

SOSYAL MEDYADA FACEBOOK VE TIKTOK YORUMLARI ÜZERİNDEN AYNI EŞLE YENİDEN EVLENME İSTEĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

THE DESIRE TO REMARRY THE SAME SPOUSE IN FACEBOOK AND TIKTOK COMMENTS: AN EVALUATION BASED ON SOCIAL MEDIA DATA

Doç. Dr. Sait YILDIRIM

İğdır Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü
ORCID ID: 0000-0002-6044-2447, saityildirim.erz@gmail.com

Doç. Dr. Volkan DURAN

İğdır Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü
ORCID ID: 0000-0003-0692-0265, volkan.duran8@gmail.com

ÖZ

Evlilik, toplumsal normlar ve bireysel beklentilerle şekillenen, dinamik bir sosyal kurumdur. Günümüzde bireyler, evlilik deneyimlerine ve eşlerine yönelik tutumlarını sosyal medya platformları aracılığıyla kamusal alana taşımaktadır. Bu araştırma, Facebook ve TikTok platformlarında paylaşılan “Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?” sorusuna verilen kullanıcı yorumları üzerinden, bireylerin evlilik kararlarını geriye dönük olarak yeniden onaylama veya reddetme eğilimlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Kategorik içerik analizi temelli kesitsel bir desenle tasarlanan çalışmada, toplam 2.000 kullanıcı yorumu (1.157 Facebook, 843 TikTok) nitel ve nicel yöntemlerle analiz edilmiştir. Bulgular, katılımcıların %53’ünün aynı eşle yeniden evlenmek istediğini, %47’sinin ise bu kararı reddettiğini göstermektedir. Cinsiyet odaklı analizler, erkeklerin (%58), kadınlara (%47) kıyasla mevcut eşlerini yeniden seçme konusunda daha istekli olduğunu ortaya koymuştur. Duygu kategorileri açısından en sık rastlanan ifade %32 ile “pişmanlık” olurken, bunu %26 ile “huzur” izlemiştir. Platformlar arasında belirgin bir farklılaşma gözlemlenmiş; Facebook yorumlarında olumlu duygu ifadeleri ve evlilik kararını onaylama eğilimi (%78) öne çıkarken, TikTok yorumlarında pişmanlık, nefret ve reddetme eğilimi (%73) baskın hale gelmiştir. Sonuç olarak bu çalışma, aynı eşle yeniden evlenme isteğinin evlilik doyumu, eşe yönelik duygu ve evlilik kararının geriye dönük değerlendirilmesi açısından anlamlı bir gösterge olarak ele alınabileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Evlilik algısı, Sosyal medya, Facebook, TikTok, Yeniden evlenme isteği.

ABSTRACT

Marriage is a dynamic social institution shaped by societal norms and individual expectations. Today, individuals bring their marital experiences and attitudes towards their spouses to the public sphere through social media platforms. This research aims to examine the tendency of individuals to retrospectively reaffirm or reject their marriage decisions through user comments on the question “Would you marry your spouse if you were born again?” shared on Facebook and TikTok platforms. In the study, which was designed with a cross-sectional design based on categorical content analysis, a total of 2,000 user comments (1,157 Facebook, 843 TikTok) were analyzed by qualitative and quantitative methods. The findings show that 53% of the participants wanted to remarry the same spouse, while 47% rejected this decision. Gender-focused analyses revealed that men (58%) were more willing to choose their current spouses again compared to women (47%). In terms of emotion categories, the most common expression was “regret” with 32%, followed by “peace” with 26%. A significant differentiation was observed between the platforms; while positive expressions of emotion and a tendency to approve their marriage decision (78%) are prominent in Facebook comments, regret, hatred, and rejection (73%) are dominant in TikTok comments. As a result, this study shows that the desire to remarry the same spouse can be considered as a meaningful indicator in terms of marital satisfaction, feelings towards the spouse, and retrospective evaluation of the marriage decision.

Keywords: Perception of marriage, Social media, Facebook, TikTok, Desire to remarry.

GİRİŞ

Aile, toplumsal yapının temel kurumlarından biri olarak bireyin sosyal, duygusal, kültürel ve ekonomik yaşamının şekillenmesinde önemli bir işleve sahiptir. Aile kurumunun oluşumunda ve sürekliliğinde ise evlilik, merkezi bir konumda yer almaktadır. Evlilik, bireysel bir tercih olmanın yanında toplumsal normların, aile beklentilerinin ve kültürel değerlerin yeniden üretildiği bir ilişki biçimidir. Nitekim evlilik ve aile, bireyin toplumsal kimliğinin, sorumluluk anlayışının ve yakın ilişki deneyimlerinin şekillenmesinde merkezi bir kurum olarak değerlendirilmektedir (Kir, 2011; Arı, 2023). Evlilik algısı, bireylerin evliliğe, eşe, aile yaşamına ve evlilikten beklenen sorumluluklara ilişkin olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerini ifade etmektedir. Bu algı, bireyin içinde bulunduğu toplumsal, kültürel, ekonomik yapılara ve kuşaklara göre farklılaşabilmektedir. Evliliğe ilişkin beklentiler, bireyin eş seçiminden evlilik içi rol paylaşımına kadar birçok alanı etkilemektedir. Evlilik beklentileri ile toplumsal cinsiyet rolü tutumları arasında anlamlı ilişki bulunduğunu gösteren çalışmalar, evliliğin yalnızca duygusal değil, aynı zamanda toplumsal rollerle biçimlenen bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır (Ünal-Karagüven ve Bal, 2023). Evlilik biçimlerinin, eş seçme süreçlerinin, aile içi rollerin ve evlilikten beklenen anlamların zaman içinde değişmesi, farklı kuşakların evliliğe ilişkin tutumlarında da çeşitlilik oluşturmaktadır (Güneş ve Elkurdi, 2022; Akbaş vd., 2019).

Evliliğe ilişkin tutumların şekillenmesinde cinsiyet önemli bir değişken olarak öne çıkmaktadır. Kadın ve erkeklerin evlilikten beklentileri, evlilik içi sorumlulukları deneyimleme biçimleri ve eş ilişkisine yükledikleri anlamlar farklılaşabilmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri, evlilik içinde kadın ve erkekte beklenen davranışları, sorumlulukları ve güç ilişkilerini belirleyen önemli bir çerçeve sunmaktadır (Vatandaş, 2007). Özellikle toplumsal cinsiyet rolleri, aile içi sorumluluk paylaşımı, çocuk bakımı, ekonomik sorumluluklar ve duygusal destek beklentileri evlilik deneyiminin kadınlar ve erkekler tarafından farklı değerlendirilmesine neden olabilmektedir. Literatürde, kadınların evlilikte duygusal bağ, anlayış ve karşılıklı destek beklentisini

daha fazla vurguladığı; erkeklerin ise otorite, statü veya sorumluluk paylaşımı gibi boyutları öne çıkardığı belirtilmektedir (Ümmet, 2017; Tykhonenko, 2021). Bu nedenle evlilik algısının cinsiyet temelinde incelenmesi, eşler arası ilişkinin duygusal ve toplumsal boyutlarını anlamak açısından önem taşımaktadır.

Evlilik deneyiminin niteliğini belirleyen en önemli kavramlardan biri evlilik doyumdur. Bu, iletişim kalitesi, güven, saygı, empatik anlayış, çatışma çözme ve karar süreçlerine katılım gibi ilişki unsurlarla bağlantılıdır (Çağ ve Yıldırım, 2013). Bu nedenle bireyin aynı eşle yeniden evlenmek isteyip istememesi, bu doyuma ilişkin genel bir değerlendirme olarak okunabilir. Evlilik doyumu ve memnuniyeti, evliliğin sürekliliğine katkı sunduğu; bireysel açıdan ise mental sağlığa iyi geldiği bilinmektedir (Lian vd., 2014). Evliliğe ilişkin genel değerlendirmeler, geçmişte yaşanan olumlu ya da olumsuz evlilik deneyimleri, ebeveynlerinin evlilik biçimleri; evlilik hayalini kurma, evliliği sürdürme, evlilik kararını yeniden onaylama veya evlilikten pişmanlık duyma biçimlerini etkileyebilmektedir (Abdullaeva, 2024). Yeniden evlenme olgusu ise literatürde çoğunlukla boşanma, eş kaybı ya da önceki evliliğin sona ermesi sonrasında bireylerin tekrar evlilik ilişkisine yönelmesi bağlamında ele alınmaktadır. Bu açıdan bakıldığında yeniden evlenme, bireysel tercihin ötesinde toplumsal cinsiyet rolleri, yaş, çocuk sahibi olma, ekonomik güvence, yalnızlık kaygısı, bakım ihtiyacı ve kültürel normlarla ilişkili olan çok boyutlu bir karar sürecine işaret etmektedir (Moss ve Moss, 1981; Rezaei vd., 2022). Araştırmalar, erkeklerin kadınlara kıyasla yeniden evlenmeye daha eğilimli olduğunu; kadınların ise çocuk bakımı, aile içi sorumluluklar, kültürel baskılar ve önceki evlilik deneyimlerinden kaynaklanan olumsuzluklar nedeniyle yeniden evlenme konusunda daha temkinli davranabildiğini göstermektedir (Tekin ve İpek, 2020; Lee ve Choi, 2023). Bununla birlikte bu çalışmada ele alınan “Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?” sorusu, boşanma sonrası yeniden evlenmeden farklıdır. Bu soru, bireyin mevcut veya eski eşini ve evlilik kararını geriye dönük olarak yeniden değerlendirip değerlendirmediyi göstermesi bakımından önemlidir.

Günümüzde evlilik ve aile yaşamına ilişkin deneyimler yalnızca özel alanda kalmamakta, sosyal medya platformları aracılığıyla kamusal görünürlük kazanmaktadır. Facebook, TikTok, Instagram ve benzeri dijital platformlar, bireylerin evlilik deneyimlerini, eşlerine yönelik duygularını, pişmanlıklarını, memnuniyetlerini ve aile yaşamına ilişkin değerlendirmelerini ifade ettikleri yeni kamusal alanlara dönüşmüştür (Kıymaz ve Akıncı-Çötök, 2024). Sosyal medya yorumları, temsili örneklem niteliği taşımamakla birlikte, belirli toplumsal meseleler hakkında kullanıcıların nasıl düşündüklerini, hangi duygusal kategorilerle tepki verdiklerini ve hangi platformlarda hangi söylemlerin öne çıktığını anlamak açısından önemli bir araştırma alanı sunmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya kullanım biçimleri de evliliklerin niteliğini etkilemektedir (Kalaman ve Çelik, 2019; Tiryaki ve Karakuş, 2018). Sosyal medya platformlarının kendine özgü kullanıcı profilleri, etkileşim kültürleri ve içerik üretim biçimleri, evlilikle ilgili yorumların biçimini etkileyebilmektedir. Facebook daha çok uzun süreli sosyal çevre ilişkilerine, aile ve tanıdık ağlarına dayalı bir paylaşım kültürü üretirken; TikTok daha kısa, hızlı, mizahi, duygusal ve tepki odaklı içeriklerin dolaşıma girdiği bir platform olarak öne çıkmaktadır (Özgülük-Üçok vd.; Yılmaztürk, 2023). Bu nedenle aynı soruya verilen yanıtların farklı sosyal medya platformlarında farklı duygu örüntüleri üretmesi mümkündür. Ancak bu farklılıklar, doğrudan platformların bireylerin evlilik algısını belirlediği şeklinde değil, platformlara göre görünür hale gelen yorum örüntülerinin değiştiği şeklinde değerlendirilmelidir.

1. YÖNTEM

1.1. Araştırmanın Problemi, Amacı ve Araştırma Soruları

Bu araştırmanın temel problemi, sosyal medya kullanıcılarının evlilik deneyimlerini ve eşlerine yönelik duygusal değerlendirmelerini “aynı eşle yeniden evlenme isteği” üzerinden nasıl ifade ettiklerini ortaya koymaktır. Evlilik doyumu, pişmanlık, huzur, sevgi, minnet ve nefret gibi duygular çoğunlukla özel alanla ilişkili görülse de sosyal medya platformlarında bu duygular kamusal

yorumlar aracılığıyla görünür hâle gelmektedir. Bu durum, evlilik deneyiminin dijital ortamda nasıl dile getirildiğini, kullanıcıların evlilik kararlarını geriye dönük olarak nasıl değerlendirdiğini ve farklı platformlarda hangi duygu örüntülerinin öne çıktığını incelemeyi önemli kılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Facebook ve TikTok platformlarında “Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?” sorusuna verilen kullanıcı yorumlarını analiz ederek aynı eşle yeniden evlenme isteğinin, eşe/evliliğe yönelik duygu kategorilerinin, cinsiyet ve sosyal medya platformu değişkenlerine göre nasıl farklılaştığını incelemektir. Çalışma, temsili bir evren örneklemi iddiası taşımamakla birlikte, dijital ortamlarda evliliğe ilişkin olumlu ve olumsuz duygu ifadelerinin nasıl görünür hâle geldiğini göstermesi bakımından önem taşımaktadır.

Bu amaç doğrultusunda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

Sosyal medya kullanıcıları, tekrar dünyaya gelseler mevcut ya da eski eşleriyle yeniden evlenmek isterler mi?

Aynı eşle yeniden evlenme isteği cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?

Kullanıcı yorumlarında eşe/evliliğe yönelik duygu kategorileri cinsiyete göre nasıl farklılaşmaktadır?

Aynı eşle yeniden evlenme isteği Facebook ve TikTok platformlarına göre farklılaşmakta mıdır?

Eşe/evliliğe yönelik duygu kategorileri Facebook ve TikTok platformlarına göre nasıl farklılaşmaktadır?

Kullanıcı yorumları yanıt, duygu kategorisi, cinsiyet ve platform değişkenleri temelinde hangi örüntüler etrafında kümelenmektedir?

1.2. Araştırmanın Deseni

Bu araştırma, Facebook ve TikTok platformlarında kamuya açık biçimde yer alan kullanıcı yorumlarını inceleyen netnografik içerik analizi temelli kesitsel bir sosyal medya araştırması olarak tasarlanmıştır. Netnografik yaklaşım, çevrim içi ortamlarda üretilen kullanıcı ifadelerini, bu ifadelerin ortaya çıktığı dijital etkileşim bağlamı içinde değerlendirmeye

imkân tanımaktadır. Bu çalışmada kullanıcı yorumları öncelikle nitel içerik analiziyle incelenmiş; yorumlarda yer alan yanıtlar ve duygusal ifadeler araştırma amacına uygun kategorilere ayrılmıştır. Daha sonra bu kategoriler frekans, yüzde, çapraz tablo, ki-kare testi ve kümeleme analiziyle destekleyici nicel değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu nedenle araştırmanın temel yaklaşımı nitel/netnografik olup, nicel analizler nitel kodlamadan elde edilen kategorilerin dağılımını ve değişkenler arasındaki ilişkileri görünür kılmak amacıyla kullanılmıştır. Çalışma, sosyal medya kullanıcılarının tüm evli bireyleri temsil ettiği iddiasını taşımamakta; Facebook ve TikTok yorumlarında görünür hâle gelen evlilik algısı, pişmanlık, huzur, sevgi, minnet ve reddetme örüntülerini incelemeyi amaçlamaktadır.

1.3. Veri Kaynağı ve Örneklem

Araştırmanın veri kaynağını Facebook ve TikTok platformlarında yer alan ve “Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?” sorusuna verilen kullanıcı yorumları oluşturmaktadır. Bu iki platformun tercih edilmesinin temel nedeni, söz konusu soruya ilişkin paylaşımların ve kullanıcı etkileşimlerinin bu mecralarda yoğun biçimde yer almasıdır. Araştırmanın örneklemi, kamuya açık sosyal medya içerikleri altında yer alan, cinsiyet ve yanıtın netliği konusunda araştırmacılar tarafından mutabık kalınan toplam 2000 kullanıcı yorumu oluşturmaktadır. Bu yorumların 1157’si Facebook, 843’ü TikTok platformundan elde edilmiştir. Yorum sahiplerinin cinsiyet dağılımı incelendiğinde, örneklemde 1030 erkek ve 970 kadın kullanıcı yorumu yer almaktadır. Örneklem, sosyal medya platformlarında erişilebilen yorumlar arasından araştırmanın amacına uygun olarak seçilmiştir. Bu kapsamda yalnızca araştırma sorusuna açık biçimde yanıt veren, evlilik/eş ilişkisine dair anlamlı bir değerlendirme içeren ve “Evet” ya da “Hayır” biçiminde kodlanabilecek yorumlar analize dahil edilmiştir. İçeriği belirsiz, yalnızca emoji içeren, konu dışı kalan ve açık biçimde çözilemeyen veya cinsiyet bilgisi güvenilir biçimde belirlenemeyen yorumlar analiz dışında bırakılmıştır. Bu çalışmada kullanılan örneklem, temsili bir evren örneklemini değil, sosyal medya yorumlarına dayalı amaçlı bir veri setidir.

1.4. Veri Toplama Süreci

Veriler, Haziran 2024 ve Ağustos 2025 tarihleri arasında toplanmış ve güncellenmiştir. Facebook ve TikTok platformlarında herkese açık olarak paylaşılan içerikler altında yer alan kullanıcı yorumlarından elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde platformlarda yukarıda belirtilen soru ve bu sorunun farklı yazım biçimleri esas alınarak ilgili paylaşımların tümü sınırlama getirilmeden taranmış ve araştırma için kullanılabilecek tüm yorumlar kullanılmıştır. Facebook ve TikTok’ta bu soru ve aynı anlama gelen ve yorum alan paylaşımlar altındaki tüm yorumlar dikkate alınmıştır. Genel anlamda “Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir misiniz, tekrar evlenme, eşinizle yeniden evlenir miydiniz” içerikli soruları Facebook ve TikTok uygulamalarında arama motoruna yazılarak bu alanda ortaya çıkan içeriklerin yorumları değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma kapsamına alınan yorumlar, kullanıcı adı, profil bağlantısı, görsel, hesap bilgisi veya kişiyi tanımlayabilecek herhangi bir bilgi kaydedilmeksizin yalnızca metinsel içerik olarak değerlendirilmiştir. Yorumlarda isim ve profil resminden yola çıkılarak cinsiyet belirlenmiştir. Belirsiz, bot hesap veya tanımlanamayan hesaplar ve yorumlar analiz dışı bırakılmıştır. Bunun sebebi ise elde edilecek bilgilerin doğru olup olmayacağının net olmamasıdır. Aynı zamanda oradaki kullanıcıların bilgisine erişme imkanının olmamasından kaynaklanmaktadır. Paylaşım ve yorumları herkese açık olan, en çok yorum alan 20 paylaşım dikkate alınmıştır.

Yorumlar araştırmacılar tarafından Excel ortamına aktarılmış ve her bir yorum için aşağıdaki değişkenler oluşturulmuştur:

1. Sosyal medya platformu: Facebook / TikTok
2. Cinsiyet: Kadın / Erkek
3. Yanıt: Evet / Hayır
4. Evliliğe veya eşe yönelik duygu kategorisi: Huzur / Minnet / Nefret / Pişmanlık / Sevgi

Veri setinde her bir yorum tek analiz birimi olarak kabul edilmiştir. Aynı içeriğin tekrar ettiği veya aynı kullanıcıya ait olduğu açıkça anlaşılan yinelenmiş yorumlar veri setine dahil edilmemiştir.

1.5. Kodlama Süreci

Araştırmada kullanıcı yorumları iki düzeyde kodlanmıştır. İlk düzeyde, yorumların “Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?” sorusuna verdiği yanıt “Evet” veya “Hayır” olarak sınıflandırılmıştır. İkinci düzeyde ise yorumların içerdiği duygusal anlam dikkate alınarak her yorum beş temel duygu kategorisinden birine atanmıştır: huzur, minnet, nefret, pişmanlık ve sevgi. Bu kategoriler, yorumlarda tekrar eden anlam örüntülerinden hareketle oluşturulmuş; daha sonra her kategori için alt kodlar ve kodlama ölçütleri belirlenmiştir.

Tablo 1. Eşe/evliliğe yönelik duygu kategorileri ve kodlama ölçütleri

Ana duygu kategorisi	Alt kodlar / tematik göstergeler	Kodlama ölçütü
Huzur	Güven, uyum, sakinlik, anlaşılma, ev içi düzen	Yorumda evlilikten memnuniyet, içsel rahatlık ve eşle uyum vurgusu varsa bu kategoriye kodlanmıştır.
Minnet	Teşekkür, fedakârlık, sadakat, destek, “iyi ki” ifadesi	Yorumda eşin emeğine, desteğine, fedakârlığına veya varlığına yönelik teşekkür ve takdir duygusu baskınsa bu kategoriye kodlanmıştır.
Sevgi	Aşk, bağlılık, özlem, duygusal yakınlık, eşe olumlu bağlılık	Yorumda eşe yönelik sevgi, aşk, bağlılık veya duygusal yakınlık açık biçimde ifade ediliyorsa bu kategoriye kodlanmıştır.
Pişmanlık	Keşke evlenmeseydim, yanlış karar, hayal kırıklığı, boşa geçen zaman	Yorumda evlilik kararının geriye dönük olarak olumsuz değerlendirildiği ve evlenme kararından pişmanlık duyulduğu belirtiliyorsa bu kategoriye kodlanmıştır.
Nefret	Öfke, kırgınlık, ağır reddediş, düşmanlık, travmatik deneyim iması	Yorumda eşe veya evliliğe yönelik yoğun öfke, nefret, ağır reddediş ya da güçlü olumsuz duygu baskınsa bu kategoriye kodlanmıştır.

Kod cetveli, kullanıcı yorumlarında tekrar eden duygu ve anlam örüntülerinin incelenmesiyle oluşturulmuştur. İlk aşamada yorumlarda öne çıkan temel duygusal ifadeler belirlenmiş, benzer

anlam taşıyan ifadeler aynı kategori altında toplanmıştır. İkinci aşamada bu kategoriler evlilik doyumu, toplumsal cinsiyet rolleri ve sosyal medya etkileşimleri literatürüyle ilişkilendirilerek kod tanımları netleştirilmiştir. Böylece kodlama sürecinde hem veriye dayalı tümevarımsal yaklaşım hem de literatür destekli kavramsal tutarlılık birlikte gözetilmiştir.

İçeriklerde her yorum, bağlamı dikkate alınarak baskın duygu kategorisine göre 2 araştırmacı tarafından kodlanmıştır. Bir yorumda birden fazla duygu bulunması durumunda, araştırma sorusuyla en doğrudan ilişkili ve anlam bakımından en baskın olan duygu kategorisi esas alınmıştır. Anlamı açık olmayan, ironi içerdiği düşünülen veya duygu kategorisine güvenilir biçimde yerleştirilemeyen yorumlar analiz kapsamına alınmamıştır. Kodlama işlemi iki bağımsız araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar öncelikle duygu kategorilerine ilişkin kodlama yönergesi üzerinde uzlaşmış; ardından yorumlar bağımsız biçimde kodlanmıştır. Kodlama sonrasında araştırmacılar arasındaki uyum değerlendirilmiş, farklı kodlanan yorumlar yeniden incelenerek uzlaşma yoluyla nihai kategori belirlenmiştir.

1.6. Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmada geçerliği artırmak amacıyla veri toplama, seçme ve kodlama süreci sistematik biçimde yürütülmüştür. Analize yalnızca araştırma sorusuna açık biçimde yanıt veren, evlilik/eş ilişkisine dair anlamlı değerlendirme içeren ve “evet” ya da “hayır” biçiminde sınıflandırılabilen yorumlar dâhil edilmiştir. Konu dışı, yalnızca emoji içeren, anlamı belirsiz, yinelenen veya güvenilir biçimde kodlanamayan yorumlar analiz dışında bırakılmıştır.

Güvenirliği sağlamak amacıyla yorumlar iki araştırmacı tarafından bağımsız biçimde kodlanmıştır. Kodlama öncesinde duygu kategorilerine ilişkin tanımlar, alt kodlar ve kodlama ölçütleri belirlenmiş; böylece araştırmacıların ortak bir kodlama çerçevesi kullanması sağlanmıştır. Kodlama sonrasında araştırmacılar arasındaki görüş birliği ve görüş ayrılığı bulunan yorumlar karşılaştırılmış, farklı kodlanan kayıtlar yeniden değerlendirilerek uzlaşma yoluyla nihai kategoriye atanmıştır. Bu süreç, kodlamanın

tutarlılığını ve araştırmanın güvenilirliğini artırmayı amaçlamıştır.

1.7. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen kategorik veriler istatistiksel analizlere uygun hale getirilmiştir. Öncelikle cinsiyet, sosyal medya platformu, yanıt, duygu kategorilerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır. Ardından cinsiyet ile yanıt, cinsiyet ile duygu kategorisi, sosyal medya platformu ile yanıt, sosyal medya platformu ile duygu kategorisi arasındaki ilişkiler çapraz tablolar aracılığıyla incelenmiştir. Kategorik değişkenler arasındaki ilişkileri test etmek amacıyla Ki-Kare Bağımsızlık Testi kullanılmıştır. Ki-kare analizlerinde anlamlılık düzeyi $p < .05$ olarak kabul edilmiştir. İlişkinin gücünü değerlendirmek amacıyla nominal değişkenler için kontenjan katsayısı hesaplanmıştır. Bu analizler aracılığıyla, yanıtların ve duygusal tepki kategorilerinin cinsiyet ve sosyal medya platformuna göre anlamlı biçimde farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışmada kullanıcı yorumlarının evlilikle ilgili tutum örüntülerini daha bütüncül biçimde incelemek amacıyla İki Aşamalı Kümeleme Analizi uygulanmıştır. Bu analizde yanıt, duygu kategorisi, sosyal medya platformu ve cinsiyet değişkenleri modele dahil edilmiştir. Kümeleme analizi, katılımcı yorumlarının benzer özelliklere göre kümelenip kümelenmediğini belirlemek amacıyla kullanılmıştır. Bununla birlikte kümeleme analizinin yorumlanmasında kümeler yorum örüntülerini sınıflandırmaya yardımcı bir analiz olarak değerlendirilmiştir.

1.8. Araştırma Sınırlılıkları

Bu araştırmanın bulguları, sosyal medya mecralarının doğasından ve veri toplama yönteminden kaynaklanan belirli sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Örneklem temsiliyeti açısından veriler yalnızca Facebook ve TikTok platformlarında belirli paylaşımlara yorum yapan kullanıcılarla sınırlıdır. Bu kullanıcılar, dijital okuryazarlığı olan ve görüş bildirme motivasyonu yüksek bir grubu temsil ettiğinden, bulgular tüm evli veya boşanmış bireyleri kapsamaz. Cinsiyet belirleme sürecinde kullanıcıların cinsiyet değişkeni, profil isimleri ve görselleri üzerinden araştırmacıların gözlemine

dayalı olarak atanmıştır. Bu durum, anonim hesaplar veya yanıltıcı profil bilgileri nedeniyle sınırlı bir güvenilirlik ifade edebilir. Demografik veri eksikliği bakımından sosyal medya platformlarındaki gizlilik politikaları gereği katılımcıların yaş, eğitim durumu, evlilik süresi, sosyoekonomik düzey ve çocuk sayısı gibi evlilik doyumunu doğrudan etkileyen diğer kritik değişkenlere ulaşılamamış, analizler mevcut çıktı ve kategorilerle kısıtlı kalmıştır.

1.9. Etik İlkeler

Araştırmada yalnızca Facebook ve TikTok platformlarında kamuya açık biçimde yer alan kullanıcı yorumları analiz edilmiştir. Veri toplama sürecinde kullanıcı adı, profil bağlantısı, fotoğraf, konum bilgisi veya kişiyi tanımlayabilecek herhangi bir veri kaydedilmemiştir. Yorumlar yalnızca araştırmanın amacı doğrultusunda metinsel veri olarak değerlendirilmiş ve anonimleştirilmiştir. Sosyal medya verileri kamuya açık olsa da evlilik, eş ilişkisi, pişmanlık, nefret ve benzeri duygusal içerikler, hassas nitelik taşıyabileceğinden, araştırmada mahremiyetle birlikte anonimlik ilkelerine dikkat edilmiştir. Doğrudan alıntı paylaşılmamıştır. Duygu kategorileri, kullanıcıları tanımlanabilir nitelikte değildir. Bu açıdan herhangi bir etik kurul belgesine ihtiyaç duyulmamaktadır.

2. BULGULAR

Bu bölümde Facebook ve TikTok platformlarında “Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?” sorusuna verilen toplam 2000 kullanıcı yorumu analiz edilmiştir. Bulgular; yorumların cinsiyete göre dağılımı, aynı eşle yeniden evlenme isteği, evliliğe/eşe yönelik duygu kategorileri, sosyal medya platformlarına göre yanıt farklılıkları ve kümeleme analizi sonuçları çerçevesinde sunulmuştur.

Araştırma kapsamında analiz edilen 2000 yorumun cinsiyete göre dağılımı Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Yorumların cinsiyete göre dağılımı

Cinsiyet	%	f
Erkek	51%	1030
Kadın	49%	970
Toplam	100%	2000

Tablo 2'ye göre analiz edilen yorumların %51'i erkek, %49'u kadın kullanıcı yorumlarından oluşmaktadır. Bu dağılım, veri setinde kadın ve erkek kullanıcı yorumlarının birbirine yakın oranlarda temsil edildiğini göstermektedir. Kullanıcıların "Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?" sorusuna verdikleri yanıtların cinsiyete göre dağılımı Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Aynı eşle yeniden evlenme isteğinin cinsiyete göre dağılımı

Cevap	Evet	Hayır	Toplam
Cinsiyet	% f	% f	% f
Erkek	58% 602	42% 428	100% 1030
Kadın	47% 460	53% 510	100% 970
Toplam	53% 1062	47% 938	100% 2000

Tablo 3'e göre erkek kullanıcı yorumlarının %58'i aynı eşle yeniden evlenme isteğini ifade ederken, %42'si aynı eşle yeniden evlenmek istemediğini belirtmiştir. Kadın kullanıcı yorumlarında ise "evet" yanıtı %47, "hayır" yanıtı %53 oranındadır. Toplam dağılıma bakıldığında yorumların %53'ünde aynı eşle yeniden evlenme isteği, %47'sinde ise aynı eşle yeniden evlenmeme yönünde bir tutum görülmektedir.

Kullanıcı yorumlarının kodlandığı beş kategorinin cinsiyete göre dağılımı Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Evliliğe/eşe yönelik duygu kategorilerinin cinsiyete göre dağılımı

Evliye / Eşe Yönelik Duygu	Erkek	Kadın	Toplam
	% f	% f	% f
Huzur	32% 330	20% 193	26% 523
Minnet	6% 62	7% 66	6% 128
Nefret	12% 120	18% 175	15% 295
Pişmanlık	30% 310	34% 333	32% 643
Sevgi	20% 208	21% 203	21% 411
Toplam	100% 1030	100% 970	100% 2000

Tablo 4'e göre erkek kullanıcı yorumlarında en yüksek oranı %32 ile huzur kategorisi oluşturmaktadır. Bunu %30 ile pişmanlık ve %20 ile sevgi kategorileri

izlemektedir. Kadın kullanıcı yorumlarında ise en yüksek oran %34 ile pişmanlık kategorisindedir. Kadınlarda sevgi %21, huzur %20, nefret ise %18 oranında görülmektedir. Toplam dağılım incelendiğinde, evliliğe/eşe yönelik en sık kodlanan duygu kategorisi %32 ile pişmanlıktır. Bunu %26 ile huzur, %21 ile sevgi, %15 ile nefret ve %6 ile minnet izlemektedir.

Cinsiyet ile evliliğe/eşe yönelik duygu kategorileri arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla Ki-Kare Bağımsızlık Testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Cinsiyet ile duygu kategorileri arasındaki ilişkiye yönelik ki-kare testi

	Değer	sd	Asimptotik Anlamlılık (2-Yönlü)
Pearson Ki-Kare	45,391 ^a	4	,000
Olabilirlik Oranı	45,832	4	,000
Doğrusallık İlişkisi	6,122	1	,013
Geçerli Örneklem Sayısı (N)	2000		

a. Hücrelerin %0,0'ında (0 hücre) beklenen değer 5'ten küçüktür. Minimum beklenen değer 62,08'dir.

Ki-kare testi sonucuna göre cinsiyet ile evliliğe/eşe yönelik duygu kategorileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır, $\chi^2(4, N = 2000) = 45.391$, $p < .001$. Bu bulgu, duygu kategorilerinin kadın ve erkek kullanıcı yorumlarında anlamlı biçimde farklılaştığını göstermektedir.

İlişkinin gücünü değerlendirmek amacıyla hesaplanan kontenjan katsayısı Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Cinsiyet ile duygu kategorileri arasındaki ilişkinin gücü

Simetrik Ölçümler		Değer	Yaklaşık Anlamlılık
Nominal - Nominal	Kontenjans Katsayısı	,149	,000
Geçerli Örneklem Sayısı (N)		2000	

Kontenjan katsayısının .149 olması, cinsiyet ile duygu kategorileri arasında istatistiksel olarak anlamlı ancak zayıf düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla cinsiyet, evliliğe/eşe yönelik duygu kategorilerinde bir farklılaşma üretmekle birlikte, bu ilişkinin gücü sınırlıdır.

Evliliğe/eşe yönelik duygu kategorilerinin Facebook ve TikTok platformlarına göre dağılımı Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Duygu kategorilerinin sosyal medya platformuna göre dağılımı

Sosyal Medya Uygulaması →	Facebook		TikTok		Toplam	
Evliliğe / Eşe Yönelik Duygu	f	%	f	%	f	%
Huzurlu	454	39%	69	8%	523	26%
Minnet	83	7%	45	5%	128	6%
Nefret	85	7%	210	25%	295	15%
Pişmanlık	239	21%	404	48%	643	32%
Sevgi	296	26%	115	14%	411	21%
Genel Toplam	1157	100%	843	100%	2000	100%

Tablo 7’ye göre Facebook yorumlarında en yüksek duygu kategorisi %39 ile huzurdur. Bunu %26 ile sevgi ve %21 ile pişmanlık izlemektedir. TikTok yorumlarında ise en yüksek duygu kategorisi %48 ile pişmanlıktır. Bunu %25 ile nefret ve %14 ile sevgi izlemektedir.

Sosyal medya platformu ile evliliğe/eşe yönelik duygu kategorileri arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla Ki-Kare Bağımsızlık Testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8. Sosyal medya platformu ile duygu kategorileri arasındaki ilişkiye yönelik ki-kare testi

	Değer	sd	Asimptotik Anlamlılık (2-yönlü)
Pearson Ki-Kare	431,038 ^a	4	,000
Olabilirlik Oranı	459,005	4	,000
Doğrusallık İlişkisi	212,917	1	,000
Geçerli Örneklem Sayısı (N)	2000		

a. Hücrelerin %0,0’ında (0 hücre) beklenen değer 5’ten küçüktür. Minimum beklenen değer 53,95’tir.

Ki-kare testi sonucuna göre sosyal medya platformu ile evliliğe/eşe yönelik duygu kategorileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır, $\chi^2(4, N = 2000) = 431.038, p < .001$. Bu sonuç, duygu kategorilerinin Facebook ve TikTok yorumlarında anlamlı biçimde farklılaştığını göstermektedir.

Sosyal medya platformu ile duygu kategorileri arasındaki ilişkinin gücünü değerlendirmek amacıyla hesaplanan kontenjan katsayısı Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Sosyal medya platformu ile duygu kategorileri arasındaki ilişkinin gücü

Simetrik Ölçümler			
		Değer	Yaklaşık Anlamlılık
Nominal - Nominal	Kontenjans Katsayısı	,421	,000
Geçerli Örneklem Sayısı (N)		2000	

Kontenjan katsayısının .421 olması, sosyal medya platformu ile duygu kategorileri arasında orta düzeyde bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Bu bulgu, platformlara göre evliliğe/eşe yönelik duygu ifadelerinin belirgin biçimde farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Kullanıcıların aynı eşle yeniden evlenme isteğine ilişkin yanıtlarının Facebook ve TikTok platformlarına göre dağılımı Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Aynı eşle yeniden evlenme isteğinin sosyal medya platformuna göre dağılımı

Cevap	Evet		Hayır		Toplam	
Sosyal Medya	f	%	f	%	f	%
Facebook	832	78%	325	35%	1157	58%
TikTok	230	22%	613	65%	843	42%
Genel Toplam	1062	100%	938	100%	2000	100%

Tablo 10’a göre tekrar evlenme isteğinin sosyal medya uygulamalarına göre oranına bakıldığında evet yanıtı verenlerin %78’i Facebook yorumlarından, %22’si TikTok yorumlarından oluşmaktadır.

Sosyal medya platformu ile aynı eşle yeniden evlenme isteği arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla Ki-Kare Bağımsızlık Testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11. Sosyal medya platformu ile aynı eşle yeniden evlenme isteği arasındaki ilişkiye yönelik ki-kare testi

	Değer	sd	Asimp- totik Anlam- lılık (2-Yön- lü)	Kesin Anlam- lılık (2-Yön- lü)	Kesin Anlam- lılık (1-Yön- lü)
Pearson	389,988 ^a	1	,000		
Ki-Kare					
Süreklilik Düzeltilme- si ^b	388,198	1	,000		
Olabilirlik Oranı	402,748	1	,000		
Fisher’in Kesin Testi				,000	,000
Doğrusal- lık ilişkisi	389,793	1	,000		
Geçerli Örneklem Sayısı (N)	2000				

a. Beklenen değer sayımı 5’ten küçük olan hücre bulunmamaktadır (%0,0). Minimum beklenen değer sayımı 395,37’dir.

b. Sadece 2x2 boyutundaki tablolar için hesaplanmıştır.

Ki-kare testi sonucuna göre sosyal medya platformu ile aynı eşle yeniden evlenme isteği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır, $\chi^2(1, N = 2000) = 389.988$, $p < .001$. Bu sonuç, “Evet” ve “Hayır” yanıtlarının Facebook ve TikTok platformlarına göre anlamlı biçimde farklılaştığını göstermektedir.

İlişkinin gücünü değerlendirmek amacıyla hesaplanan kontenjan katsayısı Tablo 12’de verilmiştir.

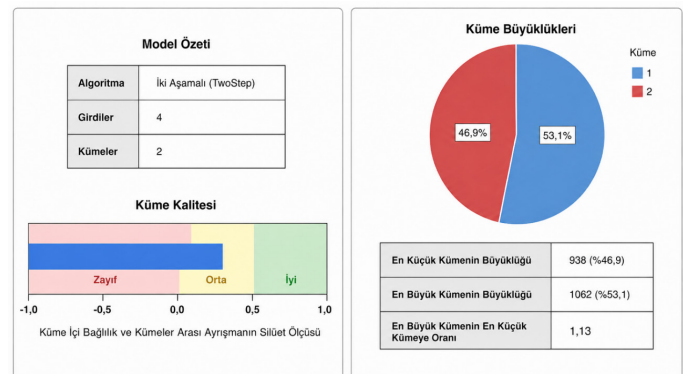
Tablo 12. Sosyal medya platformu ile aynı eşle yeniden evlenme isteği arasındaki ilişkinin gücü

Simetrik Ölçümler		Değer	Yaklaşık Anlamlılık
Nominal - No- minal	Kontenjans Kat- sayısı	,404	,000
Geçerli Örneklem Sayısı (N)		2000	

Kontenjan katsayısının .404 olması, sosyal medya platformu ile aynı eşle yeniden evlenme isteği arasında orta düzeyde bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Buna göre, aynı eşle yeniden evlenme isteğine ilişkin yanıtların platformlara göre belirgin biçimde farklılaştığı söylenebilir.

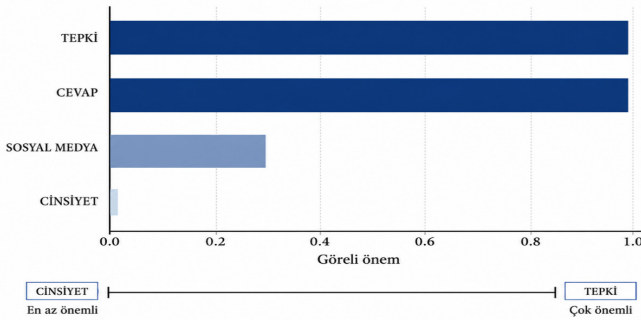
Araştırmada kullanıcı yorumlarının benzer özelliklere göre doğal gruplar oluşturup oluşturmadığını belirlemek amacıyla İki Aşamalı Kümeleme Analizi (Two-Step Cluster Analysis) uygulanmıştır. Bu yöntemin tercih edilme nedeni, aynı model içerisinde birden fazla kategorik değişkeni birlikte değerlendirebilmesi ve optimum küme sayısını istatistiksel ölçütler doğrultusunda otomatik olarak belirleyebilmesidir. Analize sosyal medya platformu (Facebook/TikTok), cinsiyet (kadın/erkek), aynı eşle yeniden evlenme yanıtı (evet/hayır) ve evliliğe/ eşe yönelik duygu kategorisi (huzur, minnet, nefret, pişmanlık, sevgi) değişkenleri dâhil edilmiştir. Kümeleme işleminde log-likelihood uzaklık ölçüsü kullanılmış, optimum küme sayısı Schwarz’s Bayesian Information Criterion (BIC) esas alınarak belirlenmiştir. Model kalitesi silhouette uyum katsayısı ile değerlendirilmiş, değişkenlerin kümelerin oluşumuna katkısı ise yordayıcı önem değerleri üzerinden yorumlanmıştır. Elde edilen kümeler, kullanıcı yorumlarını açıklayıcı değil keşfedici bir sınıflandırma olarak değerlendirilmiştir.

Şekil 1. Kümeleme analizi



Analiz sonucunda iki küme elde edilmiştir. Birinci kümede 1062 yorum, ikinci kümede ise 938 yorum yer almıştır. Buna göre birinci küme toplam yorumların %53.1'ini, ikinci küme ise %46.9'unu oluşturmaktadır. Küme büyüklük oranının 1.13 olması, kümelerin büyüklük bakımından birbirine yakın olduğunu göstermektedir. Kümeleme modelinin kalitesini değerlendirmek amacıyla kullanılan silhouette katsayısının yaklaşık .50 düzeyinde olduğu görülmüştür. Bu değer, kümeler arasında orta düzeyde bir ayrışma bulunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla model, kullanıcı yorumlarını belirli örüntüler temelinde ayırabilmekle birlikte, sonuçların nedensel veya kesin sınıflandırıcı bir yapı olarak değil, keşfedici bir analiz bulgusu olarak değerlendirilmesi gerekir.

Şekil 2. Yordayıcıların Görelî Önem Değerleri



Değişken önem değerleri incelendiğinde ise, kümelerin oluşumunda en belirleyici değişkenin evliliğe/eşe yönelik duygu kategorisi olduğu görülmüştür. Bunu aynı eşle yeniden evlenme isteğine verilen yanıt ve sosyal medya platformu izlemektedir. Cinsiyet değişkeninin ise kümelerin oluşumunda diğer değişkenlere kıyasla daha düşük düzeyde belirleyici olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, kullanıcı yorumlarının yalnızca cinsiyet temelinde değil, daha çok evliliğe/eşe yönelik duygu ifadeleri ve aynı eşle yeniden evlenme isteği etrafında ayrıştığını göstermektedir. Platform değişkeni de bu ayrışmada önemli bir yere sahip olmakla birlikte, bulgular platformun doğrudan belirleyici olduğu şeklinde değil, farklı platformlarda farklı yorum örüntülerinin görünür hale geldiği şeklinde ele alınmalıdır.

3. TARTIŞMA

Bu araştırmada Facebook ve TikTok platformlarında “Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?” sorusuna verilen kullanıcı yorumları üzerinden bireylerin mevcut veya boşanmış olduğu eşleriyle yeniden evlenme isteği, evliliğe/eşe yönelik duygusal tepkileri ve bu tutumların cinsiyet ile sosyal medya platformlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Araştırma bulgularında toplam yorumların %53’ünde aynı eşle yeniden evlenme isteği ifade edilmiştir. Ancak neredeyse yarıya yakın bir oranda evlilik kararına yönelik pişmanlık, mesafe veya reddetme eğiliminin de görünür olduğu dikkat çekmiştir. Araştırma bulguları, erkek kullanıcı yorumlarında aynı eşle yeniden evlenme isteğinin kadın kullanıcı yorumlarına göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. Literatürde de cinsiyetin evlilik algısı, evlilik doyumu ve yeniden evlenme isteği üzerinde belirleyici bir değişken olabileceği belirtilmektedir. Özellikle erkeklerin yeniden evlenmeye kadınlara göre daha istekli olduklarını gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Bu isteğin bir yönü de bakım ve düzen ihtiyacı ile yaşam konforu üzerinden açıklanabilir (Curran vd., 2003; Glick ve Lin, 1987). Kadınlar yeniden evlenme konusunda toplumsal baskılar, çocuk bakımı, aile içi sorumluluklar ve kültürel normlar nedeniyle daha temkinli davranabilmektedir. Kadın kullanıcı yorumlarında aynı eşle yeniden evlenme eğiliminin daha düşük olması, evlilik içindeki toplumsal cinsiyet rollerinin ve aile içi sorumluluk dağılımının kadınların evlilik deneyimini daha olumsuz değerlendirmesine yol açabileceğini düşündürmektedir. Evlilik, kadınlar açısından hem duygusal bir birliktelik hem de bakım emeği, ev içi sorumluluk, çocuk yetiştirme, duygusal emek ve aile içi ilişkilerin sürdürülmesi gibi yükümlülükleri de içeren bir yaşam alanıdır (Kılıç-Gergin, 2023; Gürsoy-Çuhadar, 2024).

Araştırmada evliliğe/eşe yönelik duygu kategorileri incelendiğinde, toplam yorumlar içinde en yüksek oranın pişmanlık kategorisinde toplandığı görülmektedir. Pişmanlık kategorisinin toplamda %32 oranında yer alması, sosyal medya yorumlarında evlilik deneyimine ilişkin eleştirel ve olumsuz değerlendirmelerin güçlü biçimde görünür olduğunu

ortaya koymaktadır. Bununla birlikte huzur (%26) ve sevgi (%21) kategorilerinin de önemli oranlarda yer alması, evlilik deneyimine yönelik olumlu duyguların da belirgin olduğunu göstermektedir. Cinsiyet ile duygu kategorileri arasındaki dağılım incelendiğinde, erkek kullanıcı yorumlarında huzur kategorisinin, kadın kullanıcı yorumlarında ise pişmanlık ve nefret kategorilerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Ki-kare analizi de cinsiyet ile duygu kategorileri arasında anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur. Ancak kontenjan katsayısının düşük olması, bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmakla birlikte zayıf düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu nedenle cinsiyet, evlilik deneyimine ilişkin duygu ifadelerini açıklamada önemli bir değişken olmakla birlikte, tek başına güçlü bir açıklayıcı olarak değerlendirilmemelidir. Bu noktada evlilik doyumu literatürü, bulguların anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Evlilik doyumu, bireylerin aile yaşamının genel niteliğinden duydukları memnuniyetle ilişkilidir (Vural-Batık ve Kalkan, 2017). Evlilikte, evliliğe hazırlık eksikliği (Adira vd., 2024), ekonomik sorunlar, iletişim problemleri, medya ve sosyal medya (Tarhan vd., 2024), bağımlılıklar, kök aile müdahaleleri ve çocuk yetiştirme sürecinde yaşanan gerilimler (Murdian ve Agustiani, 2015) ve duygusal kopukluklar evlilik doyumunu olumsuz etkileyebilmektedir (Canel, 2007; Storaasli ve Markman, 1990). Buna karşılık duygusal bağlılık, karşılıklı anlayış, benzer değerler ve etkili sorun çözme becerileri evlilikten duyulan memnuniyeti artırabilmektedir (Tavakol vd., 2017; Heidari ve Kumar, 2021).

Araştırmanın önemli bulgularından biri de sosyal medya platformlarına göre yanıt ve duygu kategorilerinin belirgin biçimde farklılaşmasıdır. Facebook yorumlarında aynı eşle yeniden evlenme isteği %72 iken, TikTok yorumlarında bu oran %27'dir. Benzer biçimde Facebook yorumlarında huzur ve sevgi kategorileri daha yüksek oranlarda yer alırken, TikTok yorumlarında pişmanlık ve nefret kategorileri daha belirgindir. Çalışmanın verileri kesitsel sosyal medya yorumlarına dayandığı için nedensel bir çıkarım üretmek doğru değildir. Bu farklılık, platformların kullanıcı demografisi, içerik üretim tarzı, yorum kültürü, algoritmik görünürlük

yapısı ve kullanıcıların paylaşım motivasyonlarıyla ilişkili olabilir. Facebook'un daha çok aile, akrabalık, tanıdık çevre ve uzun süreli sosyal ağlarla ilişkili bir paylaşım kültürü üretmesi (Uluç ve Yarcı, 2017), TikTok'un ise kısa, hızlı, mizahi, duygusal yoğunluğu yüksek ve çoğu zaman tepki odaklı içeriklerle öne çıkması, kullanıcı yorumlarının tonunu farklılaştırmış olabilir (Cervi, 2021). TikTok yorumlarında pişmanlık ve nefret kategorilerinin daha yüksek olması, bu platformda olumsuz evlilik deneyimlerinin, mizahi ya da abartılı anlatıların ve duygusal tepkilerin daha görünür olabileceğini düşündürmektedir. Ancak çalışmada yaş, eğitim, evlilik süresi, çocuk sahibi olma durumu ve sosyoekonomik düzey gibi değişkenler bulunmadığı için bu yorumlar yalnızca olası açıklamalar olarak değerlendirilmelidir. Bu noktada araştırmanın önemli sınırlılıklarından biri, platform farklılıklarının altında yatan demografik ve kültürel değişkenlerin kontrol edilememiş olmasıdır. Araştırmada uygulanan İki Aşamalı Kümeleme Analizi de kullanıcı yorumlarının özellikle duygu kategorisi ve aynı eşle yeniden evlenme yanıtı etrafında kümelendiğini göstermektedir. Kümeleme analizinde evliliğe/eşe yönelik duygu kategorisinin en önemli değişken olarak öne çıkması, bireylerin evlilik kararını yeniden değerlendirme biçimlerinde duygusal tepkinin merkezi bir role sahip olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Bu araştırma, Facebook ve TikTok platformlarında "Tekrar dünyaya gelseniz eşinizle evlenir miydiniz?" sorusuna verilen kullanıcı yorumları üzerinden evlilik kararının yeniden değerlendirilme biçimlerini incelemiştir. Bulgular, yorumların %47'sinde yeniden evlenmeyeceğini ifade etmektedir. Cinsiyet açısından erkek kullanıcı yorumlarında aynı eşle yeniden evlenme isteği daha yüksek bulunurken, kadın kullanıcı yorumlarında pişmanlık ve nefret gibi olumsuz duygu kategorileri oranı daha yüksektir. Sosyal medya platformlarına göre ise daha belirgin bir farklılaşma görülmüştür. Facebook yorumlarında aynı eşle yeniden evlenme isteği, huzur ve sevgi kategorileri daha yüksek oranda yer alırken, TikTok yorumlarında yeniden evlenmeme, pişmanlık ve nefret kategorileri daha yüksektir. Bulgular, aynı

eşle yeniden evlenme isteğinin evlilik doyumu, eşe yönelik duygu ve evlilik kararının geriye dönük değerlendirilmesi açısından anlamlı bir gösterge olduğunu ortaya koymaktadır. Gelecek araştırmalarda aynı konu, kullanıcıların demografik bilgilerinin dâhil edildiği daha kontrollü örneklemelerle incelenebilir. Özellikle yaş, eğitim düzeyi, evlilik süresi, çocuk sayısı, gelir durumu ve boşanma deneyimi gibi değişkenlerin analize katılması, aynı eşle yeniden evlenme isteğini etkileyen faktörlerin daha açık biçimde anlaşılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Abdullaeva, D. A. (2024). Perceptions of family life as social perceptions. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*, 6(1), 126–131. <https://doi.org/10.37547/tajir/volume06issue01-19>
- Adira, N., Rismarini, N., & Nurhayati, S. (2024). Perceived marriage readiness: A cross-cultural exploration. *Psychological Research and Intervention*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.21831/pri.v7i1.76456>
- Akbaş, M., Sürücü, Ş. G., Köroğlu, C. O., & Öztürk, M. (2019). Üniversite öğrencilerinin evlilik tutumlarını etkileyen faktörler. *Cukurova Medical Journal*, 44(1), 93-100. <https://doi.org/10.17826/cumj.441022>
- Arı, Y. (2023). Aile kurumunun işlevleri nelerdir ve neden önemlidir? Sosyolojik bir araştırma. C. C. S. Temana (Ed.), *İlahiyat alanında uluslararası araştırma ve değerlendirmeler* içinde (ss. 127-139). Serüven Yayınevi.
- Canel, A. N. (2007). *Ailede problem çözme, evlilik doyumu ve örnek bir grup çalışmasının sınanması* [Doktora tezi]. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Cervi, L. (2021). TikTok ve Z kuşağı. *Tiyatro, Dans ve Performans Eğitimi*, 12(2), 198–204. <https://doi.org/10.1080/19443927.2021.1915617>
- Curran, S. R., McLanahan, S., & Knab, J. (2003). Does remarriage expand perceptions of kinship support among the elderly? *Social Science Research*, 32(2), 171–190. [https://doi.org/10.1016/S0049-089X\(02\)00046-7](https://doi.org/10.1016/S0049-089X(02)00046-7)
- Çağ, P., & Yıldırım, İ. (2013). Relational and personal predictors of marital satisfaction. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 4(39), 13-23. <https://doi.org/10.17066/pdrd.56304>
- Glick, P. C., & Lin, S. L. (1987). Remarriage after divorce: Recent changes and demographic variations. *Sociological Perspectives*, 30(2), 162-179. <https://doi.org/10.2307/1389057>
- Güneş, Ö., & Elkurdi, M. (2022). X, Y ve Z kuşaklarının evlilik algısı. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Researches*, 8(15), 244–256. <https://doi.org/10.51293/socrates.203>
- Gürsoy Çuhadar, S. (2024). Ev içi emek bölüşümü: Kabuller ve çatışmalar. *Çalışma ve Toplum*, 2(81), 565-589. <https://doi.org/10.54752/ct.1461501>
- Heidari, M., & Kumar, G. (2021). Influence of emotional intelligence on marital satisfaction among married couples. *International Journal of Scientific Research*, 10(1). <https://doi.org/10.36106/ijssr/2934906>
- Kalaman, S., & Çelik, F. (2019). Türkiye'deki evli bireylerin sosyal medya kullanımlarının evlilikleri üzerine etkisi: Nitel bir araştırma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 13(19), 424-453. <https://doi.org/10.26466/opus.589684>
- Kılıç Gergin, M. T. (2023). Evli çalışan kadınlar ile evli çalışmayan kadınların evlilik uyumunun incelenmesi. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(2), 183–204. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1178>
- Kıymaz, E., & Akıncı Çötök, N. (2024). The role of social media in marital relationships: A symbolic interactionist perspective. *Journal of Family Counseling and Education*, 9(2), 89-104. <https://doi.org/10.32568/jfce.1586770>
- Kir, I. (2011). Toplumsal bir kurum olarak aile ve işlevleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(36), 381-404.
- Lee, S., & Choi, J. (2023). Gendered trends and patterns of attitudes toward remarriage among the divorced in South Korea. *Population Research and Policy Review*, 42(11). <https://doi.org/10.1007/s11113-023-09760-8>
- Lian, D., Shi, H., & Fan, L. (2014). Review of marital satisfaction. *Advances in Psychology*, 4(2), 244-249. <https://doi.org/10.12677/AP.2014.42048>
- Moss, M. S., & Moss, S. Z. (1981). Yaşlı dulların

- yeniden evlenmesinde ölen eşin imajı. *Gerontolojik Sosyal Çalışma Dergisi*, 3(2), 59–70. https://doi.org/10.1300/J083V03N02_06
- Murdiana, S., & Agustiani, H. (2015). Marital conflict resolution and influencing factors: Studies on married women in Makassar. *Proceedings of the International Conference on Science, Technology and Humanity 2015* (ss. 244-252). Makassar State University.
- Özgülük Üçok, S. B., Yılmaztürk, N. H., & Atay, B. (2023). Facebook kıskançlığı ve bağlanma: Kıskançlığın ve yalnızlığın aracı rolü. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45, 66-94. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.1169733>
- Rezaei, M., Osmani, N., & Matlabi, H. (2022). İran'daki Kürt halkının yaşlı dul annelerinin yeniden evlenmesi hakkındaki görüşleri. *Çocuk Sanayi Araştırmaları*, 15, 217–233. <https://doi.org/10.1007/s12187-021-09864-7>
- Storaasli, R. D., & Markman, H. J. (1990). Evliliğin erken dönemlerindeki ilişki sorunları: Boylamsal bir araştırma. *Aile Psikolojisi Dergisi*, 4(1), 80–98. <https://doi.org/10.1037/0893-3200.4.1.80>
- Tarhan, N., Demirsoy, Ç., & Tutgun-Ünal, A. (2024). The development and psychometric analysis of Uskudar family perception and attitudes scale. *Environment & Social Psychology*, 9(6). <https://doi.org/10.54517/esp.v9i6.2482>
- Tavakol, Z., Behboodi Moghadam, Z., Nikbakht Nasrabadi, A., Salehiniya, H., & Rezaei, E. (2017). Evlilik doyumuyla ilişkili faktörlerin incelenmesi. *Galen Tıp Dergisi*, 6(3), e641. <https://doi.org/10.31661/gmj.v6i3.641>
- Tekin, S., & İpek, M. (2020). Evlenmemiş ve evlenip boşanmış bireylerin evliliğe yükledikleri anlam. *Aydın Sağlık Dergisi*, 6(2), 91-121.
- Tiryaki, S., & Karakuş, M. (2018). Evli bireylerin sosyal medya kullanımları üzerine bir saha araştırması. *Kurgu*, 26(3), 422-443.
- Tykhonenko, N. (2021). Lise son sınıf öğrencilerinin evliliğe hazırlıklarında cinsiyet farklılıkları. *Psikoloji ve Kişilik*, 1, 183–195. <https://doi.org/10.33989/2226-4078.2021.1.227229>
- Uluç, G., & Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.
- Ümmet, D. (2017). Üniversite mezunu evli bireylerin evlilik algıları üzerine metaforik bir inceleme. *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 205- 235. <https://doi.org/10.23863/kalem.2017.81>
- Ünal-Karagüven, M. H., & Bal, S. F. (2023). Üniversite öğrencilerinin evlilik beklentileri ile cinsiyet rollü tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 57(57), 151-167. <https://doi.org/10.15285/maruaebd.1200118>
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Sosyoloji Konferansları*, 35, 29-56. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iusoskon/issue/9517/118909>
- Vural Batık, M., & Kalkan, M. (2017). Evlilikte algılanan sorun çözme becerileri ve evlilik doyumunu. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2630-2646. <https://doi.org/10.15869/itobiad.341815>