Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Sciences

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 50, Şubat 2021, s. 526-537

ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.48765>

Gözde GÜLKANAT

Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi

gozdeglknt@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5537-1691>

Prof. Dr. Fulya YÜKSEL-ŞAHİN

Yıldız Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık ABD

fusahin@yildiz.edu.tr ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3454-2142>

BELİREN YETİŞKİNLERDE VE YETİŞKİNLERDE ALDATMAYA YÖNELİK NİYETİN İNCELENMESİ¹

Özet

Bu araştırmada beliren yetişkinlerde ve yetişkinlerde aldatmaya yönelik niyet düzeyinin farklı değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu araştırmacının, çeşitli sosyal medya hesapları üzerinden ve Facebook'ta yer alan bazı gruplar aracılığı ile ulaştığı evli, nişanlı ya da romantik bir ilişkisi olan 438 birey (338 kadın ve 100 erkek) oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşları 18 ile 65 arasında değişmektedir. Araştırmada veriler Aldatmaya Yönelik Eğilim Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu ile toplanmıştır. Verilerin analizi, t-testi ve Varyans Analizi ile yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda erkeklerin ve sevgili/ flört durumunda olan bireylerin aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin anlamlı olarak yüksek olduğu bulunmuştur. Ancak, yaşa, eğitim düzeyine ve sosyal medya kullanım sürelerine göre aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Aldatmaya yönelik niyet, beliren yetişkin, yetişkin

¹ Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir

THE INVESTIGATION OF THE INTENTIONS TOWARDS INFIDELITY IN EMERGING ADULTS AND ADULTS

Abstract

This study aimed to examine the levels of the intentions toward to fidelity in emerging adults and adults in terms of different variables. The study group consists of 438 adult individuals (338 female and 100 male) aged between 18 and 65 years, who are married, engaged or have a romantic relationship, which the researcher has reached through various social media accounts and some groups on Facebook. The data in the study were collected through the personal Information Form and Intentions Towards Infidelity Scale. Independent sample t test, and one-way ANOVA were used to analyze the data. According to the study results, it was found that the levels of intention towards infidelity of the male participants and the participants in the flirting stage are significantly higher. However, the levels of intention towards infidelity of participants do not differ according to age, education level and social media usage time.

Keywords: Intentions toward infidelity, adult, emerging adult

GİRİŞ

Aldatma olgusu ilişkilerde karşılaşılan en önemli ve temel problemlerden biridir. İlişkilerin sona ermesine neden olabilen aldatma ayrıca en önemli boşanma sebepleri arasında yer almaktadır. Ayrıca özellikle aldatılan bireylerin ruhsal sağlığını olumlu düzeyde olumsuz etkilemektedir (Polat, 2006:18). Duygusal ya da cinsel aldatma olarak meydana gelebilen aldatma davranışı (Urooj, Haque ve Anjum, 2015:422) aynı zamanda toplumlarda oldukça yaygın bir davranış olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aldatma, hem araştırmacılar hem de terapistler için oldukça karmaşık bir olgudur. Blow ve Hartnett (2005:218), aldatma kavramına ilişkin yapılan çalışmalarda kavramın farklı tanımları olduğunu belirlemiş ve aldatmanın tutarlı bir operasyonel tanımdan yoksun olduğunu ortaya koymuşlardır. Buna bağlı olarak aldatma kavramına ilişkin geniş bir tanım yapmışlar ve aldatmayı düzenli bir romantik ilişkisi olan bir kişinin ilişki yaşadığı kişi dışında başka biri ile gerçekleştirdiği, güveni önemli ölçüde zedeleyen, kabul edilen açık ya da kapalı normlara uygun olmayan cinsel ve/veya duygusal bir eylemler olarak tanımlamışlardır.

Çiftlerden herhangi birinin partnerinin bilgisi ya da rızası olmadan başka biri veya birileriyle duygusal ya da cinsel birliktelik yaşaması aldatma olarak ifade edilmektedir. Aldatma üçüncü bir kişinin duygusal ya da cinsel olarak ilişkiye katılımıyla birlikte çiftler arasındaki ilişkiye önemli düzeyde zarar verir ve güven duygusunu ortadan kaldırır (Schmidt, Green ve Prouty 2016: 387). Aldatma romantik ilişkileri ve evlilikleri doğrudan ve önemli ölçüde olumsuz etkileyen bir durumdur. Romantik ilişkilerde aldatmanın varlığı, ilişkideki bireyler ve üçüncü taraflar (örneğin çocuklar) için yıkıcı sonuçlar doğurabilir. Aldatma en önemli boşanma nedenlerinden biridir. Aynı zamanda evlilik terapisine başvuru için en çok karşılaşılan durumlar arasındadır. Evlilik terapisinde tedavi edilmesi en zor problemlerden biri olan aldatma ilişkisi üzerindeki etki açısından bakıldığında ise en zarar verici olanlardan biridir. Bireyin eşini

kendisini aldattığını bilmesi ciddi duygusal problemlere ve eşe karşı fiziksel şiddet gösteremeye neden olabilir (Gündüz ve Çelik, 2018:1895; Wilson vd., 2011:64).

Romantik ilişki yaşayan ya da evli olan bireyler başkalarına açık olmayan bir düzeyde duygusal yakınlık yaşamaktadır. Duygusal bir ilişki yaşayan bireyler aynı zamanda birbirlerine bağlı olmayı da taahhüt etmiş olurlar. Ancak bu taahhütlerine uymayarak ilişki içinde oldukları birey dışında başka bir kişiyle yaşadıkları ve var olan ilişkilerini olumsuz etkileyerek zarar veren düşünceler, duygular ve davranışlar aldatma kapsamında değerlendirilmektedir (Atwood ve Schwartz, 2002: 39). Bu noktadan hareketle aldatmanın duygusal ilişki içindeki bireylerin birbirlerine olan taahhütlerini nasıl değerlendirdikleri ve bu taahhüdün ne zaman tehlike altında olduğunu algılamaları ile ilişkilidir (Tüzer, 2011:103).

Barta ve Kiene (2005:340) tarafından yapılan çalışmada, bireylerin aldatmaya yönelik motivasyonları çok boyutlu olarak ele alınmış ve duygusal ve cinsel motivasyon olarak ikiye ayrılmıştır. Duygusal motivasyonlar arasında memnuniyetsizlik, ihmal ve öfke varken cinsel motivasyonlar arasında daha farklı kişilerle cinsel ilişki yaşama isteği, daha sık cinsel ilişkiye girme amacı ve farklı cinsel ilgi alanlarına sahip biriyle ilişkiye girme isteği yer almaktadır. Kadınların aldatmaya yönelik motivasyonları daha çok duygusal iken erkeklerin motivasyonlarının daha çok cinsel motivasyon olduğu bulunmuştur.

Bireyin eşini ya da partnerini aldatmaya yönelik güçlü bir niyetinin olması aldatma davranışının ortaya çıkmasının en güçlü nedenleri arasındadır (Thornton ve Nagurney, 2011:51; Toplu-Demirtaş ve Tezer, 2013:37-38). Aldatmaya yönelik niyet bireyin aldatma davranışı sergilemeye yönelik eğilim ve maksatlarını içermektedir (Dursun ve Özkan, 2019:477). Niyetler davranış modellerinin merkezinde yer alan kavramlardan biridir. Niyetler, bir bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmeye ne kadar istekli olduğunun ya davranışı gerçekleştirmek için ne kadar çaba göstermeye istekli olduğunun göstergeleridir ve bu nedenle gerçek davranışın en iyi öncülü olarak görülmektedir (Jackman, 2015:73). Dolayısıyla bireyin aldatmaya yönelik niyetinin olması aldatma davranışı sergilemesinin en önemli nedenleri arasında olduğu düşünülmektedir.

Bütün bu bilgiler ve ilgili literatür ışığında bu çalışmada beliren yetişkinlerin ve yetişkinlerin aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin cinsiyetlerine, yaşlarına, eğitim düzeylerine, ilişki durumlarına ve sosyal medya kullanım süresine göre anlamlı bir biçimde farklılaşp farklılaşmadığının ortaya konması amaçlanmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma ilişkisel tarama modeline uygun olarak yürütülmüştür. Genel tarama modellerinin bir türü olan ilişkisel tarama modeli tarama modeli, iki ya da ikiden fazla değişken arasında birlikte bir değişim olup olmadığını ve bu değişimin derecesini saptamayı amaçlayan temel yaklaşımdır (Karasar, 2000:109).

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu araştırmacının, Facebook, Instagram ve Whatsapp gibi sosyal medya hesapları üzerinden ve Facebook'da yer alan "Yüksek Lisans ve Doktora Dayanışma Platformu, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Servisi, PDR Lisansüstü Eğitim" grupları aracılığı ile ulaştığı ve araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden 338 kadın (%77.2) ve 110 erkek (%22.8) yetişkin oluşturmaktadır. Çalışma grubu için 18 yaş ve üstü ve

bir romantik ilişkisi olan bireylerin çalışmaya dâhil edilmesi ölçüt olarak belirlenmiştir. Katılımcıların yaşları ayrıca 18 ile 65 arasında farklılık göstermektedir.

Veri Toplama Araçları

Kişisel Bilgi Formu: Çalışma kapsamında katılımcıların demografik bilgileri araştırmacı tarafından hazırlanan Kişisel Bilgi Formu kullanılarak toplanmıştır. Kişisel Bilgi Formu'nda katılımcıların cinsiyetlerine, yaşlarına, eğitim düzeylerine, ilişki durumlarına ve sosyal medya kullanım süresine ilişkin bilgileri elde etmeyi amaçlayan sorular yer almaktadır.

Aldatmaya Yönelik Niyet Ölçeği (AYNÖ): Yetişkinlerin adatmaya yönelik niyet düzeylerini belirlemek amacıyla Jones, Olderbak ve Figueredo (2011:251) tarafından geliştirilen ve romantik ilişkilerde bireyin partnerini aldatmaya yönelik niyetini ölçmeyi amaçlayan Aldatmaya Yönelik Niyet Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 7 madde ve tek boyuttan oluşan bir öz bildirim ölçeğidir. 7'li Likert tipi (1= Hiç olası değil ve 5= Tümüyle olası) derecelendirmeye sahip olan ölçekten alınabilecek puanlar, 7 ile 49 arasında değişmektedir. Alınan yüksek puanlar bireyin aldatmaya yönelik niyet düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışması Toplu-Demirtaş ve Tezer (2013:37) tarafından yapılmıştır. Yapılma faktör analizi sonucunda orijinal ölçek ile uyumlu tek boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Güvenirlik analizi sonucunda ise ölçeğin tamamı için Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı .82, dört hafta arayla yapılan test tekrar test güvenirlilik katsayısı ise .85 olarak hesaplanmıştır

Verilerin Toplanması ve Analizi

Çalışma kapsamında veriler internet üzerinden “Google Form” uygulaması kullanılarak yapılmıştır. COVID-19 salgını ve salgının önlenmesine yönelik alınan tedbirlere bağlı olarak verilerin internet yoluyla toplanmasına karar verilmiştir. Araştırmacı tarafından hazırlanan form, bilgilendirilmiş onayı, kişisel bilgi formunu ve ölçek maddelerini içermektedir. Form (bağlantı adresi ile) araştırmacı tarafından, yaygın olarak kullanılan Facebook, Instagram ve Whatsapp sosyal medya hesapları üzerinden ve Facebook üzerinde yer alan “Yüksek Lisans ve Doktora Dayanışma Platformu, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Servisi, PDR Lisansüstü Eğitim” gruplarında paylaşılmış, araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden katılımcılara bu yolla ulaşılmıştır. Gizlilik ilkesince, katılımcıların kimlik bilgileri sorulmamıştır.

Araştırmada, aldatmaya yönelik niyet düzeyine ait puanların normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Çarpıklık katsayısı: 1.39 ve Basıklık katsayısı 1.83 olup; normal dağılım gösterdiği bulunmuştur. Çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarının ± 2.00 değerleri arasında olması gerekmektedir (George ve Mallery, 2010).

Verilerin analizinde, aldatmaya yönelik niyet düzeyi bağımlı değişken olarak kullanılmış ve iki kategorili bağımsız değişkenlerin (cinsiyet, ilişki durumu ve sosyal medya kullanım süresi) analizinde bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Etki büyüklüğünün hesaplanmasında Cohen d katsayısı kullanılmıştır. İki'den fazla kategorili bağımsız değişkenlerin (eğitim düzeyi) analizinde ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) Testi kullanılmıştır. Etki büyüklüğünün hesaplanmasında Eta Kare kullanılmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonucunun önemli bulunduğu durumlarda farkın hangi ortalamalar arasındaki farklılardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Tukey Testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerine ilişkin temel betimsel istatistikler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Aldatmaya Yönelik Niyet Düzeyine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Madde Sayısı	Ort.	Ss	Min.	Maks.
Aldatmaya Yönelik Niyet	7	14.39	6.86	7	49

Tablo 1’de görüldüğü gibi katılımcıların Aldatmaya Yönelik Niyet Ölçeğinden aldıkları puan ortalaması $\bar{X}=14.39$ ($Ss=6.86$)’dur. Ölçekten alınabilecek puanların 7 ile 49 arasında değiştiği göz önüne alındığında katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin orta düzeyin altında olduğu belirtilebilir.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre aldatmaya yönelik niyetlerinin puan ortalamaları arasında anlamlı düzeyde farklılık olup olmadığını incelemek için bağımsız gruplar için *t* Testi uygulanmıştır. Bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Cinsiyete Göre Aldatmaya Yönelik Niyet Düzeyine İlişkin t Testi Tablosu

Değişken	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	Ss	Sd	t	p	d
Aldatmaya Yönelik Niyet	Kadın	338	13.57	6.01	436	-4.74	.00	.48
	Erkek	100	17.19	8.62				

Tablo 2’te görüldüğü gibi, kadınların aldatmaya yönelik niyet puan ortalaması ($\bar{X} = 13.57$, $ss= 6.01$), erkeklerin aldatmaya yönelik niyet puan ortalamasından ($\bar{X} = 17.19$, $ss= 8.62$) anlamlı düzeyde düşük olduğu ($t_{0.05; 436} = -4.74$, $p < .05$) bulunmuştur. Test sonucu etki büyüklüğüne bakıldığında ($d=.48$) bu farkın orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yaşlarına göre aldatmaya yönelik niyetlerinin puan ortalamaları arasında anlamlı düzeyde farklılık olup olmadığını incelemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 3’te verilmiştir. Ayrıca, Tablo 4’te katılımcıların yaşlarına göre aldatmaya yönelik niyetlerinin puan ortalamaları da verilmiştir.

Tablo 3: Yaşa Göre Aldatmaya Yönelik Niyet Düzeyine İlişkin Varyans Analizi Tablosu

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	η^2
Aldatmaya Yönelik Niyet	Gruplar arası	107.519	2	53.760	1.14	.32	.01
	Grup içi	20414.682	435	47.038			
	Toplam	20522.201					

Tablo 3'te yaşları farklı olan katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerine ait puan ortalamaları arasındaki farkı belirten varyans analizi sonuçları görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre yaşları açısından katılımcıların aldatmaya yönelik niyet puan ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($F_{2-435} = 1.14, p > .05$). Etki büyüklüklerinin ise ($\eta_2 = .01$) çok düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Yaşa Göre Aldatmaya Yönelik Niyet Düzeyine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Yaş	n	$\bar{X}$	Ss
Aldatmaya Yönelik Niyet	18-24 Yaş Arası	67	14.00	6.53
	25-35 Yaş Arası	204	14.94	7.48
	36 Yaş ve Üzeri	167	13.93	6.14

Tablo 4'te katılımcıların yaşlarına göre aldatmaya yönelik niyet düzeylerine ilişkin puan ortalamaları ve standart sapmaları görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre yaşları 18-24 yaş arası olan ($\bar{X} = 14.00, ss = 6.53$), 25-35 arası olan ($\bar{X} = 14.94, ss = 7.48$) ve 36 yaş ve üzeri olan ($\bar{X} = 13.93, ss = 6.14$) aldatmaya yönelik niyet düzeyi puan ortalamalarının benzer olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre aldatmaya yönelik niyetlerinin puan ortalamaları arasında anlamlı düzeyde farklılık olup olmadığını incelemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 5'de verilmiştir. Ayrıca, Tablo 6'da katılımcıların eğitim düzeylerine göre aldatmaya yönelik niyetlerinin puan ortalamaları da verilmiştir.

Tablo 5: Eğitim Düzeyine Göre Aldatmaya Yönelik Niyet Düzeyine İlişkin Varyans Analizi Tablosu

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	η_2
Aldatmaya Yönelik Niyet	Gruplar arası	269.643	2	134.822	2.89	.06	.01
	Grup içi	20307.436	435	46.684			
	Toplam	20577.080					

Tablo 5'de eğitim düzeyleri farklı olan katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerine ait puan ortalamaları arasındaki farkı belirten varyans analizi sonuçları görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre eğitim düzeyi açısından katılımcıların aldatmaya yönelik niyet puan ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($F_{2-435} = 2.89, p > .05$). Etki büyüklüklerinin ise ($\eta_2 = .01$) çok düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Eğitim Düzeyine Göre Aldatmaya Yönelik Niyet Düzeyine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Eğitim Düzeyi	n	$\bar{X}$	Ss
Aldatmaya Yönelik Niyet	İlköğretim-Lise	97	13.75	6.48
	Önlisans-Lisans	262	14.14	6.68
	Yüksek Lisans	79	16.03	7.69

Tablo 6’da katılımcıların eğitim düzeylerine göre aldatmaya yönelik niyet düzeylerine ilişkin puan ortalamaları ve standart sapmaları görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre ilköğretim-lise mezunu olan, önlisans-lisans mezunu olan ve yüksek lisans mezunu olan katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeyi puan ortalamaları sırasıyla ($\bar{X}=13.75$, $ss=6.48$), ($\bar{X}=14.14$, $ss=6.68$), ve ($\bar{X}=16.03$, $ss=7.69$), olarak bulunmuştur.

Katılımcıların ilişki durumlarına göre aldatmaya yönelik niyetlerinin puan ortalamaları arasında anlamlı düzeyde farklılık olup olmadığını incelemek için bağımsız gruplar için *t* Testi uygulanmıştır. Bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7: İlişki Durumuna Göre Aldatmaya Yönelik Niyet Düzeyine İlişkin T Testi Tablosu

Değişken	İlişki Durumu	n	$\bar{X}$	ss	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Aldatmaya Yönelik Niyet	Evli-Nişanlı	258	13.63	6.06	-2.83	436	.01	.26
	Sevgili-Flört	180	15.50	7.74				

Tablo 7’de görüldüğü gibi, evli ya da nişanlı olan katılımcıların aldatmaya yönelik niyet puan ortalaması ($\bar{X} = 13.63$, $ss= 6.06$) ilişki durumu sevgili/flört olan katılımcıların aldatmaya yönelik niyet puan ortalamasından ($\bar{X} = 15.50$, $ss= 7.74$ anlamlı düzeyde düşük olduğu ($t_{0.05; 436} = -2.83$, $p < .05$) bulunmuştur. Test sonucu etki büyüklüğüne bakıldığında ($d=.26$) bu farkın düşük olduğu görülmektedir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre aldatmaya yönelik niyetlerinin puan ortalamaları arasında anlamlı düzeyde farklılık olup olmadığını incelemek için bağımsız gruplar için *t* Testi uygulanmıştır. Bulgular Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8: Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Aldatmaya Yönelik Niyet Düzeyine İlişkin t Testi Tablosu

Değişken	Kullanım Süresi	n	$\bar{X}$	ss	<i>t</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Aldatmaya	0-3 Saat	284	14.08	6.58	-1.32	436	.19	.12

Yönelik Niyet	3-6 Saat	154	14.98	7.33
---------------	----------	-----	-------	------

Tablo 8’de görüldüğü gibi, günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi 0-3 saat arası olan katılımcıların aldatmaya yönelik niyet puan ortalaması ($\bar{X} = 14.08$, $ss = 6.58$) ile ortalama sosyal medya kullanım süresi 3-6 saat olan katılımcıların aldatmaya yönelik niyet puan ortalaması ($\bar{X} = 14.98$, $ss = 7.33$) arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olmadığı ($t(0.05: 436) = 1.32$, $p > .05$) bulunmuştur. Test sonucu etki büyüklüğüne bakıldığında ($d = .12$) bu farkın çok düşük olduğu görülmektedir.

TARTIŞMA

Araştırmanın sonucunda, katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin orta düzeyin altında olduğu belirlenmiştir. Ülkemizde aldatmaya yönelik niyeti ele alan çalışmalar incelendiğinde farklı sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Örneğin Önder (2019:39) tarafından yapılan çalışmada bu çalışmadan elde edilen bulgularla benzer olarak katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin orta düzeyin altında olduğu belirlenirken Toplu-Demirtaş ve Fincham (2018:256) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin görece yüksek olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçların örneklem grubunun yapısına bağlı olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Araştırmamızın sonucunda, erkeklerin aldatmaya yönelik niyet düzeyleri, kadınlardan daha yüksek düzeyde bulunmuştur. Elde edilen bu bulgu, erkeklerin aldatma niyeti düzeylerinin kadınlardan daha yüksek olduğunu ortaya koyan çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Egan ve Angus, 2004:575; Boğda ve Şendil, 2012:211). Boekhaout ve diğerleri (2003:284) tarafından yapılan çalışmada ise erkeklerin tek eşliliği daha az destekledikleri ve kadınların daha fazla sadakatsizlikle karşılaştıkları ortaya konmuştur. Toplumda erkeklerin davranışı sergilemelerinin daha kabul edilebilir olması (Boğda ve Şendil, 2012:215), kadının eşini aldatmasının tabu olarak algılanması (Aksoy-Derya vd., 2017:2), erkeklerin aldatmaya duygusal atıftan daha çok cinsel atıf yapmaları, yenilik ve heyecan arama (Polat, 2006:79) gibi farklı etkenlerin erkeklerin daha fazla aldatma eğilimi göstermelerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

Araştırmamızın sonucunda, katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin yaşlarına göre farklılık göstermediği saptanmıştır. İlgili literatürde aldatma davranışının bireylerde her yaştan birey arasında artan bir sorun haline geldiği ve 45 yaş altındaki bireylerin aldatma oranlarının benzer olduğu sonuçlarına ulaşıldığı görülmektedir (Fincham ve May, 2017:71). Benzer şekilde McDaniel ve diğerleri (2017:89) tarafından yapılan çalışmada yaşın aldatmanın en zayıf yordayıcılarından biri olduğu görülmüştür. Bireylerin evlilik doyumları, cinsel işlevleri aldatmaya yönelik motivasyonları ve cinsel doyumları (Haseli vd., 2019:1158) yaşa bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir. Dolayısıyla bireyler farklı yaşlarda aldatma eğilimleri gösterebilmektedir.

Araştırmamızın sonucunda, katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği saptanmıştır. Daha önce yapılan bazı çalışmalarda eğitim düzeyinin bireyin aldatma eğilimini etkileyen bir değişken olduğunu ortaya koyan ve eğitim düzeyi yüksek bireylerin daha fazla aldatma eğiliminde olduklarını belirten çalışmalar (Atkins vd., 2001:742; Önder, 2019:43) olmasına karşın bu çalışmadan elde edilen bulgularla paralellik götseren çalışmalar da vardır (Allen vd., 2005:105, Traen vd., 2007:48). Toplumda aldatmaya yönelik eğilim ve aldatmanın düşünülenden daha yüksek olması (Demirtaş

ve Tezer, 2012:38) ve aldatmanın ülkemizde en önemli boşanma nedenleri arasında yer alması (Başkaya ve Ünal, 2015:352) her eğitim düzeyinden ve sosyo-ekonomik seviyeden bireyin aldatma eğilimi gösterebileceğini göstermektedir. Ayrıca elde edilen sonuçlarda çalışmanın örneklemini oluşturan katılımcıların büyük oranda büyükşehirde yaşıyor olmalarının ve cinsellik ya da aldatmaya ilişkin benzer normlara sahip olabileceklerinin etkili olduğu düşünülmektedir.

Araştırmamızın sonucunda, katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin ilişki durumlarına göre farklılık gösterdiği ve sevgili/ flört olan bireylerin evli ya da nişanlı olan bireylerden daha yüksek aldatma eğilimine sahip oldukları belirlenmiştir. Toplu-Demirtaş ve Tezer (2013:38) flört yaşayan bireylerin romantik ve cinsel birliktelik yaşamalarına rağmen evlilik ya da nişanlılıktan farklı olarak birbirlerine bağlılık düzeylerinin düşük ve daha kısa süreli olduğunu belirtmektedir. Bu durum aldatmayı daha kolaylaştırabilmekte ve kabul edilebilir hale getirmektedir. Benzer şekilde Treas ve Gresen (2000:48) tarafından yapılan çalışmada birlikte yaşayan bireylerin evli bireylerle karşılaştırıldığında birbirlerini daha fazla aldattıkları, ilişkilerine evli bireyler kadar yatırım yapmadıkları ve durumun sadakatsizlik riskini arttırdığı ortaya konmuştur. Dolayısıyla elde edilen sonuçların ilgili literatürle tutarlılık gösterdiği söylenebilir.

Araştırmamızın sonucunda, katılımcıların aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin ortalama sosyal medya kullanım sürelerine göre farklılaşmadığı belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlardan farklı olarak yapılan çalışmalar aşırı sosyal medya kullanımının ilişki kalitesinde azalma, fiziksel ve duygusal sadakatsizlik ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Abbasi, 2019:278; Utz ve Boukeboom, 2001:511). Ayrıca sosyal medya sitelerinin kullanıcıların diğer kullanıcılarla herkese açık veya özel olarak flört etmelerini sağlayan özellikler sunması, sanal dünyada yapılan flörtlerin yüz yüze etkileşimden daha güçlü fiziksel ve cinsel reaksiyonlar ortaya çıkarması (Clayton, vd., 2013:717) gibi etkenlere bağlı olarak aldatma eğilimini artırabileceği düşünülmektedir. Ancak katılımcıların “Yüksek Lisans ve Doktora Dayanışma Platformu, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Servisi, PDR Lisansüstü Eğitim” gibi gruplar aracılığıyla ulaşılan bireyler olduğu dikkate alındığında katılımcı profilinin sosyal medya kullanım amaçlarına bağlı olarak kullanım sürelerinin aldatma eğilimlerini etkilememiş olabileceği düşünülmektedir. Sosyal medya siteleri bireye kim olduğunu istediği şekilde yansıtabildiği, gerçek yaşantısına benzer ya da farklı bir profil oluşturabildiği çeşitli gruplara kolayca üye olabildiği, gruplarda bilgi paylaşabildiği, başkalarına mesajlar gönderebildiği ve tanımadığı kimselerle bile kolaylıkla bağlantı kurabildiği bir ortam sunmaktadır. İnsanlar sosyal medya sayesinde dünyanın her yerinden kişilerle rahatlıkla iletişime geçebilmektedir. Kurulan arkadaşlıkla ciddi arkadaşlıklara dönüşebilmekte ve birey sosyal medyada tanıştığı kişi ile daha fazla ve daha farklı zaman geçirmek isteyebilmekte bu durumda aldatmaları beraberinde getirebilmektedir (Nelson ve Salawu, 2017:164; Mohammed ve Suleiman, 2013:100). Sosyal medyanın kullanıcılarına sağladığı bir çok imkanın dışında var olan ve bağlı oldukları bir ilişki bağlamında sadakatsiz olarak kabul edilebilecek davranışlarda bulunmaları için artan fırsatlar sunduğu bilinmektedir (Henline, Lamke ve Howard, 2007:114). Yapılan çalışmalar bireyin var olan partneri dışında alternatif bireylerle iletişim kurmasını, onların gönderilerine yorum yapmasını hatta sanal ya da gerçek otamarda onlarla ilişki yaşamasını kolaylaştıran sosyal medya araçlarının aldatma olasılığını arttırdığını ortaya koymaktadır (Cravens ve Whiting, 2014:329; McDaniel vd., 2017:89).

Genel olarak araştırmamızın sonuçlarına bakıldığında, erkeklerin ve sevgili/ flört durumunda olan bireylerin aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin anlamlı olarak yüksek olduğu bulunmuştur. Ancak, yaşa, eğitim düzeyine ve sosyal medya kullanım sürelerine göre aldatmaya yönelik niyet düzeylerinin anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur.

Öneriler:

- Bu araştırma, ilişkisel tarama modeline uygun olarak yürütülmüş ve değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konması amaçlanmıştır. Daha farklı yöntemler (nedensel karşılaştırma vb.) kullanılarak benzer ya da farklı çalışmalar yürütülebilir.
- Bu araştırmanın örneklemini büyük oranda İstanbul ve çevresinde yaşayan katılımcılardan oluşmaktadır. Türkiye'nin değişik bölgelerinde yaşayan ve sosyo-ekonomik düzeyleri farklı olan bireylerden oluşan örneklem grupları ile çalışmalar yürütülebilir.
- Nitel araştırma yöntemlerine dayanan çalışmalar yapılarak araştırmada kullanılarak değişkenler arasında ilişkiler ele alınabilir.

KAYNAKLAR

- Abbasi, I. S. (2019). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity?. *Personality and Individual Differences*, 139, 277-280.
- Aksoy-Derya, Y., Taşhan, S. T., Uçar, T., Karaaslan, T., ve Tunç, Ö. A. (2017). Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumların cinsel tabulara etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 1-8.
- Allen, E. S., Atkins, D. C., Baucom, D. H., Snyder, D. K., Gordon, K. C., ve Glass, S. P. (2005). Intrapersonal, interpersonal, and contextual factors in engaging in and responding to extramarital involvement. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 12(2), 101-130.
- Atkins, D. C., Baucom, D. H., ve Jacobson, N. S. (2001). Understanding infidelity: Correlates in a national random sample. *Journal of Family Psychology*, 15(4), 735.
- Atwood, J. D., ve Schwartz, L. (2002). Cyber-sex: The new affair treatment considerations. *Journal of Couple & Relationship Therapy*, 1(3), 37-56.
- Barta, W. D., ve Kiene, S. M. (2005). Motivations for infidelity in heterosexual dating couples: The roles of gender, personality differences, and sociosexual orientation. *Journal of Social and Personal Relationships*, 22(3), 339-360.
- Başkaya, Z., ve Ünal, A. (2017). Türkiye'de evlenme ve boşanma oranlarının iller düzeyinde zamansal değişimi (2001-2015). *Journal of International Social Research*, 10(53).
- Blow, A. J., ve Hartnett, K. (2005). Infidelity in committed relationships ii: A substantive review. *Journal of marital and family therapy*, 31(2), 217-233.
- Boekhout, B. A., Hendrick, S. S., ve Hendrick, C. (2003). Exploring infidelity: Developing the relationship issues scale. *Journal of Loss & Trauma*, 8(4), 283-306.
- Boğda, D. K., ve Şendil, G. (2012). Investigating infidelity tendency and conflict management based on attachment styles and gender. *Electronic Journal of Social Sciences*, 11(40), 205-219.

- Clayton, R. B., Nagurney, A., ve Smith, J. R. (2013). Cheating, breakup, and divorce: Is Facebook use to blame?. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 717-720.
- Cravens, J. D., ve Whiting, J. B. (2014). Clinical implications of internet infidelity: Where Facebook fits in. *The American Journal of Family Therapy*, 42(4), 325-339.
- Demirtas, S. C., ve Tezer, E. (2012). Romantic relationship satisfaction, commitment to career choices and subjective well-being. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46, 2542-2549.
- Dursun, A., ve Özkan, M. S. (2019). Genç yetişkinlerin aldatmaya yönelik niyetleri üzerinde aldatmaya yönelik tutum ve sosyal medya kullanımının etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(2), 475-484.
- Egan, V., ve Angus, S. (2004). Is social dominance a sex-specific strategy for infidelity?. *Personality and Individual Differences*, 36(3), 575-586.
- Fincham, F. D., ve May, R. W. (2017). Infidelity in romantic relationships. *Current Opinion in Psychology*, 13, 70-74.
- George, D. ve Mallery, P. (2010). *SPSS for windows step by step: A simple guide and reference, 17.0 update*. Boston: Pearson..
- Gündüz, B., ve Çelik, Ö. (2018). Aldatma sonrası evliliğini sürdüren kişilerde evlilik doyumu ve affetme. *Journal of Human Sciences*, 15(4), 1893-1913.
- Haseli, A., Shariati, M., Nazari, A. M., Keramat, A., ve Emamian, M. H. (2019). Infidelity and its associated factors: A systematic review. *The Journal of Sexual Medicine*, 16(8), 1155-1169.
- Henline, B. H., Lamke, L. K., ve Howard, M. D. (2007). Exploring perceptions of online infidelity. *Personal Relationships*, 14(1), 113-128.
- Jackman, M. (2015). Understanding the cheating heart: What determines infidelity intentions?. *Sexuality & Culture*, 19(1), 72-84.
- Jones, D.N., Olderbak, S.G. ve Figueredo, A.J. (2011). The intentions towards infidelity scale. 3. edition. (Ed. T.D. Fisher, C.M. Davis, W.L. Yarber, & S.L. Davis) *Handbook of sexuality-related measures*. (pp. 251- 253) New York: Routledge.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- McDaniel, B. T., Drouin, M., ve Cravens, J. D. (2017). Do you have anything to hide? Infidelity-related behaviors on social media sites and marital satisfaction. *Computers in human behavior*, 66, 88-95.
- Mohammed, S., ve Suleiman, H. (2013). Knowledge and utilization of social media by students of Nuhu Bamalli Polytechnic, Zaria, Nigeria. *the Nigerian Journal of Communication*, Volue II (i).
- Nelson, O., ve Salawu, A. (2017). Can my wife be virtual-adulterous? An experiential study on Facebook, emotional infidelity and self-disclosure. *Journal of International Women's Studies*, 18(2), 166-179.

- Önder, S. (2019). *Romantik kıskançlık, aldatmaya yönelik niyet ve mutluluk*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yakındoğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lefkoşa.
- Polat, D. (2006). *Evli bireylerin evlilik uyumları, aldatma eğilimleri ve çatışma eğilimleri arasındaki ilişkilerin bazı değişkenler açısından incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Schmidt, A. E., Green, M. S., ve Prouty, A. M. (2016). Effects of parental infidelity and interparental conflict on relational ethics between adult children and parents: A contextual perspective. *Journal of Family Therapy*, 38(3), 386-408.
- Thornton, V., ve Nagurney, A. (2011). What is infidelity? Perceptions based on biological sex and personality. *Psychology Research and Behavior Management*, 4, 51-58.
- Toplu-Demirtaş, E., ve Fincham, F. D. (2018). Dating infidelity in Turkish couples: the role of attitudes and intentions. *The Journal of Sex Research*, 55(2), 252-262.
- Toplu-Demirtaş, E., ve Tezer, E. (2013). Aldatmaya Yönelik Niyet Ölçeği'nin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39), 37-45.
- Traen, B., Holmen, K., ve Stigum, H. (2007). Extradyadic sexual relationships in Norway. *Archives of Sexual Behavior*, 36(1), 55-65.
- Tüzer, V. (2011). İnternet, siberseks ve sadakatsızlık. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 3(1), 100-116.
- Urooj, A., Anis-ul-Haque, ve Anjum, G. (2015). Perception of emotional and sexual infidelity among married men and women. *Pakistan Journal Of Psychological Research*, 30(2), 421-439.
- Utz, S., ve Beukeboom, C. J. (2011). The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 511-527.
- Wilson, K., Mattingly, B. A., Clark, E. M., Weidler, D. J., ve Bequette, A. W. (2011). The gray area: Exploring attitudes toward infidelity and the development of the Perceptions of Dating Infidelity Scale. *The Journal of Social Psychology*, 151(1), 63-86.