akrabalık Türleri Sosyal Antropolojik Yaklaşımla*. İzmir: İleri Yayınları.

Blossom,J.(2009).*Content Nation: Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Lives, and Our Future*. Indiana:Wiley.

- Bogdan, R.C. & Biklen, S.K. (1992) *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*, Boston: Allyn and Bacon.
- Bora, B., Bora A., (2015). *Tuzlu Kahve, Çiftetelli, Gerdek*. İstanbul: Hayy Yayıncılık.
- Boyd, D., Ellison, N.B. (2008). *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Budak, S. (2003). *Psikoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- Canatan, K., Yıldırım, E. (2011). *Aile Sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitabevi.
- Canel, A.N. (2012). *Evlilik ve Aile Hayatı*. İstanbul: Ofset Yayınları.
- Costells, M. (2016). *İletişimin Gücü*. E. Kılıç (Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cox, F. (1978). *Human Intimacy: Marriage, the Family, and Its Meaning*. United States Library of Congress.
- Çakır, S.Y. (2015). *Kullanıcı Reklamcı Mı Oluyor?: Sosyal Medyada Etkileşimciliğin Gücü ve Kullanıcı Merkezli İçerik Üretimi*. Abdullah Özkan, Nilnur Tandıçgüneş, Betül Önay Doğan (Ed.). *Reklam*. (s.213-252).
- Dilekçigil, B. (2011). *Kültür Kavramının Analizi veya Sosyal Kültürel Gerçekliğin Yapısı Üzerine Bir İnceleme*. Köksal Alver, Necmettin Doğan (Ed.), *Kültür Sosyolojisi*. Ankara: Hece yayınları.
- Dönmezer, S. (1994). *Toplum Bilimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Engin, Z.Ö. (2008). *Türkiye'de Evlenmenin Evrimi*. İstanbul: Beşir Kitabevi
- Enginkaya, E., Kırcova, İ. (2015). *Sosyal Medya Pazarlama*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erarslan, L., Eser, D. (2015). *Sosyal Medya Toplum Araştırma*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erdem, T. (2016). *Sosyoloji Notları*. Antalya: Ototite Kitabevi.
- Evans, D. (2008). *Social Media Marketing. An Hour A Day*. Indiana: Wiley.
- Freedman, J.L., Sears, D.O., Carlsmith, J.M. (2003). *Sosyal Psikoloji*. A. Dönmez (Çev.). Ankara: İmge Yayınları.
- Gergen, K.J., Gergen, M.M. (1988). *Kişiler Arası Çekim*. N. Bilgin (Çev.). Nuri Bilgin (Ed.), *Sosyal Psikolojiye Giriş*. İzmir: İzmir Kitaplığı.
- Giddens, Anthony. (2009). *Sosyoloji*. Ankara: Say Yayınları.

- Göka, E.(2017). *İnternet ve Psikolojimiz*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Gökçe, B. (1996). *Türkiyenin Toplumsal Yapısı ve Toplumsal Kurumlar*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Gray,J.(1999).*Mars and Venus on a Date*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınları.
- Güçdemir, Y. (2015). *Sanal Ortamda İletişim “Bir Halkla İlişkiler Perspektifi”*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Güçdemir, Y. (2016). *Sosyal Medya (Halkla İlişkiler,Reklam ve Pazarlama)*. İstanbul: Derin Yayınları
- Günay, V.D.(2016). *Kültür Bilimine Giriş Dil Kültür ve Ötesi*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Güneş, S.(2001). *Medya ve Kültür: Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Güngör, N. (2011). *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güngör, Ö.(2016). *İki Dünya Bir Aile*.Ankara: Akçağ Yayınları.
- Güzel, M. (2006). Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Küresel İletişim Dergisi. Sayı: 1. ss.1-16.
- Hira, İ.(2003). Bilgi Toplumu Bağlamında Toplumsalın Yapısal Dönüşümü. Coşkun Can Aktan(Ed.), *Moderniteden Posmoderniteye Değişim*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Hortaçsu, N.(2015). *Zamanda Aile ve Ailede Zaman*. Ankara: İmge Kitabevi.
- İmançer, D.(2010). Medyayı Anlamak: Stereoptipler, Değerler ve Söylem. Dilek Sarıgül, Ali Ekber Sarıgül (Ed). *Evlilik Programlarında Değer Temsili*Ankara: De ki Yayınları.
- Jaspers,K., Baid, R.(2003).*Evlilik*. Ankara: Yeryüzü Yayınları.
- Kaçın, B. (2017). *Selçuklu Hatunları*. İstanbul: Bilge Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç.(2012).*Benlik, Aile ve İnsan Gelişimi Kültürel Psikoloji*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları
- Kara,T.(2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Karl J., Read, B. (2003). *Evlilik*. Ankara: Yeryüzü Yyayınları.
- Kaya, N.(2007). *Evliliğin 10 Düşmanı*. İstanbul: Nesil Yayınları.

Kazıcı, Z.(2003). *Osmanlıda Toplum Yapısı*. İstanbul: Bilge Yayınları.

Kılıç, S.N. (2012). Toplumsal İlişkiler Alanı Olarak Sanal Alem ÜzerineSchutzcuBir Çözümleme. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt: 13, Sayı: 4. ss. 139-150

Kırık, A.M. (2013). Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık (Ed.). *Sosyal Medya Araştırmaları 1 “ Sosyalleşen Birey”*. (s.69-102). Konya: Çizgi Kitabevi.

Kırık, A.M. (2014). Sosyal Medya-TV Etkileşimi Bağlamında Twitter Bazlı Reyting Ölçümlemesi. Müge Demir (Ed.). *Yeni Medya Üzerine Vol.2*. (s.271-310). Konya: Literatürk Yayınları.

Köktürk, M.(2017). *Toplum ve Kültür*. İstanbul: Ötüken Yayınları

Kuyucu, M. (2015). Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye’deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık (Ed.). *Sosyal Medya Araştırmaları 2 “ Sosyalleşen Birey”*. (s.21-54). Konya: Çizgi Kitabevi.

Lull, James.(2001). *Medya, İletişim, Kültür*. N.Güngör (Çev.). Ankara: Vadi Yayınları.

Mayfield, A. (2008).What is Social Media?.

Meriç, Ö.(2015).140 Karakter ile Siyaset Konuşmak: Twitter ve Siyasetçi-Yurttaş Etkileşimi. Selva Ersöz Karakulakoğlu, Özge Uğurlu (Ed.).*İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter*. (s.33-58). Ankara: Heretik Basın Yayıncılık.

Nicholas, A., Christakis, J., Fowler, H.(2009). *Sosyal Ağların Şaşırtıcı Gücü*. D. Yüksel (Çev). İstanbul: Varlık Yayınları.

Oneil, G.(1974). *Açık Evlilik*. İstanbul:Hürriyet Yayınları.

Ormanlı,O. (2011). Gözü Tamamen Kapalı Filminde Mahremiyet Motifleri. Hüseyin Köse (Ed.). *Medya Mahrem*. (s.264-275). İstanbul: ScholaAyrıntı Yayınları.

Özguven, İ.E. (2000).*Evlilik ve Aile Terapisi*. Ankara: Pdrem Yayınları.

Özguven, N.(2015). Sosyal Ağlarda Markalaşma:Dijital Ortamlarda Reklam Uygulama Örnekleri. Abdullah Özkan, Nilnur Tandaçgüneş, Betül Önay Doğan (Ed.). *Reklam*. (s.111-130).

Sakallı, N.(2001).*Sosyal Etkiler*. Anakra:İmge Yayınları.

Sayar, K., Yalaz, B.(2016). *İnternet Çağında Aşk ve İstirap Sanal Aşk*. İstanbul: Kapı Yayınları.

- Saygılı,S.(2002). *Evlilikte Mutluluk Sanatı*. İstanbul: Türdav Yayınları.
- Sevinç, S.S.(2015). *Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya*. İstanbul: Optimist Yayınları.
- Solmuş, T.(2011). *Çift, Evlilik ve Aile Terapisti*. İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Strenberg, R.J.(1986). *A.Triangular Theosy of Love Psychological Rewiew*, 93, 119-135.
- Şentürk, Ü.(2017). “Yeni Toplumsal Bir Metin Olarak İnternet” Sosyoloji Divanı Dergisi, Vol.5, Sayı.9, Konya
- Tarcan, A. (2005). İnternet ve Toplum.Anı Yayınları.Ankara. ss. 2-3.
- Tarhan, N.(2010). *Evlilik Psikolojisi*. İstanbul: Timaş Yayınları
- Tarhan,N.(2010). *Aile Okulu*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tarhan,N.(2010). *Son Sığınak Aile*. İstanbul:Nesil Yayınları.
- Taylor,S., Pepulau,L.A., Sears, D.O.(2008). *Sosyal Psikoloji*. A. Dönmez. Ankara: İmge Yayınları.
- Tezcan,M.(1987).*Kültür ve Kişilik* Ankara: Bilim Yayınları.
- Topaloğlu, M.K. (2016). *Evlilik Hazırlık Rehberi*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Töret, A.(2017).Geneksel Çöpçatanlık Kurumunun Günümüz Sosyal Medyasına Evrimi Üzerine Bir Değerlendirme Folklor Edebiyat Dergisi. 91. ss. 237-250.
- Uzun, K. & Aydın C. H. (2012). Kullanıcı Profilinin ve Bireylerarası İlişkilerin Gerçek Yaşama Karşılaştırılması: Second Life Örneği.Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi. 7(2). ss.263-290.
- Uzunoğlu, Ebru (2007). "Müşteri Odaklı Pazarlama Anlayışına Göre Değer Yaratma: Bir Model Olarak Değer İletim Sistemi". Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 2(1), 11-29
- Ünal, A.(1998). *Yahudilik'te Hristiyanlık'ta ve İslam'da Evlilik*. Ankara:Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Vatandaş, S. (2019). *Postmodern Dönemde Kimlik ve Sosyal Medya*. İstanbul: Sekam Yayınları.
- Yanık, M.(2016). *Dest-i İzdivaç*. İstanbul: Hayı Yayınları.
- Yılmazçoban, A. M.(2010). Evlilikte Çiftleri etkileyen Unsurlarve Arkadaşlık İlkeleri.*Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 1. ss.183-185.

Yücel,M.(2008). *Evlilik İttifakı Berdel*. İstanbul:Agora Yayınları.

Zengin, M. (2017). *Paylaşmak Yetmez, “Dokunmak” Gerek: Sosyal Medyada Marka İletişimi*. Konya: Literatürk Yayınları.

Zhang, C., Sun, J.,Zhu, X., Fang, Y.(2010). *Privacy and Security for Online Social Networks: Challenges and Oppurtunities*. IEEE Network,24, 13-18.

İnternet Kaynakları

Duygulu, S. (2011). İnternette Başlayan İlişkiler. Psikoloji, Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Makaleleri Kütüphanesi. http://www.tavsiyeediyorum.com/makale_6471.htm
Erişim Tarihi:05.02.2019

Kaya, K.(2018). ‘ Instagram Nedir? Nasıl Kullanılır ?’
https://gezgindunyasi.com/instagram-nedir-nasil_kullanilir/ Erişim
Tarihi:12.12.2018.

Özaytekin, M. (2012). ‘VIP Eş Bulma Hizmeti Veriyorlar.’
http://www.posta.com.tr/pazarpostasi/HaberDetay/VIP_es_bulma_hizmeti_veriyorlar.htm?ArticleID=116429
Erişim Tarihi:12.01.2019.

Özen, M.(2013). Sanal İlişkiler: Hiç Görmediğiniz Bir İnsanı Sevebilmeniz Mümkün mü ? https://www.tavsiyeediyorum.com/makale_11716.htm Erişim Tarihi: 05.02.2019



Salimoğlu,K.B.(2016). ‘İnternette tanıştık.’
https://www.tavsiyeediyorum.com/makale_16696.htm Erişim Tarihi: 05.02.2019

EKLER**EK 1:KATILIMCILAR LİSTESİ**

1. A.E,32, 6.5 yıllık evli, Lisans mezunu
2. M.Ö, 21, 2 yıllık evli, Lise mezunu
3. T.K, 27, 1 yıllık evli, Lisans mezunu
4. A.S, 25, 1 aylık evli, Önlisans mezunu
5. M.M, 23, 1 aylık evli, Lisans mezunu
6. H.K, 27, 1 yıllık evli, Lisans mezunu
7. A.K, 26, 2 yıllık evli, Lisans mezunu
8. N.K, 30, 7 aylık evli, Lisans mezunu
9. H.N, 28, 4 yıllık evli, Ortaokul mezunu
10. A.Ö, 25, 2 yıllık evli, Ortaokul mezunu
11. A.K.E, 33, 7 yıllık evli, Lisans mezunu
12. K.P, 39, 3 yıllık evli, Lise mezunu
13. O.K, 2,5 1 yıllık evli, Lisans mezunu
14. Ş.K, 25, 1.5 yıllık evli, Lisans mezunu
15. N.E, 32, 6 yıllık evli, Lisans mezunu
16. E.Y, 25, 6 aylık evli, Lisans mezunu
17. F.Ö, 26, 6 aylık evli, Lisans mezunu
18. M.Ç, 42, 7 yıllık evli, Lise mezunu
19. A.K, 28, 1.5 yıllık evli, Lisans mezunu

EK 2: GÖRÜŞME FORMU

1. Kaç yaşındasınız ?
2. Eğitim Durumunuz nedir?
3. Kaç yıldır evlisiniz ?
4. Eşinizle tanışma sürecinizden kısaca bahseder misiniz ?
5. Sizce evlilik nedir?
6. Bir insan evliliğe ne zaman hazır olur?
7. Evlenilecek eşte aradığınız özellikler nelerdir?
8. Evlilikte önemli olan kavram ve özellikler nelerdir?
9. Evlenirken tereddüt ettiğiniz bir konu oldu mu?
10. Evlenirken herhangi birinin etkisinde kaldınız mı ?
11. Evlilik kararı verme sürecinde gerek bireysel gerek ailenizin tavrından bahsedebilir misiniz?
12. Sosyal medyada tanışmaya iten faktörler nelerdir?
13. Eşinizle sosyal medyada tanışmanız çevrenizdeki insanlar tarafından olumlu veya olumsuz nasıl ile karşılandı?
14. Sosyal medyada tanışmada kişinin profilinde yazmış olduğu bilgiler sizi ne denli etkiledi?
15. Sosyal medyada tanıştığınız kişi ile online iletişimden yüzyüze iletişime geçmeniz nasıl bir süreç izledi?
16. Yüzyüze iletişime geçmeden önce eşinizi sosyal medya üzerinden tanıyabilmek için ne kadar bir süre gerekli ?
17. Sosyal medyada eşinizi yeterince tanıyabildiniz mi?
18. Sosyal medyada tanışmanın avantajları var mıdır? Varsa nedir?
19. Sosyal medyada tanışmanın dezavantajları var mıdır? Varsa nedir?
20. Sosyal medya üzerinden yaptığımız evliliği tavsiye eder misiniz?

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ	 KONYA
---	---	---

Özgeçmiş

Adı Soyadı:	TUÇE BİNAR	İmza:		
Doğum Yeri:	KONYA/BEYŞEHİR			
Doğum Tarihi:	19.10.1993			
Medeni Durumu:	BEKAR			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	SÜMER İ.Ö.O	İLKOKUL	İSTANBUL	2000-2005
Ortaöğretim	SÜMER İ.Ö.O	ORTAOKUL	İSTANBUL	2005-2008
Lise	İMKB KIZ MESLEK VE TEKNİK LİSESİ	ÇOCUK GELİŞİMİ ÖZEL EĞİTİM ALAN DALI	İSTANBUL	2008-2011
Lisans	NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ	HAKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANA BİLİM DALI	KONYA	2013-2017
Yüksek Lisans	NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ	HAKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANA BİLİM DALI	KONYA	2017-2020
İş Deneyimi:	Özel eğitim alanında 1 yıl öğretmenlik, 6 yıl satış danışmanlığı, 1 yıl garson ve aşçılık, 6 ay metin yazarlığı,			
Tel:	0531-250-91-45			
Mail adres:	bnrtugce001@gmail.com			

Adres	Sümer mahallesi 28/6 sokak no:8 daire:1 ZEYTİNBURNU /İSTANBUL
Eklemek istediğiniz hususlar	6 ay boyunca GüneyAsyanın bir ülkesi olan Malezya'da yüksek lisansa destek amaçlı eğitim aldım. İngilizce seviyem orta seviyede. Formasyon belgem bulunmamaktadır.

